



收藏文章



阅读数[406]



五问中国文学的“环保问题”

丁晓平

此文写于前年，今日略作修订，声明一点:对事也对人，但不对某某人。近日读《文学报》(第1823期)消息:如何遏止“不是金子的在发出刺眼的光芒”，中国作协七届三次全委会热议——提升文学批评公信力，感触颇深，便揣摩旧作，意在抛砖引玉，一孔之见，欢迎诸路方家批评。

两年前《光明日报》曾在显著位置发表了雷达先生《当前文学创作症候分析》一文，为中国文学当前的现状作出呐喊。诚如雷达先生所言:当下，人文精神被迫在人们日益物质化和功利化的精神生态中大幅滑坡，中国文学及其读者在遭遇了众多的伪崇高、伪深沉、伪宏大、伪美和伪善的欺骗与伤害之后，对文学似乎已经心存怀疑甚至厌烦。浮躁的消费社会让生活其中的作家们也难以静心，文学的品位和格调也日趋变得市场化、消费化、庸俗化，文学创作表面上的“繁荣”似乎难以掩饰作家内心的虚空，精、气、神普遍缺失的文学在习惯了炒作、习惯了克隆、习惯了媚俗和流行、畅销之后，丧失了深刻，忘记了责任，也躲避了崇高。而用生命原创、用灵魂原创、用爱原创的作家和作品已经是凤毛麟角，深怀历史和时代的责任感、使命感，史诗一样呼唤真善美，张扬中华民族的精神骨骼和血肉品性、重塑理想、指引光明、礼赞崇高的大作家、大作品更是千呼万唤未出来——这确实已是不争的事实。

此文发表后，有人认为雷达先生发出了“黄钟大吕式的声音”。是否黄钟大吕不重要，我想雷达先生是说出了他作为文艺评论家应该说的真话，他自己想说的实话，说出了大家熟视无睹习以为常、心中想说却说不出口、欲说却未说或者没有勇气公开说的话。这一点非常重要。这也是作为一个具有独立品格和坚持说真话的文艺评论家的良知和操守所在。

雷达先生文中对当前文学创作症候“四个最缺少”的阐述和分析，我举手赞同。但面对当下中国文学如此的“症候”，我们该如何面对？如何反思？

我们很多人一提到“精神滑坡”，总是习惯于说成是“受到市场经济的冲击”之类的话，似乎一切都是“市场经济”惹的祸，“市场经济”成了该死的“替罪羊”，殊不知他自己正在享受着“市场经济”带给他的极大好处。那问题究竟出在哪里？我们应该从自身寻找答案。无论是作家、评论家，还是出版社、编辑和读者，我们都该扪心自问，问一问自己的良知、责任和使命，看一看当前我们身处其中的文学创作环境是不是也存在“环保问题”？

一问:作为作家，我们都写了什么？

当前中国文学的“精神缺失”恐怕已不是一个作家的问题，而是群体甚至是整体缺失的问题。在市场、名利的诱惑下，如今我们的许多作家放弃了文学的尊严和崇高，忘却了文学的庄严和神圣，成了一个玩弄文字的“匠人”。恐怕这些作家内心也矛盾，也不满意自己的作品，但却缺少操守的坚持，缺乏一颗平常心。军队作家张卫明在回答《文艺报》记者关于“繁荣新世纪军事文学创作”问题时的一段话值得回味。他说:“回到作家本身，不外乎还是那句话，如何写得更好。严格说来，作家只管创作，不管繁荣，没人

周访问排行 月访问排行 总访问排行

- 鲁迅和许广平犯有“通奸”罪吗？
- 现实主义还是色情主义？
- “一切好诗到唐已被做完”了吗？
- 不要把张爱玲和胡兰成混为一谈
- 论中西文人女性人体描写的审美特征...
- 文学如何向现实“说话”
- 新诗创世何劳胡适尝试
- 当代文学的若干问号
- 期待新的中国文学批评史
- 暧昧的“民间”：“断裂问卷”与90...

网友评论

更多评论

如果您已经注册并经审核成为“中国文学网”会员，请 [登录](#) 后发表评论；或者您现在 [注册](#) 成为新会员？

诸位网友，敬请谨慎网上言行，切莫对他人造成伤害。

验证码:

UH8Z

发布

不想写得更好。质量繁荣自然不可瓦解数量，不可刻意抬高门槛来逼质量……可大作品必须要有安于寂寞甘于清苦的大精神和大态度。文学没有比数量的传统，也一向没有比创作速度的传统。小说不是新闻，怕过时就不免真有新闻嫌疑了，务须热写冷改，初稿放半年一年再看再想，多几遍反复不吃亏。”

当然我们也不否认，因为文学的非实用性，让文学越来越边缘化，当下的作家们正遭遇着此种被边缘化的尴尬和无奈。当这样一个重实名讲实利、重实惠讲实用的现实摆在作家们面前的时候，他们中相当一部分人害怕被边缘化，而选择了“把读者当上帝看，不免仰视，察言观色，处处迎合，顾客就是上帝，被市场牵着鼻子走，难免不滑入媚俗之途”。(雷达语)而有的作家在有了一些所谓的名气之后，竟然只“动口不动手”，收买“枪手”写作；有的干脆就不写了，改行干起了名利双收的影视编剧。

我们也不否认，文学除教育的功能、净化人心的功能外，也有娱乐和消遣功能。而文学本身也存在着两种不同的类型，即纯文学和通俗文学。类型不同，对作家作品的标准自然也不同。作家邓友梅在接受《人民日报》记者徐怀谦采访时说：“如今中国文学的写作环境空前宽松自由，在这样的大好局面下，作家就更要更有社会责任感和道德自律精神。纯文学也好，通俗文学也好，都是既要有趣也要有益。作品内容总要有益于世道人心，最低限度也要积德而不缺德。不可在道德理念上误导读者，尤其是损害青少年一代的心灵。”邓先生的话讲得真好！

扪心自问，我们许多作家一味地追求印数、要求版税，而他们的创作却已经不仅仅是媚俗的问题，而是“媚低级趣味”，书商要什么就写什么，什么好卖钱就写什么。哪里还有什么文学的良知和艺术的追求。这也是我们的文学充斥着大量的“隐私揭秘之作、远离现实之作、藻饰脓疮之作、涂改历史之作、贩卖乡土之作、玩弄智巧之作和在‘寄生阶层’的虚拟传奇里‘打情骂俏’的粉气的、匪气的、流气的、仙气的杜撰之作”的真正原因。

我还要特别提请注意的是，当前的文学翻译工作同样也存在“症候”。很难想象一部外国作家刚刚出版的长篇新作，在不到一年甚至两三个月的时间内它的中文版就在中国面市了，如此匆忙的翻译能否达到原著的真实？我们的读者又如何能体悟真正原汁原味的外国文学？

二问:作为出版社，我们都编辑、出版了什么？

当下“书”的概念已今非昔比。就像雷达先生所言：“‘书本’或‘作品’的定义似已悄悄地发生变化。这也已严重地改变了文学的生产机制。原先的‘书’是神圣的，是人类知识的结晶，放在书架上，要代代相传。”而现在的书“更换率和淘汰率急剧加快，书架上的书也加快了变换的速度。特别是现在的作品，往往变成了一次性的、快餐性的物品——由于成了商品，消费性和实用性就占了上风。大凡商品，都有一个突出特性，那就是喜新厌旧，追逐时髦，吸引眼球，就是用完即扔，于是文学也就不能不在媚俗、悬疑、惊悚、刺激、逗乐、好看上下大力气，这样，也就不可能不以牺牲其深度为代价。”

说起书的生产机制，自然离不开我们的出版社和编辑。如何为作者的作品裁剪，如何把美丽合体的“嫁衣”送到读者手中，这是一个值得思考的问题。为经济效益，如今的出版社和编辑也开始精心“策划”，有的还和作者联手“炒作”，在媒体虚假“爆料”，甚至不惜印上高达几十万、几百万的虚假印数，或找托儿到书店买自己的书上排行榜等等，“没事找事”地吸引读者关注。在这个信息化社会里，这似乎没有什么大错，但对掏腰包买书的读者来说却不公平。

一句话可以影响一个人的一生，一本书可能影响一个民族的未来。从这个意义上说，出版社编辑出版什么比作家写什么更重要，承担的责任更重大，因为书是在出版社这个“产房”里经过编辑这个“接生婆”之手才来到这个世界的。

另外，书商的介入、图书“二渠道”发行以及变相买卖书号的存在，更是严重改变文学生产机制，导致文学创作趋于庸俗化的一个重要原因。不可否认有相当一部分书商文化素质很高，出版理念清晰，眼光独到，具有很强的市场操作经验，确实激活了图书市场。但“一粒老鼠屎坏了一锅粥”，书商整体素质的偏低也是不争的事实。

三问:作为评论家，我们都说了什么？

应该说大多数的文艺评论家都能够像雷达先生一样，面对当下文学的“症候”同样感到忧虑，甚至感到痛心疾首。但也不得不承认，我们的文艺批评存在着诸多问题，有些评论家缺失独立的品格和说真话的勇气，有的在人情、“红包”面前说了违心话、说了“假、大、空”话。再看看我们的文学评奖，为什么在读者中会出现那么多的争议和反对的声音？读者是有意见的，他们的意见理应得到尊重。把评奖真正地做到公平、公正、公开，让真正的好作品获奖，让权威奖项名副其实，而不是行政干预、不是人情，更不是“红包”的金钱交易，这或许也是净化文学环境的一个关键。

刘勰在《文心雕龙》里指出，评价作品时要避免三种缺点:一是贵古贱今，二是崇己抑人，三是信伪迷真。而这又牵扯到那句老古话:“作文，就要先做人。”作为一个真正的文艺批评家，他应该始终把文学的客观规律作为评是非、论优劣的标准，摒弃那种从小圈子利益出发的无原则吹捧和逢迎，以一个艺术家的良心和科学严谨的态度，运用马克思主义哲学分析文艺现象和评价作家作品，“有好说好，有坏说坏”，而他发出的声音应该是历史的声音，应该经得起时间的检验。

四问:作为读者，我们都读了什么？

是的，作为读者，作为文学读者，我们都读了什么？或者说我们都买了什么？我们也应该反思一下。因为无论如何，作家都是读者的作家。作家就是读者的“鱼”，没有读者，作家就无法生存。因此作家造就读者，而读者也造就作家，这是一种客观的真理。我们读者的阅读兴趣、爱好、品位和鉴赏能力也自然是作家创作时需要呼吸的空气，是作家创作赖以生存的土壤。读者环境的优劣可以说是文学创作环境的一个晴雨表。而身为亿万文学读者的一分子，在面对当下文学的“症候”，面对我们伟大的时代为什么不出现文学大师的尴尬时，也自然也多了一份阅读的责任和使命。随着“书”成为商品，文学也成了消费品，在这样的消费中，我们的阅读为什么越来越肤浅，越来越平面，越来越模式，越来越平庸，也越来越低级？读者们尤其是年轻的读者，在阅读面前失去了自制力，也缺失了鉴别力。读图时代的平面阅读、浅阅读，让欣赏和品味成为奢侈。许多畅销书的格调和品位媚俗，甚至低级趣味，而读者也在自觉或不自觉地把娱乐变成了“愚乐”。因此作为读者，我们需要清醒，必须改变——我们要拯救我们的阅读！

五问:作为媒体，我们都宣传了什么？

面对文学，我们的媒体对受众宣传了什么，把什么样的文学推荐给了读者？我想这里确实应该有一个选择和引导的问题，尤其是大众媒体，是媚俗还是媚雅？是猎奇还是搜艳？媒体的中介作用不可忽视，更应该承担起突破世俗化、拒绝欲望化和打破时尚化之格局的任务，排斥和抵制落后的、颓废的文学思想和文学作品，提高和引导读者的审美格调，为受众营造良好的欣赏文学的空间和氛围。但不可否认，当下许多媒体和记者，丧失了独立、公正的品格，或像娱乐圈的“狗仔队”一样追逐所谓的名家们，或故意联手炒作来一个“小骂大帮忙”，或在金钱面前失去了立场。

结语

雷达先生说:文学“应该是民族精神的高扬，伟大人性的礼赞，应该是对人类某些普世价值的肯定，例如人格、尊严、正义、勤劳、坚韧、创造、乐观、宽容等等。有了这些，对文学而言，才有了魂魄。它不仅

表现为对国民性的批判，而且表现为对国民性的重构，不仅表现为对民族灵魂的发现，而且表现为对民族灵魂重铸的理想。”是的，面对当前文学创作的症候，笔者认为:无论是内在的和外在的、主观的和客观的、主动的与被动的的原因，我们都应该毫不犹豫地在世界文学的背景下，在继承与创新、坚守与拒绝中回到现实中来，铸造自己的精神品格，走出一条中国特色的民族文学的和谐发展之路，期待与美好的未来相逢。

原载：《文学报》2008-05-15

[关于我们](#) | [联系方式](#) | [意见反馈](#) | [投稿指南](#) | [法律声明](#) | [招聘英才](#) | [欢迎加盟](#) | [软件下载](#)
永久域名:www.literature.org.cn www.literature.net.cn E-Mail:wenxue@cass.org.cn
版权所有：中国社会科学院文学研究所 京ICP备05084176号