



收藏文章



阅读量[567]



高端价值实现：文学与传媒的互动关系

吴秉杰

在所有的大众传播中，我认为互联网的传播还应从中区分开来。因为它在这个高度虚拟的世界中，最大限度地确立了大众主体的地位，削弱了媒体控制和操作的因素。网络上常出现一些机智、调侃的文字，那是在被动中生活的人们所拥有的一种主动的发言姿态，它有时候就是一种发泄，但发泄并不能建构起高端价值。匿名的、隐性的写作常常是不负责任的，它同时也堆积了大量的文字垃圾。知识分子、精英们自然对这一传媒世界是不满意的，传媒时代、传媒霸权、传媒与市场合谋等等就是一些抗议的声音和概括。那么，我们应该怎么想？应该怎么办？

当前文学有三种批评：媒体批评、学院派批评和作协系统或说专业性行业系统的批评。前两种批评目前讲得较多，作协系统批评讲得较少，但还是可以区分，三种批评有着不同的价值追求，价值实现方式和表现形态。

随着传媒在高科技促动下的强势发展，传媒功能的扩大，传媒对于社会生活的全面覆盖以及它由单纯的传播工具变成具有独立品格，需要和创造的主体，文学和传媒的关系便也发生了一些复杂的乃至矛盾悖逆的变化

媒体批评是一种“热点”批评，有时候甚至还是一种制造“热点”的批评。媒体批评直接影响大众，其必要的前提又是迎合大众，这是一种微妙的关系。

作协系统的批评我认为是一种实践的批评。它不仅关心作家的情感、心理、艺术表现方式，甚至也要关注作家与现实生活的关系，如何深入生活和表现生活的问题。它要把个别作品放在文学创作的整体中衡量其得失和贡献，也要把新的创作置于可预见的发展趋势、发展要求中予以评论。

我愿意把学院派批评看作是一种更高层次的批评。

它是强调理论并最终要回到一种理论认识上的批评，被认为是学理性批评。当然这种理论观念能否符合作品实际，是一个我们需要考虑的问题。现在有的作家对学院派批评表示“愤怒”，其实我在二十年前报纸上就看到类似的报怨：一部作品本就复杂难懂，看了评论后却发现对它的分析解读更为难懂，让人更糊涂。这可能不是学院批评本身的过错，更多是技术性的传达的问题。学院派批评着眼点不在于当下性，而在于历史性；不是急急忙忙的，而是要在一种潮流、运动相对沉淀下来后予以概括；这就使它批评的重点更接近于文学史的意义。

回到高端价值，我把它理解为是一些和人的本质要求相联系着的一些价值，和人的发展要求相联系着的一些价值，它们是文艺的永恒的追求。譬如爱（爱情）、理想、人的自我实现，与人的本质相连着的生命意识、人类意识，以及作为人的延伸的关于社会、伦理、历史的追求，我“从那里来，往那里去”等等。这差不多是两千多年来东西方哲人共同关注的一个话题，世界三大宗教围绕的命题，也是近代人本哲学从各

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:

个角度深入的问题。作为人类的精神审美的文学也不例外。文学离开口传文学阶段后，其功能与价值的实现就与传媒发生了密不可分的关系。

随着市场经济时代的到来，尤其是纸质传媒向电子传媒演变，电视网络出现后，大部分传媒的性质都发生了变化，它具有了大众的品格、商业的品格、第三产业企业的品格，互联网又有动态、交流的品格。大众传媒需要策划和提供自己的产品，按自己的需要设计和制作文化产品，满足大众的日常消费。西方现代经济学相对于古典经济学和马克思主义经济学而言，被认为是不科学的，因为它引入了心理学的因素；可它具有很强的可操作性。大众传媒的目标在于吸引“眼球”，获取商业价值，具有很强的操作性。麦克·卢汉提出“媒介即讯息”的论断，因为任何事实、消息都不能自己选择自己，推广自己，而需要通过媒介的选择、编辑才得以传播。媒介同样要考虑大众心理学的因素；反过来由于直接作用于大众心理，通过突出什么、不突出什么，无休止的形象文化的刺激，娱乐节目潜移默化，以及广告等，大众传媒也获得了对社会越来越强的控制力。大众传媒能传播新闻，也能“制造新闻”，如同通过炒作、包装而制造出明星、偶像一样，新闻、明星、偶像的选择与推出都潜在地包含着一个价值判断。超女、星光大道和各种大奖赛在努力地贴近生活的同时，也满足人们的欲望和想象，推出了一个又一个的民间神话。一个人不能每天都读文学作品，尤其是纯文学作品，但他可能每天都要浏览报纸、或看电视、或上网，人们也不可能把未来和理想、终极价值的追求等作为自己的日常消费，而是先要满足当下的眼前的需要。大众传媒给予我们的文化消费是一种日常的消费，直接的消费，感官的消费，视听图像开始流行。大众传媒的品格和机制要求传播对象通俗化、感性化，容易被理解和接受，只有这样传媒才能进入大众社会实现其价值。为了最大限度地普及，低品位化是其不可避免的基本特征。这就和我们所说的高端价值、高雅艺术、文学（纯文学）发生了9悟乃至矛盾冲突。在当前流行的通俗歌曲中，“爱”是出现频率最高的一个词，但它显然不是我们所说的高端价值，爱情需要坚守，需要付出，需要忠贞不贰，天天挂在嘴上的爱情只是爱的呓语。我还在一部比较著名的历史电视连续剧中听到了这样的主题歌：“皇帝百姓本一家，你争我夺过家家”。这样的主题歌词，相信所有的知识分子听了内心都会不舒服。

在所有的大众传播中，我认为互联网的传播还应从中区分开来。因为它在这个高度虚拟的世界中，最大限度地确立了大众主体的地位，体现了表达自由、写作自由、写作的无功利性，是大众意见的自由交流和对话，削弱了媒体控制和操作的因素。网络上常出现一些机智、调侃的文字，那是在被动中生活的人们所拥有的一种主动的发言姿态，无奈与生存压力下对社会之痛的揭示与自我精神的满足。它有时候就是一种发泄，但发泄并不能建构起高端价值。匿名的、隐性的写作常常是不负责任的，它同时也堆积了大量的文字垃圾。知识分子、精英们自然对这一传媒世界是不满意的，传媒时代、传媒霸权、传媒与市场合谋等等就是一些抗议的声音和概括。那么，我们怎么想？怎么办？

我们是否要和基本的、占大多数的传媒割断联系？我们能否与“大众”妥协？我们是不是会成为普希金所说的“多余的人”，即聪明而不满现实，又丧失了行动能力的人？

高端价值不可能孤立地存在，它也要包含与表现在现实的社会生活之中。

让人感到担忧的是，在一个大众文化消费的社会中，高端价值逐渐地被淡化、削弱、遗忘乃至丧失

有一些例证，可以进一步说明文学与传媒的关系。在不久前召开的第七次作家代表会上指出：这五年，是广大作家与时俱进，顺应潮流，在现代传媒条件下坚持发挥文学优长、展现文学魅力的五年。近年来热播的电视剧和有影响的电影中，有许多是由当代作家的作品改编而成，或者由作家直接参与编剧创作。如《激情燃烧的岁月》、《国家干部》、《亮剑》、《青衣》、《白银谷》、《尘埃落定》、《历史的天空》、《天下无贼》、《张思德》、《吕梁英雄传》、《赵树理》、《手机》、《民工》、《解密》、《好大一队羊》、《英雄无语》、《暗算》、《玉碎》、《乔家大院》等等。《白鹿原》、《长恨歌》等改编成戏剧、话剧也广受好评。实际上，被改编的文学作品还远不止这些。优秀文学作品被改编成影视作

品后，难免要损失一些文学性，但它也获得了在更大范围内和更为感性的形式下传播和推广的效果。近几届的茅盾文学奖的评奖，都受到了媒体的关心，相对于那些媒体和大众毫不关心的评奖活动来说，这当然也是茅盾奖的荣幸。在大众媒体的关注之下，茅盾文学奖也评出了一些优秀的长篇小说。而这些作品一经获奖，再版的发行量便一般都在十万册以上。这又包含着传媒对于纯文学的促动或推动。

大众传媒的经常性、普遍性需要，将会催生大众文艺的强劲崛起，包括种种模式化的通俗文学作品。通俗文学的标志是：它永远在已有的、传统的艺术规范内创作，展开自己的想象，迎合、巩固与丰富读者已有的、习惯了的、传统的审美意识。对此也不能一概贬低否定。规范内的创作总是文学创作中的大量的和基础的部分，高端价值既有超前与理想的特征，也有永恒与稳定的特征（譬如我们回头看一些已形成的经典作品），除掉许多低俗的、粗制滥造的作品，通俗小说、大众文学中也未必没有高端价值。

第七次作家协会的报告中还有一个基本的估计，虽然一段时间以来人们一直说文学已边缘化了，但从图书市场看，文学类图书仍占有着图书市场的较大份额，文学作品总量也在增加，文学人口仍在增长。如有的省份有少年作家协会，有的地区有中学生文联，全国还有相当数量的校园文学刊物等。文学创作队伍的扩大还与新的媒体出现有关，80后的队伍多数便是从网络写作、网上发表开始走上了文学道路的，这也可以说是互联网为文学所作出的积极的贡献。另外，大众传媒还为我们提供了数不清的“百姓故事”，让人拍案惊奇的消息，我们大概不再需要像十九世纪俄罗斯作家那样靠听来的故事触动内心，或把“故事”送给别的作家朋友构思写作了。高端价值不可能孤立地存在，它也要包含与表现在现实的社会生活之中。传媒已为我们提供了各种各样的故事原料，虽然它依然不能代替作家自己的体验、情感和审美认识。

让人感到担忧的是，在一个大众文化消费的社会中，高端价值逐渐地被淡化、削弱、遗忘乃至丧失。它也表现在文学创作中，譬如在所谓官场小说中，人们批评体制，揭露腐败。任何体制都是一种集体的建构，它反映了人们的观点和利益、欲望与追求，知识分子也包含在这一体制之中，而我们却很少看到有知识分子自我反省的作品。譬如在日常生活叙事中，充斥着欲望化的描写与追求，被称为欲望化叙事，用欲望置换了理想。譬如在战争小说中，用英雄传奇代替了对于战争的深刻揭示，几乎看不到一点悲剧意识与人类意识。譬如在80后作品中，有太多的机智、幽默、调侃、叛逆精神，可仍然看不到未来和理想。

学院派批评是最接近于高端价值追求的，但也许偏重于纯文学的学理分析或仅仅把作品作为某种理论的例证，使文化批评和文学批评完全地割离了开来。实际上，文学只有坚持高端价值，才能和大众传媒所代表的娱乐性的、休闲的、日常消费的文化区分开来；文学只有保持审美的高端价值，才能与大众传媒建立起一种积极的、交流的互动关系。

原载：《文汇报》2007-7-29