

唐宋词与流行文化

宋秋敏 著



上海人民出版社

宋秋敏 著

唐宋词与流行文化

上海人民出版社



图书在版编目(CIP)数据

唐宋词与流行文化/宋秋敏著. —上海: 上海人民出版社, 2013
ISBN 978-7-208-11444-9

I. ①唐… II. ①宋… III. ①唐宋词—诗词研究
IV. ①I207.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 118907 号

责任编辑 顾 雷
封面设计 傅惟本

唐宋词与流行文化

宋秋敏 著

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 890×1240 1/32 印张 9.5 插页 2 字数 216,000

2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-208-11444-9/I·1145

定价 30.00 元

目 录

序 言	1
绪 论	3
第一节 流行文化概念的界定	4
第二节 流行文化在当代盛行的现状及原因	5
第三节 唐宋词作为流行文化的属性论证	9
第一章 唐宋词与当代流行文化的“草根性”及享乐主义倾向 ...	30
第一节 从当代流行文化视角看唐宋俳谐词的“草根精神”	30
一 俳谐词的草根精神与社会批判	31
二 俳谐词的草根精神与文学生活化	36
三 俳谐词中草根精神的价值与现实意义	41
第二节 从当代流行文化视角看唐宋词的享乐主义倾向 ...	45
一 半为枕前人,半为花间酒:唐宋词人享乐人生的“实况转录”	45
二 宴嬉逸乐,词之所宜:流行文化与享乐主义的不解之缘	49
三 唐宋词中享乐主义倾向的价值评估	53
第二章 当代流行文化视角下唐宋词的流行元素和策略	59
第一节 从当代流行文化视角看唐宋词中的“女性诱惑” ...	59

一	女性身体诱惑:男性原始欲望的恣意书写·····	60
二	女性情感诱惑:被男性消费的柔情和悲情·····	63
三	女色经济:女性诱惑的推动力·····	67
第二节	从当代流行文化视角看唐宋词的“唯美主义”倾向·····	72
一	创作目的的“去功利化”·····	72
二	对于艺术美的不懈追求·····	77
三	思想本质上的“颓废”化倾向·····	83
第三节	从当代流行文化视角看唐宋词的“流行策略”·····	87
一	百炼钢为绕指柔:唐宋词以柔克刚的流行策略·····	87
二	“以艳为美”的审美境界和审美理想·····	93
三	形式上“快餐化”的流行策略·····	96
第三章	当代流行文化视角下唐宋词的“另类”解读·····	102
第一节	从当代流行文化视角看唐宋词中的“生活艺术”·····	102
一	唐宋词人公私分明的双重生活态度·····	102
二	唐宋词人的生活百态·····	107
三	唐宋词中“生活艺术”的现实意义·····	112
第二节	从当代流行文化视角看唐宋词中的生态意识·····	115
一	一丘一壑也风流:对自然生态的呈现和礼赞·····	116
二	一松一竹真朋友,山鸟山花好兄弟:唐宋词中重生爱物的生态意识·····	120
三	与谁同坐?明月清风我:唐宋词中“天人合一”的生态美学理想·····	123
第三节	唐宋词中的养生思想与当代意义·····	128
一	逸游以养生·····	129

二	闲赏以养生	133
三	恬淡以养生	136
第四节	唐宋词“名句效应”在当代的实用价值和现实意义	139
一	奇葩珍树丛丛绕:唐宋词名句的“品牌效应”	141
二	换你心,为我心,始知相忆深:唐宋词名句的代言功能和情感抚慰功能	144
三	残菊飘零,其韵犹芳:唐宋词名句对今人的精神滋养功能	149
第四章	当代流行文化与古典诗词的创作因缘	155
第一节	古典诗词与中国当代广告文案的诗意化走向	155
一	诗意化广告文案的产生缘由	156
二	诗意化广告文案的主要内容	159
三	当代广告文案诗意化应注意的问题	164
第二节	古典诗词在网络文学中的“品牌效应”与实用价值	165
一	网络文学对古典诗词资源的开发和再利用	166
二	网络文学对古典诗词的审美认同	171
三	网络文学中频繁使用古诗词对当下文学的影响	175
第三节	当代流行歌词对唐宋词的传承与创新	178
一	唐宋词的流行歌曲属性	179
二	当代流行歌词对唐宋词的传承	184
三	当代流行歌词对唐宋词的超越和创新	189
第四节	唐宋词中的“戏剧冲突”及其现实意义	194
一	唐宋词中的戏剧冲突	195

二	唐宋词中“戏剧冲突”的构设手段	202
三	唐宋词中“戏剧冲突”的现实意义	207
第五节	古典诗词在影视作品中的实用价值及现实意义	209
一	影视作品对古典诗词的传承和借鉴	209
二	影视作品中的古风古韵	217
三	影视作品借鉴古典诗词的现实意义	223
第五章	唐宋词与当代流行文化的传世价值解析	226
第一节	生产目的的商业性	226
第二节	价值功能的娱乐性	232
第三节	艺术表现的通俗性	237
第四节	传播手段的多样性	243
第五节	大众认同的矛盾性	249
结束语		252
附录:当代流行歌曲对中国古典诗词的接受实例举隅		254
参考文献		279
后 记		293

序 言

毋庸置疑,唐宋词研究在当代已成“显学”。但是,就在唐宋词研究蓬勃发展的同时,“危机”也逐渐显现——题目难有新意,“于世无补”的困惑亦时有潜生。在这样的情况下,研究者转换视角、开拓视野,打破“为学术而研究”、“为研究而研究”的研究习惯和思维定势,就不但是必要的,而且具有现实意义。

依我看来,宋秋敏博士这本《唐宋词与当代流行文化》的主要特色和创新价值即在于它“古为今用、有补于世”的研究立场与古今结合的研究方法。

本书的研究实际上包含了两部分内容。前部分紧扣唐宋词的“流行文化属性”,透彻剖析唐宋词的音乐性、娱乐性、时尚性和商业性,并进一步解释其艳情化、柔媚化、悲情化之成因,理清流行文化属性对词体、词风演进的影响,为后半部分的阐述奠定了坚实的基础。这本书的创新性主要集中在后半部分,由于古今间巨大时间跨度和文化差异,唐宋词与当代流行文化的研究具有显而易见的难度。其主要难点在于寻找两者之间的逻辑关联,包括纵向的和横向的。如何发掘唐宋词对当代文化的沾溉,同时清醒地意识到当代流行文化的弊病所在,指出提升当代流行文化品位的切实途径,这才是解决问题的关键之所在。比如,本书从当代流行文化视角来考察唐宋词人的“生活艺术”、“生态意识”、养生思想,或者是唐宋词中的“草根精

神”、“娱乐至上”精神,又或者考察唐宋词“名句效应”在当代的实用价值、古典诗词在影视作品中的实用价值及现实意义和当代流行歌曲对唐宋词的传承与创新等,这样的传承和借鉴,既有利于拓展唐宋词学研究的发展空间,又有利于充分发挥民族优秀传统文化对于当代文化与精神文明建设的积极作用,而且,选取这样一个古今对接且具有现实意义的研究视角,也有助于加强当代人对唐宋词的了解和接受,拉近古代经典文学与普通大众的距离,从而使千百年来流传至今的唐宋词,进一步在当代人的文化生活中焕发出新的生机与活力。

当然,本书也不可避免地存在某些不足,比如书中个别概念的甄别还不够严格,第五章的研究还可以更加深入。但综观全文,作者已经成功地在她已有的研究基础上更迈进一步(宋秋敏著《唐宋词与流行歌曲》2009年8月由中国社会科学出版社出版),研究视野也更加开阔,故而值得庆贺。本人乐意为之作此小序,并期盼她在词学研究的道路上取得更好的成绩。

(附:本书为宋秋敏的博士后出站报告,序言本应由其合作导师邓红梅女士来写,奈何她英年早逝,本人代为作序,不胜悲痛。)

杨海明

绪 论

改革开放三十年来,中国经历了体制转轨、思想解放、经济腾飞等一系列翻天覆地的社会变迁。随着社会经济的发展,历史进入到大众消费时代,人们在消费文化中尽情表现出自身作为一个消费购买者所具有的抉择权和能动性,甚至可以说,当代意识形态的有效过程主要是通过日常消费的行为完成的。借助现代化传媒无孔不入的传播手段,千姿百态、林林总总的流行文化逐渐成为大众关注的焦点,时时处于大众的日常生活和审美视野中,已经与消费、时尚、社交、休闲等融为一体,成为一个内涵和外延都被无限放大的能指符号。

正如博亚斯所指出的那样:“文化包含着一个社群里的社会习惯的表现形式,包含着在一群人之间流行着的行为个人对于他所在的群体之影响产生的种种反应,以及受这些习惯所决定的人类活动之产品。”^①流行文化不仅潜移默化地影响和改变着人们的行为模式、思维习惯、文化心理、审美趣味甚至价值观等方面,是大众物质生活和精神生活的指向标;同时,它又折射出一个时代的风尚与社会面貌,有意无意地承载了这个时代各种各样的五色斑斓的文化形态,是时代历史画卷中最抢眼、也最为浓墨重彩的一笔。

① 殷海光:《中国文化的展望》,上海三联书店 2009 年版,第 109 页。

表面看来,如今位列古典文学的大雅之堂,被不同阶层、不同年龄段的读者作为经典诵读的唐宋词与时下呼风唤雨、光怪陆离的流行文化相差十万八千里,是不可并提的两件事物。但实际上,很多配乐歌唱的唐宋词从某种意义上说就都是当时的流行歌词,也是当时流行文化市场中炙手可热的“宁馨儿”。作为当时盛行于朝野的文化和文学样式,唐宋词所代表的唐宋时期的流行文化与当代流行文化之间存在着千丝万缕的联系,隐含着诸多极为相似的“遗传基因”和可以传世的文化价值和社会意义。因此,从流行文化视角研究唐宋词就不但是可行的,而且还具有重要的学术价值和现实意义。

第一节 流行文化概念的界定

关于流行文化的概念指称,历来众说纷纭,莫衷一是。以西方学术界而言,他们对于流行文化的观点主要有以下几种:一是从广义上将流行文化定义为被大多数人接受和认可,并深受喜爱的文化形式。比如,吉登斯就在其著作中指出:“流行文化指的是被成千上万或几百万人观看、阅读或参与的娱乐。”^①二是将流行文化视为高雅文化的对立面,认为流行文化以牟取商业利益为主要目的,而高雅文化则是个人艺术才华的纯粹展示。^②三是以阶级划分的角度为依据,把流行文化看作源于大众并服务于大众的草根文化,它的创作主体和受众都是当权阶层的附属阶层。^③此外,也有学者用具体形象的方式为流行文化定义,海蒂兹就指出:“流行文化就是那类普遍可得

① A. Giddens: *Sociology* (3rd edition), Cambridge Polity Press, 1997, Page 364.

② P. Bourdieu, translated by N. Richard, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1984.

③ J. Storey, 2006, *Cultural Theory and Popular Culture: an introduction* (4th Edition), Athens: the University of Georgia Press, Page 410.

的人工制品:电影、录音录像带、CD或VCD、时装、电视节目、沟通和交流的模式等”。^①

中国学术界对于流行文化概念的界定也多种多样、层出不穷。比如,有人用类别罗列的方式为流行文化定义:“流行文化是时装、时髦、消费文化、休闲文化、奢侈文化、物质文化、流行生活方式、流行品味、都市文化、次文化、大众文化等概念所组成的一个内容丰富成分复杂的总概括,其主要功能是娱乐。”^②著名文艺理论家王岳川先生则从流行文化特征方面入手,指出:“流行文化是时尚的、波普的和感性的,它主要满足人们的感性需要,给人以感官上的愉悦,有共定的合理性。但是人的需求是多层次的,流行文化只能满足人最基本的需求。所以,仅有流行文化是绝对不够的。”^③等等。

简而言之,所谓的流行文化无非是被广大人民群众所广泛接受的文化,而当代中国流行文化,是指在我国现代化进程中,以市场经济为导向并受市场经济规律调节和支配,以普通大众为受众主体,以娱乐为主要功能,以流行、通俗和时尚为主要特征,并通过各种现代化的传媒手段广泛传播的文化形态。

第二节 流行文化在当代盛行的现状及原因

毋庸置疑,流行文化已经成为当代中国乃至全世界文化形态中最重要的组成部分,它在当代中国的繁盛景象主要表现在以下几个方面:

① D. Hebdige, *Hiding in the Light: on Images and Things*, New York: Routledge, 1988, Page 7.

② 贺佳:《关于当代中国流行文化的反思》,《延安职业技术学院学报》2011年第8期。

③ 王岳川:《语文教学如何面对流行文化——王岳川教授访谈录》,《语文教学与研究》2004年第6期。

一是形式内容极为丰富。

当代流行文化的内容相当庞杂,可谓包罗万象,不可概数。常见的如流行歌曲、热销图书、流行发型、服饰和饮食、热门电影和电视剧、网络游戏、网络红人、网络流行语、流行的生活方式和品位,等等。以中国青少年研究中心“青年文化现象与热点问题监测研究”课题组2005年推出的《中国青少年流行文化现象分析报告》为例,当代中国青少年中最流行的文化现象,就有“韩剧”热、“网络同居”热、“网络自拍”、NONO族、网络moder群体、LANparty现象、青少年“街球”时尚、Cosplay活动等五花八门的种类。可以说,流行文化在当代中国社会无处不在,充斥着大街小巷、城镇乡村,与人们的日常生活息息相关;它影响力巨大,风向标所指之处,振臂一挥,应者云集。

流行文化的形式内容又因社会的飞速发展而不断更迭,瞬息万变。以流行歌曲为例,八十年代初期,邓丽君、张帝、刘文正演唱的港台歌曲在大陆潜滋暗长。很快大陆也有了一批自己的歌手,也有了专门的作词家、作曲家和音乐经纪人。八九十年代的中国城市乐坛,台湾校园歌曲、摇滚乐、西北风、城市民谣、城市情歌以至于模仿美国黑人饶舌乐(RAP)的说唱音乐,你方唱罢我登场,令人眼花缭乱、目不暇接。时间进入二十一世纪,随着现代化科技手段的发展和消费市场的进一步开放繁荣,每天都有成千上万首风格各异的新歌产生和流传,满足了不同消费者的心理期待,借用一句广告语来说,正所谓“总有一款适合你”!再以网络小说为例,都市、青春、言情、悬疑、军事、历史、玄幻、穿越等不同题材类型的作品如过江之鲫,不但数量惊人,且每天更新迅速,为读者提供了丰富的选择种类和巨大的选择空间。

二是影响范围极广,参与者呈现全民化的趋势。

随着社会经济水平的不断提升和城乡差距的日益缩小,原本以

城市为发展传播中心的流行文化,逐渐向乡村和偏远地区渗透和扩展。对流行歌曲、网络小说、热门电视节目、网络游戏等流行文化项目的喜好,城市和乡村呈现趋同态势;而原来一些都市特点较为明显的如网络聊天、在各大论坛发帖、“灌水”等行为,也在乡村逐渐普及。

同时,社会的进步使得原有的意识形态有所转变,民众开始抱有开放的胸襟与自由的心态,以兼收并蓄的态度对待和接受五彩缤纷的流行文化。时至今日,流行文化已经不再是青少年的专有和特权,从世界顶级品牌的服装走秀,到KTV的包房,到某大片的首映式,或者是远足的“驴友”团队,处处都有各个年龄层人群的身影。老年人也开始跳街舞、吃快餐、上网冲浪聊天,甚至成为网络流行事件的发起者和参与者。

流行文化由小众到全民化的变迁,折射出了当代社会成员成熟的心理和自由开放的心态,因此从当下流行文化的繁荣的背后,我们看到的是整个社会宽容度和民众对自我生命价值认识的提升,这在中国社会的发展史上是一次深刻而意义深远的进步。

三是流行文化发展态势相对稳定,出现了新旧并存的多元化文化生态圈。

相对其他文化形态而言,流行文化的新陈代谢相当迅速,有些流行现象如昙花一现,来无影去无踪;但也有一些流行文化样式,能够经得起时间的考验,历经社会变迁而依然有大量的拥趸。比如流行于七八十年代的琼瑶言情小说,以及金庸、古龙、梁羽生等人的武侠小说等,至今仍拥有庞大的读者群;邓丽君、张明敏、蔡琴等人的老歌,不但当年的歌迷依然热爱,很多年轻人也为之痴迷。这部分经得起时间考验的流行文化作品,正如流传至今的唐宋词,在大浪淘沙之后,就有可能发展成为中国流行文化史上的另一批经典之作。

而且,随着社会的不断发展,科学技术水平的日新月异,新的流

行内容也在不断涌现,比如电视的普及催生了广告产业、电视剧产业、选秀节目、娱乐节目等相关流行文化产业的兴盛;私家车数量的上涨使得自驾游成为风尚;而电脑的家庭化和互联网的普及则使得网络成为流行文化的重要战场,无数相关产业因网络的强大力量而欣欣向荣。

多元化的发展方向为当代中国流行文化的发展提供了源头活水,使得它可以不断稳步发展,形成了独特的、具有中国特色的文化生态圈。

流行文化在当代盛行的原因大致有以下几点:

首先,全球化的社会环境和日新月异的科技水平为流行文化的发展繁荣提供了肥沃的土壤。

当今世界,经济的全球化带动了文化全球化的进程。交通运输产业、传媒产业、信息化产业等相关产业在经济全球化大潮中的飞速发展,为文化全球化提供了有力的物质保障和技术支持。人们足不出户就可以轻松了解全球最新时尚资讯和流行潮流,可以欣赏世界各地美景、领略不同地域和民族的风土人情、可以品尝各国的美食、分享和参与五花八门的行为艺术和流行文化现象。文化全球化促进了个人与世界的联系,也加速了人类文明与文化之间的融合,而流行文化,无疑是其中流传面最广、受众最多的一个门类。

现代化科技水平的提升又为流行文化提供良好的延续与发展的技术支持和平台。团中央宣传部、中国青少年研究中心“青少年流行文化现象与对策研究”课题组于2002年6月至7月,在北京、上海、广州、等大城市以及一些普通地级市、县级市对2710位青少年进行问卷调查,结果显示,被调查的青少年“个人拥有或可以自由支配使用”的电子物品的比例为:收音机/随身听(75.9%),电视机(59.6%),录音机(50.5%),电脑(45.0%),照相机(37.5%),VCD机(35.

7%),手机(31.9%),CD机(26.6%),电子游戏机(26.1%),组合音响(24.4%),录像机(23.3%),传呼机(20.8%),DVD机(11.8%),MP3机(7.4%)。另外,据中国互联网络信息中心2007年1月最新发布的数据显示,中国大陆网民总人数为13700万人,而且呈逐步上升趋势。可以说,离开现代化技术的生产、复制和传播,当前流行文化的盛况将不再存在。

其次,流行文化迎合了新时期大众的普遍心理需求,满足了人类回归本性、追求世俗快乐的欲望。改革开放以来,随着社会转型和社会生活中种种矛盾的加剧,人们生活压力加大,生活节奏加快,大众的心灵充满迷茫。他们更希望释放压力,通过物质的满足和精神的消遣来得到个性解放。流行文化以娱乐大众为生产目的,借助通俗轻松的内容,图、声、文并茂的传播手段,多元并存的审美趣味等,极大地满足了大众的娱乐需求和精神需求,逐渐成为普通大众平淡无奇的日常生活中不可或缺的减压阀和润滑剂。

再次,流行文化自身丰富多彩的表现形式、多元化的思想表达、常换常新的题材内容,使其永远以千变万化的姿态呈现,对于不同阶层、不同年龄段的群体都具有深刻的吸引力。

流行文化有着灵敏的嗅觉,它经常与时尚联手,永远走在时尚潮流的最前端。大众是时代风尚的追求者,他们喜欢创新,追求变化,价值观和喜好都很容易受流行潮流的影响,因此,流行文化能够屹立于时代潮流的风头浪尖之上,始终处于不败之地。

第三节 唐宋词作为流行文化的属性论证

一 唐宋词的昌盛气象及其繁荣原因

作为当时的流行歌词,唐宋词风靡于社会各个阶层,最终成为

“一代之文学”，它具有相当明显的流行文化属性。

(一)唐宋词的昌盛气象

王国维《宋元戏曲史·自序》云：“夫一代有一代之文学：楚之骚，汉之赋，六代之骈语，唐之诗，宋之词，元之曲，皆所谓一代文学，而后世莫能继焉者也。”作为与楚辞、汉赋、唐诗、元曲等文学样式并称的“一代之胜”，曲子词在唐宋时期的昌盛气象主要体现在以下两个方面。

首先，创作成果丰硕，新声、新词数目繁多。

吴熊和先生在论述唐宋词中的“新声”时指出：

乐曲的流传，全凭其音声谐美，悦耳动听。因此选择词调，也必须重视调声，曲待词传，词借曲行。选择声律流美的调作词，常是词人们所乐意和追求的。尤其是时调新声，熟腔易唱。佳词而得新腔，既合时尚，又动听闻，容易流传人口，不胫而走。^①

这说明，“新声”不但是词人填词的首选，也是人们唱词和听词的时尚。唐宋词中对此也多有描述，如“请君莫奏前朝曲，听唱新翻《杨柳枝》。”（刘禹锡《杨柳枝》）“新曲词丝管，新声更颭霓裳。”（晏殊《望仙门》）“画堂花入新声别，红蕊调高弹未彻。”（张先《木兰花》）“泛新声，催金盏，别有留心处。”（李之仪《蓦山溪》）“笑捧玉觞频劝客，浣溪沙里转新声。”（王灼《浣溪沙》）“清游却到凤皇池，听檀板，新声妙。”（王安中《一落索》）“新声玉振。更觉花清润。”（向子諲《点绛唇》）“歌阙斗清新，檀板初匀。”（葛胜仲《浪淘沙》）“且听新腔，红牙玉纤低拍”

① 吴熊和：《唐宋词通论》，浙江古籍出版社1999年版，第131页。