

前一段时间,我参加了一个讨论。有一种观点认为,在今天,文学和艺术都没有边界了,所有的人都是艺术家,所有的产品都是艺术品。对此,我不同意,我认为,边界在移动,原来一些不属于文学的写作、不属于艺术的制作,都进入了文学艺术的范畴。但是,文学艺术还是有边界的。一切都是文学就丧失了文学,一切都是艺术就是艺术之死。文学艺术的边界就是创造的边界。文学家要有自己的追求,在原创还是市场的选择中,不能让市场淹没原创。文学家要对原创、发现、新颖、雅致、激情这些价值有所坚守,在寻常平庸的市场活动中成为一种新的价值取向的发动机,给人、给人类带来新的追求。马克思所追求的那种“自由的精神创造”,是一种市场经济中

的美学原则,它永远不会过时。

- ①参见康德:《世界公民观点之下的普遍历史观念》,[德]康德:《历史理性批判文集》,何兆武译,第9页,商务印书馆1997年版。
- ②叶廷珪:《鸥波渔话》,见[清]叶廷珪撰、黄永年校点:《吹网录 鸥波渔话》,第124页,辽宁教育出版社1998年版。
- ③吴敬梓:《儒林外史》,第331页,人民文学出版社1977年版。
- ④《马克思恩格斯全集》,第26卷第1册,第432页,人民出版社1972年版。

[作者单位:中国社会科学院文学研究所]

## 文学与市场,或文人与商人

程巍

说自己,然后才将它表述为文人的一般处境:

为一双鞋她卖掉了灵魂  
但在卑鄙者身旁,我扮出  
伪善的小丑般的高傲,老天爷耻笑  
为当作家我贩卖我的思想。<sup>③</sup>

张爱玲极有可能读到过波德莱尔的这首诗,她在1943年发表《倾城之恋》之后写过一篇题为《谈女人》的文章,把文人比作为谋生而出卖身体的妓女:“以美好的身体取悦于人,是世界上最古老的职业,也是极普遍的妇女职业,为了谋生而结婚的女人全可以归在这一项下。这也无庸讳言——有美的身体,以身体悦人;有美的思想,以思想悦人,其实也没有多大分别”<sup>④</sup>。

考虑到波德莱尔在市场上至死都只占着一个糟糕的位置,那么,他将自己在市场上的不走运归咎于自己在文学上的默默无闻,而不是带着浪漫主义者那种自我赋予的“自我无比正确”的高蹈姿态痛责市场,然后名利双收,就更加有说服力。但本雅明提醒我们不要过于认真地对待波德莱尔那些出其不意、前后矛盾的宣言,因为它们很

关于文人与市场,本雅明大约九十多年前有关波德莱尔的一番描写,可能会立即闪入我们的记忆:“波德莱尔明白文人的真实处境:他们像游手好闲之徒一样逛进市场,似乎只为四处瞧瞧,实际上却是想找一个买主”<sup>①</sup>。浪漫主义文人常常把自己想象成头戴光环的先知,是良知、正义和美的唯一看护者。不过,对充满怀疑精神的波德莱尔来说,这种夸大的言语姿态可能只是一种精心掩饰的自我推销术。他在1848年的一篇文章中将文学家比为建筑师:“无论一幢房子多漂亮,在有人详细地说出它的美之前,首先不过是多少米高多少米长。同样,文学尽管由最高深莫测的东西构成,首先却是填格子;而一个名声不足以保证其利益的文学建筑师必须不论人家出什么价都卖。”<sup>②</sup>或许建筑还令人想到一种特殊的商品,于是,他进一步将文人比作“妓女”、“婊子”,是“为钱而干的缪斯”。但他使用这个比喻,首先是

可能也只是他的一种精心布置的自我推销术，尽管市场只是在他死后才发现他那些反叛的诗作有利可图。波德莱尔身前的寂寞和死后长久不衰的文学哀荣，以及张爱玲身前的文学荣耀以及死后隔了一段岁月之后的声誉再起，只证明文学市场的不可捉摸性。没有哪个老练的文学投资者敢说自己回回都能成功。另一方面，谴责市场的文人中，许多是在文学市场上不那么走运的人——他们总有一种怀才不遇而不思考自己果真是否具有文学才能的偏执心理，往往将自己想象中的文学成就当作实际存在的成就，并以此恃才傲物。

将文学与市场对立起来，只是欧洲浪漫主义时代的一种反资本主义市场及其精神孑遗的姿态而已，实际上，那些以最凌厉的语言攻击市场的诗人，可能是在市场上获得最大成功的文人。逃遁到北部湖区的华兹华斯在那里向伦敦的市场不停地挥舞着愤怒的手势，但他的那些诗集一向在伦敦卖得很好，足使他和妹妹在远离尘嚣的北部湖区长久徜徉。马修·阿诺德在《文化与无政府状态》中对商人说了颇多讥讽的话，但这并不妨碍他本人去美国巡回演讲——去美国这个“文化蛮荒之地”演讲，按王尔德这位自封的“美学教授”描述自己的美国之行的说法，就是“对美元的远征”。保罗·韦斯托弗在2012年出版的一本研究浪漫主义文人的著作中写道：“学者们记得浪漫主义时代作为文学名流史的一个关键阶段，在这个阶段，作者成了商业品牌，并制造了自己的不朽的神话。浪漫主义时代为我们提供了‘诗人-英雄’这个可市场化的商品，正如雷蒙·威廉斯在《文化与社会》中所说，作家的反市场行动成就了作家的商业地位，作家现在成了一个商业中的生产者 and 商品。”<sup>⑤</sup>

## 二

文学创作如果不进入市场，就像未进入市场的产品（在这种情形下，它不能称作“商品”），不能进入流通和传播，也就不能进入公共领域。哪怕是声称纯粹为自己而写的日记，或者只在朋友小圈子传阅的手抄本，其作者也暗中希冀有一天能获得更多的读者。或许，在欧洲浪漫主义文学时代之前，文人只是把自己当做一个普通的商

品生产者，一个以文字为业的手艺人。莎士比亚从来就没有感觉市场会妨碍他的文学才能，也没有感到自己作为一个舞台手艺人与伦敦一个出色的鞋匠之间有什么不同。他钻研市场，处处留心伦敦观众的趣味，而恰恰是市场让这个来自斯特拉福特的偷猎者在伦敦舞台上成就了一番事业。而他之所以能成就此番事业，除了因为他和合伙人开了一家剧场（股份公司），还因为他的剧作（毋宁说“演剧”）——当时被认为是大众文学——最投合伦敦大众的趣味。莎士比亚的公司——正如与之竞争的其他演出公司——很少将剧本印刷出版，一则因为剧本卖不了多少钱（毕竟，在一个大众识字率很低的时代，去剧场的人比购买剧本的人要多），二则免得被其他演出公司的剧作家抄袭。<sup>⑥</sup>正如奥利弗·哥德斯密斯所说：“当作者失去贵族保护人之后，他们自然就求助于书商。”<sup>⑦</sup>实际上，连贵族保护人也只是作者与市场之间的一个隐性代理人而已，因为他以提供“保护”或者说资助的方式使被保护者衣食无忧，但这种人身依附关系对文人来说也是一种情感锁链。

印刷术的进步及其广泛使用，以及国民识字率的日渐提高，造就了一个日益扩大的文学市场，使文人得以成为一个独立的职业，而文人在市场中的命运，就和其他商品生产者一样，取决于他与文学同行的竞争，取决于他被文学市场认可的程度。同时，也正如在自由市场竞争中逐渐分化——奢侈品、“中等”的、大宗的等——的其他市场一样，庞大的文学市场并不只有一种趣味、一种文学标准。夏洛蒂·勃朗特因1847年出版《简·爱》而在文学市场红极一时，可她随即在致批评家G. H. 刘易斯的信中谈到，当初她把《教师》的手稿寄给一个出版商时，出版商一方面说它“有原创性”，一方面说它“根本卖不出去”，“于是我又陆续试了六个出版商，他们均认为它缺少‘令人惊异的情节’和‘激动人心之处’，根本不适合流动图书馆，而流动图书馆正是一部文学作品得以成功的基础，他们不能冒险出版可能在那儿受到忽略——《简·爱》当初也是基于相同的原因而被拒绝——但最终可能获得认可的小说”，她建议刘易斯在给《弗雷泽》的批评文章中谈谈流动图书馆的“罪恶”，“如果您能利用您的力量，写些这方面的话，使支持流动图书馆的那

些人明白这个道理，您就做了一件善事”<sup>⑧</sup>。此话有“过河拆桥”的意味，勃朗特姐妹在文学学徒期一直就是这些廉价的流动图书馆的常客，而且，正是载在大车上走乡串村的流动图书馆才使得小说在18世纪之后的英国跃升为最有市场也因此最具文学活力的文学形式。夏洛蒂的出版商对文学市场的状况颇为敏感，他们对她的手稿提出的修改建议只是使其更加完善了而已，如果他们甫一接到初稿就将它们付印，恐怕对他们的投资和夏洛蒂的文学生涯都是一场冒险。而《简·爱》的广泛流行以及之后的“经典化”，也有赖于流动图书馆以及《简·爱》的廉价盗印本。

谈到流动图书馆对于小说兴起的贡献，伊恩·瓦特写道：“绝大多数流动图书馆都收藏有各种类型的文学作品，但小说却被广泛地认为是它们的主要吸引力。几乎无可怀疑，正是这些图书馆导致了那个世纪出现的虚构故事读者大众最显著的增多。无疑，它们引起了对阅读普及到下层社会的现象最大数量的当代评论。这些‘文学上的廉价商店’据说腐蚀了‘遍布三个王国’的学童、农家子弟、‘出色的女佣’，甚至‘所有的屠户、面包师、补鞋匠和补锅匠’的心灵。”<sup>⑨</sup>在18世纪之后，文学史上任何一个名声显赫的“经典作家”无一不是被文学市场推出来的，尽管其中一些只是死后才在文学市场上享有哀荣。

亚当·斯密1776年发表《国富论》，为自由市场辩护，断言“每个人虽只想着自己的利益，但在这种情形中，正如在其他情形中，他却被一只看不见的手引导着去实现本不在他的意愿之中的目标……通过追求他个人的利益，他常常比他有意为之时更有效地增加社会的利益”<sup>⑩</sup>。尽管斯密没有将文人包括在商品制造者之内，但无疑，文学市场的自由竞争同样可以磨砺文人的文学技艺，他就像面对千军万马的一名剑客，而且，总体来说，是少数好的作品在淘汰多数不那么好的作品，尽管文学市场对当时看来“过于出格”的作品从来会采取谨小慎微的态度，正如一般市场对那些“过于出格”的商品的冷淡。但一个作者既然不按他的时代的文学常规和道德常规进行创作，那从一开始，他就不要指望文学市场对他的立即认可。不过，说自己的创作是为了未来某个时代的读者，恐怕也只是虚晃一招，是一种自我推销术，例如说过“到1935

年，我才会拥有读者”的司汤达在他还健在的时候就大红大紫了，没必要等到百年之后。

### 三

在文学市场上还算走运的梁晓声并不掩饰自己以及其他文人作为“商人”的一面，他说：“商业时代使我们几乎每一个人的灵魂都有一半儿像商人”<sup>⑪</sup>。但如果文人都有商人的一面，那么，商人——书商——也有文人的一面。从来就不存在一个单面的人，每个人都受制于种种不同的乃至相互冲突的欲望：他可能既追求荣誉、高尚、高贵、脱俗，同时又追求金钱、享乐、肉欲，等等。当加缪《局外人》中的检察官在法庭上情绪激昂地挥舞着正义的衣袖时，他的另一个自我可能在冷冷地看着自己做戏。艾伯特·欧·赫希曼在1977年出版的《欲望与利益：资本主义兴旺前夕的政治争论》中，从早期资本主义史考察各种相互冲突的欲望之间能否达到一种有利的制衡：“区分种种不同的欲望，然后以欲望对付欲望，即利用一种相对无害的欲望制衡另一种更有危害性和破坏性的欲望，或者说，以‘分而治之’的方式使不同的欲望相互抵消，从而或许弱化和驯服这些欲望，难道是不可能的吗？”<sup>⑫</sup>这当然是可能的。谁不愿意受人尊敬地生活，每天夜里与“美惠三女神”共眠？

书商可能是受经济利益驱动的，不过，以出版优秀的作品来赢利，总比以低劣的作品来赢利，更能使他获得声誉。他渴求声誉，正如渴求利益一样强烈。这或许能够解释为何那些曾经通过大肆发行“低劣作品”而在市场上获利甚丰的书商可能会在某个时候突然宁可蚀本也要出版注释版的《莎士比亚全集》。文人也是如此，谁不指望以杰作来名利双收，尽管一个不那么有才华的文人最终可能会炮制出大量低劣之作，并获得市场成功，但他内心未必瞧得起自己的作品。他可能在公开场合嘲笑那些在市场上不像他那么走运但其作品却受到一个精选的文学圈子认可的文人，但私底下，在他独处的某些感伤时刻，他可能沉痛地发誓“宁可死上一千次”，只要自己也能成为那样一个文人。另一方面，那些在市场上不像“通俗作家”那么走运但其作品却受到一个精选文学圈子高度认可的文人，可能暗

中羡慕“通俗作家”的丰厚收入，尽管他在公开场合严词谴责“不入流的作家”侵占了文学市场。同时在文学声望上和文学市场上均有显赫成功的文人毕竟少之又少。如果莫言谴责市场摧残了文学，那肯定是言不由衷的。

如果说在我们这个“自媒体”时代，一个据说市场已彻底驯服文学的网络时代，还存在一种只追求“写点什么”而不考虑其他的“纯粹的文人”，那就是大量的网络匿名作者：他们另有职业，不靠文学创作谋生，而一种表达或者交流的欲望驱使他们几乎每天夜里都长久地伏案，在键盘上为陌生的网络读者免费贡献一些文字，并在激烈的竞争中磨砺自己的文学才能，以便在其读者中获得声望——这通常也只是一种匿名的声望，一种邻居与之擦肩而过也不识其人的孤独的声望，但对他来说，这就够了。这些作品在网络上流传，但很难说它们进入了“市场”。他们在文学上的优势和劣势，都在于他们离开了现实的文学市场：一个文人只有以真名实姓面对市场，面对掏腰包买他的作品的读者，才会有一种真正的压力和焦虑。

①②③本雅明：《发达资本主义时代的抒情诗人》（修订译本），张旭东、魏文生译，第57页，第56页，第57页，

生活·读书·新知三联书店2012年版。

- ④张爱玲：《论女人》，《张爱玲文集》，第4卷，第72页，安徽文艺出版社1992年版。
- ⑤Paul Westover, *Necromanticism: Travelling to meet the Dead, 1750-1860*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2012, p. 99.
- ⑥See Lukas Erne: *Shakespeare as Literary Dramatist*, Cambridge: Cambridge University Press, 2013, pp. 141-144.
- ⑦Oliver Goldsmith, *An Enquiry into the Present State of Polite Learning in Europe*, London: Printed for R. And J. Dodsley, in Pall-Mall, 1759, p. 144.
- ⑧“To G. H. Lewes, 6 November 1847”, in Margaret Smith ed., *Charlotte Brontë: Selected Letters*, New York: Oxford University Press, 2010, p. 90.
- ⑨伊恩·瓦特：《小说的兴起——笛福、理查逊、菲尔丁研究》，高原等译，第41页，生活·读书·新知三联书店1992年版。
- ⑩Adam Smith, *The Wealth of Nations*, Part Two, New York: P. F. Collier & Son, 1902, pp. 160-161.
- ⑪《人民日报》2014年3月28日。
- ⑫Albert O. Hirschman, *The Passions and the Interests: Political Arguments for Capitalism before Its Triumph*, Princeton: Princeton University Press, 1997, p. 20.

[作者单位：中国社会科学院外国文学研究所]

## 重视文艺与市场的价值冲突与协调

刘方喜

“冲突-协调”，是人类社会事物发展的一种模式，把貌似尖锐冲突的事物协调好，最能体现大智慧。从这个意义上说，把原本认为尖锐对立的“市场”和“社会主义”结合起来，确实体现了中华民族的大智慧；而在社会主义市场经济框架下发展文艺，协调好文艺与市场的关系，同样需要大智慧。如果说“社会主义”与“市场”的协调关乎国家整体发展战略，那么，文艺与市场的协调则首先关乎国家文化发展战略。已有不少现象表明，市场给文艺发展所带来的，既有积极影响也有消极影响，有鉴于此，理论界强调，文艺要“面向”而“进入”市场，但不要“顺从”而“依附”市场。文艺商品及其生产的“交换价

值”和“使用价值（认识价值、审美价值）”的“二重性”，构成了文艺与市场基本的价值冲突。协调两者关系，事关多方，而文艺创作者要树立正确的价值观，充分发挥文艺提升道德境界和引领自由创造的社会功能。

首先，正视和认清文艺与市场的价值冲突，要对文艺本身的价值有较为全面的认识。历史地看，早期社会主义建设是在计划经济下进行的，文艺的政治意识形态属性和认识价值被特别强调，而文艺与市场（经济价值）的关系总体上未进入领导者和理论家的视野。深谙市场运作之道的马克思，在《资本论》第四卷（《剩余价值理论》）第一册“关于生产劳动和非生产劳动的理论”部