

论短信文学的民间文化心理*

陈蓉¹, 田茂军²

(1. 吉首大学 学生工作部, 湖南 吉首 416000; 2. 吉首大学 文学与新闻传播学院, 湖南 吉首 416000)

摘要:短信文学产生于市民文化环境,其创作主体与受众的思维方式和价值理念都体现着世俗理性。这样一种不受主流话语控制的文学新样式,充分体现了民间智慧,带有浓郁的民间色彩,将民间文化心理展示得淋漓尽致。

关键词:短信文学;文化心理;民间;诙谐;狂欢

中图分类号:I022

文献标识码: A

文章编号: 1007-4074(2010)06-0134-04

基金项目:吉首大学2009年研究生立项资助课题(09JDY041)

作者简介:陈蓉(1978-),女,湖南衡阳人,吉首大学学生工作部硕士研究生,讲师。

田茂军(1963-),男(土家族),湖南龙山人,吉首大学文学与新闻传播学院教授。

短信文学从一出场就与民间文化有着千丝万缕的联系。它产生于市民文化环境,其创作主体与受众的思维方式和价值理念都体现着世俗理性。短信写手把写作当成了谋生的手段,把创作视作“卖文为生”的一种职业,具有浓厚的商业色彩和功利性目的。同时,由于短信是在民众间自由传播,且在传播的过程中,传播者与受众都可以根据自己的构想与需求进行即兴改编,这使手机短信成了为一种集体创作的艺术。事实上,我们可以将短信看作是一种以手机为媒介的民间生活样式。它把民间的、口头流传的文化以文字形式通过现代信息技术传播开来,具有浓郁的民间文化心理特征。

所谓民间文化心理,是指接受民间文化影响而形成的民间社会心理。作为文化心理,它是一种社会心理状态。这种状态是一种社会文化积淀而非自然天成。所以,它必然具备相应的价值取向和行为模式。我们可以将文化心理视为由价值取向决定并且通过行为模式反映的人的心理活动与心理状态。短信文学作为一种民间写作,就自然而然

地受到这种心理活动和心理状态的影响,或者说,短信文学在某种程度上是民间心理的文化映射。

一、以“民间”身份说话

短信文学来源于民间,植根于民间,勃兴于民间,具有牢固的民间根基。这里的“民间”首先是相对于官方而言的,民间则意味着和主流话语的对峙。从文学创作主体和参与角度而言,民间性往往意味着文学参与者的大众化、创作主体的民间立场以及文学活动创作传播方式的集体性和变异性。

首先,创作者和参与者来源于民间,以民间身份说话,充分代表民众。这种大众化的创作传播方式使短信文学具有了扎实的民间化根基。近年来,随着信息技术的迅猛发展和手机的广泛普及,短信文学逐渐渗透到寻常百姓的日常生活中,成为了备受民众青睐的精神美宴和娱乐消遣。“动大拇指,当大作家”。短信与文学的完美结合,以比网络

* 收稿日期:2010-10-01

文学更加彻底的反叛姿态摆脱了少数人对文学的掌控和操纵,真正将文学创作与价值评判的话语权力归还给广大的受众,体现了一种纯粹的民间性。可以说,短信文学加速了文学走下神坛的脚步,让这一起源于民间的艺术重新回归民众,让所有参与者都能充分享受到文学创作所带来的乐趣。在手机短信文学所营造的高度民间性这一文学语境中,各式各样的文学生产者得以进入文学生产领域。他们超越了时空的限制,摆脱了文学权威的束缚,尽情展示他们的创作才能,任意挥洒他们的创作激情,并与他人共享文学作品,形成了一派欣欣向荣的热闹景观。

其次,我们的民间并不仅仅指短信写手的群众身份,也包括短信创作主体所持有的民间立场。由于用手机发送短信是计费的,而且是按条收取费用,因而发送短信所产生的费用与短信的数量是成正比的。如此一来,短信创造者要得到接收者的认可,以获取更高利润,就必须站在民众的立场,运用民间语言,反映民众心声。陈思和认为,民间是一个多维度、多层次的概念,“是在国家权力控制相对薄弱的领域产生的,保存了相对自由的活泼的形式,能够比较真实地表达出民间社会生活的面貌和下层人民的情绪世界”。^[1]取材于民间的短信文学真实地再现了民间的物质生活和精神状况,更能映射民间百味、世俗百态,因而符合了广大市民的心理需要,其民俗性往往比传统民间文学更攫人眼球。正如民间文学中的民谣、谚语一样,民众将自己对现实社会的不满与生存现状的愤懑通过手机短信这一文本来宣泄并肆意传播。

另外,在创作和传播方式上,短信文学表现出来的集体性和变异性大大强化了它的民间性根基。对普通民众而言,参与再创作短信文学活动是十分便捷的,进而使短信文学创作表现出一种明显的集体性。这里的集体性有两层含义:其一是这种文学行为都是由一个特定的群体共同完成的;其二是短信文学都为一个特定的群体所共有。在参与方式上,短信文学的创作者不论身处何方,只要一机在手,随时随地都可以进行即兴创作、及时发送,而接收者和阅读者也享有极大的时空自由度,只要手机处于开机状态,便可以接收到文学文本,并随时展开文学鉴赏与再创作活动。同时,短信文学作品多是宣泄内心真情实感、针砭时弊之作,特别能引起读者强烈的共鸣,因而带动更多人参与创作,无论是“阳春白雪”,还是“下里巴人”,都在手机这一平台上自由地发表个人见解,进行再创作,营造出一种众声喧哗的繁荣景观。这样的文学传播与再创作同步的集体创作方式集思广益,符合民众的情感趋向,透露着民间世俗的思维模式,也极大地激发了民众参与文学活动的热情。

与传统民间文学相比,短信文学的变异性特征更加明显。由于手机这一媒介是自由灵动、兼容并包的空间,其交流不仅是双向的,更是多样化的。短信文学创作出来后,大多在民间先行流通,进行匿名性传递。这就有效避免了文字编辑上的严格规范和苛刻评判,真实地传达了民众的呼声,使短信文学在民间活力四射。它没有固定的文本,所以具有很强的变异性。这是由于它的特殊生存发展环境所导

致的。因为其文本不象纸质文本那样经过严格的审核程序方能发表,而只需动动拇指,利用信息平台加以发送便可实现文字共享。同时,短信文学的大众化、平民化特征使文本的改写相当即时随意,漫天的篡改、大量的复制并群发充斥短信文坛。“人人皆可当作家”的创作热情覆盖了文本的最初形态,真正实现了“一千个读者就有一千个哈姆雷特”。这种文学创作方式的集体性和变异性,大大强化了短信文学的民间性根基。

从这个意义上讲,短信文学代表了一种反叛的民间精神,同时也是一种创新的民间精神。短信文学是时尚的,却带有浓厚的民间文学意味,其绚丽新颖的外衣里面裹的还是些老的俗的东西,称得上是“装在手机这一时尚酒瓶中的民俗烈酒”。^{[2](P112)}

二、以“诙谐”艺术宣泄

现代生活节奏越来越快,在激烈的社会竞争中,现代人的工作生存压力也越来越大。人如同陀螺般旋转,社会化大生产导致人一步步被异化,在流水作业的工作线上,在被束缚的企业管理体制下,人性受到压抑,希望获得自由、憧憬张扬个性的念头与日俱增。社会需要释放,民众渴求发泄,短信应运而生,其透着民间智慧的诙谐为现代人所宠爱。

那么,诙谐是什么?诙谐就是幽默、滑稽、丑角化、戏谑、夸张的身体姿势和玩笑,俏皮话、猥亵语和嘲讽讥刺。^{[3](P8)}诙谐一般以风趣的谈吐、滑稽的语言进行戏谑调笑,以不正经的态度调侃、调笑社会生活中的权威和表面正经的社会现象,目的是为了寻求开心。在亦庄亦谐的短信世界里,都市人的情感欲望得到了酣畅淋漓的表达。他们肆意放纵,在这个没有权威的创作空间任意驰骋,展开天马行空式的想象,充分发挥着他们的创作才能。

诙谐的源泉是上古初民娱神的仪式,是人们本能的宣泄,是民间生活中主要的精神现象,也是民间文化的基本特征之一。诙谐在短信文学中大量存在,主要表现在以下四个方面。

第一、吸收轻松幽默的个性化语言来建构诙谐语境。短信是以文字为形式行口语之实质的新型表达方式,在方寸之间施展拳脚,因此个性化的语言也成为了短信文学的主要特征之一。短信的语言不是单一的,它是多种语言媒介融合的结果。短信充分吸收了广告语言、时尚用语、流行歌词以及网络用语,具有广泛的媒介基础。如“祝你百事可乐,万事芬达,天天哇哈哈,月月乐百事,年年高乐高,心情似雪碧,永远都醒目”;“想说爱你太不容易,发条短信表表心意”。此外,短信文学还引用了各种符号来构筑更加生动活泼的内容,用网络聊天的符号语言如表示微笑:~);表示不高兴:-(;表示大笑:-D);表示吐舌头:-p;表示哈哈大笑:-D;表示惊讶:-O等。

第二、选取紧跟潮流的世俗化题材来折射世间百态。从手机短信文学的文本来看,它的内容多来自贴近百姓生

活,紧跟潮流,追求时尚、世俗化的题材,以广大民众喜闻乐见的诙谐形式,来反映当前社会生活,如:

“首都北京,千里病风,万里菌飘。望长城内外,人心惶惶,京城上下,顿时吵闹。吃板蓝根,服维生素,欲与萨斯试比高。无宁日,看口罩手套分外畅销”(2003年非典肆虐期间)

“本息几时有?含泪问苍天。不知今日政府,又将出何言?我欲乘车上访,又恐大街小巷,警察会拦阻。心中急如焚,不想在人间。盯福大,围三管,夜难眠。怎不有恨?一生积蓄一朝完。从此无分文,何来沽米钱?”(2008年湘西融资风波期间)

第三、运用形式多样的修辞手法来宣泄情感体验。修辞是文学常用的表现手法,短信也不例外。将比喻、拟人、排比、对偶、谐音、讽刺、曲解、夸张等各种手法杂糅在一起,充分彰显了短信文学作为一种民间文化形态所具有的自由自在的特性。例如:

(1)比喻手法:“愿好运像地雷,时常被你踩到;厄运像流星雨,永远淋你不到;财富像垃圾,随处可以捡到;幸福伴你一生,像苍蝇一样盯着你不放。”

(2)排比手法:“学问之美,在于使人一头雾水;诗歌之美,在于煽动男女出轨;女人之美,在于蠢得无怨无悔;男人之美,在于说谎说得白日见鬼。”

(3)拟人手法:“啊!你的皮肤如此富有光泽,你散发的香味如此难以抗拒,让我狠狠咬你一口吧,我亲爱的——红烧肉。”

(4)谐音手法:还记得那年在树下军训嘛?教练对同学们说:“第一排报数!”你惊讶地看着教练,教练又大声地说了一遍:“报数!”于是,你极不情愿地转过身去抱住了树!

(5)曲解手法:护士看到一位病人在病房里喝酒,就走过去小声说:“小心肝!”病人微笑着说:“小宝贝。”

第四、利用手机特有的翻阅阅读来产生诙谐效果。文学接受理论告诉我们,在文学阅读之先及阅读过程中,作为接受主体的读者在心理上往往会有既成的思维指向与观念结构,这种阅读文本的既成心理图式就是期待视野。手机所独具的翻页功能完美演绎这一期待视野:翻页的空白让人产生阅读期待,并且这种期待多是根据上文的语义和语境所形成的思维定势,而等到手机屏幕滚动后,读者看到的文字却与自己的期待大相径庭,甚至完全相悖,从而给人以惊奇意外之感。这就有些类似于相声小品中抖包袱式的段子,在空白屏幕之后出现了一种既在意料之外又在情理之中的结局,远远超出了读者期待的视界,因此创造了强烈的诙谐艺术效果。如:“与你偶遇/慌乱的我不知所措/你那双含情脉脉的双眸/我无法回避/明白你的心/我拼命躲开/你却紧紧相随/我哭喊着(空白,请翻页)/谁家的狗啊。”

“如果说民俗性是民间的存在特征,是可见的人文地理标识,那么,在我们看来,诙谐性则是民间的精神存在方式。”^[3]现代人久居喧嚣嘈杂闹市,渴望回归自然,感受田园牧歌,而70字短信让人们以诙谐方式袒露生命的本真状态,进而使身心能够从各种重压下获得解脱与放松。问候

也好,整蛊也罢,短信文学中的嬉笑怒骂都比现实生活来得热闹而放肆,人们的思想、情感在手机这一数字媒介里得以诙谐地宣泄。

三、以“狂欢”方式对抗

短信作为一种大众文化现象,在民间自由传播过程中,传播者和接受者都可以根据个人的需求将其改头换面,从而具备了全民参与的广泛性以及与主流话语的对抗性,从而呈现出民间狂欢的美学风格。在当下这个大众化文化狂欢的时代,短信文学这一植根于民间并在民间广为传播的文学新样式,成为了继网络文学之后的又一个全民狂欢的重要形式。

狂欢理论来源于俄罗斯著名文艺理论家巴赫金。他对狂欢的考察立足于“长远时间”观念,即将狂欢置于人类统一的文化语境中,认为狂欢是人类生活中具有一定世界性与普遍性的特殊文化现象,既包括人类社会生活的狂欢现象,也包括狂欢化文学现象。在巴赫金看来,“狂欢是一种未被认知的、激越的生命意识,是民间的底层文化的地核,而官方文化不过是民间文化浮出海面的一角冰山。作为一种既能创生也能毁灭的力量,狂欢在文明即阶级与国家形成的条件下被迫转入地下或民间,以弱化的形式存在于各种仪式或表演形式中,存在于各种诙谐的语言作品及不拘形迹的广场语言中。狂欢的被贬斥与放逐意味着狂欢本身的文化功能发生了变异,从此它被视作一种对官方文化具有离心作用的异己力量。”^[4](《导言》P7)短信文学正是以其浓厚的狂欢化美学色彩,在民间充分运用“讲故事的权利”,对主流和权威实施狂欢性的嘲弄和惩治。

娱乐性。“如果强行让文学去承载思想而避掉娱乐,那么它俨然就成为宣教的工具而死气沉沉,更甚至说,是在阉割文学。因此,短信文学可以用来娱乐,也可以有思想性。”^[5]随着社会节奏的加快,短信文学的娱乐休闲功能越来越受到民众的喜爱,并成为一种时尚的生活方式被强力渲染。娱乐短信题材内容宽泛、形式多样,而戏谑、调侃就成为相当重要的娱乐手段。如《这年头》在娱乐戏谑中充分展示了民间智慧:“这年头,警察横行乡里,参黄涉黑,越来越像流氓;流氓各霸一方,敢作敢当,越来越像警察。医生见死不救,草菅人命,越来越像杀手;杀手出手麻利,不留后患,越来越像医生。教授摇唇鼓舌,周游赚钱,越来越像商人;商人频上讲坛,著书立说,越来越像教授。明星风情万种,给钱就上,越来越像妓女;妓女楚楚动人,明码标价,越来越像明星。谣言有根有据,基本属实,越来越像新闻;新闻捕风捉影,夸大其辞,越来越像谣言……”还有把历史人物作为调侃的对象,如“值此佳节来临之际谨率大清全体皇帝祝您:家庭顺治、生活康熙、人品雍正、事业乾隆、万事嘉庆、前途道光、财富咸丰、内外同治、千秋光绪、万众宣统!”当然,这类短信缺乏对人生价值和现实生活的观照,而纯粹以一种搞笑式的娱乐来实现全民话语狂欢。

游戏性。短信文学以其大众化、通俗化风行于世,成为

了越来越多人的新宠。而这种文化现象是滋生于后现代文化语境下的。后现代热衷于游戏,努力摆脱官方的一切约束和规范,在自由、怪诞、戏谑、轻松中放纵地享受狂欢节文化。短信则严格遵循了后现代文化理论中的游戏性规则和反深度模式,回避对人生重大问题的思考以及对沉重现实生活的体验,以一种游戏的态度来直面生活,通过轻松诙谐的语言来表现一些毫无意义的东西。如“伊拉克十日游春节期间隆重推出:参观伊拉克秘密武器库,游巴格达地下堡垒,同萨达姆共进晚餐,幸运者更有机会留在伊拉克与美军作战。”将美伊战争以一种轻松娱乐的方式进行拼凑,从而让这一关乎人类命运的历史性事件用一个“旅游布告”加以消解,将具有宏伟意义的历史性事件游戏化。康德在《判断力批判》中将自由游戏看作是艺术的精髓,他把艺术“看作它只能作为游戏,即一种本身就使人快适的事情而得出合乎目的的结果”,^{[6](P147)}短信文学的游戏性正充分体现了文学这一艺术本质,短信本身也成为了一种文字游戏。

颠覆性。短信文学从打破逻各斯中心主义出发,否定权威和绝对真理,对意识形态与各种等级制度以及生活常规加以歪解,并通过经典的戏仿与反讽,从而达到对传统文学进行前所未有的颠覆。简言之,即以狂欢化思维方式来颠覆理性化思维结构。如“西墙上,诸葛亮一曲奏罢,余音绕梁,听得城外的十五万魏军如痴如醉。诸葛亮:‘谢谢大家,每位请交门票费一两。’片刻之间,十五万人逃得一个不剩”。此短信把《三国演义》中“武侯弹琴退仲达”一回中诸葛亮的智慧与谋略以荒诞不经的形式戏谑地解构了。又如“子曰:‘人而无信,不知其可也!’现代人解释说‘孔子的意思是一个人如果连短信都没有收到,简直不知道他是怎么混的!’发你一条短信,证明你混得不赖!”这则短信将圣人经典加以颠覆,从而产生现代喜剧效果。有的则直接把颠覆的矛头指向政治,大有把文字的狂欢进行到底之势。比如“这年头,到处都是错别字:植树造零,白收起家,勤捞致富,选霸干部,任人唯闲,择油录取,得财兼币,检查宴收,大力支吃,为民储害,提钱释放,攻官小姐。”在这些放肆的颠覆一切的语言背后,隐藏的是民众对官方的批判和对理想社会生活的向往。

无等级性。巴赫金认为西方存在着两种相互对立的文化:官方的严肃文化和民间的诙谐文化。官方文化死板严

肃规范,刻意神化和维护现有秩序;但是以广场为舞台的民间文化则完全相异,是一种最有生命力的亚文化,这种广场文化暂时取消人与人之间的身份差异,取消等级。因此狂欢节使人摆脱一切等级关系的束缚,形成超出于现实的狂欢世界。而承载手机短信的数字媒介就是一个狂欢的广场,等级、约束、禁令可以暂时取消,人们在这个数字化空间不分彼此、不拘形迹地自由接触,互相嘲弄、揶揄,呈现一种无等级性狂欢。如“听说你最近很牛逼,普京扶你下飞机,布什给你当司机,麦当娜陪你上楼梯,金喜善给你烤烧鸡,刘德华帮你倒垃圾,连我都给你发信息。”这则短信把不同社会文化背景、不同社会阶层的人物混杂排列,抛却了森严的等级观念,没有任何的束缚,国家首脑和演艺明星成为了空壳道具,被消解了光芒,体现了后现代“敢于调侃一切”的狂欢特点品质。

总之,在以手机媒介作为狂欢化广场里,民众拥有的不仅仅是传播的自由,更多的是隐藏在背后的话语权力的拥有、文本创作的自由及其所带来的人性欲求的释放和个体对交际自主权的掌控。正是这些平民而又人性化的自由诱惑推动了短信文学的飞速发展,同时也在某种程度上改变了民众的思想状况和生存方式。可以说,这既是一种期望平等的“对话”,也是对不平等的“对抗”。

参考文献:

- [1] 陈思和. 民间的沉浮:从抗战到“文革”文学史的一个解释[J]. 上海文学, 1993(3).
- [2] 王静, 崔莲花. 我为信狂:短信传播的人文思考[M]. 桂林:广西师范大学出版社, 2007.
- [3] 蓝爱国, 何学威. 网络文学的民间视野[M]. 北京:中国文联出版社, 2004.
- [4] 王建刚. 狂欢诗学——巴赫金文学思想研究[M]. 上海:学林出版社, 2001.
- [5] 魏建亮. 短信文学:概念的廓清与厘定[J]. 太原师范学院学报, 2008(1).
- [6] [德]康德. 判断力批判[M]. 邓晓芒, 译. 北京:人民出版社, 2002.

(责任编辑:粟世来)

On the Folk Culture Psychology of Short Message Literature

CHEN Rong, Tian Mao-jun, Wang Xiao-hua

(College of Literature and Journalism, Jishou University, Jishou, Hunan 416000, China)

Abstract: Short message literature is originated from civil culture, whose subject and object of creation represent conventional rationality in thinking mode and value conception. As a new style of literature which is not restricted by mainstream discourse, short message, with strong folk color, fully embodies the popular intelligence and best exhibits the cultural psychology of people.

Key words: short message literature; cultural psychology; folk; humor; carnival