



寻找 批评的空间

谭旭东 / 著

无论是在历史的坐标中获得文学的
价值和社会的关怀，还是从现实的场阈里
发现文学的意义和人性的深度，
抑或是从未来的文学空间里
寻找文学的真实，批评总是在指向文学世界，为文
学经典的建构和文学教育的完善而努力
的同时，抵达人性，抵达真理。

励垦文丛

黑龙江教育出版社

106/36

2007

励垦文丛

寻找批评的空间

谭旭东/著

黑龙江教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

寻找批评的空间/谭旭东著. —哈尔滨:黑龙江教育出版社,2007.9

ISBN 978 - 7 - 5316 - 4825 - 3

I. 寻… II. 谭… III. 文学评论—研究 IV. I06

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 150413 号

· 励星文丛 ·

寻找批评的空间

XUNZHAO PIPING DE KONGJIAN

谭旭东 著

责任编辑 王爱琳

封面设计 薛磊 王刚

责任校对 张志坚

出版 黑龙江教育出版社(哈尔滨市南岗区花园街 158 号)

发行 黑龙江教育出版社

印刷 黑龙江神龙联合制版印务有限责任公司

开本 787 × 1092 1/16

字数 300 千

印张 18.75

版次 2007 年 9 月第 1 版

印次 2007 年 9 月第 1 次印刷

定价 32.00 元

书号 ISBN 978 - 7 - 5316 - 4825 - 3/G · 3733

绪 论

批评是什么？批评的空间在哪里？这似乎是两个常识问题，无需我们作答。但批评是什么也确实困扰着我们这些从事批评活动或者爱好批评工作的人。批评是法官的判断吗？显然不是的，面对作家和作品，批评家不可能胜任法官的职能，而且作家也不可能买法官的账，因为批评活动并不是简单的一方接受另一方的评价，而且批评家和作家都是平等对话的主体，就算是没有批评家，作家及其作品也照样可以存在。因此，如果想充当一个文学的法官，做一个高高在上的智者，那么他最好不要来到文学世界指手画脚——这样的批评家不但不能让作家信服，反而会使批评家成为作家的敌人。

那么批评到底应该是什么？弗莱在《批评之路》中这样阐述过自己的批评观。他说：“我拒绝这样的看法：批评是文学的一个分支，因为那显然是无稽之谈。批评是文学的理论，而不是文学实践中的一个次要的和非基本的因素。”他还认为：“我需要的批评道路是一种批评的理论，它首先要说明文学经验的主要现象，其次要导致对文学在整个文明中的地位某种看法。”弗莱的批评观告诉我们：批评并不是我们所说的比理论更肤浅的阅读行为，并不是阅读的叙述运动，而是一种把文本看成历史性存在结构，一种能够传达文学深层文化意蕴的审美活动，一种能够提升文学价值与地位并且能够培养起读者对文学的敬畏感的行为。弗莱所论述的批评，不同于形式主义的批评，仅仅是在文学的内部做文章，批评家仅仅关注文学的内部结构，即“文学的特异性”——这就好比文本是一个人，但形式主义批评一般指关心文本的“肌理”，对于文本的精神及其社会性联系却视而不见，这无疑是有局限性的。滨田正秀在论述文艺批评



时,将之与文艺学对比区别开来,他认为:“文艺学和文艺批评,在研究文学、发表研究成果这一点上是相同的,如若细加区别,文艺学偏重于研究,而文艺批评则偏重于表现,且较多地带上新闻色彩。文艺学有着科学的严肃性,它超脱个人和社会的利害关系,远离实用主义目的及超越时间限制,对文学进行客观的研究;而文艺批评则往往像时事评论那样,要抓住时机,对时代做出迅速及时的反应。文艺学切忌拘泥细节脱离本质。只见树木不见森林;文艺批评则往往不以妙语连珠为满足,而是毫无顾忌地直抒胸臆。”^①滨田正秀所言的“文艺学”,即指文学理论,显然今天的文学理论家也像他一样有意地区别了文学理论与文学批评,并且认定文学批评其实是具有新闻性的,好像文学批评和新闻时评差不多,都是对当下热点现象的追踪和报道。

从文学批评的发展来看,它确实和印刷术的进步与新闻事业的发达有很大关系。就欧洲而言,文艺复兴以后,市民阶层兴起,文学也由韵文时代进入了散文时代,于是,作为规范的作诗法和诗学的时代就宣告结束,以英、法为中心,所涌现出的许多批评家,标志着批评全盛时代的到来。“文艺学”一词,也是在文艺复兴之后的黑格尔学派里使用的,据说最初出现在1843年麦登的《现代文学史》一书的绪论中。但从希腊语“批评”这个词的含义“判断者”来看,其实批评活动早在中世纪就有,当时的文法家、批评家和语言学家和今天我们所说的“批评家”是完全可以互换的。佛克马·蚁布思在《文学研究与文化参与》一书中就指出过:“文学研究包括两个方面:一方面是理论——经验主义的研究,而另一方面是阐释性的和评价性的批评。”而且他还指出,“承认两者之间存在着基本的差异具有无比的重要性,而且将会提高这两项活动的质量。在经验主义研究和批评阐释之间我们看不出一种等级上的关系,它们用于不同的目的,遵循的是不同的规则。”^②但不管文学理论与文学批评是否真有高下之分,批评其实和新闻性的评述与判断还是相差甚远的,至少今天批评的精神已经不再拘囿于对一般文学现象的判断和分辨,批评家在充当读者的导游,逐步教会读者判断一部作品的优劣,提高读者的文学识别

① [日]滨田正秀:《文艺学概论》,陈秋峰、杨国华译,中国戏剧出版社1985年版,第3~4页。

② [荷兰]佛克马·蚁布思:《文学研究与文化参与》,俞国强译,北京大学出版社1996年版,第12~15页。

能力的同时,还肩负着更多的使命,拥有着更多的文化可能。

在我看来,批评家的使命需要从三个维度来考察。也就是说,批评家在掌握了理论武器之后,会在参与文学发展中充当三种角色。

一、批评家是历史的批判者

对历史的批判并不完全是历史学家所能做到的,依据今天中国历史学家和文学史家的论著,这一判断并不非常过分。就考据学派和索引学派所做的对历史文本或以往文本的研究来看,古典文学研究要么是对僵死的材料的收集和堆砌,要么就是对所谓人名、身世和地点等的无征的猜测和臆断。文学史研究在今天也基本堕入了单一线性叙述的习惯,文学发生发展的多种因素被尽量简化,尤其是政治意识的控制力量被过分地夸大并成为文学叙述的基本线索。其实历史的文学文本虽然经过了古典文学教学和历史书写的过滤,已经被经典化了,但这些被经典化了的作品并不都是狭义的政治意识形态的作用,有的是因为形式的因素,有的是传播媒介的因素,有的是作家地位的因素,更多的还是思想的因素——它的那些唤起人共同情感和普遍命运思考的元素。就今天的批评家而言,他绝对不是井底之蛙,只看着自身的处境和当代的作品,而不能远视。今天负有责任感和使命感的批评家,是不会无视文学史的,他会自觉地针对以往的文学历史和现象,进行言说,在文学的历史轨迹中寻找精神的源头,在历史的文本中发掘出当代的启示。

二、批评家是现实的参与者

批评家更多的时候是对现实评头品足,会对最新的文学作品进行筛选、鉴别,甚至是干预。无疑,在批评家对准当下的时候,他有新闻人的敏锐感,他甚至要和媒介密切联系,但批评家不是新闻媒介的寄生虫,他对现实有关怀的情感,他和作家是真正的朋友,但他的精神是独立的,他不会因为主观的情感而委屈自己的人格。在批评家对准当下的时候,他也可能遭遇“文学事件发难者”的尴尬,但文学是不怕有事件的,关键是这一事件是否关涉文学生态的健康保持,是否有助于作家与批评家之间的对话与交流。所谓“不辩不明”,“不打不成交”,批评有时就如人与人之间的交往,而事实上批评就是一种交往、一种沟通,没有交往和沟通,就没有批评的活力和批评的价值。因此,我赞同巴赫金的“对话”,批评就是

对话的诗学。彼得·科斯洛夫斯基说：“在观众和艺术家之间必须有批评家，批评家不仅向观众解释艺术品，而且向艺术家说明观众及他们的企盼。”^①批评家的批评就是批评家与作家、观众的对话，也促成观众与作家的对话。我也赞同蒂博代所倡导的“创造的批评”，欣赏那种浪漫主义的批评——它把创造的欲望和理想带进了批评，它也是一种感情交流：同一个艺术家的感情交流，同一部作品的感情交流，同一种流派的感情交流。^②

三、批评家是未来的预言者

批评家不是科幻作家，能够用富有幻想的文字来描述未来的世界，来提出警醒世人的主题。但批评家不仅仅是生活在历史和现实中的角色，并不仅仅是在对历史文本和现实事件的纠缠中度日的，批评家有时候可能对现实熟视无睹，即使在对现实文本进行分析和评介时也并不像人们想象得那么认真，因为他可能并不在意现实的正确与否及文本所寄托的理想，在意批评本身所传达的憧憬和向往。也就是说，批评家有时候可能有意地和现实保持距离，并且故意漠视历史正典的规范，他所做的似乎只是借历史或现实说未来的事——他有些“好高骛远”，有些“杞人忧天”，有些“不自量力”，他好像是空想主义者，渴望着通过批评营造“乌托邦”的世界。不要以为这样的批评家是疯子，反之要承认这样的批评家是天才，是弗莱所谓的“关怀的神话”的创造者。

以上这三种批评家没有孰高孰低之分，也没有谁对谁错之分。这三种批评家都代表着各自的理想，都反映着批评本身的张力，都传达出批评之道的宽广。无论在历史的坐标中找到文学的价值和社会的关怀，还是从现实的场阈里发现文学的意义和人性的深度，抑或是从未来的文学空间里寻找文学的真实，批评总是在指向文学世界，为文学经典的建构和文学教育的完善而努力的同时，抵达人性，抵达真理。要之，批评家服从于所处时代的焦虑，关注自身、作家与时代的关系，同时，批评家也把现时与其过去和继承者相联系，因为正如弗莱所说的，“一种不关心自己过去的

① [德]彼得·科斯洛夫斯基：《后现代文化：技术发展的社会文化后果》，毛怡红译，中央编译出版社1999年版，第142页。

② 关于“创造的批评”，请参见蒂博代《六说文学批评》，赵坚译，（北京）三联书店2002年版，第207～208页。

文化不可能捍卫它的未来”^①。真正的批评家可能兼有人文主义历史学家、现实主义批判家和预言家的特点,也可能还充当雄辩家、哲学家、修辞学家和语文学家。

正是因为批评家拥有着这些可能,批评才不仅仅是对小说、诗歌、散文、戏剧等文类的阐释,不仅仅是文学体裁的规则和作品为了与体裁相适应所必须满足的条件的说明;批评才不仅仅是对文学理论的一种简单呼应,批评才不仅仅是对文学的潜在心理结构和社会结构的透析,批评才不仅仅是对文学的外部场景的单纯描述……正是因为批评家拥有着多种的立场和使命,于是,一旦具备了超人的气质、素养和才情,一旦进入了文学的历史、现实和未来,那么批评家的言说空间则更加具有了无限的可能性。

^① 弗莱:《批语之路》,王逢振、秦明利译,北京大学出版社1998年版,第67页。

目 录

绪 论	1
第一章 文学批评之维	1
第一节 电子媒介时代文学批评的转型	1
第二节 今天我们如何做批评	9
第三节 文学批评的实与真	11
第四节 建构和谐的批评生态	14
第五节 坚守文学批评的伦理维度	18
第六节 文学批评为何乏力	21
第七节 批评娱乐化之后	24
第八节 我的一点做批评的理由	27
第九节 呼唤新的儿童文学理论批评	30
第二章 文学史与文学经典建构	34
第一节 文学史如何书写	34
第二节 经典是如何生成的	41
第三节 文学经典的价值	44
第四节 呼唤新经典	46
第三章 电子媒介时代文学的思考	50
第一节 电子媒介时代文学的转型	50
第二节 文学会消亡吗	54
第三节 文学类型化探析	57
第四节 文学如何超越日常生活	69



第五节 文学如何超越身体叙事	73
第六节 文学呼唤人文关怀	77
第七节 文学呼唤绿色哲学与地球意识	80
第四章 新诗世界的审视	85
第一节 新文学作家古诗词创作对新诗的启示	85
第二节 文学断裂与视角狭隘	91
第三节 语言失范与精神缺席	94
第四节 建设现代系统诗学	100
第五节 积极参与新诗的出版与推广	108
第六节 关注高等学校诗歌写作	111
第七节 有没有第三条道路	114
第八节 新时期女性诗歌论	122
第九节 新诗的意象化路向	127
第十节 新诗的史诗化路向	134
第十一节 新诗写作的超现实主义路向	141
第十二节 新世纪新诗的美学维度	143
第十三节 新世纪呼唤科学诗	162
第十四节 散文诗世界的魅力	164
第五章 窥探小说世界	170
第一节 小说底层叙事的维度	170
第二节 小说里的亲情关怀	172
第三节 小说中的美感与道义	174
第四节 小说中的历史书写	177
第五节 小说的红色叙事	180
第六节 小说中的文化困境	182
第七节 小说的新形式探索	188
第八节 小说里的青春呵护	191
第九节 80 后青春小说的艺术期待	193
第六章 散文世界的探微	201
第一节 校园文学观察	201
第二节 散文的激情叙事与文化书写	205

第三节 散文里的理想主义·····	210
第四节 从文学的人本主义到生态主义·····	212
第五节 散文的地域文化关怀·····	218
第六节 散文:大地的诗篇·····	220
第七章 历史与文化的回望·····	224
第一节 宗白华的诗画空间观·····	224
第二节 艺术:在诗与画之间·····	228
第三节 宋庆龄和她的儿童事业·····	229
第四节 寂寞的严文井·····	234
第五节 功利主义文学观的审视·····	237
第六节 动画电影研究的开拓性成果·····	240
第七节 国产动画产业的思考·····	242
第八节 我们需要书籍文化·····	244
第九节 是非功过茅盾文学奖·····	247
第十节 现代流行民谣分析·····	249
第八章 中文教育与中文学科的批判·····	253
第一节 中文教育的困境与出路·····	253
第二节 中文学科体制批判·····	256
第三节 研究生导师应该给学生什么·····	260
第九章 新世纪文学对话录·····	263
第一节 文学的人民性对话·····	263
第二节 广西诗歌四人谈·····	267
第三节 关于幻想文学的对话·····	274
第四节 关于新诗重建的对话·····	278
结 语·····	286

第一章

文学批评之维

第一节 电子媒介时代文学批评的转型

从理论上来说,没有一成不变的学科,也没有一成不变的文学与诗学。学科以及学科的规范都是文化的复杂建构,而且现实的情况是,学科边界的移动是一种普遍现象。文艺学、文学批评的转型与重建是新的电子媒介文化语境中的必然趋势,电子媒介不仅催生了新的创作观念和批评观念,还催生了新的文学艺术形式,而且催生了新的文学创作、出版、流通与阅读环境,因此文学批评的转型既是一种宿命,也是一种必然。

的确,20 世纪 90 年代以来,以电视为主导的大众传播对文化领域产生了空前的影响,催生出以大众文化的兴起为标志的新的文化空间,“人的文化属性”和人对世界的“象征交换关系”因此发生变化,包括文学在内的文化传播的结构性转型因此产生。正如有学者指出的,当文学作品的发行量、码洋、版税、稿酬、版权交易不断涌向文学传播的前台时,文学所包含的精神、思想、情趣等无形之物,以及其与当代的社会意识、思想观念之间的多方面联系,客观上呼唤着文学批评以冷静、理性的眼光将文学心灵的价值从单一的商业价值中剥离出来,将精神意义从非理性的喧嚣中拯救出来,将文学的独特性从文化的丰富性中凸显出来。问题是,面对大众传播及消费文化的文学批评自身也难以摆脱大众传播和消费文化主导的文化语境,文学批评的声音要通过大众传媒发出来,而无法建立属于

自己的话语频道。^①

一、文学批评朝媒介化方向移动

蒂博代曾将文学批评分为三种：有教养者的批评，专业工作者的批评和艺术家的批评。^②他所说的有教养者的批评也叫“自发的批评”，是来自于公众中那些有修养的人，比如说，具有较高文学素养的读者。专业工作者的批评是由专家来完成的，这些专家的“职业就是看书，从这些书中总结出某种共同的理论，使所有的书，不分何时何地，建立起某种联系”。艺术家的批评是“由作家自己来进行的批评，作家对他们的艺术进行一番思索，在车间里研究他们的产品”。蒂博代认为这三种批评应该是三个方向，而不是三个固定的范围，不是彼此割裂的格局。蒂博代的这一观点，其实就是强调文学作品一经产生后，需要批评家、作家和读者的共同参与阅读、诠释、理解和交流，在批评家、作家和读者三方面的互动交流中，文学文本得以发挥最大的文化辐射力。应该说蒂博代的观点是非常有说服力的，文学批评不是批评家们独立的、封闭的自留地，它本身就是一个开放的话语空间。蒂博代还指出，文学批评行业的诞生是19世纪诞生的教授行业和记者行业的延长，教授的批评用于总结历史，记者的批评用于剖析现实，二者之间存在着对立和斗争。^③蒂博代的观点有着特定的背景，那就是法国19世纪大学的发展和报刊的发展。这和中国近现代文学批评的语境几近一致。中国现代文学史告诉我们，文学批评基本是两类构成：学院派和媒体派。学院派更多的是研究文学史或文学史上的作家作品，或对历代文学进行分类、分段研究。媒体派主要是做当代作家的文学时评，这和报刊的新闻性相关。这两类批评形成了两个不同的批评空间，它们互不相让但又各得其所。在当代，由于中国文学体制的特殊性，比如作家协会和文联以及其所属报刊的官方化，出现了诸如供职于社科院文学研究所和作家协会创作研究室的职业性批评家，再加之大众媒介对文学批评的强势介入，因此相当一段时期中国的文学批评的格局则是学院批评、媒介批评和职业批评“三分天下。”^④而且正如有论者认为

① 林舟：《大众传播与当代文学批评的空间构成》，选自《南方文坛》，2004年第4期。

② [法]蒂博代：《六说文学批评》，赵坚译，（北京）三联书店2002年版，第46页。

③ [法]蒂博代：《六说文学批评》，赵坚译，（北京）三联书店2002年版，第2~5页

④ 段崇轩：《走向“三分天下”的文学批评》，选自《文学报》，2005年6月16日。

“这三种批评模式各自为阵,把自己封闭起来,‘一条道走到黑’,而每一种批评模式又存在着严重的内在局限和缺失”。这确实不是危言耸听,文学批评家内在的分流与彼此之间的隔离和当代中国的大文化语境有关。20世纪90年代以来,特别是新世纪以来,由于电视、网络等大众传媒的迅速兴起,学院批评似乎遭遇被“屏蔽”的尴尬,偶尔为人们注意,也不是在高校讲坛、学术研讨会以及学术杂志上,而是在电视、广播、大众报刊和互联网上。^①而且职业批评开始和媒介批评合流而成为“准媒介批评”。这一时期我们看到,电视里的文化类节目、人物访谈、谈话节目,大众报刊文化娱乐版的文学报道,以及互联网上各类文学网页和论坛,等等,成为公众获得文学信息和文学价值评判的主要渠道,媒介批评走向前台,成为最具有控制力和煽动性的“文学消费”。

显然,电视、大众报刊文化娱乐版和互联网等媒体导致了文学批评空间的重新分配,而且这种分配的向心力就是媒介。论者读到好几篇论文,都带着嘲讽的口吻提及了当下文学批评界一个看似可笑却耐人寻味的现象:某些大学将教师在电视上做嘉宾、当主持、做讲座者算做定岗、晋级的考评分数。而且最具戏剧性的是,即使是那些最激烈地批判过大众文化和娱乐文化,以精英的姿态出现在文学批评领域的专家、学者,往往也是通过电视、网络等媒体来塑造其形象,而且他们的所谓专家、学者、权威人士的“身份授予”的确是媒体完成的。比如说,中央电视台十频道的《百家讲坛》与其说是一个开放的学术空间,不如说是一个塑造“学术明星”的场所,在这里讲课既是一种文化普及,但更大的意义是那些学者通过娱乐化方式将自己变成了电视明星。电视的这一作用使人联想起法国思想家布尔迪厄的“文化资本”论。布尔迪厄指出过,资本有非经济的形式而且以多样形态存在,其中有三种基本形态:(1)经济资本以金钱为符号,以产权为制度化形式;(2)社会资本以社会声誉、头衔为符号,以社会规约为制度化形式;(3)文化资本以作品、文凭、学衔为符号,以学位为制度化形式。资本凝结着社会成员之间的不平等关系,体现社会资源的不平等分配。资本只能在场中根据不同位置上的不平均分布发挥效益。分析资本不能只从经济投资来看,如学校教育的发展并非只与经济投资有关,它背后有着深厚的社会文化意义。任何资本都具有可积累性和制度化的

① 林舟:《大众传播与当代文学批评的空间构成》,选自《南方文坛》,2004年第4期。



特点,如通过财产的世袭、商品的交换可以扩大经济资本,通过扩大社会影响,建立各种权利关系从而增加社会资本,相比之下文化资本以更为隐蔽的方式体现这些性格。布尔迪厄进一步指出:文化资本有三种存在形式:(1)具体形态,以精神和身体的“持久性情”的形式;(2)客观形态,以文化商品的形态(图片、书籍、词典、工具机器等等),这些商品是文化留下的痕迹或理论的具体体现,或是对这些理论、问题的批判等等;(3)体制形态,这是一种被区别不同情况的客观化形式,如教育文凭完全是以文化资本的形式由权威机构授予,并成为一种具有保证性的资质证书。^①许多学院派权威人士就是通过媒体将其文化资本转化为社会资本的,而且大众传媒,特别是电视建立了明星制度,而明星制度很起作用,学院里很少有人能抵抗这种诱惑,特别是因为它隐藏在知识和学术成就背后。^②成功的学院派理论批评家通常是借助大众传媒来使自己“明星化”,从而增值自己的文化资本,相应地增值自己的经济资本。

上述情形也证明了,当前的学院文学批评和媒介批评不可能形成蒂博代笔下的“教授的批评”和“记者的批评”之间的对立性关系。反之,学院批评在尽量调整自己的话语方式和价值尺度,以适应媒体的逻辑和电子文化的修辞以及其他大众文化的品位,那些占有学术头衔与职责的批评家也在尽量使自己妥帖地适应与迎合娱乐媒介的话语频道。因此,文学批评空间的转换,肯定不只是载体的变化,不只是传播方式的变化。但媒介批评由于其商业意义大于文学意义及媒介批评学理性的缺失,它就像一次性消费品一样难以产生持久的冲击力,因此文学的发展需要真正的学院批评走上前台。这是以后需要专文论述的事。

二、文学批评朝营销化方向移动

文学批评向媒介中心转移的时候,文学批评的话语方式和内容肯定面临着媒介化,也就是说,面临媒介的重塑。正如有论者指出的,一个来自学院体系的批评家,当他出现在电视节目上的时候,他显然无法按照课堂授课的方式面对观众,更不可能按照他的论著或论文方式发表评论,他

^① 张意:《文化与符号权力:布尔迪厄的文化社会学导论》,中国社会科学出版社2005年版,第128~128页。

^② [日]三好将夫:《全球经济中的抵制场》,王晓群译,见王逢振主编《全球化症候》,天津社会科学院出版社2001年版,第19页。

在电视媒介的作用下意识到需要调整策略,如果他调整得不够好,电视编辑会在后期制作中对他的评论进行编辑——删节、调序、配上音像资料背景,等等。于是专家对媒介的介入实际上变成媒介对专家的重塑,媒介的功能在悄然作用于文学批评的方式和内容。^①传播学家麦克卢汉从传播功能的角度提出了“媒介即信息”的论断,他解释说:“所谓媒介即信息只不过是说:任何媒介(即人的任何延伸)对个人和社会的任何影响,都是新的尺度产生的;我们的任何一种延伸(或曰任何一种新的技术)都要在我们的事务中引进一种新的尺度。……对人的组合与行动的尺度和形态,媒介正是发挥着塑造和控制作用。”^②尼尔·波兹曼也认为媒介是一种“隐喻”和“认识论”,也就是说,新的媒介的出现将形成一种强大的暗示力,也意味着一种新的认识视角和观念的产生。

电视、网络和大众报刊文化娱乐版等媒介对文学批评的构成的影响和制约最直观的表现还是话语方式和价值取向的变化。大众媒介面对的是大众,而大众媒介的话语动机是取悦大众,或者说得直白一些,大众媒介的话语是吸引收视率和点击率的,其实就是促进消费的。而大众媒介的发展和壮大归根结底取决于技术和经济因素。以网络为例,“摩尔定律”驱动计算机技术突飞猛进,生产制造需求,需求反过来促进生产;网络经济虽然泡沫铺天盖地,但毕竟在客观上发展了因特网。作为新经济的代表,因特网首先是产业和商业。如前已提及的网络游戏,在表面的文化图景下,提供驱动力的是经济暗流。游戏者需要买卡、需要埋单,于是游戏者也是消费者,使文化本身成为商品。既然是商品,文化的制造者就必须遵循商业化规律,比如迎合大众口味、追求时尚、华丽包装、一次性消费、唯利是图,而不去考虑消费品的价值内涵和道德内涵,于是因特网“为经济目的而制造内容,以商业的手段商业化了文化,还遵循了与大众文化一致的生产机制”^③。所以因特网很自然地实现了与大众文化的合流,成为大众文化最有前景的生产基地和营销渠道。电视更是如此,可以说电视的一切信息都是为了娱乐,而娱乐的目的就是收视率,收视率高即意味着广告的价格高,所以有人说电视实质上是将观众卖给了赞助商。

① 林舟:《大众传播与当代文学批评的空间构成》,选自《南方文坛》,2004年第4期。

② 麦克卢汉:《理解媒介:论人的延伸》,商务印书馆2001年版,第33~34页。

③ 陈喜辉、傅丽:《强化与异化:因特网对大众文化的影响》,选自《文化研究》,2003年第11期。



电视、网络和大众报刊这些文化形态的出现最终都逃不掉商业化的陷阱,或者说,它们本来就是营销的渠道。因此,依附于这些大众媒介的文学批评自然而然会出现“营销化”的倾向,于是文学批评变成了文学或文化商品的叫卖。这显然不是对文学批评的污蔑和栽赃,近年来各种“炒作”“酷评”“棒喝”和“艳评”满天飞舞,许多批评家像“江湖郎中”和“民间术士”一样穿梭于各种作品研讨会和媒介舞台,这些都是典型的商业营销行为。相对整个文学批评环境来说,虽然儿童文学批评还少有类似“酷评”“艳评”之类,但“炒作”式的批评还是有的,有的也属于典型的酷评。比如近两年在一些出版商的策划下,一些人参与对引进版畅销童书的“炒作”;有些人在网络上和报纸上对安徒生、格林等人的童话“吐口水”;有的评论家参加引进版通俗童书的炒作和宣传,等等,都可以说是批评充当了营销商的吆喝者。具体来说,文学批评的“营销化”表现为以下几种:

第一,批评家抢贴文学商标。有人说20世纪90年代以来,文学批评界对文学现象命名之频繁,到了疲于奔命的地步,这不仅体现在一系列以“新”“后”为前缀、“代”为后缀的概括中,也体现在对紧跟时尚的写作概念的推举中。^①如“新历史主义”“新状态”“新都市”“新新人类”“后先锋”“70后”“80后”“现实主义冲击波”“中产阶级写作”“小资写作”“小女子散文”“低龄写作”“少年写作”“美女作家”“美男作家”“反腐小说”“行走文学”,等等。应该注意到,这些概念并非都是大众媒介率先炮制,而是在文学批评专业领域里由批评家在媒介文化的启发下,迎合媒体流行而提出的。就连比较清静的儿童文学批评界,近年来也有各种赶热闹“命名”的事件,比如几年前对于“大幻想文学”的命名,就是受到出版商的导引、基于市场利益而炮制出来的一个名词,实际上儿童文学理论批评界对这个现象并没有多少本体上的深刻思考,作家在文本原创上也没有拿出出色的、能够称得上是“大幻想”的作品。诸如此类的如“魔幻文学”“奇幻文学”“生命状态文学”“青春文学”“牛仔裤”“炫女孩”“酷男生”“图书娱乐化革命”“青春文学掌门人”等,都是作家、出版商和批评家共同抢注的文学商标,虽然这些商标下的文本文化含量和阅读价值还有待时间检验,但目前它们确实一定程度上迷惑了儿童读者和他们的家长。