



当前位置：网站首页 > 专题研究 > 媒介文化研究

新媒介的兴起和文学的处境

——在“传媒与文艺：2006北京文艺论坛”上的发言

-  收藏文章
-  打印文章
-  关闭本页
-  发表评论
-  阅读数[265]
-  评论数[0]

【作者】张柠

谢谢主席，谢谢诸位。就“传媒与文艺”这一主题我想讲三个问题：1、文艺、学术和传媒的关系；2、新兴媒介的兴起和文化状况；3、媒介文化中文艺生产的逻辑。

第一个问题，文艺、学术和传媒的关系

学术是精英的，是同行之间的交流，是一种逻辑性较强的推理活动，实际上就是一种圈子内部的事情。而文艺应该是公众的，它必须用通俗易懂的形式借助于大众传播媒介传递给更多的人。因此它是借助于形象思维方式和具有感染力的话语形式，将情感和意义传递给公众。20世纪以来，特别是现代主义文艺的兴起，使文学形式越来越精英化，一方面是专业文艺界所认可的文学形式不被大众接受，另一方面是日趋发达的大众媒介所传播的商业化文学、通俗文艺不被专业领域认可，导致了精英文学与传播中的大众文学的矛盾。在传播媒介的越来越发达的今天，文艺与公众的矛盾依然是一个没有解决的问题。

其实文学艺术与传播媒介的关系素来就是十分密切的，变化的只是传播媒介自身。比如说，民间的文艺是通过口传的方式，口头传播这样一个媒介是，民间文艺的重要载体，它的传播者是一些云游诗人，盲人。精英文艺的传播媒介是什么呢？最初的精英文艺是通过文字的形式，文字以后是通过手抄本，抄在莎草纸上、竹筒上、丝帛上传播。印刷术的发明导致了通俗文艺的产生，产生了机械复制品。今天又有了电子传播媒介，它产生了一种全新的文化工业意义上的文艺产品。不管什么时代，文学艺术的传播都和传播媒介密切相关，并不是今天才产生了这样一个问题，因此我们今天在谈论这个问题，实际上是一个老话题。任何一次传播媒介的变革，都会导致文艺话语和价值观念的巨大变革。我们知道中国古代有一个“仓颉造字”的故事。据说仓颉造字的时候“天雨粟，夜鬼哭”，文字这种新媒介的诞生生成了一件惊天动地、鬼神不安的事情。意思是，一种新媒介的出现，会在人们心中导致恐慌，像我们今天的机械和电子媒介出现，导致很多人恐慌一样。我们今天集在一起讨论这样一个主题：传媒与文艺，包括昨天上午的诸多专家发言，我们都可以听出来他们内心是恐慌的、焦虑不安的。因为新的媒介是无法把握的，它具有两重性，第一，具有民主性，它能够及时地传达原有的老媒介无法传达的时代的风尚，把我们这个时代的习俗，把我们这个时代的表达方式呈现出来了。也就是说，它为一种全新的、特别是年轻一代的话语方式提供了载体。第二，它也有专权性，它导致了一种巨大的新的压抑方式，把传统文艺之中我们认为有意义的那部分同样也压抑下去了，所以它带有专制和民主的双重性，是一把双刃剑，和市场双刃剑是一样的。我们今天恐慌的根源也在于今天泛滥的大众媒介，它在提供新的话语方式和新的传播方式的同时，也把传统文艺里边有意义的那部分东西压抑下去了，这是我谈的第一个问题，就是学术文艺和传媒之间的关系。

第二个问题，新媒介的兴起和文化状况

1、电子媒介的兴起。20世纪90年代中期以来，新媒介的兴起不仅仅是导致了文艺发生了变化，甚至整个社会的精神状态和价值观念都发生了变化。这种新型媒介中，首先就是电子媒介的兴起，包括以网络、E-MAIL、flash、E-book、QQ聊天、博客、手机短信等等。新兴电子媒介兴起，首先是导致了话语的多样或者表达的自由。每一个人都可以绕开传统平面媒体的稿件审查制度，文艺作品的发布，无需编辑、编辑部主任、主编的三级审稿制。原来你要发表一篇文章，是要通过三级审查制的，

在今天网络论坛里面，在今天这种短信群发之中是没有审查制度。因此它导致了话语的多样性，就是说它也给许多在原来不能掌握话语权的人，提供了发言的机会。这是一个重大的变革，有人说这是价值的多元性，是不是价值多元？我觉得需要讨论。因为我们似乎看到了另一种“一元性”，语言狂欢和众声喧哗的背后，似乎有一只看不见的手在操纵。

2、传统平面媒介的变化。今天的平面媒体和20世纪80年代之前的传统媒体相比发生了一个重大的变化。传统媒体是提供意义的，这个意义可能是官方的意义，也可能是知识分子的意义，也可能是普通老百姓的意义，总之它是提供意义的，以意义为核心而展开生产过程的。相反，今天的平面媒体开始向以利润为核心的生产模式转型。90年代中期以来，所有的传统平面媒体，首先是从国营报业集团开始改制，改成企业，原来是国家干部，现在是企业的员工。国营出版社的改制从2004年左右也基本完成，国营出版社统统改制为出版集团。这种改制意味着其生产的核心部分发生了变化，原来生产的核心部分是指向某种意义的，在今天他是指向利润的，要盈利。从生产方式内部看，传统平面媒体的意义生产中，语言是意义传递的工具。而在以利润为目的的媒体生产中，它生产的不是意义，而是语言符号自身，通过语言符号的可消费性而实现利润目标。也就是说，语言符号自身成为商品了。

文艺生产领域也是如此。传统文学艺术这样一个符号体系，在以往是用审美标准来衡量它：语言是否具有审美价值、作品提供了什么意义、主题对我们的现实生活有什么提升意义，这些都是构成“意义体系”的审美要素。而今天，文艺生产的“意义体系”遇到了困难，它构成的一个“符号体系”。所谓“符号体系”就是从传统的“意义体系”向后退却，退到一个意义暧昧不明的状态，它既可以包含传统的“意义体系”，也包含了这一体系之外的消费体系、欲望体系。因此，它需要我们重新阐释它，重新说它哪些是意义，哪些不是意义，哪些是指向了美学价值，那些指向了商品价值。因此，当代批评从传统审美批评转向文化批评，具有它的必然性。它就是要解决这样一个意义暧昧不明的状态。所以我觉得当代媒体是面对这样一个非常复杂的状况。

3、文艺边缘化了吗？有人认为电子新媒体和消费文化的兴起导致了文学艺术的边缘化。我觉得“边缘化”的说法不过是一种心理感受，而不是一个现状。让我们先来看三个数据。第一个数据，《财经时报》提供的一个中国作家富豪榜前25名，第一名是余秋雨，版税是1400万，第二名是二月河，版税是1200万，第三名是韩寒，版税是950万，第四名是苏童，版税是900万，第五名是郭敬明，版税是850万，这前五名里面有两个“80后”的。“70后”的几乎没有，只有一个网络作家叫安妮宝贝，她的版税是700万。排行榜的前25名里面，老一辈的无产阶级革命家比较多，大部分的都是老一代的作家。这是一个数据，就是富豪排行榜，这是说他的版税，而不是说他的个人收入。我觉得这个状况跟中国当代的居民和农民的收入相比，他们已经可以称为是富豪了。可见，即使不用文学艺术的标准，而是用市场经济的标准，作家也谈不上边缘化。只是他们再也无法呼风唤雨，只能跟小老板一样偷偷数钱了。第二个数据，网络阅读排行榜，是一个专门经营网络杂志的网站提供的。这家网站收录了1600多平面媒体杂志的电子版为网民提供阅读。在国内读者排行榜上，《当代》、《收获》、《北京文学》、《十月》进入前十名；在国外读者排行榜上《北京文学》、《当代》、《长江文艺》、《十月》、《收获》、《人民文学》包揽了一至六名，在中国国内外的综合排行榜上《北京文学》、《长江文艺》和《当代》也进入了前十名。也就是说，读者在阅读1600多种期刊的时候，文学期刊的点击率依然名列前茅。第三个数据，就是精英教育里面的文艺教育，在任何一所综合性大学里面，文学系，文学艺术系都是最大的一个系。文学的学士、硕士、博士，跟其他学科相比都是最大的一个数据。作家的数量也是惊人的，中央到地方各级作家协会的会员数越来越多，除此以外还有大量的业余作家和文学爱好者。各级官办文学期刊之外还有许多民间文学杂志，文学网站更是多如牛毛。

通过这些数据，我们发现文学似乎并没有边缘化。但是为什么这么多人在为文艺的边缘化焦虑呢？当代新媒体中生产的基本问题，也就是说在专业读者的眼光里边，在研究者的眼光里边，这样一种数据提供给我们的还不能说明真正的文艺状况。那么真正的文艺状况是什么呢？

第三个问题，新媒体中文艺生产的逻辑

1、叙事断裂：文学形式的图像化

电视剧等影像产品对文学的影响和冲击，是文学焦虑的重要根源之一。文学叙事手法与影像的“蒙太奇”手法，除了在“结构意义”这一点上还有相似之处外，在叙事逻辑上他们是两种截然相反的思维方式。文学叙事追求故事情节和人物性格发展的连续性逻辑，而影像作品则是跳跃性的“蒙太奇”逻辑，是一种叙事的断裂。影像作品似乎试图用“结构”来传达意义，但对普通接受者来说，这一动机常常是大打折扣的。因为图像的本质就带有“欲望化”的色彩，观看本身也常常带有欲望满足的动机。这就是影像作品在市场上比文字作品具有优越感的原因。毫无疑问，当代青年对文学经典的了解，很大一部分就是借助于影像化的重新“叙事”来实现的。他们不看文学经典的原著，而是看改

编而成的影视剧。为了迁就这一代人的阅读趣味，大量的文学经典被改变成电视连续剧，将文学叙事形式变成一张张拼贴的图画。与此同时，出现了所谓“影视与文学的互动”，实际上常常是先写出电视剧或者电影剧本，当引起了轰动效应之后，再将它改写成小说。在这个过程中，文学叙事承载的意义复杂性消失了，图像呈现出来的欲望化形式得到了强调。这种总体上的“叙事断裂”，对文学叙事的影响巨大。

2、符号膨胀：文学语言的垃圾化

现在我们又面临另一个新媒介的骚扰：“博客文学”的兴起是否会取代传统文学？我们还是用前面的答案回敬提问者，结果同样是：作为媒介的“博客”还在，但与“文学”无关。2005年以来，“作家博客”成了热门话题，但是，作家的“开博客”和“关博客”几乎同步，即使那些没有关闭的作家博客，似乎也很少更新。当然，博客和短信这两种媒介形式并不等同。短信交流基本上是一对一，而博客交流是一对多，因此具有更多的公共意义（这一点后面还会讨论）。我们面对的不过是一种文学媒介（传播文学的载体）的变化，由印刷媒介变成了电子媒介，就像原来的口头文学被印刷文学所取代一样。传播媒介形式的变化，可能会导致文学表达形式（语言风格、词语搭配方式和节奏等）的变化，但“文学性”的最基本内核不会因此而变化。

3、脑的缺席：文学工业电子化

不久前，我们被所谓的“短信文学”骚扰了好一阵。媒体不停地问：“短信文学”的兴起是否会取代传统文学？这是一个信息生产商感兴趣的话题，跟“文学”没有关系。之所以有人提出这样的话题，是因为手机用户人数众多。这个隐含着巨大潜在利润的数据，支配了“短信文学”鼓吹者的判断力。

为了论证这一荒谬判断的正确性，甚至有人将远古汉语的简洁与手机短信的简洁相提并论，认为手机短信文学能够产生甲骨刻字的效果，意思是说，篇幅短照样能够产生伟大的手机短信文学。表面上看，这两种形式的共同之处是都受制于书写技术，但背后的精神指向却南辕北辙。甲骨刻字，犹如一位内心世界丰富的结巴，苦于书写技术的限制，难以用文字符号流畅地表达神秘的精神世界。我们或许只能通过甲骨上刻槽的深浅，去感知他们精神世界的丰富信息。要知道，一旦书写技术的限制被解除，比如软笔等书写材料的发明，那些长久阻塞在心灵中的精神内容，就像墨水一样流淌出来，后来数千年的汉语文学就是例证。相反，短信书写就像一位心灵苍白的聋子，无法倾听更高远的信息，听到的只是信息生产商的鼓噪、广告的吆喝、利益的诱惑。在电子书写技术的限制下，手机早已将精神世界的丰富性压缩成一系列便于传播、进而能够产生利润的短句，一系列在精神内容和文学形式上双重平庸的电子话语。事实证明不到两年，由信息生产商和文学界好事者共同策划的所谓“短信文学”已经偃旗息鼓；作为媒介的短信还在，但与“文学”无关。

就是这三种基本逻辑在支配着当代话语生产，当代背后还有很多资本运作的问题，我们无法展开谈。经济学恰恰是利用了这个叙事断裂，因为图像是一种观看的欲望，它是满足你观看的欲望，第二就是符号的膨胀，第三就是脑的缺失，简单化。这三个基本逻辑是商品、资本、市场经济正好可以利用的，因此，当代的文艺生产尽管呈现出了我们刚才举的例子中，令人感到似乎欣喜的现象，实际上它背后的逻辑，就是商业逻辑。

最后，我还想提到最近《南方周末》上的一篇文章，《中国你需要一场文艺复兴》，我认为这一提法很有意义。正因为我们的文艺现状、特别是人的现状是不令人满意的，因此发出“文艺复兴”的呼吁。这篇文章里面有两个观点要引起注意：第一，文艺复兴不是复兴文艺，而是培养个体的独立性，培养他独特的说话能力和表达能力。第二，文艺复兴不是为集体话语张目，恰恰是为个人话语张目，只有在这样一个前提下的文艺复兴，才能成为一个民族振兴的标志。我觉得这篇文章的观点非常好。但是，到了网络上就变味儿了。网络把这个话题作为一个重点核心讨论话题的时候，把它跟“大国崛起”这种民族主义话语方式结合在一起了。说“大国崛起”不仅仅需要经济，也需要文艺复兴。它把文艺复兴背后的潜台词，就是培养个人的独立性，培养个人说话独创性的能力，培养个人主义的价值观，这样的潜台词置换成民族主义和国家主义话语权。这样的话，它既在官方话语的合法性里面得到认可，另一方面它又为网络民族主义的话语合法性提供了说辞。我觉得文艺复兴这个提法有它的合理成分，但是必须它有一个基本的前提，就是说，培养真正具有独立思考能力的人，培养真正具有自己说自己话的能力的人，不要张嘴说话就是人云亦云，不约而同地说一种大家都在说的话，好像为了某一个宏大的价值。在这样一个前提下，如果说文艺复兴是可能的话，它也必须借助于今天的新兴媒体，新兴媒体在新的价值观念传播过程之中，已经起到了非常重要的作用。但是它深层的逻辑，它的商业逻辑，利润逻辑等等，这些是我们需要警惕的，也就是我们今天讨论这个传媒与文艺里边的一个新的问题。我就讲这些。谢谢大家。【作者根据会议录音文本整理加工而成】

作者简介

张柠：北京师范大学特聘教授，广东省作家协会一级作家，中国作家协会会员、广东省作家协会理事，中国社会科学院文学所当代文学研究室客座研究员。著有《叙事的智慧》、《诗比历史更永久》、《飞翔的蝙蝠》、《时尚鬣犬——文化批评集》、《文化的病症》、《土地的黄昏》。主编《媒介批评》、《文化中国》。或“中国当代文学研究第9届优秀成果奖”、“第六届广东文学奖”、“《作家》杂志1998——1999年度批评奖”、“《南方文坛》2003年度优秀论文奖”等。

【原载】 中国作家网

| | |
|--|--|
| 浙江工商大学中国文化理论创新研究中心 | 绍兴文理学院人文学院 |
| 浙江工商大学中国文化理论创新研究中心为校级研究中心，由中国文艺理论学会副会长、西 | 绍兴文理学院人文学院前身是1956年9月建立的绍兴中等师范学校的语文教研室，19 |

更多
加盟
信息

[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