

上世纪90年代中国大陆文学商业化思潮分析与反思

林哲敏

(漳州师范学院 历史与社会学系,福建 漳州 363000)

摘要:上世纪90年代,文学商品属性被确认,由此文学商品化思潮兴起。文学商业化与商业大潮相呼应,对文学发展的影响是双方面的,文章对此进行了分析,并提出了避免负面影响的方法。

关键词:上世纪90年代 大陆文学 文学商业化思潮

不可否认,商业化是当下文学的突出表征。从生产和消费的关系来讲,文学走向市场无可厚非,亦是必然的。上世纪90年代,大陆文学观念方面的一个重大突破就是文学商品属性的被确认。文学是精神产品,具有意识形态的属性和审美的属性,同时又具有商品的属性。文艺制品同其他商品一样具有消费或使用价值,可以按照商品交换的方式在市场流通,肯定文学作品具有商品的性质,为大陆文学走向市场提供了理论依据。这一理论突破的直接结果,是文学商业化思潮的兴起。

—

上世纪80年代,文学的商业化还仅仅表现在文学的局部领域,比如通俗文学在一个时期内的流行;进入90年代,文学商业化已渗透到了文学的各个领域,它与社会上的商业大潮相呼应,以强大的声势席卷了几乎整个文坛,具体表现在:

第一,作家世俗化。一部分作家(如张贤亮、陆文夫、魏明伦、沙叶新、宗福先、胡万春、王朔、杨争光等),打破了“文不言商,士不理财”的传统,从纯净的“文学天国”降落于尘世,加入了社会世俗化的进程。知识者和文化人一改往日的斯文,“下海”办公司、搞企业,从事多种经营,由文人变成经济型文化人。

第二,作家为钱写作,出现了所谓“期货作家”(作家与出版商签订“卖身契约”)、“企业文学”(作家为企业家收买,从事企业宣传)、“货币评论”(一些人出钱买评论)等。过去,作家们写作是为人民代言、为慰藉自己的心灵、为审美创造,而现在的一些作家则变成了主要为市场、为金钱写作(所谓“以卖文为生”)。

第三,一些作家采用商业手段推销自己的作品,如文稿拍卖、文稿标价、作品炒买炒卖、注重作品包装,利用广告和大众传媒扩大作品的影响和增加其经济效益。

第四,亚文学、“软文学”占领文化市场。新武侠、新言情、新演义等通俗文学势头不减;纪实文学、法制文学等备受青睐;以吃喝玩乐、衣食住行、观光旅游、婚姻家庭为主要内容的闲适文学、休闲文学即所谓“软文学”作品走俏。

第五,严肃文学媚俗化。一些严肃文学作家在经济利益的驱动下转而写通俗文学作品或具有通俗性质的作品(如“布老虎丛书”中的一些作品);有的严肃文学创作渗入了某种商业因素(如《废都》中性爱描写的商业动机)。

第六,在商品大潮的影响和电视等大众娱乐形式的

冲击下,严肃文学创作队伍分化、流失,作家“触电”现象增多(如北京的海马创作室、南京的扬子鳄创作室、谡容的快乐影视中心,都热心于影视的制作;另外,十多位青年作家加盟创作电视连续剧《中国模特》,十多位女作家联手创作电视剧《太阳和女人》,五位实力派作家参加张艺谋策划的电影剧本《武则天》的创作投标等)。

二

文学商业化思潮对文学的发展有积极促进的一面:作家根据市场需求进行创作,使文学作品能更及时、多方面地满足读者的阅读需要;文学走向市场,有利于文学创作的公平竞争,书商和读者选择作家与作品,作家与作品直接进入市场并接收市场的检验与挑选,促使作家创作出高质量的、有竞争力的作品(所谓“畅销书”);一些作家“下海”,直接参与商品经济活动,一些作家办文化性公司或为文化办公司,为“以商养文”创造了物质条件,又能在商业风浪中摔打,能够从近角度观察和体验瞬息万变的当代社会生活,为他们日后创作表现当代中国改革的作品积累生活素材;增加了一些作家的收入,使不少作家从生活困境中解脱了出来。

当然,文学商业化所造成的弊端也是明显的:首先,金钱对作家的腐蚀。单纯为金钱写作,使一部分作家丧失了应有的历史使命感、社会责任感、人民代言人的神圣感、灵魂工程师的崇高感和作家应有的人格精神,出现道德滑坡现象。其次,只注重经济效益,忽视文学的社会效益,助长了格调低下的“黄”(色情)、“黑”(暴力)类作品的泛滥,对读者,特别是对青少年产生了不可低估的危害。再次,有些作家追求作品数量,粗制滥造,作品内容平面化、肤浅化、思想深度被消解,审美追求被放弃,出现了大量平庸之作。有的作家急功近利,心浮气躁,不再甘于寂寞,潜心于对生活的体验和艺术的创造,而是为追逐金钱,随意消耗自己的生活积累、思想积累和艺术才华(有人把这种现象称作“才能透支”),从而忽视或无力投入于鸿篇巨制、佳构精品的创作。最后,亚文学、软文学、俗文学挤占文化市场,而且一些出版商、书商只顾自己的经济利益,使严肃文学作品、文学刊物、文学论著的出版发行艰难。

三

在市场经济体制下,文学商业化自然是不可避免的,商业潮流并非万恶之首,健全的文学与健康的商业重组更是市场经济下文学的发展方向。文学要为广大服务,借商业的健康运作可以更有力地做到这一点。毕竟文学不是象牙塔之中的花朵,文学的教化作用与净化人心的特性决定了它必须从象牙塔走到十字街上去。象牙塔和十字街只相隔一层纸,“阳春白雪”与“下里巴人”并无绝对的分界线。对于文学商业化思潮,我们应采取冷静、客观的态度:一方面,要注意保护它的积极的方面,使之有利

诗乐的渊源考略

王庆国

(河南省妇女干部学校,河南 郑州 450000)

摘要:诗歌与音乐是结合在一起产生的。诗歌是普通语言的凝炼化,音乐是对诗歌语言的音响发展。本文结合诸多文献,对诗歌与音乐的渊源进行了考证。

关键词:诗歌 音乐 渊源

《吕氏春秋·古乐篇》中记载道:“昔葛天氏之乐,三人操牛尾,投足以歌八阙。”可以看出诗、乐结合是我国诗歌形成过程中的一个重要特点。“诗言志,歌咏言,声依咏,律和声”(《尚书·尧典》)是我国历史上有关诗、乐结合的最早理论。《诗·大序》中也有同样的记载,肯定了《诗经》三百篇是诗、乐一体的产物。刘勰在《文心雕龙·明诗》篇中明确指出:“民生而志,咏歌所含。”认为诗乐的产生与“民生”同时。我国古代原始歌谣如《弹歌》、《蜡辞》等都明显地带有诗乐一体的形态。《楚辞·九歌》等也是祭神一类的曲子,“屈原放逐,窜伏其域,怀忧苦毒,愁思沸郁,出见俗人祭祀之礼,歌舞之乐,其词鄙陋,因为作《九歌》之曲”(王逸《楚辞章句》)。在汉代乐府中,诗仍与乐相伴:“至武帝郊社之礼……乃立乐府,采诗夜诵,有赵、代、秦、楚之讴,以李延年为协律都尉,多举司马相如等数十人,造为诗赋,略论律吕,以合八音之调,作十九章之歌”。《隋书·音乐志》云:“武帝载音律之响,定郊丘之祭,颇杂讴谣,非全雅什。”从这段引文中可以看出,汉代乐府中的诗歌,不仅诗乐结合,而且几乎全来自民间歌谣。

隋唐除了原有的民间乐府诗乐以外,还受到外族诗乐的影响,当时的大曲和散乐都是受外来诗乐的影响而形成的,都是诗乐结合的一种形式,虽然后来经由文人之手,形成了有固定格式的律绝体诗,但诗与乐依然保留结合的关系。诗仙李太白的《清商曲》三首诗就是供入乐的典型例子,王昌龄、高适、王之涣、白居易等人的诗作也常被入乐而歌唱。至于宋代的词,则更由民间曲子生成。依曲填词,以曲定调,是词本来之面目。唐代的大曲和民间的小曲等,对宋词的形成起到了很大的作用。后来的诸宫

调也对词的形成产生过影响,它们本身都是诗乐的结合体。“唐代大曲的唱词都是五言七言的诗,而宋代大曲改用词体,显然乐曲的旋律和节奏,势必适应词的格律,而起到了很大的变化,远非本来面目”(沈知白《中国音乐史纲要》)。故《乐府余论》说:“以文写之则为词,以声度之则为曲。”充分表明大曲是一种配合音乐用的歌唱的诗体。到了元代,散曲杂剧更是诗乐结合的产物。

诗与乐的这种历史上的渊源关系,对我国后世诗和乐的形成和发展产生了巨大的影响。尽管二者后来逐渐分化成各自独立的艺术门类,但它们之间的血缘关系并没有断绝,二者之间相互影响,诗歌中有着音乐美的享受,音乐中有着诗歌般的情感。同出一源、相互影响是二者间的内在关系。因此我们说是形式构成了二者的内在关系,形式是本质的。“本质则是这样或者那样地按着它本身的特质而转化为形式的”(《列宁论文汇集》十卷)。诗与乐结合一体的产生渊源,使它们的形式中已包孕了密切的内在关系,尽管诗与乐最终分离为两个不同的艺术门类,但这种内在的共通烙印在二者的形式中永难磨灭掉。

按李泽厚的实践美学观点:“人的审美感受之所以不同于动物性的感官,正在于其中包含有观念、想象的成分在内,美之所以不是一般的形式,而是所谓有意味的形式,正在于它是积淀了社会内容的自然法则形式。”(《美的历程》)他进而在阐述原始人类使用红粉作为装饰物时,对这种积淀了社会内容的自然形式作了说明:“原始人之所以染红穿带,撒抹红粉,已不是对鲜明夺目的红颜色的动物性的生理反应,而开始有其社会性的巫术礼仪的符号意义在,也就是说,红色本身在想象中被赋予了人类(社会)所独有的符号、象征的观念含义。从而它(红色)诉诸当时原始人群的更已不只是感官愉快,而是其中参与了、储存了特定的观念意义了,在印象一方,自然形式(红的色彩)里已积淀了社会内容,在主体一方官能感受(对红色的感觉愉快)中已积淀了观念性的想象、理解。”(《美

于文学的健康发展和社会的进步,另一方面,必须清醒地看到文学商业化的消极面所产生的危害,从而对其加以有效的抵制和扼制。这里,关键的一点是对文学的定性、定位要准确,处理好文学的社会效果、审美效应与经济效益三者的关系。文学作品的意识形态属性,决定了它承担着一定的社会的与道义的责任,发挥着一定的认识与教育的功能,所以作家要有政治头脑,要有社会责任感与历史使命感,要注意作品的社会效果。文学作品的审美属性,决定了它具有独特的审美功能、娱乐游戏功能、情感宣泄功能,所以作家要有深厚的审美修养,要把能提高人的审美情趣与精神境界的健康、优美的作品奉献给读者,以取得好的审美效应。相对来讲,文学作品的商品属性是

它的次要的属性,所以作家应在服从于作品的社会效果和审美效应的前提下,讲求文学作品的经济效益。有了这种认识,作家才能避免在对待文学商业化问题上的片面性与摇摆性。

参考文献:

- [1]王力雄.渴望堕落——谈知识分子的痞子化倾向.东方,1994,(1).
- [2]张承志.以笔为旗.十月,1993,(3).
- [3]白烨,王朔等.选择的自由与文化态势.
- [4]肖向东.文学商业化思潮浅议.黄冈师范学院学报,1999,(5).