



文学批评要顺应时代改变策略

□杨 鑫

在新时代,文学批评理应有新变化、新作为、新格局、新气象,其要义有二:一是回归文学批评本体,使文学批评更加符合自身的内在规定,还批评于批评;二是使文学批评具有“新时代性”,成为有利于新时代发展的“文学利器”。

文学批评应该顺应时代,改变策略,更有效地介入文学、介入大众的生活,在文学阐释、文学传播、文学建设方面发挥应有的作用,使自己更有用,更有存在的合法性和独立价值。

新时代带来文学处境的新变化

今天的时代与以往相比已发生了空前的历史性巨变,对于这个时代人们已有许多不同于以往的新称谓:信息社会、消费社会、符号社会、后工业、后现代等,其最显著的特点是:“地球村落化”、“世界互联网化”、“自媒体圈群化”(单位人、社区人变为自媒体部落人)、“生存人工智能化”。互联网、多媒体、娱乐形式多样化、商业和消费主义盛行、全球一体化价值凸显等都是新时代的显著特征,它们综合起来构成了新时代的新变化、新特征,在总体上刷新和改写了文学生存、发展的现实环境。在此情势下,文学结构的“四要素”:世界、作品、作者、接受者等都已重大的变化。

就文学所要反映的“世界”而言,“现实”(世界)已成了一个似是而非的“全新现实”,其最大的特点就是“现实的互联网化”。英国的波普曾经提出一个“世界3”理论,强调精神产品的世界独立性。相比照来看,我们今天的“现实”又有了一个新的“现实3”,它就是“互联网”。“互联网”是一种数字化的“电子虚拟系统”,它把现实异化为一种被虚拟电子系统控制、支配的“电子化现实”。它使生活就像“光量子”一样,发生了现实和虚拟的某种“量子纠缠”,构成一种“现实与非现实”的“叠加态”,使现实中有“虚拟”、“虚拟”中有“现实”,两者彼此莫辨,难分难解。随着“互联网”和“移动互联网”向边远山村的普及、覆盖,其现实性和普遍性会越来越强。当然不是说网上的生活完全与现实无关,而是说它可以改变“现实”的传统疆界,使人们瞬时可发生虚拟性的穿越、超越,而其内容可以是当下的、此地的、真实的,也可以是历史的、异地的或虚幻的。这样的“现实”无疑就变得更加浑沌、复杂,真幻一体,或者说在某种意义上,是更加“个人”、“主观”和模糊了。在这种“现实”中个人的参与度更高、主观的“可写性”更强。表面上看,是多了一个全球覆盖的互联网系统,而实际上则是人为的“创制”已主宰性地参与了“现实”的“动态构成”。

在此意义上,文学摹仿“现实”就几近于在摹仿另一种“文学”了。或者说在某种意义上今天的“写现实”就意味着“虚构”,意味着“超现实”,也因此就在实质上与“仙侠”、“玄幻”,甚至与“动漫”、“科幻”都没有太大的区别。这就是法国波德里亚所说的:仿真比真实更真实,在后现代已不是文学在摹仿现实,而是现实在摹仿文学。这也就是在今天为什么“非虚构写作”和“仙侠”、“玄幻”写作能够并驾齐驱,齐舞共欢,成为文学艺术的一时之秀,而“现实主义”、“反映生活”的声音,却难免会让人觉得不再有力的原因所在。因为此“现实生活”已非彼“现实生活”,它不再有昔日的模样,已成了一种“非现实”或“新现实”,已变得像文学一样富有虚构或幻想的性质,因此原来的以“生活真实”为摹仿目标的“现实主义原则”就在一定程度上“测不准”、变形,失去了应有的“阐释力”和“辨识度”。一句话,传统的“现实主义”美学原则已在一定的层面上失效了,而我们的批评家并没有及时地调整、升级自己的“武器装备”,或者至少缺乏足够的“现实辨识自觉”和“理论更新自觉”。

另一方面,今天的中国社会在表面上是乡村城市化、贫困不断向富裕转化,原来的农村、农民正在大面积地消失,而变成现代性的村镇或城市的居民、“农民工”。但随之而来的一个问题是,人们的实际生存也越来越被整合为“均质的单一模式”:互联网“一体化”、技术与金钱联盟的“均质化”、人的价值和思维的“单向度化”,比如在一定意义上,中国与世界发达国家在很多方面已无太大区别,中国的乡村生活和城市生活在实质上也区别不大,就中国的学校而言,重点学校和非重点学校在大一统的“工业化操作层面”也区别越来越小。为什么?盖因工业化、商品化、市场化、互联网化、媒介化、技术化、格式化、电商化、物流化、人工智能化等使然。也就是说有一种东西在悄悄地统御着这一切:格式化的互联网技术以及技术主义的价值观、思维方式、生活模式。

在这样的大背景下,“现实”就异变为一种“均质化”、“单一化”的现实。也就是说“一体互联互通”的“互联网”(当然还有全球经济一体化、社会的高度开放等因素),让中外与城乡都变得越来越像是由一个共同的模子铸造出来的彼此相似甚至相同的“复制物”。生活的相似性、同质性越来越大于它

的相异性和异质性,而理想的生活应是丰富多样的,它应符合“生态科学”的要求:整体性和丰富性的统一。无疑,文学作品和文学批评应该有维护现实的“生态化形态”的自觉,应成为引领人们反生活均质化、单一化的“火炬”和“新动能”。而实际上两者在这方面还缺乏足够的自觉。

以上可以说是文学创作和文学批评面临的最大的新前提,它决定了文学的以下几种变化:

第一,作者、读者、批评者在一定程度上已越来越成为“经济人”和“媒体人”,其价值观也越来越趋于“实利化”、“实用化”,对待文学的态度也越来越趋于功利化、娱乐化和消费化。这显然对理想的文学生产是极为不利的。鉴于此,文学批评就应该有意识地在纠正时弊、导正社会审美风尚上发出自己的声音,尽管要真正扭转大势并不容易,但却不能因为不易而放弃自己的“内在职分”。

第二,在这种现实面前,以个性特征为重点的“典型性格塑造”已在很大程度上不再是文学的首选,取代它的是以平均态的“理念”为重点的“观念性人物”。

第三,独立文本逐渐面临“超文本”、“跨文本”或“泛文本”的“解独立化”威胁,而难以依然故我。其缘由,一是因为文学作品越来越多、越来越全,二是因为现实中的人和物以及文学作品越来越置身于可即时链接状态,在此情况下对任何一个人而言,一个自媒体在手,便可瞬时实现信息全球通,这样,文学信息量的大全式覆盖、联通,或曰文学作品之间的“大全式互文关联状况”,就使比较纯粹的原创变得不那么容易,其结果就是真正意义上的独立文本已很难“独立”,所谓的“原创”也就只具有某种相对意义。

同时,互联网的“大公约”(数字化、信息化)、“大链接”模式,也使“大众传播媒介”、“大众传播方式”在传播文化中享有主宰性和优先性的霸权,比如网络IP的走俏,小说借影视转化而得以广泛传播等就都说明传统的“文学方式”已不再能完全“自持”、“自足”。这意味着文学想扩大影响、得到广泛传播,就必须“出己”、“越位”,向更易于传播的媒介和形式转化,因而文学作品的“可改编性”在此意义上会高于它的“不可改编”的独立性和独特性,或向影视等大众传播形式转化就往往成为文学的“时尚性选择”。

第四,相对而言,“解释的文学”比“沉默的文学”会更受欢迎。一方面,人们要“快消费文学”而非“慢领悟文学”,要求文学更易于被自己不费力气地啃食、消化。而另一方面,人们也需要一种更符合“灵魂尺度”的意义系统来对抗和超越“物体系”、“技术套路”、“商品丛林”和“互联网生存模式”对自己的限制,此时单靠“形象肉身”已难有大效,因为现实并不缺“形象肉身”,社会已高度拟象化和“景观化”了,深陷“形象丛林”中的人们更需要的已不是“形象”而是对现实做出或批判或建设的解释。一句话,他们更需要思想和“意义”的武器,这也就是微博上、微信公众号上那些“软文”、“心灵鸡汤”能够流行的原因。

或者还可以这样表述:生活需要梦,但大众的梦来自于解释,来自于恰当的“说理引导”,来自于对现实具有一定超越性的意义系统的拯救。因此有一定说理性、解释性的文学作品就会成为大众热需的“精神消炎药和补品”。

第五,“个人的文学”在一定程度上已变为部落的、类型的文学,比如“郭敬明现象”、网络文学、微信群文学等即是。

谁都知道文学写作是纯个人的事情,但文学的传播和接受却不是非个人的,这在物化、均质化、平面化的技术时代就更是如此,人们需要抱团,需要结盟,需要借新的“文化部落”来实现对物化现实的对抗和超越,在此情境下,人们即使是“乌合之众”,那也需要“乌合”。我们只要注意一下近几十年来的“粉丝文化”和“粉丝秀现象”就明白了。原因很简单,因为生存和生活方式的高度一体化、均质化和刻板化,人们才需要在心理和精神上“一花独秀”、“红杏出墙”,但这种技术主义的工业丛林、文化水泥又實在是太过强大了,任何普通的个体都远无法与之对抗,故借明星结盟而突围就是惟一的可选之路。也因此,文学要想为大众喜欢,就应该在一定程度上往部落的、群体的或类型的文学靠拢,就应该向各路“明星文化”学习如何去形成自己的“粉丝群”。

总之,处境非昨,文学遇到了新的环境、新的问题,人们的互联网生存方式、现实的虚拟性、网络影视等媒体对文学的挤压、人们以现实价值追求的娱乐化、易接受性等,都为文学创作和文学批评提出了严峻的挑战,当然这挑战又可视为促使文学新变的一种新的要求和机遇。

全面讨论文学的新变不在本文设定的范围,下面只对文学批评如何更好地适应新时代提出一些简要的设想。

“文学批评”的应然性对策

鉴于“文学批评”的内在规定和新时代对文学的新要求,文学批评在新的时代背景下,应该有以下应对策略:

第一,要紧密把握新的时代精神,站在“地球村”、“人类命运共同体”、“互联网现实”等新时代的高度,体察人心困惑,洞察生活风向,用新的“现实真实”和生态文明、天人合一的“理想尺度”来为文学把脉,通过有温度、有深度、有高度的批评,把文学活动引领到新时代的主航道上,以充当新时代之船的引擎和助推器。即如脂砚斋等对《红楼梦》的社会化传播和经典化建设起到的不二之功一样去“建宗立派”,创建新流派、新体系,要对互联网时代出现的网络文学、自媒体文学、文化传播等“杂文学”现象给予应有的关注,以真正肩负起文学批评在新时代“建设文学、守护文学”的新使命、新责任。

第二,要把“读后感式批评”变成“媒介批评”和“理论建设批评”,使批评具有自觉的文学教育意识、文学传播意识和文学理论建设意识。一方面,文学批评要从“无读者意识”的“自我感受之文”向追求鉴赏、理解的“阐释之文”转变。在这方面,中国古代传统的诗话词话语体如司空图《二十四诗品》、王国维《人间词话》等可以作为直接的借鉴之源,即新的文学批评可继承、弘扬、改造我国古代的“品评美学”,写出具有阐释性、鉴赏性的短文、美文,来改变文学批评的比较刻板单一的生态格局。另一方面,文学批评还要从“无理论”的“作品的附庸之文”,变成既有自觉理论观念运用又有能动的理论建构追求的“理论化之文”,使文学批评真正具有应有的“理论品性”。

第三,把“圈子批评”、“人情批评”、“金钱批评”变成富有批判性、战斗性的“真批评”,使文学批评真正起到为文学活动把脉、导航的引领、指导作用,使批评真正享有批评、建设价值。

第四,在方法上,文学批评既然要为读者发掘和重建作品的价值形态和意义逻辑,那么即使是侧重阐释,也要尽可能地用现象学、存在论的办法来揭示出作品更多可能性的界面,即应在兼顾以往注重“事实阐发”的基础上要更自觉、更多地向注重对作品隐含或深含的“可能性”的“揭示和阐发”方面倾斜,只有这样,文学批评才能以自己的“意义骨架”和作品的“形象肉身”相区分、相媲美,使两者交相辉映,相映成趣,同时也才能最大限度地满足大众对抗和超越物化现实的“意义需求”。

第五,新时代是一个大众传播的时代,也是文学教育更加“广谱化”、“全息化”、“终身化”、“多媒体化”和“大众化”的时代,文学批评也理应更加自觉、更加深入地介入“文学教育”,把高校文学专业的师生作为自己的接受主体和后备军。这就要求文学批评要更自觉、更主动地想法走进校园,使自己成为文学教育的有机组成部分。在这方面美国新批评家们早在上世纪中叶就已经做出了榜样,美国新批评的主力军是“耶鲁四人都”,他们都是耶鲁大学的教授。正是在他们的努力下,文学批评才有了独立性和合法的学科身份,20世纪也才有了“批评的世纪”。在这方面,作家协会可以发挥自己的组织功能,主动和一些高校文科院系建立经常性的互动和交流关系,使文学批评进校园成为一项常态性的工作,比如可组织批评家和师生们座谈、交流,向师生们推介批评家及其作品等。

总之,在新时代,文学批评理应有新变化、新作为、新格局、新气象,其要义有二:一是回归文学批评本体,使文学批评更加符合自身的内在规定,还批评于批评;二是使文学批评具有“新时代性”,成为有利于新时代发展的“文学利器”。

或者说,文学批评应该顺应时代,改变策略,更有效地介入文学、介入大众的生活,在文学阐释、文学传播、文学建设方面发挥应有的作用,使自己更有用,更有存在的合法性和独立价值。

新时代的文艺要把创造性、创新性作为衡量作品价值的主要标准,考察作品是否“以人民为中心”以及是否继承了民族文化传统和审美标准,在经济元素能够掌控文艺的时候是否能坚持把思想和艺术标准放在第一位,这样才能够创造出力作,甄别和筛选出精品。

在党的十九大报告中,习近平总书记对于文艺发展提出了新的要求,其中,“创造性”与“创新性”是核心和关键,是新时代文艺发展的方向。

回顾中国几千年的文学发展史:从诸子散文、汉赋、唐诗、宋词、元曲、到明清章回小说,都是可以傲立于世界的具有原创性的文学财富。到了五四运动之后的现代文学,也出现了一大批文学大家以及他们的传世作品。新中国成立以后也不时冒出一些闪光的作品。尤其是改革开放以后的新时期,文学作品的质量和数量达到空前的规模,文学的春天真正来临。随着中国大门的打开,互联网的产生,中外文化交流频繁,一方面西方文化的精华被国内文化界所吸收,另一方面也使国内文化界产生一些焦虑:影视界担心一旦打开引进国外电影和电视的大门,中国本土的电影和电视会被国外大片和韩剧美剧所冲击,小说界担心创作和出版的数量远远不及国外的水平。十八大之后,随着中国文学艺术事业的迅猛发展,我国每年的图书出版和电影票房收入高居第一、第二位,每年拍摄电视剧2万部,其中2017年上映的《战狼Ⅱ》以56亿元的票房收入创造了单部国产影片的记录。

但是,我们也不得不承认,在影视剧、小说出版、舞台演出等方面的作品数量都处于世界前列的情况下,也开始出现一些令人担忧的现象。首先是部分作品的原创性、创新性开始减弱,真正让人民群众满意的精品力作越来越少;有些电影和电视开始暴露出借鉴美国好莱坞模式和模仿西方电视模式的痕迹。其次,抄袭之作越来越多,相关的官司不断。从琼瑶状告于正的电视剧《宫锁连城》主要情节和人物关系涉嫌抄袭她的小说和剧本《梅花烙》一案,到电视剧《锦绣未央》因被认为与200多部小说的内容高度重合,而被11位作家几十位编剧把原著作者和当当网(销售该书的书店)告上法庭。从金庸状告网络文学作家江南在小说《此间的少年》中采用他小说中的人物姓名还拿去卖影视版权赚钱一事;到电视剧《花千骨》因原著涉嫌抄袭4部网络小说以及剧中的特效涉嫌抄袭国外影视而被观众质疑。这些事件足以证明抄袭现象之严重,虽然权威机构和学界已经对这种现象加以关注,但要彻底杜绝尚有一定难度。

如何改变这样的现实呢?这就需要重新确立新时代文艺的审美标准。

首先,要以习近平总书记十九大报告中提出的“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”作为新时代文艺创作的总方针,并以此作为标准去衡量所有文艺成果,杜绝一些模仿、抄袭、克隆作品的产生。随着人们生活水平的不断提高,对文学作品的原创性、创新性的要求越来越高,甚至对一些文化类电视节目的创新性也提出了新要求。事实证明,一些具有原创性、充满传统文化内容的电视节目如《中国诗词大会》《朗读者》普遍受到观众的欢迎,特别是受到80年代之后出生的文化水平更高的一代消费者青睐。同样,很多内容深厚、表达时代主旋律、创作手法多样化的文学作品,如弘扬爱国主义的电影《战狼Ⅱ》,反映普通人民和基层官员真实生活的电视剧《鸡毛飞上天》《马向阳下乡记》,获得重要文学奖项的《蛙》《江南三部曲》《繁花》等,被评为年度优秀长篇小说的《望春风》《极花》《太阳深处的火焰》等也都被读者追捧和欢迎。可见创新应该是新时代文艺工作者永远的追求,必须在创新中开拓,在创新中讲好中国故事。

其次,要坚持“以人民为中心”的审美导向。习近平总书记在十九大报告中明确提出文艺“要坚持为人民服务,为社会主义服务,坚持百花齐放、百家争鸣”。这一指示为新时代文艺事业指出了奋斗的方向。人民不仅是历史的创造者,也是文艺的创造者。他们的生活为作家提供素材,激发作家的灵感,他们的态度决定作品的生命力,他们的参与促使了文艺的繁荣。所以,作为反映人民生活的文学作品在内容的选择、主题的表达上,必须坚持“以人民为中心”的创作原则,如果不把人民放在首位,不切切实实地表现人民的生活、表达人民的需求和愿望,这样的作品是没有生命力的。作家们必须深入了解人民的生活现状和精神需求,感同身受,换位思考,在感知时代大潮的同时,真正将人民对于幸福的追求、将作者自己的所见所闻、所思所感通过文学的形式表现出来。

再次,要尊重中华民族的传统审美标准。虽然世界各国之间的文艺都可以互相借鉴,但包括文学艺术在内的一切文化,都具有鲜明的民族属性。所谓民族属性,是指世界上任何一个民族长期形成的独具特色的思想观念、生活习惯和方式,没有民族特性,就没有民族文化,文学艺术的生长与发展尤其如此。作为作家就应该熟悉自己民族的属性和审美标准,从博大精深的民族文化中汲取养分,并将对历史发展的理解、对国家民族命运的思考、以及对人性的开掘有机地融合起来,从而创作出彰显中国风格和东方神韵的精品力作。近年来《大圣归来》《大鱼海棠》等国产动画受到观众的追捧,《中国成语大会》等传统文化节目受到广泛好评,就是中华民族优秀传统文化与创意性思维相碰撞之后的结果。

第四,坚持把思想和艺术标准放在第一位。在中国几千年的古代文学史上,文学只是一种骚人墨客抒发感情、表达思想的载体,与经济是绝对挂不上钩的,即使现代稿费制度出来之后,经济对文学的作用也不是很大。但自从市场经济引入中国之后,文学与经济之间的关系越来越紧密。作家年收入排行榜、作品点击率和销售量,电影的票房价值等成为衡量一个作家成功与否或一部作品优劣的标准。一些批评家在选择批评对象时,不是从作品的文学艺术价值出发,而是从经济价值出发,哪些作品卖座、票房价值高就追捧哪些作品。其实,文艺作品是一种特殊的商品,它与一般商品不同,它的使用价值是以艺术性为标准的。艺术性高的作品,其价值就高,艺术性低的作品,其价值就低。那些经典之作不断被再版、或被改编成影视剧就是最好的证明。但是,有的时候也会出现经典被排斥、一些低俗之作走俏的现象。尤其是当下,由于借用网络进行人为炒作的容易以及巨额资金背后运作的可能,出现上述现象的概率就更大。因此,只有正确处理好商业标准和艺术标准之间的关系,在数量巨大的文艺作品中精心甄别,真正将思想性和艺术性都十分精良的佳作筛选出来,并推介给民众,才能改变这样的现状。

综上所述,新时代的文艺要把创造性、创新性作为衡量作品价值的主要标准,考察作品是否“以人民为中心”以及是否继承了民族文化传统和审美标准,在经济元素能够掌控文艺的时候是否能坚持把思想和艺术标准放在第一位,这样才能够创造出力作,甄别和筛选出精品。

□周春英 赫燕飞

论新时代文艺的现实与审美