

凤凰树下

随笔集

风行水上

南帆
著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

风行水上

凤凰树下

随笔集

南帆
著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

风行水上/南帆著. —厦门:厦门大学出版社, 2017. 3

(凤凰树下随笔集)

ISBN 978-7-5615-6389-2

I. ①风… II. ①南… III. ①随笔—作品集—中国—当代 IV. ①I267.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 324545 号

出 版 人 蒋东明

责任编辑 王鹭鹏

装帧设计 李夏凌

责任印制 朱 楷

出版发行 厦门大学出版社

社 址 厦门市软件园二期望海路 39 号

邮政编码 361008

总 编 办 0592-2182177 0592-2181406(传真)

营销中心 0592-2184458 0592-2181365

网 址 <http://www.xmupress.com>

邮 箱 xmupress@126.com

印 刷 厦门集大印刷厂

开本 720mm×1000mm 1/16

印张 16.25

插页 2

字数 250 千字

版次 2017 年 3 月第 1 版

印次 2017 年 3 月第 1 次印刷

定价 40.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换



厦门大学出版社
微信二维码



厦门大学出版社
微博二维码



编者的话

厦门大学，一所闻名遐迩的高等学府，经过近百年的岁月洗礼，她根深叶茂，茁壮成长。厦大校园背山面海、拥湖抱水，早年由南洋引入的凤凰木遍布校园的各个角落，于是，一级又一级的海内外求知学子满怀憧憬地相聚在凤凰树下；一届又一届的毕业生依依惜别于凤凰树下。“凤凰花开”成了学子们对母校的青春记忆，“凤凰树下”成了厦大人共同的生活空间。

建校近百年的厦门大学现已成为学科门类齐全的国家“211”、“985”工程重点大学。厦大人秉承“自强不息，止于至善”的校训，铭记校主陈嘉庚建设一流大学的嘱托，在较少政治喧闹、较多自由思考的相对安静环境中，做着相对纯粹的真学问，培育着一代代莘莘学子。一大批厦大人在不同的学术领域里成果卓著，他们除了发表论文、出版专著，贡献自己高深的科研成果之外，亦时有充满灵性的学术感悟文字、感时悯世的政治评论短札，时有思索道德人生的启示益智言语、情感迸发的直抒胸臆篇什。这些学术随笔其

文字之精练,语言之优美,内容之丰富,思想之深刻,不仅体现了厦大学人深厚的学术积淀,而且也是值得传承的丰富文化宝藏和宝贵的出版传播资源。

厦门大学出版社秉承“蕴大学精神,铸学术精品”的出版理念,注重挖掘厦门大学的学术内涵。我们将以“凤凰树下随笔集”的形式,编辑出版厦大学人的学术随笔、学术短札,在凤凰树下营造弥漫学术芬芳的书香氛围,让厦大校园充满求真思辨的探索情怀。年轻学子阅读这些书札,或能获得体悟,受到激励,走向深邃的学术殿堂;社会大众阅读这些书札,或能更加切实地品读我们这所大学的真实内涵,而不至于停留在“厦门大学是个大花园”的粗浅旅游观感层次。

我们更期待“凤凰树下随笔集”走出校园,吸引全球更多的学者走入这片凤凰树下,让读者感受到这些学者除了不断有高精尖的科研成果问世外,还有深沉的文化艺术脉搏在跳动,还有浓郁的人文精神、科学精神在流淌。

厦门大学出版社



Contents

目 录

第一编 文学趣味

- 3 〉 时尚与文学趣味
- 8 〉 传媒与娱乐霸权
- 11 〉 传媒·幽默·历史
- 23 〉 面具之下
- 27 〉 诗与日常主义
- 30 〉 《阿凡达》：视觉技术的消费
- 33 〉 作家的出生
- 35 〉 游戏感
- 39 〉 文如其人
——读书小札
- 44 〉 穿花蛱蝶深深见
- 57 〉 论“闽派批评”

第二编 分享学术

- 65 〉 七七级

75 〉心智的自由

——《敞开与囚禁》自序

79 〉写作撬动了什么？

——《理解与感悟》再版后记

86 〉分享学术

90 〉我们要向古人学习什么

93 〉投缘与默契

95 〉谈《读书》

97 〉囤书

99 〉可扔之物

102 〉纯粹的知识分子

105 〉找到自己的生活

109 〉大学的骄傲

111 〉市场、世俗与“人文精神”

第三编 前提与盲区

117 〉出境

126 〉机器之瘾

139 〉为金鱼换水

141 〉可以删除文科吗

144 〉第二种境界

——医学院新生欢迎会上的讲话

148 〉挑战自然

150 〉科学让我恐惧什么

158 〉方程式的前提

161 〉隐匿的盲区

164 〉技术主义的迷思

167 〉危险的戏剧性



- 169 〉 假做真时真亦假
- 172 〉 华丽的枷锁
- 175 〉 盛大的游戏与象征
- 180 〉 “大妈”的崛起
- 183 〉 房价的豪赌
- 189 〉 虚假的出走

第四编 记忆或观感

- 195 〉 那时的电影
- 199 〉 魔术般的物质
- 205 〉 山幽水远读不尽
- 208 〉 醉来稳作芦花梦
- 210 〉 北望长安大明宫
- 213 〉 风高雨疾镇海楼
- 217 〉 提梁壶
- 221 〉 无限玄机
- 224 〉 一个业余围棋手的足球观感
- 230 〉 较真
- 234 〉 魔术与伪奇迹
- 237 〉 单眼皮
- 240 〉 深夜不眠人
- 243 〉 无知的想象
- 245 〉 钱

文学趣味

第一编

凤凰树下随笔集





时尚与文学趣味

“时尚”这个概念正在变成时尚。谈论时尚是文化和身份的表现，文学当然不甘落后。文学担任过灵魂工程师，还承担过启蒙、主体、自我或者别的什么，现在轮到处理时尚了。

何谓时尚？服装款式，流行歌排行榜，电影明星，畅销书，化妆品品牌，休闲方式，轿车档次，MBA……时尚就是流行的大众文化符号。时尚没有历史之根，没有悠久的传统。因此，时尚可能由于一个偶然的原因突如其来，盛况空前，甚至咄咄逼人；时尚也可能毫无理由地遽然而灭，不知所终。当然，时尚总是人多势众，大规模的互相摹仿是时尚的基本特征。时尚运动古已有之，“楚王好细腰”就曾经形成先秦的一种时尚。现代社会已经拥有种种制造时尚的复杂技巧，因此，现代时尚具有强大的蛊惑力。这也是文学遭遇的压力。文学迟迟不愿意向时尚投诚，这种固执已经被许多人视为可笑的自闭症；然而，如果文学只能混迹于模特儿绯闻、宠物的护理和进口女性内衣的赞辞之间，人们还有什么理由期待文学撼动世界，作家还有什么理由像巴尔扎克那样夸口——用笔完成拿破仑未竟的伟业？这个时候，诗人们的字斟句酌不过是有闲阶层打发无聊的游戏罢了。

时尚的拥戴者必将提到时尚的积极意义。的确，千人一面的时代没有时尚。或者说，千人一面的时代只有一个偶像，一种风格，一套语辞和一副表情。时尚的时代证明了标新立异的勇气——这个世界开始允许形形色色的个性露面。一些人大胆地亮出自己，领先潮流，更多的人群起而仿之，共同时髦：这即是时尚的启动。时尚的大部分内容就是推广个性，一直推广到没有个性为止。这时，时尚的改朝换代来临了。一种个性腻味了，人们就会考虑换一种。李谷一的气声，崔健沙哑的吼叫，乔丹的耐克鞋，比尔·盖茨的《未来之路》，贝克汉姆的鸡冠发型，F4 或者“我的野蛮女友”，如此等等。既然文学崇拜个性，为什么还不尽快戴上面具，加入繁闹异常的时尚化装舞会？

时尚背后聚集了一大批乌合之众。这肯定影响了时尚的声誉。一个白领居然与街头的贩夫走卒拥有同一个明星偶像，小县城里的闲人也大咧咧地穿起了电影导演们流行的马甲，这太叫人扫兴了。时尚的结局是通俗，个性的先锋意义迅速败坏了口味。然而，这不就是大众文化的形成吗？大众文化的确有些粗俗，有些鱼龙混杂，缺乏必要的精致和深刻，但是，大众文化生气勃勃。它将强烈地冲击纤弱苍白的精英文化。大众文化之中洋溢着民间的气息，明朗、感性、乐观、轰轰烈烈。书斋里的无病呻吟或者钻牛角尖在这里没有位置。大众文化奉行流行原则。流行就是价值，为什么一定要追求不朽？所谓的经典无非是圣上册封，是有闲文人的玩物，是学院体制的霸权象征。大众文化垂青快感，让深刻的哲理留给教授们自己享受好了。拜托——不要动不动就唠叨主题或者意义，大众已经被所谓的主题和意义弄得十分厌烦了。大众就是愿意跟上金庸快意恩仇，寻找葵花宝典；强迫他们回来考虑哈姆雷特的“to be or not to be”不是累得慌吗？大众刚刚从工厂的流水线或者田野上撤下来，疲惫的躯体和内心都需要抚慰。白日梦就是放松一下，不要再用符号学或者弗洛伊德困扰他们。时尚代表了大众的自觉追求。大众心甘情愿地为时尚付钞。知识分子热衷于标榜民主，为什么遇到了时尚后面的大众又畏首畏尾，叶公好龙？他们真的没有发现时尚具有的革命姿态吗？

不可否认，“个性”或者“民主”都是现今的褒义词。令人生疑的是，现今的时尚承担得了这两个概念吗？一个大牌明星颐使气指，她的一个书名就卖了几十万——这个时尚文学圈津津乐道的例子怎么看也不太像“民主”的做派。从某种个性演变为某种时尚，大幅度的推广需要强大的能量。权势曾经是大部分时尚兴盛的动力。王室成员的习性，上流社会的服饰，贵族们沙龙之中的辞令，这些都曾经因为大面积的摹仿而成为时尚。如今，时尚正在成为消费主义的俘虏。时尚的潮起潮落往往与市场交易的繁荣或者萧条遥相呼应。许多时候，时尚的生产由商人们一手控制。商人们通常善于为他们家的账本制造相宜的时尚。制造时尚是一种投资，他们当然有把握在追星族的尖叫或者某种风行一时的装束之中收回成本，赢得利润。这时的时尚业已丧失了“个性”或者“民主”的革命气息而更像一种商业性的圈套。

不少人当然要争辩说，他们从未被迫加入时尚。时尚的确是他们的最



爱；市场成交量毋宁说体现了人们的喜欢程度罢了。这种观点往往低估了消费主义意识形态的巧妙伪饰。消费主义决不是愚蠢地摆开一个摊子，大声吆喝某种商品。生产时尚的时候，消费主义的动员必须让人们出现由衷的冲动，迫不及待地扑向某种商品。时尚推介某一种香水时不会如实地标明配料成分，而是告知这种香水将会令人迷醉于夏威夷的湛蓝天空之下。尽管时尚之中的装扮或者言辞日益相似，但是，报纸的休闲版早就放出风声——这就是现今的个性，缺乏这种个性的人无疑是时代的落伍者。为什么电视广告的主打方向是老板文化与明星文化？因为某种商品的购置有助于人们想入非非。总之，时尚善于令人们察觉到自己的欲望——但察觉不到欲望的制造。文学开始与时尚联手的时候，通常也就是文学的个性、尖锐或者历史感开始与商业企图合作的时候。各种消息迅速地在时尚圈子之中流传：某个大导演看上了一部长篇小说，开价数十万；某一部小说尚未出版，盗版已经蜂拥而至；某地出现一个文学奇才，他的所有版权已被境外文化公司高价收购；如此等等。至于标榜美女作家，炒作少年写手，雇佣记者制造某某作品即将被禁的谣言，这都是一些等而下之的手段了。文学的确重视个性。然而，如果某种个性演变为时尚，那么，作家收获的不再是美学风格，而是印数和版税。

时尚的文学应当写些什么呢？酒吧，性，公司总经理与女秘书，俊俏的女企业家赢得了香车别墅，官员、老板、美女记者、警察之间煽情的生离死别，当然还有古装的皇帝、阉臣、后宫佳丽与江湖上的侠客和青楼女子……的确，人们没有多少理由设置文学禁区——这些故事都可以在文学之中赢得一席之地。令人难受的是狭窄的文学趣味。文学必须投合现今时尚的中坚分子——投合小资、中产阶级或者白领阶层，他们的口味通常定位为软性读物。一个超级名模，戴什么牌子的墨镜，挎什么牌子的皮包，什么时候上了时尚杂志的封面，小时候如何顽皮，如何不小心被星探盯上，如何一举成名，如何爱父母，如何喜欢酒吧、蹦迪、音乐，属于什么星座，什么血型，感情是否已经有了归宿，情人节有多少人送玫瑰，最大的心愿是在罗曼蒂克的欧罗巴洲举行未来的婚礼——这就是软性读物的标准设计。这种趣味之中少了许多重要的内容。无助的个人，历史的纵深，内心的搏斗，小人物的苦恼，失业者的悲哀——人们甚至无法在这些读物之中看到一张有皱纹的脸。如

果的确想涉入艰难时世,那么,美貌女性的海外生涯是抢手的故事。这些故事当然不是某一个实验室里的枯燥生活,境外的性爱情节才是打入时尚的敲门砖。这个意义上,时尚文学缺乏的是悲天悯人的博大精神。这是文学传统之中最为可贵的人道主义情怀,也是现今文学不可或缺的内核。的确,著书都为稻粱谋,文学不必自绝于商业社会,不屑于充当商品,现今的作家没有理由耻于言利;然而,作家更没有理由因为版税而放弃这种情怀。如果所有的文学都无法出示超越市场关系的人生内涵,如果文学仅仅是一种普通的商品,那么,这种商品肯定是廉价的——不就是几张纸上印了一些字吗?真正的文学无价。曹雪芹为了写出几个小女子而在穷困潦倒之中“披阅十载,增删五次”;托尔斯泰耄耋之年离家出走,客死他乡;鲁迅哀阿Q们之不幸,怒阿Q们之不争——这一切与市场没有多少关系,也不会因为时尚而有所改变。

当然,人们会把文学的时尚考虑得相对复杂一些。老板、明星可以制作成时尚,孤独者、漂泊者或者愤青也可以制作成时尚——只要经过某种特殊的运作。以边缘人或者叛逆者的形象开始,以出版商的宠儿为归宿,这种例子比比皆是。这甚至已经成为某些人投机取巧的手段。商品社会已经如此开放,即使是反商业行为也会被改造为另一种商品。边缘人或者叛逆者形成特定的文化形象之后,另一些人琢磨的是如何把这种形象制作为面具卖个好价钱。既然劳动布的牛仔裤都能成为时尚,一张受苦受难的脸难道会卖不出去?只要耸人听闻,商机就会存在。许多人从布迪厄那里听到了一个概念——文化资本,现代世界的一个特征即是,擅长将文化资本兑换为实际利益。一个作家可以形式主义地先锋一回,然后转向主流的现实主义并且得奖,接下来宣布笃信某种宗教成为另类文学明星,最后将自己的女儿培养成神童式的诗人——他在每一个回合都赢得最大的利益。这种变色龙的作风可以迎合所有的时尚,缺乏的仅仅是内心——一个作家,甚至一个普通人的真实内心。

当然,这一切需要大众传播媒介的配合。电视全天候覆盖,晨报或者晚报深入市民阶层,计算机网络是新一代文化阶层的游弋之地。人们越来越多地同大众传播媒介打交道,实在世界反而渐行渐远。许多时候,人们相信大众传播媒介甚至超过自己的耳闻目睹。大众传播媒介是一个半独立王



国,具有自己的游戏规则。占据大众传播媒介的制高点从而先声夺人远比兢兢业业的振笔疾书有效。时至今日,一举成名天下闻只能是大众传播媒介制造的奇迹。大众传播媒介的制高点在哪里?时尚无疑成为首选。大众传播媒介是时尚的巨大舞台。由于商业广告的中介作用,时尚与大众传播媒介之间互利互惠的循环关系业已十分牢固。这个意义上,时尚的文学才能得到大众传播媒介的垂青。某些作家家喻户晓并不是因为作品的深刻,而是因为他们在大众传播媒介之中的有利位置。大众传播媒介有效地左右公众追捧这些作家,甚至狂热地把他们当成文学的唯一代表。如果仅仅因为读者的人数而将这一切解释为“民间”的兴趣,那的确太幼稚了。真正的民间文学多半会遭到时尚的拒绝,只能以原始的方式流传于草根一族。它们进入不了大众传播媒介,仅仅在一个狭小的空间自生自灭。

时尚同时还派生出一个原则——以新为尊。这不是同文学一拍即合吗?文学时刻渴望新意,恐惧雷同。然而,二者之间仅仅是表面的相似,或者说,二者的骨子里恰恰相反。文学的新意源于感性的特殊洞察,是个人对于世界独到而又积极的探索。时尚尽力怂恿喜新厌旧之风,这在很大程度上涉及资金的回笼速度。如果服装款式一成不变,现今的大部分服装厂和服装商店都要关闭。所以,时尚注重缩短各种潮流的周期。经济学意义上,十年磨一剑的确太慢了。既然如此,文学时尚的转换必须以取消精神深度为特征。没有精神深度的喜新厌旧不存在任何传统的拖累。以往,历史或者传统的匮乏时常被视为令人羞愧的肤浅,然而,后现代主义的历史语境来临之后,作家终于可以理直气壮地放弃精神深度了。也许,这已经成为一个亟待正面答复的问题:后现代主义仅仅是时尚吗?

(刊于《文艺报》2002年10月1日)

传媒与娱乐霸权

几乎所有的人都能察觉，文学乃至文化正在出现剧烈的变化；我想补充的是，传统的文学评价体系已经开始动摇。尽管武侠电影，玄幻小说或者以官场、职场为中心的电视连续剧赢得公众的持续热议，然而，学院里的大牌教授以及驰骋文坛的资深批评家不屑于做出表态。许多人不断地敦促文学批评驾临文学现场，情况似乎没有多少改善。空缺存在了相当一段时间，另一种新型的文学批评终于应运而生。可以在报纸或者网络上发现，各路的记者、自由撰稿人或者雇佣写手空前活跃，一种称之为“媒体批评”的特殊文体已经在他们手中形成。他们不再烦琐地引经据典，堆砌学术行话；辛辣、俏皮或者巧妙的调侃显示了别一种话语姿态。如果说，另类的语言风格叫人耳目一新，那么，“媒体批评”陆续塑造的文学偶像终于挑明了真正的理论分歧。众多迹象表明，一种新型的衡量标准已经开始实行。

绝不能把“媒体批评”的从业人员想象为一批有眼无珠的庸才。相反，这一批人对于才气和创意的鉴赏品味远远超过许多只知道复述经典的教授。“媒体批评”推出的文学偶像往往才气过人，创意十足；从奇诡的情节想象、灵活的叙述句式到感伤氛围的设置，这些作家多半表现出不可掩抑的聪明。不可否认，他们提供的故事相当有趣。“媒体批评”宠爱的文学偶像有什么不对吗？考察和斟酌新型的衡量标准时，人们听到的非议仅仅是——聪明或者有趣并非等同于深刻。的确，“媒体批评”推崇的趣味是机智和快活，没有人自寻烦恼地关注那些折磨人的话题，譬如上帝与灵魂，譬如人性与无意识的幽深，譬如历史的演变与个人命运之间的复杂纠葛，譬如语言内部隐藏了何种惊人的弹性，如此等等。那些话题令人紧张，扰乱心智，无助于在办公室以外构建一种愉快的娱乐生活。

恐怕这就是分歧的焦点：“媒体批评”通常扮演娱乐主题的拥趸，这种角色与传统的文学批评拉开了很大的距离。“诗言志”或者“文以载道”是古代圣贤确立的信条。在传统文人的心目中，追逐徒有其表的华丽词藻近乎玩



物丧志。五四新文化运动进一步破除古典文学的种种桎梏,主张抛弃涂脂抹粉或者代圣贤立言之类恶习,勇敢地介入熙熙攘攘的现实,改造落后而蒙昧的国民性。迄今为止,学院里的文学教育仍然秉承这种观念:文学的意义是济世匡时,拯救世道人心。教授们津津乐道的文学经典多半是这种观念的产物。收集一些传奇炫人耳目,炮制若干笑料消遣逗乐,这无疑低估了文学的效能,甚至是一种亵渎。然而,“媒体批评”不惮于改弦易辙,慷慨地放弃历史、人物命运或者灵魂的拷问这些严肃命题,毫无愧色地退回某些直观的初级评判,例如是否“好玩”,或者是否“刺激”。条件许可的时候,“媒体批评”乐于接纳某些尖锐的声音,但是,“媒体批评”青睐的元素是惊世骇俗,而不是深思熟虑。换言之,尖锐常常被视为别具一格的娱乐。开心一刻,娱乐至死,尽情嬉笑的时候似乎到了。当然,更多的人可能心事重重,表情严峻。他们意识到,历史驶入了一个颠簸的路段,各方面社会压力陆续加大,这时,文学是否必须以积极的姿态探索生活的纵深?遭遇这种质问的时候,“媒体批评”时常坦然地宣称:娱乐即是它们设置的对策——娱乐是一个有效的减压阀门。

我曾经表示,一个没有娱乐的社会并非正常状态;卡拉 OK、体育竞技、适度的网络游戏或者演艺圈的八卦传闻有助于松动板结的精神,文学的确有能力为之助兴,例如侦探小说或者灰姑娘遭遇白马王子的浪漫想象。然而,当文学的主要目标锁定为娱乐的时候,人们可能放弃了更为重要的职能。文学史上的众多事例证明,文学包含了改变人生甚至撼动历史的巨大能量。如果“媒体批评”推出的文学偶像形成了强大的势力——如果这些文学偶像的声誉和富豪榜上的名次带来的示范效应导致娱乐霸权主义,那么,“恶紫夺朱”就会成为一个恰当的形容。

多数场合,过度娱乐遇到的是尖锐的道德谴责;没有多少人意识到,大众传媒始终隐蔽地为娱乐主题注入了强大的动力。从古代的瓦舍勾栏、戏曲舞台到现代社会的电视或者互联网,各种大众传媒体系无不潜在地垂青娱乐主题。大众传媒体系愈是强大,建造与维护的成本愈高,大众传媒运营商对于利润的渴求愈是强烈。从印刷术带来的报纸、平装书籍到如今的各种电子传媒,文化生产制造的利润远远超出了人们的预计。3D 电影《阿凡达》转瞬之间吸走了数十亿美元,各种意想不到的奇迹正在陆续诞生。显而