[首都师范大学艺术与美育研究院协办]

主持人语:

本期发表了张宝贵、祁志祥两位教授的文章。前者围绕“艺术”和“商品”之间的悖论性关系,以“艺术一旦成为商品”作为设问,思辨性地探讨了马克思《资本论》所深刻揭示的美学问题。后者则以历史叙事的方式,借由对马克思主义唯物论美学在现代中国传播与崛起的考察,复现了中国马克思主义美学话语的生成形态。两篇文章虽然针对的问题不同,但又分别在不同问题的讨论中,共同向我们提示了两方面值得继续深化的经验:一是只有在思辨的理论精神引导下,马克思主义美学的中国式转化及其现实展开,才能在经典理论与当下问题的对接中获得真正的确立。二是中国美学的当代建构,同样表现为一个历史生成的过程,对历史的回望不仅有其知识学的意义,同时也构成我们积极面对当下理论问题的现实前提。(王德胜)

艺术一旦成为商品

——《资本论》美学思想探绎

张宝贵

摘 要: 马克思在《资本论》中虽然没有直接对艺术问题发表意见,但联系为此做的笔记包括以前的著述,却可以见出《资本论》里潜含着丰富的艺术思想。特别是在艺术可否成为商品的问题上,马克思似乎承认了这个事实,又因其“本性”不予考虑。究其缘由,艺术在使用价值方面当有本位属性和附加属性之分,物性的后者可以用“社会必要劳动时间”予以计量,审美的前者则处于价值的模糊地带。于是便有了一个奇怪现象,艺术一旦成为商品,价值却无可计量;一旦可以计量,却又不是艺术,此即为艺术商品的内在悖论。这应该是《资本论》“撇开”艺术不谈的根本原因,也是艺术商品化引发众多争议的逻辑节点。

关键词: 资本论;艺术商品;本位属性;附加属性

中图分类号:A811.2 **文献标识码:**A **文章编号:**1004-9142(2023)05-0040-14

作者简介:张宝贵,复旦大学中文系教授、博士生导师,文学博士。

基金项目:本文系国家社科基金重点项目“马克思本体论生活美学思想及其当代价值研究”(18AZW005)阶段性成果。

一、研究《资本论》美学是否可行

谈马克思《资本论》的艺术观，将艺术和商品联络到一起，似乎有欠允当，容易被怀疑为无根游谈。这并非没有道理。《资本论》主攻的目标毕竟是现代资本生产，艺术不是它的研究对象，甚至对艺术本身都没发表过言论。比如第一章“商品”，共有 12 处引用或涉及过艺术，但均用作修辞、类比，功能只在于论证，对艺术究竟为何物确实只字未提。

当然，就此说《资本论》与艺术思想毫无关涉，也并非事实。写作此书期间，马克思回应过艺术成为商品的事实，也透露过其中的道理和后果。这对了解艺术的特性及其在现代社会中的命运，极具现实价值。比如 1863—1864 年他为《资本论》第一册撰写的手稿中，保留下 1861—1863 年《政治经济学批判》手稿中的一段话：

> 弥尔顿创作《失乐园》，他是非生产劳动者。相反，为书商提供工厂式劳动的作者，则是生产劳动者。弥尔顿生产《失乐园》，像蚕生产丝一样，是**他**天性的表现。后来，他把这个产品卖了五镑，就此而言他成了商品交易者。但是，在书商指示下生产书籍（例如政治经济学概论）的莱比锡的无产作家却近似于一位生产劳动者，因为他的生产从属于资本，而且只是为了使资本增殖价值而进行的。像鸟一样唱歌的歌女是非生产劳动者。如果她为了货币而出售自己的歌唱，她就因此而成为雇佣劳动者或商品交易者。但是，同一个歌女，被剧院老板雇用，老板为了赚钱而让她去唱歌，她就是生产劳动者，因为她直接**生产**资本。①

按马克思的分析，艺术成为商品有两种情况：一是艺术家作为“雇佣劳动者或商品交易者”，卖出了自己的作品，别管出于天性自由歌唱，还是目的落在交易，只要作品介入交换活动，即为商品，这时，他是“非生产劳动者”。二是作为“生产劳动者”，艺术家为“老板雇用”，且目的直指资本，直指剩余价值，这时的作品即为现代意义上的商品。

为什么要说“现代意义”？是因为马克思通过历史考察，发现商品资本在以往，像犹太人游走于“古代世界的空隙中”一样，虽存在，却“处于从属地位”。② 到了现代社会则迥异从前，资本以“拜物教”的姿态霸凌天下，大有将一切卷入商品漩涡之势，包括艺术。马克思称此时势为劳动对资本“形式上的从属”，说艺术这类“非生产劳动”无论怎样独立或特殊，哪怕“事实上还不从属于这种生产方式的关系也在概念上从属于这种生产方式了”，③都要为剩余价值做贡献。就像北京大学一对教师夫妇隐居深山 17 年，本想远离世事尘嚣、恪守本己，可最终毕竟还要走出来；鲁滨逊受困孤岛，虽孑然一身，但还是要拿出账簿、墨水来记账，演示世俗逻辑。所谓大势所趋，不外如是。

艺术总是特定时代的艺术，在资本波潮洗刷之下，艺术自会留下现代资本社会特有的印记。马克思在《资本论》第三卷和 1862 年为第四卷理论史部分撰写的手稿中，直接宣告过艺术在现代商品社会必然面对的命运，间接揭示出艺术在时代风潮下展露出来的特性，尽管答案总是云过星空，若隐若现。

> 撇开真正的艺术家工作不说（按照事物的本性来说，这种艺术家工作的考察不属于我们讨论的问题之内），不言而喻，不同生产部门，按照它们的技术特点，需要有不变资本和可变资本的不同比率，所以活劳动在一些部门必然占有较多的位置，而在另一些部门必然占有较少的位置。④

① 马克思：《1863—1865 年经济学手稿》，《马克思恩格斯文集》第八卷，人民出版社 2009 年版，第 526-527 页。
② 马克思：《资本论》第一卷，人民出版社 2018 年版，第 97 页。
③ 《马克思恩格斯文集》第八卷，人民出版社 2009 年版，第 524 页。
④ 马克思：《资本论》第三卷，人民出版社 2018 年版，第 859 页。

> 因为施托尔希不是**历史地**考察物质生产本身，他把物质生产当作一般的物质财富的生产来考察，而不是当作这种生产的一定的、历史地发展的和特殊的形式来考察，所以他就抽去了自己立足的基础，而只有在这种基础上，才能够既理解统治阶级的意识形态组成部分，也理解这种一定社会形态的自由的精神生产。他没有能够超出泛泛的毫无内容的空谈。而且，这种关系本身也完全不像他原先设想的那样简单。例如，资本主义生产就同某些精神生产部门如艺术和诗歌相敌对。不考虑这些，就会坠入莱辛巧妙地嘲笑过的18世纪法国人的幻想。既然我们在力学等等方面已经远远超过了古代人，为什么我们不能也创作出自己的史诗来呢？于是出现了《亨利亚德》来代替《伊利亚特》。①

马克思广为人知的这两段话，道出了《资本论》不以艺术为案例的原因。按他的理解，这个原因即是艺术的“本性”与精神生产、与艺术生产“相敌对”。艺术成为商品虽是大势使然，却由于这种敌对性质，表现资本生产的特点时难免不突出、不典型，这就是他“撇开真正的艺术家不说”的初衷所在。

这一点很明确，令人困惑的是，真正的艺术家、艺术的“本性”为何？商品和资本生产在哪些方面与艺术的本性敌对？艺术和商品存不存在两不相害、相互成就的可能性？或者说，歌女必然不能在资本家的剧院像鸟儿一样自由地吟唱吗？这些既是现实的问题，更是理论的问题。马克思在《资本论》中没有直接回答，却通过对商品，对资本生产、流通等重要环节和关键因素的分析，告诉了我们很多。

马克思告诉我们的，首先是一种读解《资本论》的方法，也就是他批评施托尔希时采用的“历史”方法，即立足于特定历史时期特定的物质生产方式，来理解特定社会形态下艺术“自由的精神生产”。这应该不是阿尔都塞从哲学角度进入《资本论》的“有罪的阅读”，②该是踩循马克思足迹的一次远程行走，是从马克思政治经济学角度反观艺术的尝试。休伯特·史密斯（Hubert Llewellyn Smith）曾做过类似工作，他并未讨论“艺术和美的终极原因、终极本质”，而是小心翼翼地就艺术表现的物质材料，就这种材料“生产和分配的特殊规律和走势”来理解艺术。③ 当然，史密斯所理解的经济科学并非是马克思的经济科学，只是他所采用的方法，或可借鉴。

第二种是阿尔都塞概括出来的征候阅读法。据他自己说，这是马克思阅读古典政治经济学理论采用的方法，那就是在既定或原有的理论框架内，读出新问题。

> 总问题领域把看不见的东西规定并结构化为某种特定的被排除的东西即从可见领域**被排除的东西**，而作为被排除的东西，它是由总问题领域所固有的存在和结构**决定**的。看不见的东西禁止和压制了某种领域对它自己对象的反思即总问题对它的对象之一的内在的必然关系。燃素说化学理论中的氧气或者古典经济学中的剩余价值或“劳动价值”的规定也是如此。这些新的对象和问题在现存理论领域内必然是**看不见的**，因为它们不是这一理论的对象，因为它们是**被理论拒绝的东西**，因而必然是与这个总问题所规定的看得见的领域没有必然联系的对象和问题。④

马克思对古典经济学的症候阅读，总带有批判的意味。比如对剩余价值、劳动价值的重笔皴挫，不是古典经济学对此类问题不以为然，是真的没看到，所以马克思下笔毫不容情。我们读《资本论》不采用这层意思，因为马克思并非无视艺术，他看到了，而且有结论，只是艺术体现资本生产方式不典型，所以当作例外被“撇开”，进而成为《资本论》中“看不见的”东西。这和马克思对待古典政治经济学的方法完全不一样。我们也只是在马克思对艺术的处理方式当中，进行征候阅读，意思就是说，他有对艺术

① 马克思：《剩余价值理论》，《马克思恩格斯全集》第三十三卷，人民出版社2004年版，第346-347页。
② 阿尔都塞等：《读〈资本论〉》，李其庆、冯文光译，中央编译出版社2017年版，第4页。
③ Hubert Llewellyn Smith, *The Economic Law of Art Production*, London: Oxford University Press, 1924, p. 6.
④ 阿尔都塞等：《读〈资本论〉》，李其庆、冯文光译，中央编译出版社2017年版，第17页。

的态度,只不过处于隐形状态,我们所做的,就是把这种态度拉出来,使之被人“看见”。

二、艺术产品的本位属性与附加属性

《资本论》第一章以“商品”开篇,后人有很多争议。大卫·哈维说这样做未免“奇怪”“随意”。[①] 广松涉说,“无论在历史上还是在逻辑上都应该‘一般生产’先行……与生产是人的主体性活动相比,商品则是物的客体性存在”,从物开始,“马克思在哲学上岂不产生了惊人的动摇?”[②]马克思怎么想的,与我们的话题无关,但从商品起始,从商品这个“物”开始,确实会影响到对艺术的看法。它把艺术家、艺术生产过程撇在一边,将其产品推到人们面前,不问其他,只问产品本身可否成为商品。

答案似乎是肯定的。因为按马克思从质、量两方面的规定看,艺术作品或产品,至少在“质”上符合商品的条件,或者说,它们具备使用价值。什么是使用价值?马克思在下面的这些话中交代得很清楚。

> 商品首先是一个外界的对象,一个靠自己的属性来满足人的某种需要的物。这种需要的性质如何,例如是由胃产生还是由幻想产生,是与问题无关的。
>
> ……
>
> 物的有用性使物成为使用价值。但这种有用性不是悬在空中的。它决定于商品体的属性,离开了商品体就不存在。因此,商品体本身,例如铁、小麦、金刚石等等,就是使用价值,或财物。[③]

商品是“物”,是“商品体”,它的使用价值就是它的“有用性”,也就是“靠自己的属性来满足人的某种需要”。

摆在我们面前的第一个问题是:艺术产品是“物”吗?回答起来并不容易。

绘画、雕塑、建筑这类视觉艺术无疑符合这个条件,它们占据着空间,是静止的,有形有色的,老老实实就在我们眼前。音乐艺术呢?舞蹈、戏剧艺术呢?情况就复杂了一些,音乐是声音的流动,舞蹈是身体的流动,戏剧是言语和身体的综合流动,它们不是我们平时理解的“物”,不是静止的,一旦静止,一个音符不是音乐,一个造型不是舞蹈,两个加在一起也不是戏剧。最麻烦的是文学,《红楼梦》肯定不是案头的那本书,它需要我们去看里面的文字,或听文字的声音,但文字和声音也不是文学,它要我们通过大脑,去认知、联想或想象文字或字音承载的画面、动作、姿态、声音、情感、情节等,任何一个都不能拆分、静止下来,否则就不是小说,不是诗歌,显然这更不是“物”,而是一个更为复杂的综合艺术。

艺术产品作为“物”,似乎只能是占有空间,或者占有时间,或者同时占有空间和时间的“物”。我们平时只是在空间上理解物,但理解艺术时,必须加入时间。实际上,“物”(ein Ding,a thing)在德语或英语中,也有“事情”“行动”“自在之物”之义。而且,在马克思的哲学中,时间是把抽象对象从脑袋里拉回现实的重要力量,“时间是把一切确定的定在加以抽象、消灭并使之返回到自为存在之中”,商品、艺术产品之为“物”,也该当作如此解。甚至视觉艺术作品,也是时空之物,要和人的感觉发生关系,因为**“人的感性就是形体化的时间,就是感性世界的存在着的自身反映”**。[④]在这个意义上,艺术产品和其他“商品体”一样,都是时空存在形式,铁、小麦、金刚石,静止的只是表象,空间中的运动才是它们的实质,它们无非是矿工、农民、淘金者的运动的静态表现形式。

这似乎是强行为艺术产品的“物”性辩护,的确是这样,否则艺术产品就不能符合马克思对商品的

---

① 哈维:《跟大卫·哈维读〈资本论〉》第一卷,刘英译,上海译文出版社 2014 年版,第 9 页。
② 广松涉:《资本论的哲学》,邓习议译,南京大学出版社 2013 年版,第 4 页。
③ 马克思:《资本论》第一卷,第 47、48 页。
④ 马克思:《德谟克利特的自然哲学和伊壁鸠鲁的自然哲学的差别》,《马克思恩格斯全集》第一卷,人民出版社 1995 年版,第 52、53 页。

基本规定。但辩护与否并不重要,重要的是辩护的结果,逻辑上是否自洽。从马克思所用“物”(ein Ding)这个词来看,它和“物质”(Materie)还不一样,Materie 就是我们平常以为的“物”“物性”,和精神、意识相对的“物”,马克思所讲的“物质生产”(der materiellen Produktion)用的就是这个物质,和“精神生产”不一样。这时候,作为商品的 ein Ding,不分物质、精神,是作为认知,这里是作为经济科学认知的“对象”(Gegenstand),本来的时空属性全部抹除,就像手术台上的标本,是个死物。海德格尔批判科学认知,说它认知到的只是“现成品”,就是这个意思。艺术作品即为此“物”,不管它们本来的时空属性如何具体、灵动、特殊,此时只能简简单单作为一个摆在我们面前的“对象”,和铁、衣物等一般商品体并无区别。

当然,这只是在认知思维中发生的情形,实际存在的艺术作品,其本身携带的时空属性依然存在,也正是这些“自然属性”的实际存在,才使艺术作品和其他商品区分开来,就像铁不同于上衣,各种商品的区别,在其属性蕴含的功能,也就是它们的“有用性”。

所以第二个问题是:艺术产品的“有用性”来自哪里?和其他商品体一样,是艺术产品本身被开发出来的“属性”,使它具有了“有用性”,即使用价值。这是从“质”的方面看的,从“量”的方面看,每一部艺术作品也和其他商品体一样,“都是许多属性的总和,因此可以在不同的方面有用”。[①]这就意味着,艺术产品一旦成为商品,天然尊重各种购买动机,直接地说,可以买来供欣赏消费,可以买来炫耀品味,炫耀实力,当然也可以买来作为扩大再生产的资本。

第三个问题是:不管购买者的动机何在,艺术产品作为“有用性”的基本属性是什么?马克思的回答也很清楚,是满足“由幻想产生”的需求。下面他还加了一个注释,引自重商主义者巴尔本的话:

> 欲望包含着需要:这是精神的食欲,就像肉体的饥饿那样自然……大部分〈物〉具有价值,是因为它们满足精神的需要。[②]
>
> (There are two general uses by which all Things have a Value: They are either useful to supply the Wants of the body, or the Wants of the mind.)[③]

马克思这个注释显然是为了说明幻想、精神的需要也是商品的属性,这不同于其他一般商品的属性。这里先需要确认的一个事实是,艺术作品是幻想或精神的产品吗?答案无疑是肯定的。从《巴黎手稿》《德意志意识形态》《政治经济学批判》到《资本论》,艺术一直是作为“意识形式”“意识形态的形式”“精神生产”“非生产劳动”等,与物质生产(der materiellen Produktion)相区别,它是精神的运作方式,产品也是精神产品。于是便可以得出一个结论:按马克思经济学的思路,艺术作品的基本属性也满足成为商品的条件,尽管针对的不是马克思最为关注的物质方面或“由胃产生”的需要。

由前面三方面的问题,特别是第二、第三个问题,还可以得出一个微观的结论:既然商品体因其属性而“有用”,从而具备使用价值,那么,由于艺术产品的基本属性在观念,在意识,在精神,包括精神感觉,它的使用价值似乎就可以分为两类:一类是满足直接需要、内部需要或者本位需要,即精神的需要,指交换者直接消费这种精神性使用价值;一类是满足间接需要、外部需要或附加需要,也就是处于艺术作品基本属性之外的需要。

内部需要好理解,艺术美学史上对艺术的本位思考均属此列。抛开诸多分歧不论,一些共识性的看法主要包括:一、艺术是自由、无利害感(非功利性)的,康德、席勒、马克思、杜威、唯美主义者等在这一点上都同意。二、艺术的直接性或非话语性,庄子讲的“大美无言”,杜威讲的“无法言传”等。三、艺术

① 马克思:《资本论》第一卷,第 48 页。

② 转引自马克思:《资本论》第一卷,第 47-48 页。

③ Nicholas Barbon, *A discourse Concerning Coining the New Money Lighter in Answer to Mr. Lock's considerations about Raising the Value of Money*, &c., London: Printed for Richard Chiswell, 1696, pp. 2-3.

是有意味的形式(克莱夫·贝尔,苏珊·朗格等),让色彩、构图、造型、声音、动作等本身说话。四、艺术是某种趣味的感性表现,比如欧洲古典时期或传统中国绅士阶层钟爱的优雅韵致,本雅明、维特根斯坦、福柯、舒斯特曼等表达的"震惊"或断裂感,也属此列。其中最根本的是第一点,即不带功利色彩的自由性,马克思早期谈的自由风格,创作、劳动以自身为目的,中后期讲的"自主劳动",劳动本身为第一需要等,说的都是精神层面的审美自由,没有了这种自由,也就没有了美,不成其为艺术。对自由感的满足,无疑是艺术需求的内部依据。比如大收藏家沃格尔夫妇对艺术品的钟爱,甚至占据了他们生活的首要地位,牛顿对微积分的兴趣就在微积分本身,连这方面创造性的成就——手稿,都可以随手扔在废纸篓里。

外部需要却不是这样。一旦对艺术品产生外部需要,就意味着艺术作品的基本或本位属性已经消失,成为抽象的 ein Ding,和其他商品一样,满足外部需要的艺术作品,此时可以被任何动机来左右,无论是金钱的、肉欲的、地位的、炫耀的,等等。既然艺术作品具有 ein Ding 这种"物"的属性,它们可以满足这方面的需要,也并不是匪夷所思的事情。

于是就可以肯定,艺术产品作为"物",由其属性而具备"有用性",也就是可以具有使用价值,不管满足的是外部还是内部需要。同时也要清楚,使用价值只是成为商品的一个方面,一个必要条件,真正决定艺术产品成为商品的,是看它是否具备交换价值。

三、艺术审美价值的量度

理解商品的交换价值,先要弄清"消费"环节。消费承接需要而来,没有需要也就没有消费。人的需要是没有止境的,很多需要是幻想,一定情形下都要落空,比如太空旅行,现在只看到希望,尚不能满足。有的需要则可以满足,想看《红楼梦》,借来或买到了,读它,就是消费。这时,《红楼梦》的使用价值就在消费(阅读)中得以实现。所以马克思说:

> 使用价值只是在使用或消费中得到实现。不论财富的社会的形式如何,使用价值总是构成财富的物质的内容。①

需要注意的是,虽然"物"的使用价值在消费中实现了,但使用价值的消费,并不保证此"物"一定就是商品。马克思将不是商品的物,区分为三种情况:

> 一个物可以是使用价值而不是价值。在这个物不是以劳动为中介而对人有用的情况下就是这样。例如,空气、处女地、天然草地、野生林等等。一个物可以有用,而且是人类劳动产品,但不是商品。谁用自己的产品来满足自己的需要,他生产的虽然是使用价值,但不是商品。要生产商品,他不仅要生产使用价值,而且要为别人生产使用价值,即生产社会的使用价值。〔而且不只是简单地为别人。中世纪农民为封建主生产作为代役租的粮食,为神父生产作为什一税的粮食。但不管是作为代役租的粮食,还是作为什一税的粮食,都并不因为是为别人生产的,就成为商品。要成为商品,产品必须通过交换,转到把它当做使用价值使用的人的手里。〕②

第一种情况指的是自然产品,它们是自然赐予人的,没有经过人为加工,像阳光、空气、野生动物等,它们有使用价值,却不是商品。除非经过"人为"占有与分配,进入交易环节,成为资本原始积累。但这

① 马克思:《资本论》第一卷,第 49 页。
② 马克思:《资本论》第一卷,第 54 页。

是后话,暂且不论。

第二种情况讲的虽然是人工的劳动产品,而且有用,具有使用价值,但只是供生产者自己消费,这种产品具备使用价值的一切要素,却仍然不是商品。农民种粮食自己吃,是这种情况;艺术家创作出作品供自己情感释放、欣赏,束之高阁,藏之深山,甚至最后毁掉作品,也是这种情况。这时候的艺术作品并非商品。

第三种情况更进了一步,劳动(人工)产品不是供自己消费,而是供别人消费,像恩格斯在方括号里加的一段话所讲,给别人消费的时候,不是通过交换,而是通过某种依附关系供人消费。如宫廷画家为君主或贵族画画,供他们欣赏消费,这时的艺术产品和别人发生关系了,有了"社会的使用价值",仍然还不是商品。

艺术产品若想成为商品,如恩格斯所讲,"必须通过交换",是一种使用价值与另一种使用价值的交换,它的使用价值不是生产者自己消费,也不是出于某种依附关系被迫供他人消费,而是一个人拿着自己的产品与另一个人的产品自由交换,你情我愿,这种情况下,艺术产品才成为商品。问题是,艺术产品可以用来交换吗?

从事实来看,答案似乎不言而喻。无论是在历史上的"空隙中",还是现代以来艺术生产的流行实况,都有艺术产品交易或交换的情况存在。而且在伦勃朗时代的荷兰,"占主导地位的是面向自由市场的艺术品生产",屠夫、面包师乃至农民也都会去集市上找画家买画。[①] 清代画家任熊、费丹旭也都曾在"街边摆卖画作",或"于货摊小店挂画出售",明代唐寅甚至就是靠卖画为生。[②] 这种交换使艺术产品具有了交换价值,成为事实上的商品。

那么,交换根据什么标准进行的呢?一般情况下,一个人总不会拿一栋别墅去换一斤大米,换若干吨或许还可以考虑。这里面考虑的便是交换价值,体现为数量。马克思说:"交换价值首先表现为一种使用价值同另一种使用价值相交换的量的关系或比例",[③]指的就是这点。使用价值考虑的是"商品的几何的、物理的、化学的或其他的天然属性",或者说"物体属性",以供消费使用。交换价值却不然,它考虑的只是交换时"量的关系或比例",一栋别墅换多少吨大米,自己满意,对方也满意。考虑这个问题时,双方只关心量,别墅、大米这类使用价值此刻不在考虑之内。马克思说:"作为使用价值,商品首先有质的差别;作为交换价值,商品只能有量的差别,因而不包含任何一个使用价值的原子。"意思就是说,假如一栋别墅换 50 吨大米双方都满意的话,这个量的比例不在于别墅供人居住,大米供人食用,而在于二者之间"有一种等量的共同的东西",[④]我们知道这就是交换价值,但它具体是什么?

马克思的回答很明确,交换价值就是凝结在商品身上的抽象人类劳动。供消费使用的商品"天然属性"有质的区别,所以要交换;交换只能考虑两件商品相同的东西,在马克思看来,这个相同的东西即是二者身上都体现着人类劳动,二者都是劳动的结晶。可是,商品所凝聚的劳动摸不着看不见,是"幽灵般的对象性",是抽象的,又如何在"量"上计算呢?马克思说有办法,看劳动所持续的时间。假如一栋别墅和 50 吨大米所需的劳动量,都是 365 天,二者交换的数量比例,就是根据这个天数而来。

> 使用价值或财物具有价值,只是因为有抽象人类劳动对象化或物化在里面。那么,它的价值量是怎样计量的呢?是用它所包含的"形成价值的实体"即劳动的量来计量。劳动本身的量是用劳动的持续时间来计量,而劳动时间又是用一定的时间单位如小时、日等做尺度。[⑤]

① 阿尔珀斯:《伦勃朗的企业:工作室与艺术市场》,冯白帆译,江苏凤凰美术出版社 2014 年版,第 143 页。
② 高居翰:《画家生涯:传统中国画家的生活与工作》,杨宗贤、马琳、邓伟权译,三联书店 2012 年版,第 50-54 页。
③ 马克思:《资本论》第一卷,第 49 页。
④ 马克思:《资本论》第一卷,第 50 页。
⑤ 马克思:《资本论》第一卷,第 51 页。

但是这里还有一个麻烦，比如说生产大米的农民偷懒，产出 50 吨大米他花费了 400 天，是不是 50 吨大米的交换价值就上涨了呢？当然不是。马克思说，交换价值所依据的劳动时间，不是指商品生产的个别劳动时间，而是社会必要劳动时间，这种劳动时间“是在现有的社会正常的生产条件下，在社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下制造某种使用价值所需要的劳动时间”，“可见，只是社会必要劳动量，或生产使用价值的社会必要劳动时间，决定该使用价值的价值量”。[①] 50 吨大米的劳动时间，不是根据这位偷懒的农民或另一位勤快的农民的个别劳动时间，而是根据相同劳动条件下所有农民的平均劳动时间来计量。

既然艺术产品具备使用价值的一切条件，在事实上也常常出现在交换市场，按马克思的商品理论，它们的交换价值当然也要依据社会必要劳动时间来计量。问题就在这里出现了。

第一个问题是，创作时间难以平均化。艺术创作不像物质生产，物质生产在相同劳动条件下，哪怕有个别人偷懒，体力有差异，生产相同数量的大米，所花费的劳动时间差异也不会太大，有差异也容易处理，因为“工人的平均熟练程度，科学的发展水平和它在工艺上应用的程度，生产过程的社会结合，生产资料的规模和效能，以及自然条件”等劳动生产力要素，[②]都是可以计量的。这些属于康德所讲“现象界”内进行的事情，可以用知性来规约。比如农民耕种的熟练程度，相同劳动时间干多少活儿，或相同生产量花费多长劳动时间，都可以此衡量出来。

艺术创作则不然，它属于马克思所讲的“精神生产”，主要是在康德所谓主观自由的世界发生的事情，只和人的感觉有关，而“不是认识判断”，[③]量化的知性进入不了这个世界。“诗囚”贾岛“两句三年得，一吟双泪流”所写的《送无可上人》，交换价值一定就超过了“诗仙”李白酒后很快写出的《将进酒》吗？恐怕谁都不会这样想，更不会说李白在偷懒。同样，“对伦勃朗这位艺术家而言，其作品的创作过程往往是长期而艰苦的。《犹太新娘》就是一个很好的例证”。[④]现代艺术家则不同，他们“通常可以在一天之内完成作品”，[⑤]按职业拍卖师菲利普·胡克的说法，却也不能根据创作时间长短来衡量伦勃朗和波洛克作品的高下。

当然，这并不是说创作时间就被排除在交换价值之外。石涛在写给友人的信札中论及自己画作的价格，说通常屏画“以二十四金为一架”，但一幅连续构图的“通景”屏画，“要五十两一架”，理由就是这样的画需要更多的时间和精力。[⑥]这也如胡克所言，“同一名艺术家的两份作品，它们有着相同的美学价值，那么尺寸更大的那幅画最后将会被认定经济价值更高”，[⑦]里面考虑更多的同样是创作时间因素。这种情况说明，马克思用社会必要劳动时间来衡量艺术产品交换价值，仍然会起一定作用，但并不意味着艺术创作时间可以进行平均化处理。艺术生产作为精神生产，同物质生产相比最大的不同在于，技术熟练程度、创作环境、创作条件、创作手段等，这类可以量化的因素哪怕都具备了，也不可能保证同一艺术家在不同时间创作出同样高质量的作品，更不用说这些条件放在不同艺术家身上出现的情形，比如给贾岛喝酒恐怕诗都写不出来，李白也不是每一次醉酒都能产出好的诗篇。就像精神和物质的区别，艺术生产本就不能拿时间量度去权衡。这样去权衡了，度量出的也只能是艺术生产的外部属性，本位的精神流动仍在尺度之外。

第二个问题是，非但艺术创作本身，其产品同样无法量化。艺术产品作为精神生产的“凝结”物，可以测量的只是它们的外部属性，如绘画尺幅的大小，戏剧表演及音乐演奏时间的长短、节奏变化，如此等

① 马克思：《资本论》第一卷，第 52 页。
② 马克思：《资本论》第一卷，第 53 页。
③ 康德：《判断力批判》，邓晓芒译，人民出版社 2002 年版，第 37–38 页。
④ 阿尔珀斯：《伦勃朗的企业：工作室与艺术市场》，第 9 页。
⑤ 菲利普·胡克：《苏富比的早餐：职业拍卖大师写给你的艺术启蒙》，程涵、周易译，北京联合出版公司 2018 年版，第 201 页。
⑥ 见郑为：《论石涛生活行径、思想递变及艺术成就》，《文物》1962 年第 12 期。
⑦ 菲利普·胡克：《苏富比的早餐：职业拍卖大师写给你的艺术启蒙》，第 204 页。

等,但身体与精神融汇一体的审美感觉,或者说美,这种艺术本位属性却是无法计量的。物质产品可以用马克思说的“标准质量”来衡量,[①]比如说一吨大米和五吨高粱,互换起来没有问题,它们的质量是均质的。艺术产品却不然,凝结在它们身上的美流动不居,无法复制,独一无二。历史上人们对这一点的认识已经非常深入,庄子讲“天地有大美而不言”,说“可以言论者,物之粗也;可以意致者,物之精也;言之所不能论,意之所不能察致者,不期精粗焉”,[②]约翰·杜威同样也讲,经验结果的那种审美特质,是一种“不可预测和不可言传之流”,[③]其实指的都是语言这种理性规则,无法计量艺术产品的流动之美。这就是说,艺术产品并非均质,不可量度。

实际上,现代经济学很早就确认了这个事实。胡克就讲:“艺术是神奇的、超脱的,并且因其不可定价和不可量化而总能物超所值。”[④]二十世纪初,休伯特·史密斯先是用专业领域的不同,拒绝了艺术产品使用价值的定量问题,说“我们无须探究美和艺术现象的终极本质与原因,那是审美哲学而非经济学的正当研究对象”。[⑤] 但后来他又解释了这种近于推诿的做法,源自量化方面的难处。

> 那些伟大的艺术家和诗人都有个共识,艺术与美借行为展示自身,但其意义却无法言传……
>
> 学经济的学生都明白,现代经济学理论中“有用性”这个词(例如斯坦利·杰文斯及其后继者所持主张)没有任何伦理学甚或定性方面的内容。这意味一篇文章若为人们愿望的对象,测量它时所采用的纯粹量的标准,只能是愿望享有或消费时的满意度或满足度。对杰文斯而言,所有经济学理论无非是“快乐与痛苦的计算”。可是,这种粗陋的有用性观念,远不能胜任艺术作品的经济分析工作。[⑥]

杰文斯(William Stanley Jevons)边际效用理论或许真的“粗陋”,但史密斯也并未摆脱愿望计量的困境。他们还不如当代经济学理论处理此类问题时的明快,就像苏黎世大学经济学教授弗雷(Bruno S. Frey)所讲,“经济学家不能,也不愿意告诉什么是‘好的’,什么是‘坏的’艺术;这不在他们的专业范围之内,应该留给那些有着合适的理论来回答有关艺术质量的学科(例如哲学)”。[⑦] 这等于间接承认了艺术产品的不可计量性,承认了艺术产品的本位“有用”属性,只能采用康德的鉴赏判断,好或坏,只存在情感态度和强度上的差异,不存在数理方面的精确量度。所以戴夫·比奇(Dave Beech)才会说,“确定性是艺术判断挥之不去的痛,这也是休伯特·史密斯为其辩护时弄巧成拙的原因所在”。[⑧]这种“痛”,指的就是艺术产品的不可计量,经济方法无法介入,这也是比奇“经济例外论”的由来之所。

采用经济学方法,不可计量的只是艺术产品的本位属性,也就是所谓审美价值,但其附加属性或外部属性却是可以计量的。

当然,部分渴望知音的艺术家、欣赏者,包括有些野心勃勃的经济学家,希望产品的交换价值能兑现艺术本位的审美属性。前者在历史上大有人在。比如清初专治云龙的画家周璠,曾于黄鹤楼标价纹银100两卖画,终有人赏玩后要买,说“诚须一百两”,周璠激动不已,当即把画一卷,白送此人,慨叹说“璠非必得百金也,聊以觇世眼耳。公能识之,是璠知己也,当为知己赠,璠非必得百金也”。[⑨] 此类知音心

---

① 马克思:《资本论》第一卷,第201页。
② 《庄子注疏》,郭象注,成玄英疏,中华书局2011年版,第392、311页。
③ 约翰·杜威:《经验与自然》,傅统先译,江苏教育出版社2005年版,第77页。
④ 菲利普·胡克:《苏富比的早餐:职业拍卖大师写给你的艺术启蒙》,第7页。
⑤ Hubert Llewellyn Smith, *The Economic Law of Art Production*, p. 15.
⑥ Hubert Llewellyn Smith, *The Economic Law of Art Production*, p. 16, p. 18.
⑦ 布鲁诺·弗雷:《艺术与经济学:分析与文化政策》,易晔、郝青青译,商务印书馆2017年版,第25页。
⑧ Dave Beech, *Art and Value: Art's Economic Exceptionalism in Classical, Neoclassical and Marxist Economics*, Leiden: Brill Rodopi and Hotei Publishing, 2015, p. 38.
⑨ 张庚、刘瑗撰:《国朝画征录》,祁晨越点校,浙江人民美术出版社2011年版,第95页。

愿当然是从艺术本位出发才会有,应该是中国传统文人,特别是业余画家的普遍心态,[①]当然也是马克思的意思。他说:“没有一个物可以是价值而不是使用物品。如果物没有用,那么其中包含的劳动也就没有用,不能算做劳动,因此不形成价值。”[②]如果放在艺术商品身上,马克思这里讲的,即是艺术产品的交换价值应该匹配其本位的审美价值。

经济学家实际上也希望如此。休伯特·史密斯尽管声称探寻艺术的终极原因,但最终还是希望能在交换价值上找到艺术产品不同于其他商品的独特之处,并从“人类劳动产品”“有用性”“统一性”“整体性”“审美性”五个方面,试图定位艺术产品的本位使用价值,但最终并未跳出杰文斯边际效用理论的窠臼,还是认为这种使用价值“唯一可能的计量标准是人们的判断而非物理恒量”,结果行使定价权力的仍不是客观规则,而是放在了“具有杰出判断力的少数专家”手里。[③] 菲利普·胡克同样如此。他虽然坚信“艺术品的品质总是与它最终的成交价格成正比”,也从真实性、颜色、感情影响力等十一个方面加以权衡。[④] 但他本人非常清楚并且也承认,艺术品的审美价值不可量化,更何况,这十一个标准当中的“画框”“尺寸”等,本就不是艺术产品的本位属性。

事实上,无论在历史上还是今天,艺术产品的可计量性交换价值,均依据的是艺术的附加属性或外部属性。布鲁诺·弗雷在这方面说得最为坦诚,他不像史密斯或胡克那样强不能为能,而是避开了对艺术本位属性的考量,干脆就用艺术机构、供求关系等外部属性来计量艺术产品的交换价值,甚至直言不讳地讲,一位歌剧演唱者“如果人们对她的艺术表演的需求低到她作为歌剧演唱者的工作时间为零,我们就无法把她归为艺术家的行列。同样,如果她的收入中很少一部分来自她的艺术活动,她也不能被称为一名艺术家”。[⑤] 话里面似乎没有丝毫人情味,但这或许就是艺术交换价值的真相。

四、艺术商品的悖论与命运

这样,我们就看到了两种艺术商品的计量方式。第一种方式看到了艺术产品的本位属性,也试图从这一方面给出艺术商品的交换价值,但精神产品的不可量化性,让艺术商品价值的时间计量尺度失效,转到人的主观判断身上。第二种方式依据艺术的外部属性而来,画幅大小、需求多少,等等,这类属性虽在交换价值上可做量化处理,可一旦这样做了,没有了本位属性的艺术商品就很难说是艺术了。就像买椟还珠,作为珍珠外部属性的装饰盒子的价值,当然已不是珍珠的价值。

当艺术成为商品时,价值却无可计量;当其价值可以计量时,却又不是艺术。这就是艺术商品内含的悖论。

为什么会有这个悖论?按马克思的思路,原因倒也不复杂,就是人的历时活动被变换成“物”,用物性的商品规则来权衡人的生命活动,或者说是用物的关系来代替人的关系:

> 商品形式在人们面前把人们本身劳动的社会性质反映成劳动产品本身的物的性质,反映成这些物的天然的社会属性,从而把生产者同总劳动的社会关系反映成存在于生产者之外的物与物之间的社会关系。由于这种转换,劳动产品成了商品,成了可感觉而又超感觉的物或社会的物。[⑥]

这里的表述比较抽象,《1844 年经济学哲学手稿》讲得却很明白。当时马克思引了歌德和莎士比亚

① 高居翰:《画家生涯:传统中国画家的生活与工作》,第 38-39 页。
② 马克思:《资本论》第一卷,第 54 页。
③ Hubert Llewellyn Smith, *The Economic Law of Art Production*, pp. 17-28.
④ 菲利普·胡克:《苏富比的早餐:职业拍卖大师写给你的艺术启蒙》,第 VI、179-206 页。
⑤ 布鲁诺·弗雷:《艺术与经济学:分析与文化政策》,易晔、郝青青译,商务印书馆 2017 年版,第 30 页。
⑥ 马克思:《资本论》第一卷,第 89 页。

的诗句,说明人的活动和劳动一旦成了物,用货币来衡量,就会发生这样的情形:“我**是**什么和我**能够**做什么,决不是由我的个人特征决定的。我**是**丑的,但我能给我买到**最美**的女人。可见,我并不**丑**,因为**丑**的作用,丑的吓人的力量,被货币化为乌有了。”这就是“物”的力量,它会抹平一切个性、变化、感性的东西,“是**个性**的普遍颠倒:它把个性变成它们的对立物,赋予个性以与它们的特性相矛盾的特性”。①人的劳动或活动产品变成商品后,就会发生这样的情形,所以马克思在《资本论》中再次将其定为“拜物教”,而且以肯定的口气说“劳动产品一旦作为商品来生产,就带上拜物教性质,因此拜物教是同商品生产分不开的”。② 他的意思无非是:物质产品生产者包括艺术家,一旦出于商品的目的进行生产,他们的活动个性,就得忍受被物性左右的代价,比如市场需要爽文,作家非要由着性子提供悲剧,产品命运就可想而知,用布鲁诺·弗雷的计量标准来说,这样的作家就完全有可能被剥夺作家的身份。

由之也可以推想马克思对此悖论的态度。相对失去自己本位属性的艺术商品,他倒是能够接受不可量化状态的艺术交易。早期马克思的这种态度表现得尤为明显,比如他针对现代物化世界就曾直言不讳地说:“我们现在假定**人**就是**人**,而人对世界的关系是一种人的关系,那么你就只能用爱来交换爱,只能用信任来交换信任,等等。如果你想得到艺术的享受,那你就必须是一个有艺术修养的人。”③这就是以一方的本位属性交换另一方的本位属性。在 1863—1864 年为《资本论》第一册写的手稿中,马克思对精神生产与物质生产进行区分,进一步确认了艺术商品的本位交换属性:

> 整个说来,这样一些劳动,即只能作为服务来享受,不能转化为与劳动者分开的、从而作为独立商品存在于劳动者之外的产品,但能够直接被**资本主义**剥削的劳动,——这些劳动同资本主义生产的大量存在相比是微乎其微的量。所以,可以把它们完全撇开不谈;只有在研究雇佣劳动时,在论及同时不是生产劳动的雇佣劳动的范畴时,才能考察它们。④

联系这段话前面马克思对弥尔顿、“无产作家”、歌女的分析,就该明白,艺术商品若不想失去自己的本位属性,须满足两个条件。第一,在生产方面,无论是弥尔顿还是歌女,均按“天性”创作,或“像鸟一样唱歌”。实际上,这就是无功利的生产状态。早期马克思说创作要“用**自己**的风格”,“作者绝不把自己的作品看作**手段**”,⑤后来讲的“自主活动”等,指的都是这个条件,都是让人释放个性,做自己愿意做的事情,而不是被活动之外的目的牵着鼻子走。第二,通过交换得到艺术商品的人也是一样,他买的是艺术的使用价值,不是“物”,不是交换价值;他是“享受”于作者构建的个性世界,游情山海,并驱风云,不是视之为手段,借此获取剩余价值或达到其他目的。他同样置功利于身外,有如马克思讲的资本家,他把歌女叫到家里,付给报酬,是聆听优美的歌声,沉浸于其中,不是借剧场门票换取超额利润,⑥也只有在如此情形下,他才丧失资本家的身份,保证了艺术的本位属性。

问题是,受内在悖论的影响,艺术商品在现代社会能保证自己的本位属性吗?马克思似乎并未否定这一点。他说艺术产品尽管不像均质的物质产品那样,可以独立于生产者的活动存在,就像同一品牌型号的轮胎,出自哪个工人之手区别不大,但毕竟不影响有人愿意购买艺术商品,“作为服务来享受”。只是在当时的社会条件下,马克思有个判断,说艺术这样的精神生产虽可创造剩余价值,可所占比却“微乎其微”,所以“完全撇开不谈”。联系前面“撇开真正的艺术家工作不说”,他都是针对艺术的本位属性而言,并断定如此情形下,资本利用艺术攫取的剩余价值并不多,意思大致是在现代社会掀不起什么风

① 马克思:《1844 年经济学哲学手稿》,人民出版社 2000 年版,第 143、145 页。
② 马克思:《资本论》第一卷,第 90 页。
③ 马克思:《1844 年经济学哲学手稿》,第 146 页。
④ 《马克思恩格斯文集》第八卷,第 527 页。
⑤ 《马克思恩格斯全集》第一卷,人民出版社 1995 年版,第 111、192 页。
⑥ 《马克思恩格斯全集》第三十三卷,人民出版社 2004 年版,第 142 页。

浪,顶多是个人雅好而已。然而马克思没有料到的是,进入二十世纪后,特别是随着消费社会规模的扩大,精神特别是艺术生产市场份额增长迅猛,他原来料想的"剥削",程度显然加深了,后人根据他的思路,对艺术商品的命运也有了更多、更具体的推想。

第一种推想是艺术终结论。这种观点主要由马克思的经济决定论推断而出,认为现代资本社会既然经济生产异化了,艺术商品也就在劫难逃,其本位属性必然遭致抹杀。法国哲学家科斯塔斯·阿克塞洛普斯(Kostas Axelos)阐释马克思相关思想时就讲,"艺术无非是精神生产的一种,受(物质)生产规律的制约,因而必然遭致异化。就此而论,当然要废除艺术"。① 废不废除艺术,马克思并无定论,但如前所述,马克思的确说过,在资本生产方式占统治地位的社会形态下,艺术生产势必与此适应,"在概念上从属于这种生产方式",②也就是说异化会渗透到社会各个环节。有趣的是阿克塞洛普斯就此得出一个推论,说艺术终结于观念,复活于生活:

> 生活本身将成为艺术,而无须变成那种**特指**的诗歌、艺术或审美。人们通过技术努力征服自然时得到的真理和美,不再需要用某种真理、诗歌或艺术之美,来作观念的补充。……黑格尔不是说不会再有艺术作品,所有艺术活动和艺术生产都会终止。他的意思无非是,艺术不再是我们的一种**绝对需要**,我们也无须以艺术、美感的形式来体现和表达某种精神内容。③

这倒的确是马克思的意思。从青年时代伊始到去世,马克思一直相信"美的规律"适用于人的各种生活方式,不唯独专属观念形式的艺术。阿克塞洛普斯这段话也直接取证于《德意志意识形态》中马克思和恩格斯对艺术与分工问题的讨论,里面说在没有社会分工的共产主义社会,就不存在艺术家这个说法了,人们都可以自由选择多种活动。④ 这时候,各种生活活动本身都变成了艺术。

相比阿克塞洛普斯的哲学推断,和卢卡奇齐名的米哈伊尔·里夫希茨(Mikhail Lifshitz),更多从经济学角度深入揭示出艺术商品异化的原因。他沿循马克思商品分析的思路,异常尖锐地批判了现代艺术,说"在现代艺术家的作品当中,奇谭怪想在不断取代作为价值源泉的生活描绘,令其成为理想的投机对象。资本进入这个领域的时候,利用波洛克的滴画或伊夫·克莱因交给收藏家的收据,代替绘画作为价值的简单符号,从根本上说,对绘画的审美价值仍是漠不关心"。里夫希茨的话是否言过其实姑且不论,他这里指出的问题却的确关键,艺术商品异化的根源,即在于对其本位属性——"审美价值"的漠不关心。如他后文所讲,资本社会关心的是交换价值,本位的使用价值如何,并不在考虑之列。"就资本主义的本质而言,它让一切商品的使用价值(或者说'worth')从属于交换价值。它让劳动质的一面向量的一面俯首称臣,让商品生产从手段变成目的",里夫希茨甚至还说,现代社会消费倾向尘嚣日上,实际上都是服务于交换价值的霸权,传媒、营销的专业化趋势,助长的就是这种"生产手段的生产"。⑤ 这才是艺术商品异化、艺术终结的根本原因。

第二种推想是艺术例外论。持这种观点的是英国艺术家戴夫·比奇教授。比奇并不赞成经济决定论,他承认"市场机制一定会在艺术世界鼓荡风云,但其他机制同样会起作用"。这种看法恐怕更多来自他的实际体会,所以才会借画廊老板和艺术家的关系得出进一步的结论:

> 画廊和艺术家之间的关系,并不是资本生产方式下产业资本家与雇佣劳动者之间的那种关系。

---

① Kostas Axelos, *Alienation, Praxis and Techne in the Thought of Karl Marx*, Translated by Ronald Bruzina, Austin & London: University of Texas Press, 1976, pp. 177-178.

② 《马克思恩格斯文集》第八卷,第 524 页。

③ Kostas Axelos, *Alienation, Praxis and Techne in the Thought of Karl Marx*, pp. 189-190.

④ 《马克思恩格斯全集》第三卷,人民出版社 1960 年版,第 460 页。

⑤ Mikhail Lifshitz, *The Crisis of Ugliness: From Cubism to Pop-Art*, Translated by David Riff, Leiden & Boston: Koninklijke Brill NV, 2018, p. 115, p. 116.

画廊老板并不从艺术生产本身,而是从艺术生产产品那里抽取利润,因此也无需给艺术家支付报酬。当然,画廊老板代表的仍是艺术经济流通和交换第一个阶段的资本。经纪人和画廊老板并非是产业资本家,他们是商业资本家。……艺术**在其生产中**是经济方面的例外。

比奇的意思无非是说,资本经济虽然在现代社会很重要,但它的力量无法入侵艺术生产,只能在产品的流通交换方面做文章。进而他又得出一个大胆的结论:"资本没有注入到艺术生产中来,意味着艺术生产在经济上保留着前资本主义的状态。"①这等于在否定经济决定论的同时,承认了多元的社会存在状态,至少前现代的艺术交易形式依然在现代社会延续着。为什么会这样?比奇没有讲,他只是借用《资本论》第三卷中有关产业资本和剩余价值理论的分析,摆明资本未能进入艺术生产的事实,却没能充分注意到,他所讲的这种"例外",是由于艺术本位属性的不可计量性,或者说,是因为马克思讲的艺术"本性"阻止了资本的介入,才致使艺术商品以例外状态存在于现代社会之中。

第三种推想是艺术连续论。这种意见同样以艺术的本位属性要求艺术,同样也认同马克思的经济决定论,却不同意艺术会终结于现代资本社会,而是可以连续存在下去。奥地利文艺批评家恩斯特·费歇尔(Ernst Fischer)就认为,"即便在最发达的社会状态下,人和周围世界的持久平衡也是种奢望",特别是现代资本社会,"商品生产肆意扩张,无所不在,劳动分工日趋细密,职业本身分化严重,经济力量蔓延无形——所有这一切,摧毁了人与人之间的直接联系,人与社会现实乃至与他自己日渐疏离。世界如斯,艺术也难免沦为商品,艺术家则成为商品生产者"。这当然是不完美的异化世界。可在费歇尔看来,艺术的本位属性就是要在不完美的世界里创造出完美,"人不仅仅是只要成为他自己。他要变成一个**完美的**人。他不满足于成为一个独立的个体;他努力走出有限的个人生活,走向他所认识和需要的'完满',走向完满的生活,挣脱有限的个体性对他的欺骗,走向一个更容易交流、更为公正的世界,一个更**有意义的**世界"。② 做到这些,别的方式都靠不住,他只信赖艺术:

一切艺术均受时代所制,表现的人性,合乎于特定历史语境下的观念、志趣、需求与期许。可在某些历史时刻,艺术又会超出这种限制,为人创造出某种契机,昭示出持续发展的轨迹。……像世界本身一样,人类历史不仅意味着矛盾与断裂,它也意味着连续。③

艺术以自己魔法般的本位属性对抗异化,承载完满人性、完满社会的希望,所以"为了人能够认识和改造世界,艺术是不可或缺的"。④ 从费歇尔那里我们明显感受到对艺术的信心,艺术非但不会终结,甚至也不是与世无争、彼此相安的"例外",而是持续精进的行动启蒙与激励,从中不难感受到法兰克福学派的同声相合。

问题是,在现代资本社会,艺术的这种持续启蒙的使命是马克思的意思吗?马克思确实表示过对古希腊艺术,对莎士比亚、歌德等人的欣赏,但他从未将个人乃至社会解放的重担交付到艺术身上。相反,更多时候,我们看到的是他对艺术和精神生产的怀疑和批判。比如在经济学手稿中马克思就讲,包括艺术家在内的"非生产劳动者"必然要"**依附于资本家**",成为"对这个社会的上层阶级阿谀奉承的人"。⑤ 如此一来,艺术的本位属性自会荡然无存。李泽厚先生曾多次谈到,进入现代社会,"艺术日益

① Dave Beech, *Art and Value*, p. 3, pp. 267-268.

② Ernst Fischer, *The Necessity of Art: A Marxist Approach*, Translated by Anna Bostock, London: Penguin Books, 1971, p. 7, p. 49, p. 8.

③ Ernst Fischer, *The Necessity of Art: A Marxist Approach*, Translated by Anna Bostock, London: Penguin Books, 1971, p. 12.

④ Ernst Fischer, *The Necessity of Art: A Marxist Approach*, Translated by Anna Bostock, London: Penguin Books, 1971, p. 14.

⑤ 《马克思恩格斯全集》第三十三卷,人民出版社 2004 年版,第 162 页。

成为散文生活的装饰和娱乐……装饰性(包括变形了的‘理想’和热情)、娱乐性、享受性成了散文生活所不可或缺的要素”。① 谈到法兰克福学派及费歇尔这类观点时,他也持有一种看法,认为资本社会的厉害之处,就是能“把反对它的东西变成装饰它的东西,变成它的广告和娱乐”。② 李泽厚这种看法并非来自马克思,也缺少马克思幽深的历史感,但同样看到了现代资本社会对艺术的深度操纵,和费歇尔的理想情调大相异趣。

三种推想均从马克思经济学理论那里汲取过灵感,也都有所偏离。马克思说在现代社会,资本会渗透到生活的方方面面,艺术终结论即取证于此,因为艺术商品化必然导致其外部属性对本位属性的李代桃僵,后者的沦落的确意味着艺术的消亡。但马克思同时又说过,艺术的本位属性可以保留在像鸟儿一般歌唱的歌女那里,而且这种歌唱可以售予商品供消费者“享受”,这时候,艺术又可以继续生存下去,这也是艺术例外论得以成立的依据。可是,资本果如戴夫·比奇所讲,只能驰骋于商业流通,介入不到艺术生产过程中来吗?这不是事实,更不是马克思的意思,资本强悍就强悍在可以渗透到艺术生产的各个环节,甚至操纵艺术的本位属性,这也是马克思批判非生产劳动者依附于资本家时的担心。就像《澎湃新闻》报道的“农民画工”赵小勇,为了“吃饭”,他临摹梵高绘画 10 万张。待到荷兰亲睹梵高真迹后,震撼不已,说“我想成为一名艺术家,不是为了吃饭那种”。可是片刻后“眼神陷入迷离”,说“我以前画梵高是为了吃饭,现在也是为了吃饭”。③ 何以至此?这就是艺术本位属性“例外”的艰难,也是艺术商品悖论的充分展现。至于艺术连续论,它承认资本社会对艺术本位属性的威胁,向往马克思心中完满的人,这都没问题,问题在于,让艺术担负起人性解放、社会解放的重担,未免太瞧得起艺术的“魔力”,关键是马克思从没有过这般奢望,否则他就不会在经济和政治,而是在艺术身上下功夫了。

(责任编辑:若峦)

① 《李泽厚对话集·廿一世纪》(一),中华书局 2014 年版,第 106-107 页。

② 李泽厚:《文学对“知识-权力”结构的拒绝》,载于《告别革命》,天地图书有限公司 2004 年版,第 222 页。

③ 《湖南农民画工 20 多年临摹梵高 10 万张,见到真迹后却沉默了》,见《澎湃新闻》2023 年 1 月 18 日,https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_21593469。