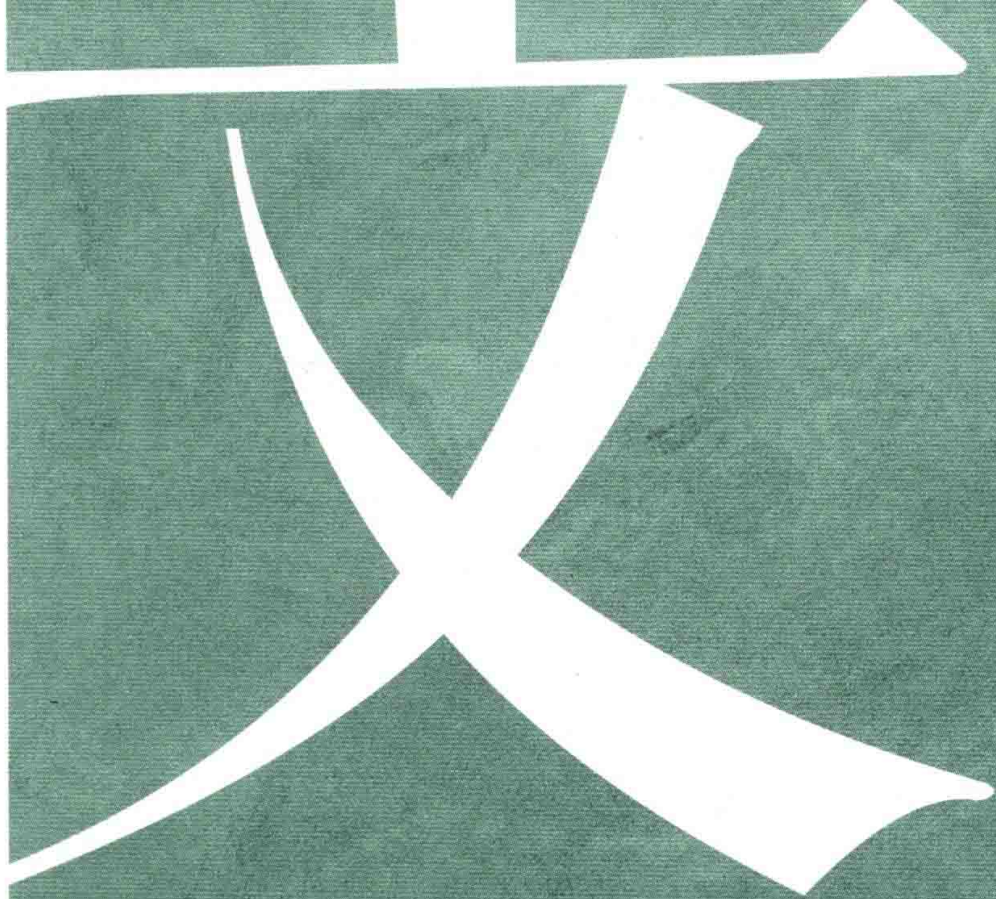


传媒与艺术学术文丛



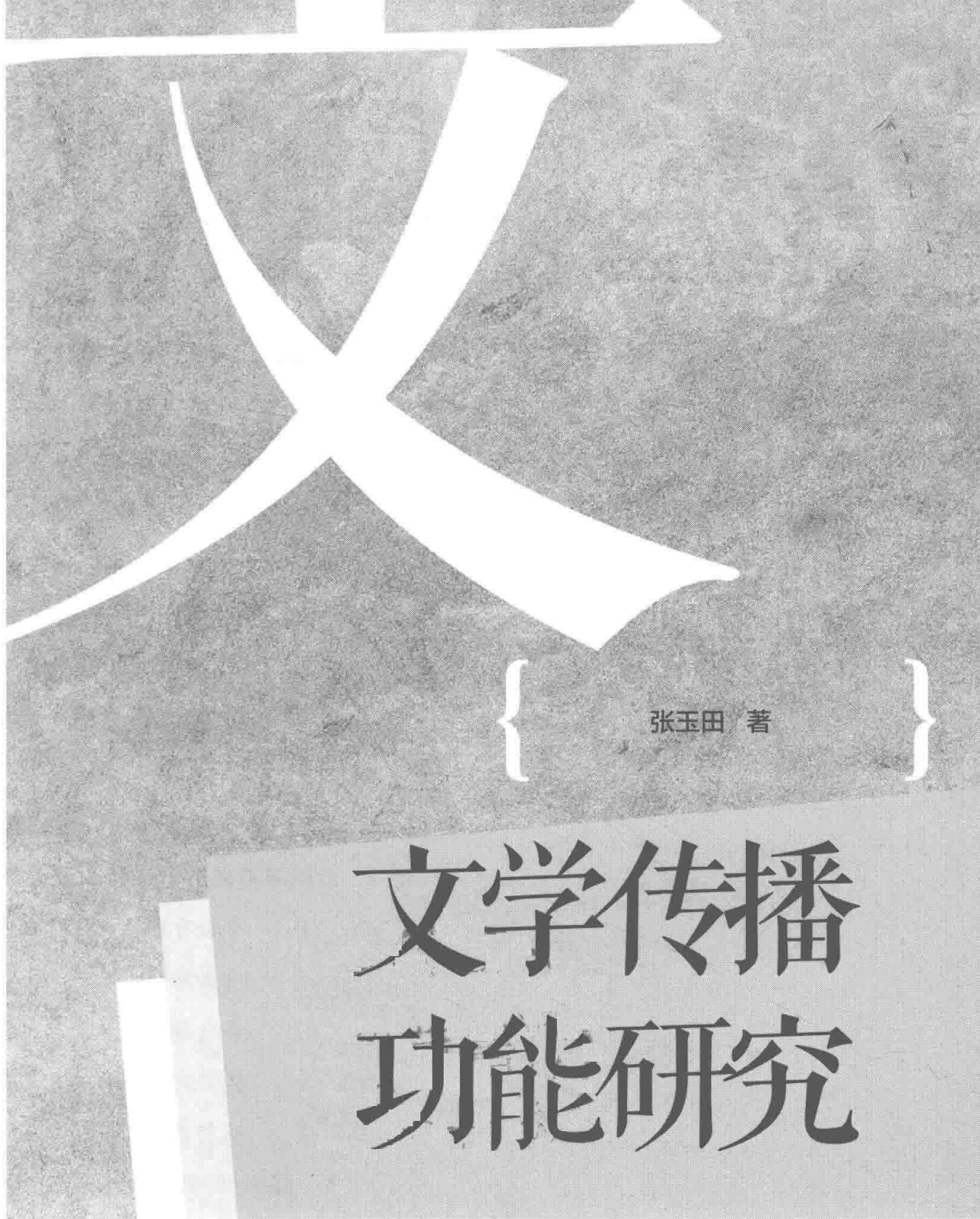
{ 张玉田 著 }

文学传播 功能研究

非外借



中国传媒大学出版社



张玉田 著

文学传播 功能研究

中国传媒大学出版社
·北京·

图书在版编目(CIP)数据

文学传播功能研究 / 张玉田著. -- 北京: 中国传媒大学出版社, 2022.1
ISBN 978-7-5657-3062-7

I. ①文… II. ①张… III. ①文学—大众传播—研究—中国 IV. ①I206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 209263 号

文学传播功能研究

WENXUE CHUANBO GONGNENG YANJIU

著 者 张玉田

策划编辑 黄松毅

责任编辑 欧丽娜

责任印制 阳金洲

封面设计 风得信设计·阿东

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号

邮 编 100024

电 话 86-10-65450528 65450532

传 真 65779405

网 址 <http://cucp.cuc.edu.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 唐山玺诚印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 20.75

字 数 318千字

版 次 2022年1月第1版

印 次 2022年1月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-3062-7/I·3062

定 价 88.00元

本社法律顾问:北京李伟斌律师事务所 郭建平

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

“传媒与艺术学术文丛”编委会

主任：李锦云

执行主任：李建平

副主任：宋思洁 毕根辉 王彰平 陈强
李兴国 刘福寿 卢红玲 刘瑞红

委员（按姓氏笔画排序）：

王居龙 刘爱珍 朱艳铭 张骏
张永敏 李建林 杨栋 宋兆宽
郑焕然 徐晓宁 高贺胜 董孟怀
蒋世国

目 录

contents

引 言 文学传播之路 / 1

第一章 文学传播要素 / 11

第一节 文学传播主体——作家 / 12

第二节 文学传播内容——作品 / 18

第三节 文学传播受体——读者 / 21

第二章 文学传播媒介 / 26

第一节 关于媒介的基本理论 / 26

一、语言媒介 / 31

二、印刷媒介 / 31

三、广播媒介 / 31

四、影视媒介 / 32

五、网络媒介 / 33

第二节 报纸·期刊·书籍 / 34

一、报纸 / 34

二、期刊 / 44

三、书籍 / 51

第三节 广播·影视·网络 / 58

一、广播 / 58

二、电影 / 64



三、电视 / 71

四、互联网 / 79

第四节 出版社·编辑部·发行机构 / 87

一、出版社、编辑部、发行机构的概念职能 / 87

二、中国出版社及出版业活动的历史沿革 / 90

三、中国当代文学出版情况 / 94

第三章 文学传播类型 / 97

第一节 诗歌传播 / 97

一、诗歌传播的内在素质 / 97

二、古代诗歌传播途径 / 102

三、现代诗歌传播方式与特点 / 106

第二节 散文传播 / 110

一、散文传播历史发展 / 110

二、散文传播特征 / 112

三、散文传播效果 / 117

第三节 小说传播 / 129

一、小说传播历史发展 / 129

二、小说传播方式 / 132

三、小说传播效果 / 135

第四节 戏剧传播 / 139

一、戏剧传播历史发展 / 140

二、戏剧传播形式 / 141

三、戏剧传播效果 / 144

第四章 文学传播功能 / 153

第一节 主题传播 / 153



一、文学主题意义	/ 154
二、文学主题类型	/ 160
第二节 形象传播	/ 175
一、农民形象	/ 176
二、知识分子形象	/ 181
三、女性形象	/ 187
第三节 情感传播	/ 193
一、关于爱情	/ 196
二、关于亲情	/ 200
三、关于乡情	/ 206
第四节 价值传播	/ 210
一、审美价值传播	/ 212
二、认识价值传播	/ 219
三、教育价值传播	/ 223
四、文化价值传播	/ 227
第五章 文学传播策略	/ 232
第一节 叙事策略	/ 232
一、截取一段有意思的生活	/ 233
二、讲究必要的方法和技巧	/ 238
第二节 声像化策略	/ 245
一、文学影视化	/ 250
二、影视文字化	/ 253
三、作家公众化	/ 254
四、传播节目化	/ 256
第三节 批评策略	/ 258
一、关于文学的“人性”问题的讨论	/ 262



二、关于“重写文学史”	/ 266
三、关于“先锋文学”与“新写实小说”	/ 268
第四节 宣传引导策略	/ 273
一、连载	/ 277
二、访谈和书讯	/ 279
三、评奖	/ 281
四、签名售书	/ 283
第六章 中国文学对外传播	/ 284
第一节 中国文学对外传播历史发展	/ 286
一、中国古代文学对外传播	/ 286
二、中国现代文学对外传播	/ 287
三、中国当代文学对外传播	/ 290
第二节 中国文学对外传播的制约因素	/ 293
一、意识形态因素	/ 293
二、传播途径因素	/ 297
三、创作本身的因素	/ 300
第三节 中国文学对外传播的路径选择	/ 303
一、在提高翻译水平质量上下功夫	/ 303
二、运用多种媒介资源和形式	/ 305
三、扩大中国在国际上的整体影响力	/ 308
参考文献	/ 311
后 记	/ 322



引言

文学传播之路

说起文学传播,人们第一个直接的感觉可能是:既简单又复杂。说它简单,是因为文学作品从创作(生产)到面世再到读者手中完成阅读,是一个极其自然的过程,创作的目的是为了流行、有读者阅读接受,最好还能受到读者的喜爱。对于普通读者来说,尽管他也可能知道某一本书或某一文学作品到其手中要经过很多的甚至可以说是很艰难的程序,但读者一般不太理会这些,他关心的只是作品的质量;说它复杂,那是因为文学传播无论是就其创作生产的过程(当然这个环节也可能并不在文学传播学研究的范围之内),还是以“物理”的状态来到读者手中,以及一群又一群乃至一代又一代的读者对其进行阅读、鉴别、凝练、承续,一直到一个国家、一个民族对文学这种最富文化特征的精神产品、文化血脉的传播、继承、弘扬,等等,其间涉及哪些环节、需要哪些专业人士共同参与一起努力,以及其间的机理、特征、与其他文化乃至机构的关系,等等,确实是一个十分复杂的问题,是一门值得研究的大学问。事实上,近年来,随着传播学的兴起和渐趋形成“显学”的趋势,研究文学传播的有识之士逐渐增多,成果也日益丰富,“文学传播学”的概念已经进入人们的视野。

霍有明、李永平二位先生在他们的《文学传播学刍议》中就提出了许多有关文学传播学的基本问题,其中在谈到文学与其他学科或其他文化门类



的关系时,用两幅图做了说明(见图1和图2):^①

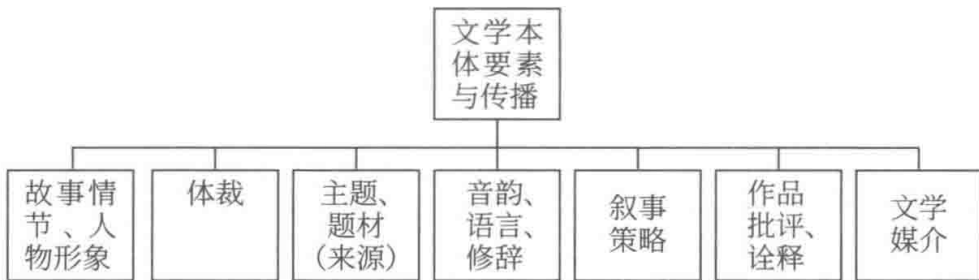


图1

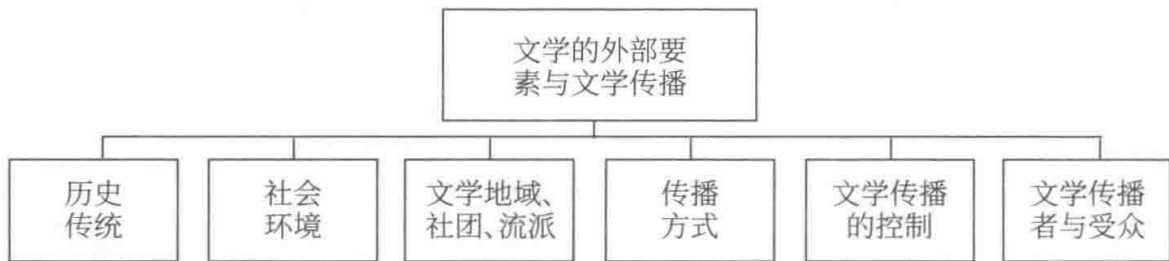


图2

仅从以上两幅图就足以看出文学传播的复杂性。当然,学术研究的情况正是这样,当把某种现实的情况上升到“学科”的状态时,它总是繁复进而是烦琐的。另外,即使“文学传播学”真的够得上一门科学,早在十多年前就有所提及,其研究情况似乎也并没有特别的进展。有学者指出:“文学传播与接受的研究,是21世纪文学研究的发展方向之一。文学接受的研究已取得不少成绩,而文学传播的研究还刚刚起步,它的研究方法、研究对象、研究范围还不太明了。”^②尽管如此,笔者仍然认为,对于文学传播的基本概念、功能、过程以及它作为一门科学所研究的对象,应该说是越来越明确了。文学传播是指“文学作品创作完成之后,到文学读者阅读之前的流通过程,它包括文学作品的出版、宣传、发行乃至借阅等”。^③“文学传播是指传播者借助一定的媒介和传播方式,将文学信息或文学产品传递给文学消费者的过程,即人们通常所说的出版发行与社会流通活动。文学传播的目的主要是将作家的个人创作转化为某种程度的社会共享,但其传播方式的

① 霍有明,李永平.文学传播学刍议[J].西北大学学报,2006(5).

② 王兆鹏.中国古代文学传播研究的六个层面[J].江淮论坛,2006(5).

③ 张荣翼.文学传播中的当代问题[J].社会科学辑刊,2003(6).



改变,极大地影响到传播的效果与范围,影响到文学接受系统的结构与性质。”这些都是有见地的说法,与笔者以及本书的研究思路大体一致。

然而,从文学传播的功能角度来看,“文学传播”与“传播文学”是两个并不完全相同的概念,“文学传播”更多指的是文学及其活动本身,而“传播文学”似乎更侧重于文学的外力或者叫“外部因素”——文学之外的包括人为因素在内的各种力量的推动。显然,本书所说的“文学传播功能”指的是前者,即文学及其活动本身所具有的传播功能。具体地说,就是文学本身所具有的功能,如审美、教育、社会影响、文化凝练与传承等功能的传播与实现过程,当然也包括传播的途径、方式、特点、效果等。但是,“文学传播”与“传播文学”也很难截然分开,二者本身也不是泾渭分明的状态,文学活动或文学作品本身即有传播的功能,而文学又是一种诉诸人的精神活动,人们在接受文学的某种功能时,实际上已经在为文学传播付出行动了。因此,本书在之后的论述中,不可能将二者截然分开,只不过在侧重阐述文学活动本身传播功能的同时,会不可避免地、当然也是十分必要地述及“传播文学”的活动或现象而已。

传播学的研究成果告诉我们,人类传播从古至今经历了五个阶段或者说发生过五次革命:口头传播、文字传播、印刷传播、电子传播(广播影视传播)和网络传播。^①文学传播的发展过程也大致如此,虽然现在尚未界定“传播”与“文学”的发生孰先孰后,但如果说最早的文学形式是“口语文学”或“口头文学”,这一点应该是没有问题的。至少可以说,文学始终是与传播相伴而生、相携而进的,文学在传播活动所传播的“内容”当中,具有原生性和天然性,换句话说,文学与传播具有同步性,文学天然为传播而存在。

人类第一次文学活动的出现或第一部文学作品的产生,恰恰标志着传播活动的真正开始。鲁迅先生在谈文学起源时曾引述《淮南子·道应训》所说:“人类是在未有文字之前,就有了创作的,可惜没有人记下,也没有法子记下。我们的祖先原始人原是连话也不会说的,为了共同劳作,必须发表意

^① 郭庆光. 传播学教程(第二版)[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2011.



见，才渐渐地练出复杂的声音来，假如那时大家抬木头，都觉得吃力了，却想不到发表，其中有一个叫道‘杭育杭育’，那么，这就是创作；大家也要佩服、应用的，这就等于出版；倘若用什么记号留存下来，这就是文学；他当然就是作家，也就是文学家，是‘杭育杭育派’。”^①鲁迅关于文学起源于劳动说在今天虽然人们持不同的意见，但是人类最早的文学是口头文学这一点是确定无疑的，这“杭育杭育”即使不是文学流派，也应该是一次文学性的歌唱，更是一次文学传播。由此可见，在口语传播时代，传播内容、媒介与传播活动本身，是紧密联系、一次性完成的。

口语传播时代，中华民族最早的文学形式是诗，而这时的诗与歌、舞是紧密联系在一起的，诗、歌、舞三者融为一体。《毛诗序》说：“诗者，志之所之也，在心为志，发言为诗，情动于中而形于言，言之不足，故嗟叹之，嗟叹之不足，故咏歌之，咏歌之不足，不知手之舞之足之蹈之也。”^②说的就是这种情况。诗歌舞一体，便于吟诵和记忆，在今天看来，也许这是一种最容易传播的形式，也是当时唯一的传播形式。口语传播的局限性显而易见，那就是它的传播范围的有限性和内容的易失性。尽管如此，作为中华民族最早的文学样式，其传播功能的性质、特点等已基本上全部体现出来。以我国第一部诗歌总集《诗经》为例，“采诗”说、“陈诗观风”说等不仅说明了诗歌创作、《诗经》形成的途径和方式，而且很好地描述了诗歌在民间广泛传播、反复锤炼、人人耳熟能详的情况。“各国自采本地的‘口头创作’献于天子的制度，类似于今日地方政府向中央送信息、送新闻。”^③至于《诗经》表现出来的所谓“兴观群怨”等理念，则是从作品本身出发对文学传播功能的另一种高度概括，已经较为清晰地说明了《诗经》在匡扶社会风气、引领世道人心、观察民俗民瘼、借为治国理政，以及教育娱乐方面的功能特征。只不过，随着时间的推移和社会政治文化的演变，《诗经》越来越被统治者看

① 鲁迅全集：第6卷[M]. 北京：人民文学出版社，1981.

② 郭绍虞. 中国历代文论选[M]. 上海：上海古籍出版社，2010.

③ 周月亮. 中国古代文化传播史[M]. 北京：北京广播学院出版社，2000.



重政治和教化作用的一面，其审美功能受到削弱而已。当然造成这种情况也有一个基本的前提，那就是这个时期包括《诗经》在内的任何文学作品、文学活动都与政治的界限不分明，文、史、政往往浑然一体，而掌握“话语权”的又往往是那些统治者，他们出于维护政权的目的，更偏重于运用《诗经》中教化的功能，以扩大自身的作用和影响，所以这一点也就没有什么不可以理解的了。事实上，《诗经》从诞生的时候起，它在艺术方面体现出来的供人欣赏，令人喜悦或感奋，让人咏之再三、味之满足的审美特征，已经是比较明显的了。当然，我们现在这样来认识《诗经》更多的是基于文字出现以后，或者说是基于其成书以后。

公元前14世纪出现了甲骨文，有了汉字最初的形式，这时的文学活动开始由原先的口头吟诵或舞蹈而进入书写或“书面创作”的阶段。当然，这些书写或书面创作不过是对吟诵或手舞足蹈的一种简单的记录，远远不是现代意义上的专业或职业的书面写作。文字的出现于人类文化史乃至全人类历史上的意义不言而喻，而文字对于文学的意义也是一个极其复杂、颇值得研究的问题。此处只简要说明两点。第一，汉字产生初期，在纸张和印刷技术发明之前，用文字进行书写创作的形式主要是“题写”，如题壁、题屏、题幢、题柱、题楹、题扉、题石、题树，等等，尽管这些题写还仅仅是一些简单的刻画或图画，有的还不是成熟的文字，但它对文学却具有非常重要的意义。正如英国结构主义和符号学学者特伦斯·霍克斯所说：“当我们探讨符号学可以对文学研究贡献什么这个问题时，书写的‘特有的结构性质’显然变得尤其重要了，因为它们在符号方面形成任何书写作品所要交流的东西的主要部分。书写毕竟兼有两种类型的符号。通常以听觉方式出现的语言，当它被记录下来或印刷成文字时，就成了视觉性的了……这样，书写就赋予了语言以言语所不具备的直线性、系列性和空间的物理存在。”^①第二，文字的出现及其应用于文学活动的现象表明，文学已经开始具有后人提炼出来的所谓“符号意义”特征，文学传播已经开始由从前的媒介、内容、传者

① 霍克斯. 结构主义和符号学[M]. 瞿铁鹏, 译. 上海: 上海译文出版社, 1987.



本人三位一体而逐渐分化开来,语言文字(图画)及石、樟、木、壁等物理性的东西,已经具有了文学传播媒介的性质和作用,文学创作者的思想、情感等因素,通过什么样的介质传达出来,传播开去,已经成为一个显在的现实问题。虽然“题写”传播的速度和范围都十分有限,但它在保留中国文学乃至中国文化的内容和历史痕迹方面功不可没。

东汉时期,造纸术的发明使文学传播无论是在范围上、速度上,还是在传播的持久性上都有了很大的提高,这也标志着人类传播进入了“印刷传播时期”。魏晋南北朝时期,“文章乃经国之大业,不朽之盛事”的观念确立,以文学立身扬名、跻身社会建功立业成为许多人的追求。隋唐之际,雕版印刷开始萌芽,中唐时期,已经开始采用雕版印刷经书、佛像和日历等。唐代最盛行的文学形式是诗歌,唐诗的流行与此时纸张被广泛采用密切相关,而晚唐时期较长篇幅的“传奇”文学形式的出现与流播,与具有普通书写功能和作为印刷介质的纸张,也有直接的关系。至宋代,印刷术的发展和雕版印刷的繁盛,使得文学的发展为之一变,大量的文学作品以前所未有的速度和广度进行传播。此时,欧阳修、苏轼、黄庭坚“诗文一出,即日传播”,^①“诗词一出,人争传之”。^②“印刷术的进步,连同书坊的兴起,职业编辑的出现,促使宋元文学传播逐步走向商品化。应该指出,文学一定程度的商品化,对宋元文学的发展有着较大的影响:一方面造就了一批以文学创作传播为职业的文士;另一方面也提高了文学作品的传播流通速度,拓宽了文学作品的传播范围,而且在一定程度上还扩大了作家在当代文坛和读者中的影响。”^③

自《诗经》诞生以来,我国连续出现文学发展的高峰朝代,不断涌现出杰出的文学家和优秀作品,我国真正锻造成为一个文学的国度,在某种程度上可以说这正是造纸术、印刷术而引发的文学传播革命的直接推动而造

① 王明清. 挥麈录[M]. 上海: 上海书店出版社, 2009.

② 惠洪, 费袞. 冷斋夜话·梁溪漫志[M]. 上海: 上海古籍出版社, 2012.

③ 王玉琦. 中国古代文学发展脉络及其基本特征[J]. 江西财经大学学报, 2009(5).



成的。传播历史的五个发展阶段表明,虽然每一次变革都是对之前传播思想、传播方式的革命,都会引来新的传播技术、传播方式,将传播引向一个新的历史阶段,但任何一次传播革命都不是对前一个阶段的抛弃和否定,而是有所继承和保留。也就是说,传播的发展不是“迭代”的,而是具有连续性,其中“文字传播”和“印刷传播”就是属于“基因”性的东西,即使之后的“电子传播”和“网络传播”有所超越,也绝不可能替代它。相反,这些过去的传播方式和手段仍然具有强大的生命力,有不可替代的重要作用。即使是影视中或网络上一些当红的文学作品,似乎最终也还是要通过出版社或编辑部的印刷装订成“书”后,才能得到正式的权威的认可。

明清时期的主要文学样式是小说,其传播的主要方式或媒介仍然属于“印刷传播”,它是在唐宋雕版和活字印刷的基础上的进一步发展。“话本”较之于诗词,有更广泛的群众基础,受众的范围更广,更容易被传播和接受。这一时期,由于印刷业的兴旺发达,许多小说作品可以结集出版,这不仅提高了传播的速度,扩大了传播的范围,而且使作品能够以“书籍”的形式固定下来,得到妥善的记录和保存。这个时期的文学传播还有一些重要特点,比如说出现了一种用“评点”的方式评论小说作品的现象。所谓“评点”,就是用注释、疏导的方式对作品进行评论,为读者解疑释惑,这在客观上为小说的普及流传打通了一些关节,也促进了文学批评的发展;还有职业“说书人”的出现,他们“游走式”的“讲书”“讲话”把“话本”推向民间,使一些精彩的故事深入人心。此外,创作者、评点人(批评家)和“说书人”还同出版者(书坊主)合作,一道参与小说作品的搜集整理、誊抄刊刻以及出版发行,这实际上已经属于创作者、出版商与职业批评者一同把文学活动推向商业化的行径了。这不仅促进了文学的传播,而且培养了读者,扩大了稳定的读者群,尽管这个时期的文学读者群体仍然集中于社会上层,但其客观效果还是推动了文学的普及和发展。

近代中国,文学的发展出现了一些新气象和新面貌,讽刺批判性的、纪实性的、类似于纪实报道的文学作品成为时代风尚,这与当时国内外风起



云涌的民族矛盾和斗争有关。这个时期，文学传播的印刷媒介出现了新的样式，即报纸杂志等，在报纸的“副刊”登载小说等文艺作品或是人们在某个特定的时间购买报纸、阅读小说，成为一件时尚的文化雅事。报纸之外，还有杂志。1904年商务印书馆出版的《东方杂志》是我国第一次用“杂志”命名的定期出版物，也是新中国成立前出版时间最长的大型综合杂志，它对文化界有很大的影响。当时影响力最大的是《时务报》旬刊，梁启超为总主笔，他撰写的论说文很受读者欢迎，被称颂一时。1905年在东京创刊的《民报》也是颇有影响力的一本杂志，它是中国同盟会机关刊物。1915年陈独秀创办《新青年》月刊，高举科学和民主的大旗，掀起了波澜壮阔的五四新文化运动。此外，《教育杂志》《少年杂志》《学生月刊》《中华童子界》《女杂志》《英文杂志》等刊物也都相继面世，这些虽然不都是专门的文学刊物，但在传播文学作品和文学观念方面无疑也做出了各自的贡献。新中国成立，尤其是改革开放以后，我国期刊林立，专门的文学刊物也有很多，有的已成为文学界的名牌，如《人民文学》《小说月报》《收获》《十月》《钟山》等，不胜枚举。

随着印刷技术的进步，以及报纸、杂志等新式出版物的兴起，民众对书刊的需求与日俱增，原有的印刷术以及官办、私坊刻书已不能适应形势发展的需要，于是，新式印刷出版发行机构应运而生，并迅速发展。外国教会书馆、洋务派的译书馆和清代官书局以及早期的商务印书馆、文明书局、中华书局等，都是新式出版发行机构的代表。1921年中国共产党成立以后，为了更好地出版发行革命书刊和宣传马克思主义，新青年社、人民出版社、上海书店和长江书店四家出版发行机构先后建立，这就是新中国文学传播的另一番天地了。

1839年，美国人塞缪尔·莫尔斯发明了第一台实用电报机，这预示着电子传播时代的到来。人类迅速从印刷传播时代跨入电子传播时代，广播、电影、电视、互联网等电子媒介不仅改变了人们的生活方式，而且加速了人类文明发展进程，它们用光电的形式不仅改变了文学传播的方式，而且改变了



人们的思维方式。

广播电台播送文学艺术作品的历史较早,1932年上海亚美广播电台曾播出过杨仁林的《白蛇传》、黄兆麟的《三国志》等评话弹词类的文艺作品。但真正以“文学”作为节目来源、开办“文学类”节目、大量播送文学作品,还是在新中国成立以后。在广播电台播送文学作品,如同给文学艺术插上了翅膀,使这门古老而又崭新的“语言艺术”借助无线电波的春风,将各种各样优秀的文学作品传送到千家万户和亿万听众(读者)的心中,极大地提高了文学传播的速度和广度。

电影对文学的最大作用是使文学走向声像化,把抽象的文字符号变为可视、可听、可感的画面。电影对文学的贡献超过了在此之前所有的传播媒介——如果也把电影看成一种媒介的话;从文学方面看,则是“文学驮着电影走”^①,也就是说,是文学给了电影以足够的滋养,电影只不过是文学表达的一种方式或一种手段而已。电影与文学虽然并不是同宗同源,但在反映现实生活、表现人类情感、塑造艺术形象的作用方面,却是相同的,不然电影就不会有人类“第七艺术”的称号。与文学这种悠久的语言艺术相比,电影艺术的历史要短得多,电影诞生至今不过一百多年的历史,但电影艺术的强大生命力就在于它一诞生就以独特的魅力征服了读者(观众),在艺术的王国里取得了几乎称得上是“龙头老大”的地位。

电视是20世纪人类一项卓越的发明,它的历史虽然不长,但对人类社会政治、经济、文化、艺术、教育以及日常生活等方面都造成了巨大的影响。电视与文学的关系最直接的表现就是在电视台播放越来越多、越来越占黄金时段的电视剧,而电视剧无论是从内容上还是表现形式上,我们都可以简单地理解为是另一种形式的电影,只不过改变了播映和收看的场所而已。当然,有些电视台开办了电影频道或电影栏目来直接播放电影作品,这是另一种形式的电影放映。此外,有不少电视台还开办了与文学有关的节目,如“电视文学”“文学电视(LTV)”等,有的还具体定名为“电视散文”“电视小

^① 李艳. 张艺谋电影的文学改编之路探析. [J] 电影画外音, 2015(2).