

本书受南通大学学术著作出版基金资助

文章鉴赏论

李建东 著

中国言实出版社

图书在版编目(CIP)数据

文章鉴赏论/李建东著.

—北京:中国言实出版社,2008.6

(当代学者人文论丛.第19辑)

ISBN 978-7-80250-036-5

I. 文…

II. 李…

III. 汉语—文章—鉴赏

IV. H15

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 096713 号

出版发行 中国言实出版社

地 址:北京市朝阳区北苑路 180 号加利大厦 5 号楼 105 室

邮 编:100101

电 话:64924716(发行部) 64963101(邮 购)

64924880(总编室) 64963107(一编部)

网 址:www.zgyscbs.cn

E-mail:zgyscbs@263.net

经 销 新华书店

印 刷 北京振兴源印务有限公司

版 次 2008 年 9 月第 1 版 2008 年 9 月第 1 次印刷

规 格 880 毫米×1230 毫米 1/32 9 印张

字 数 230 千字

定 价 390.00 元(全 16 册) ISBN 978-7-80250-036-5/B·180

序 言

文章鉴赏——文本鉴赏的“半边天”，涉猎这个领域，自不同于文学鉴赏，但与文学鉴赏有着千丝万缕的联系。如果说文章学研究，是一项正本清源的大工程，那么文章鉴赏研究，就是这项大工程中的重要一翼。在此范畴中的文章鉴赏论，则肩负着不同凡响的使命。

“鉴赏”一词，拆开来看，是“鉴别”和“欣赏”的合称。阅读欣赏是在全面理解的基础上，深入到作品思想内容和语言形式的审美观照，实现情感体验，获得审美享受；阅读评价是在深刻理解的基础上，跃升到对作品内容形式的是非、优劣、美丑的理性判断，并实现其价值评估。就阅读过程说，往往先赏读，后评读。鉴赏是“沉入共识”和“跳出商兑”的统一体。可见，鉴赏之与阅读，并非并列关系，而是阅读的深化和升华，是阅读大舞台的“重头戏”。鉴赏之于文学阅读，是阅读活动的高峰体验；而鉴赏之于文章阅读，也是文章阅读的高峰体验。

季羨林先生最佩服中西两个考据学大师——中国的陈寅恪和德国的 Heinrich Luders，他曾描述自己的高峰体验：“他们考证名物，旁征博引，分析入微，如剥芭蕉，渐剥渐深。……我读他们两人的极端繁琐貌似枯燥的考证文章，认为是极大的享受，远远超过中外文学名著，并世无第三人。……他们那种天外飞来的奇思，于没有联系中看出联系，于平淡中看出深邃。读到会心处，直欲‘浮一大白’。”^①这

^① 季羨林：《谈读书治学》，北京：当代中国出版社，2006年版，第121页。

是文章鉴赏的典型佳例！

中国古代文章是实用、审美并重的，但自现代文学鉴赏兴盛以来，文章的客观的实用价值功能，在观念上无形阻碍了阅读者进行鉴赏的步伐，甚至有人怀疑“文章阅读是否能够进入到鉴赏的高境界”。更严峻的文论风标是，新世纪初教育部颁布的《语文课程标准》（实验稿）这个法规性文件竟然只讲“文学鉴赏”，不提“文章鉴赏”。这并非我们危言耸听，只重视文学鉴赏而轻视文章鉴赏，确实成了当今人们精神生活中需要扭转的一种阅读歪风。最广大的文章读者群渴望有高人指点阅读的迷津，导游鉴赏的乐园。在此背景下，李建东教授的新著《文章鉴赏论》填补了这一领域的空白。虽然，他治文艺学与中国现当代文学，但以他的才学和对文章学、阅读学的独特偏好，先是以接受美学与阐释学的视角切入文章阅读学研究，后又参与《文章本体学》与《文章阅读学》两书的撰述，为他的独著《文章鉴赏论》，打下了坚实的基础。

应该说，作为文章与文学的边缘研究，作为文章阅读学建构的攻坚课题，是本书的主要特色。从具有包容精神的“大文章”观的角度来看，学术界是欢迎这样的研究的。作者从文学鉴赏的“发达地区”走来，进入文章鉴赏的“新开发区”，充分发挥自己的研究特长，几乎节节有“文学鉴赏”先进技术的引进和人文精神的灌注，同时更努力挥发出“文章鉴赏”独有的个性规律，既有同中借同，又有异中求异。书里将文章分为上位、中位、下位三种品类，虽然是与纯粹的文学文体相比较而言，但参照系与着眼点的预设，是有利于研究的拓展与精细化的。作者笔下的文章，是作为鉴赏对象的文章，而非作为实际应用的文章，因此，它已经具备了某种诗意化的潜质。在实用向审美跃升的过程中，本著无疑架通了一座盎然生趣的桥梁，向世人宣称：文章不仅指挥行动，也会陶情怡性；文章不仅能够鉴赏，也是需要鉴赏的。

超越“浅阅读”，追求“深阅读”，是本著的另一特色。只有深度阅

读,抑或细读,方能使一般阅读上升到鉴赏的层面。正是在这样的前提下,作者只眼独具,犀利而深刻地楔入各种文体的内部,或层层剥笋,或步步紧逼;拨开现象之迷雾,直探事物之本真。有些剖析,既人心大快,又开智解颐,无不闪动着理性的锋芒。这当然与作者强烈的社会参与意识有关系,也是其多年来致力于“美”的探寻的结晶。如果你读过他的《距离审美》一书(中国文联出版社2003年出版),将深知本书的鉴赏底蕴。

建东是一位多面手。除美学、文艺学、中国现当代文学之外,新闻编辑学、影视评论、文章学、阅读学等领域都有涉足,且有一定造诣。我非常欣赏他的表述语言,传统学术文体的刻板枯涩的教科书笔法已被他那自由灵动的随笔式美文所取代,理性与感性的结合,具象的描述与逻辑的推演,都恰到好处地点到所述命题的要害,而且做到抽象中有形象,形象中蕴抽象,深浅有度,雅俗共赏。这既是思考的功夫,也是长期砥砺磨炼的必然。使得其内容是“鉴赏”,外包装的语言形式也是值得品玩“鉴赏”的对象。

本著既是文章与文学的边缘研究,又是文章学与阅读学的交叉研究,正因为这样一种比较独特的研究性质,欲把握得既准且好,并不是一桩十分容易的事情。好在建东是一位执著又勤奋之人,有着诗化的胸襟,又不排除理性的沉思。因此,方能够站在一定高度放眼文章阅读的走向,在末章《大趋势》中体现了这一点,给人以鼓舞,以启示,这些都是难能可贵的。我相信,捧读过这本书后,你会接受这样一种理念:“文章鉴赏能力”是可以与“文学鉴赏能力”并驾齐驱、并峙媲美的。

是为序。

中国文章学研究会会长 中国阅读学研究会会长 曾祥芹
2007年8月15日于河南师范大学

目 录

序 言.....	曾祥芹 (1)
引 论.....	(1)
一、文章与文学	(2)
二、文章阅读	(5)
三、文章鉴赏	(7)
第一章 心理定势.....	(12)
第一节 实用与审美.....	(12)
第二节 主动与被动.....	(19)
第三节 时尚阅读.....	(30)
第二章 超越时空.....	(38)
第一节 限定时间与速率时间.....	(38)
第二节 前阅读与后阅读.....	(45)
第三节 阅读诱导空间.....	(58)
第四节 阅读神游.....	(68)
第三章 相克相生.....	(81)
第一节 理智启迪与情感体验.....	(81)
第二节 整篇感悟与断章取义.....	(87)
第三节 沉入共识与跳出商兑.....	(92)



第四节	知人论世与切己体察.....	(104)
第五节	见仁见智与多元有界.....	(108)
第六节	思想精魂与科学美质.....	(113)
第四章	情感腾升.....	(127)
第一节	文章情感与文学情感.....	(127)
第二节	情思与情脉.....	(132)
第三节	语感与情态.....	(137)
第四节	情感和想象.....	(145)
第五节	情感信息.....	(151)
第五章	观审与再造.....	(155)
第一节	语境观照.....	(155)
第二节	小我与大我.....	(168)
第三节	连袂畅想.....	(180)
第四节	撷句涵咏.....	(188)
第五节	跨越与重组.....	(204)
第六章	渐入佳境.....	(217)
第一节	意、情、事三融合.....	(217)
第二节	殊途同归.....	(222)
第三节	自成一格.....	(227)
第四节	规范与升华.....	(232)
第五节	多项效应.....	(237)
第七章	大趋势.....	(243)
第一节	文章化阅读.....	(243)
第二节	网络化阅读.....	(254)
第三节	实用鉴赏.....	(263)
后 记	(276)

引 论

打开书,你的第一个疑问可能就是:什么是文章?我可以告诉你:“文章”并不玄奥,就是你平时读书、看报、阅刊、览网的所有文体的总称。因为你习惯了“文学”和“文学鉴赏”这样的说法,乍听“文章”反倒陌生了。正应了“越是身边的事物越是陌生的”老话。

其实,“文章”对于我们来说,还确实有些“陌生”。因为这本书所谈的“文章”,与上面所说的“文章”是不同的。上面所谈的是“广义的文章”,我们这本书所谈的是“狭义的文章”。狭义的文章,是广义的文章中除了文学类的文章之外的所有的文章。这样一来,就是“狭义的文章”,它所包含的内容也是非常广泛的。只要是识字的人,可能没有读过小说、诗歌之类的文学作品,但未有没读过文章的。大街上贴的布告你没读过吗?村头黑板报上写的通知你没读过吗?就是邻里找你借一件东西,还要向你打一张借条哩!这些或长或短、或整或零的没有虚构的文字,都是文章。

这就是“文章”,搞清楚了。可是,这些“文章”能看能读就行了,为什么还要鉴赏呢?好像,“鉴赏”只是给那些小说、诗歌之类的文学作品用的,用在“文章”身上,真有些大材小用了,不值得!这不怪你,怪文章学没有普及,怪我没有说清楚。前边所举的布告、通知、借条之类,只是文章的一小部分,而“文章”的另外一大部分,比如报告文学、通讯特写、人物传记、纪实散文、杂文等,因为与文学比较接近,完

全可以进行审美阅读,也就是我们所说的鉴赏。而另外一些文章,比如学术论文(著)、报纸通讯、演讲稿、解说辞、广告语等,虽然实用性比较强,却仍可以上升到审美阅读,引起阅读快感,也可称之为文章鉴赏。还有一类,就是我们所说的实用文体,或者也叫应用文体、公文文体等,比如公告、布告、总结、报告、请示、批复、法律文书、公函、通知、借据等等,还有许多未提到的所有实用文体。这林林总总,只能称为阅读,能称为鉴赏吗?我想,只要你不仅读了,明白了其中的内容,而且读得愉快、读得高兴,都可称之为“鉴赏”。看来,所谓“鉴赏”并不神秘。“鉴赏”并不单是“文学”的事儿,也是“文章”的事儿。且让我们一一道来。

一、文章与文学

“文章”本与“文学”是一家。早在先秦时期,“文”的原义是“饰藻杂采”。《易·系辞下》说道:“道有变动,故曰爻;爻有等,故曰物;物相杂,故曰文;文不当,故吉凶生焉。”《说文解字》说:“文,错画也,像杂文。”《广雅·释诂》说:“文,饰也。”而“章”亦为彩色。“章”与“彰”音同义近,《书·伊训》说:“嘉言孔彰。”为鲜明显扬之意。至于“文学”一词,稍晚于“文章”。《论语·先进》说:“言语,宰我、子贡;政事、冉有、子路;文学,子游、子夏。”意思是说孔子的学生子游、子夏是“文章博学”之人。之后的《荀子·大略》也云:“人之于文学也,犹玉之于琢磨也。”《墨子·非命篇》云:“凡出言谈,由文学之为道也,则不可不先立仪法。”以上所说之“文学”,都是指“学术”,而非我们今天所说“文学”的含义。^①可见,最早的“文章”概念,倒接近于文学,而最早的“文学”概念,反倒是学术学问的总称了。

时值魏晋时期,出现了“文”、“笔”之分,所谓有韵为“文”,无韵为“笔”。六朝以后,文章和文学已分道扬镳,各有流变。“文”兼有韵、

^① 参见张会恩、曾祥芹主编:《文章学教程》,上海教育出版社,1995年版,第4—5页。

骈、散三体，“笔”只指骈、散二体。宋代流行“文以载道”说，文学成为儒学的附庸。在封建社会的中期和后期，尽管诗词、话本、小说、戏剧有长足的发展，但因不入正宗，或出现较晚，抵不过文章的正统，致使“文章”、“文学”不分的现象一直迁延到近代。^①其实，这种现象是符合中国历史发展的实际的。张会恩先生通过中国历史上的“言意之辩”，试图说明“文章”与“文学”的分野。他例举《周易·系辞上》记载孔子的一段话：“子曰‘书不尽言，言不尽意’，然则圣人之意，其不可见乎？”其意思说，如果书本上记载不能充分表达作者的语言，作者的语言又不能充分表达自己的真意，那古代圣人的意思，我们今天又怎么能够看得出来呢？其实，《老子》一书就已有“言不尽意”的萌芽。其第一章有句名言：“道可道，非常道；名可名，非常名。”意思说，我讲的“道”是可以言说出来的。但用言说出来的“道”并不是“常道”；人们可以给“道”取一个名称，但用言辞取的这个名称，也不是“道”的“常名”。即“道”不能常以某言言之，某名名之，任何“言”与“名”不能表达“道”的真意。后来的庄子也谈到“言不尽意”的问题，他在《庄子·天道》篇中云：“世之所贵道者，书也；书不过语。语有贵也；语有贵者，意也。意有所随；意之所随者，不可以言传也。”与此同时，《庄子·外物》篇，又提出了“得意忘言”的观点：“筌者所以在鱼，得鱼而忘筌。蹄者所以在兔，得兔而忘蹄。言者所以在意，得意而忘言。”庄子由此推论：讲话的人是用言语表意的，而听话的人一旦得到这种意，具体的言辞就遗忘了。这一点也正应和了黑格尔在《哲学史讲演录》中的一段话：“语言实质上只表达普通的东西；但人们所想的却是特殊的东西，个别的东西。因此，不能用语言表达人们所想的的东西。”^②以上“言意之辩”的一个基本核心就是有限的言语不能包容和表述全部的思想。事实上，文章中多是表意之言，同时也有难以尽意

① 曾祥芹：《现代文章学引论》，中国文联出版社，2001年版，第64页。

② 参见张会恩：《文章学史论》，湖南师范大学出版社，1993年版，第1—5页。

之言。只不过,按照传统的观念,文章在这一点上,没有文学表现得突出、显豁罢了。

文学,正是抓住“言不尽意”这一点,而与我们传统的“文章”分道扬镳的。人们实际上生活在两个世界之中,一个是想象的世界,一个是现实的世界。文学正是想象世界的最好载体和表现方式。在想象的世界中,人们运用虚构的策略,将“言”、“意”理想化地结合起来。无限的思想在有限的言说之中,具有了更为辽阔的阐释空间和无限解释的可能。这样,作为一种想象或理想化了的存在,“意”便有了寄寓之所,这是以“言”在通向“意”的亲之途或以“意”在寻觅“言”的呼唤之旅中,均以某种损耗而为代价的。因为,“文学”,作为话语蕴藉的存在方式,其本身就不是单指向的,而是多指向的,是能指与所指、外指(物质)与内指(精神)的美学统一;也是人们调解自我与他我、主体与客体、现实与理想之间矛盾的艺术存在。正如,海德格尔所说,“人”是“诗意地栖居在大地上”的。

作为同样是精神存在的“文章”,也是如此。从现代狭义文章观的角度理解,文章“是反映客观事物的组成篇章的书面语言,是社会发展的工具。”而且,“文章所反映的客观事物指实际存在的事物……不具有虚构、典型塑造的品格,但是也不可能是纯客观的移植、摄像,而是被特定的人所认识到的,甚至是被情感化了的事物。”^①其关键词是“被特定的人所认识到的”,“是被情感化了的。”这就说明文章本身已经具备了某种审美对象化特征。问题在于,“文章”之美,与“文学”比较,是更隐晦、更曲折、更间接的。所谓文章的“实用功利性”,只有在它作为实用的对象时,才发挥全部的作用。而当“使用对象”在阅读主体看来,已经退居次位,其形式的特质已经不再附着于“实用”的意念下,将要被主体的“前经验”所唤醒的时候,那么,文章的形式就决不再是单一的“形式”,文章的内容也决不再是单一的“内容”,

^① 张寿康:《文章学概论》,山东教育出版社,1983年版。

它们珠联璧合,有机融会;其指向物态化行为的指令,当一旦完成了有效信息的使命之后,便会转向精神化的思想,从而变成胶合力极强的情感信息。这时的“文章”,就不再作为一个“实用”的对象,而是作为一个“审美”的对象,其对于阅读主体来说的意趣盎然的鉴赏活动也就开始了。

二、文章阅读

文章阅读,也可以分为即时阅读与异时阅读、实用阅读与审美阅读、选择阅读与无选择阅读等几种不同的阅读方法,它们所产生的阅读效应也各不相同。

首先,是即时阅读与异时阅读。即时阅读,我们也可叫“指令性阅读”,即来自客观(工作需要)或来自主观(自我需要)的压力,必须立即阅读的文章。前者如各式公文之于公务人员,后者如各式报刊之于报刊订户。也就是说,他们所局限于和工作需要及自我需要有关关系的阅读,是不能拖延时间的。否则,前者将贻误工作,后者将贻误新闻时事的及时捕捉。异时阅读也称“自由阅读”,但其“自由”,则是针对即时阅读而言。因为有时的“自由阅读”可能也是出于一种“指令”,比如出于工作需要或自我的某种需要,你必须再一次地去查找阅读过去的一些公文档案及过刊过报等。

其次,是实用阅读与审美阅读。传统的观点,认为对于一般的狭义文章,只有“实用阅读”而不存在“审美阅读”。这是不对的。准确的表述应该是:任何文学作品都有实用阅读和审美阅读;任何文章文本也都有实用阅读和审美阅读。比如前者,你出于对一部小说的批判眼光,为写一篇评论文章要阅读一部你已经读过的熟悉的小说。你的这种阅读,从主体上看,应属实用阅读的范畴。而典范的文章文本的阅读,可能出发点是实用阅读,但因主客观的契合,将会转向审美阅读。也可能对于一则过去的消息报道,一篇流传广泛的著名的演讲稿等等,你一开始就进入了审美阅读。对于两栖文体,如报告文

学、传记文学、杂文等,你可能始终就是一种审美阅读。因此,根据文章的文体不同,阅读主体的自我需要的不同,实用阅读与审美阅读所占的比例也不同。当然也可能某些文体,如便条、通知、借据等,你从来采取的就是实用阅读,从未有审美阅读可言。即便如此,也因人而异,有人就能从这区区的便条、通知、借据中发现美来。正应了罗丹“世界上不是缺少美,而是缺少发现”的那句著名格言。但从总体来看,文章阅读是遵循着由实用阅读向审美阅读滑行的态势。

再次,是选择阅读与无选择阅读。这对于任何文体的阅读都是如此。比如文学作品,有人爱读小说,有人爱读诗歌,有人对戏剧文学则情有独钟。文章阅读则在此方面表现得更为明显罢了。这两种阅读方式对于文章阅读来说,呈现着典型的对立统一。特别是“无选择阅读”,还可以分为“无可选择”和“无需选择”两种情况。前者是指令性的,必须阅读,没有办法选择。比如公文之于公务员,这是他的工作,必须阅读,没有办法选择,而且阅读过程还需精细——倒不限一字一句地读,但必须抓牢指令性的有效信息,决不可挂一漏万,贻误工作。而后者则宽松得多,比如报刊之于订阅者,阅读对象的限定性,决定了其无需选择阅读范围。至于选择阅读,则是一种接近于文学阅读的审美阅读,你爱读杂文、或者人物传记,可能会对其他文章文体视而不见,表现一种典型的阅读倾向。但这也不是绝对的,比如在宏观的无选择阅读的过程中,也会有微观的选择阅读。像公务人员对于公文的“无可选择阅读”就可以根据工作需要和轻重缓急,选择急需的对象或者选择重要的语段或语词来阅读;而订阅者对于报刊的“无需选择的阅读”,也可以对他的“无需选择”的对象进行筛选式或浏览式的阅读——这实际上已经具备了选择的内容。总之,阅读过程的选择性,对于以实用功利性为总体指归的文章阅读来讲,尤为明显,尤为典型。

当代信息社会,一个很重要的现象,就是资讯空前丰盈,包括一些文学文体,也有向文章文体倾斜的趋势,“文学文体文章化”,几乎

已成为当代信息人的共识。且不论广告语、串台词、可行性报告、就职或竞选演说、答辩语等等,在日益开拓着文章文体的新领域;就是小说、诗歌、影视剧……也都以所谓“纪实”的名义,向文章文体靠拢。有人常说,当今是一个“读图的时代”,所谓其“读图”,就是对视图形象的二度解析,无疑也是由阐发性、诠释性的文章或准文章(口头)的形式呈现出来的。当代社会的网络化信息、信息高速公路、计算机、移动通信等等,仍是由语码语段所组成的电子传播。这种种语码(词)的连缀所构成的任何文体,不论是否以所谓的“网络文学”或“手机文学”雅称,其实质都是以淡化、弱化或销蚀了文学艺术的审美特性为代价的。因此,这些也都成为文章或准文章文体。面对如此“文涛汹涌”的文章或泛文章化了的世界,文章阅读的地位和作用,则日益显豁,并与当代生活难以分离。

三、文章鉴赏

有人认为文章只有“阅读”,而无“鉴赏”;“鉴赏”只是一种审美活动。这种观点无疑是局限的、偏颇的。是的,鉴赏是阅读活动的一部分,是阅读的深化和升华,是一种审美活动,但审美活动不仅“文学”才有。服饰美、行为美、人情美、人性美、环境美、建筑美、社会美、伦理美等等,不一而足。文章自有文章的美。比如杂文的文锋犀利美、人物传记的历史沧桑美、消息报道的简约准确美、辩论辞的毋庸置疑美、学术论文的逻辑推证美,就是一张普通的便条,也有它的礼仪得体美,一则例性的通知,还有它的语气霭然美……因此,文章的鉴赏活动,也就是对阅读客体的审美观照,对阅读主体的审美洗礼。不仅如此,文章鉴赏过程是一场比一般文学鉴赏更为有趣儿的精神活动。这是由文章文体的多样性、文章鉴赏过程的复杂性所决定的。

首先是文章文体的多样性。如果说文学文体大致可分为小说、诗歌、散文、戏剧四大文体的话,那么,文章文体的划分要复杂得多。从文章鉴赏研究的角度,将文章文体分为三个段位,可能更为方便

些。这三个段位的区分,是以这些文体与文学文体的接近程度为标准的。它们大略包括,“上位”文章文体:报告文学、人物传记、长篇通讯、纪实散文、杂文等;“中位”文章文体:消息、通讯、学术论文(著)、演讲稿、答辩辞、解说辞、信函等;“下位”文章文体:总结、批复、报告等公文文体,通知、便条、借据等应用文体(也包括法律应用文体、经济应用文体、商务应用文体等专业应用文体)。这三个段位的划分,并不是十分严谨和科学的,而且与文章文体的本质特征也无必然的联系,只是为文章鉴赏研究提供方便的考虑。应该说最能体现文章特征的恰是下位段的公文文体和应用文体,因为这类文体的实用功利性是最强的,是完全独立于文学之外的专门文体,但它们同样具有鉴赏的价值。下面,我们还要专题展开论述这一问题。中位段的文章文体,全部是实用性功利性的产物,比如消息、通讯的新闻功利性,学术论文(著)的研究功利性,演讲稿、答辩辞的宣讲功利性,信函的沟通功利性等。但它们本体内部都潜隐着一定的审美要素,随着阅读的展开和深化,其审美要素将逐渐呈现出来,由实用阅读递次向审美阅读滑行。当然,也有一部分,由于主客观的原因,只停留在实用阅读的范畴,审美情感始终未被唤醒。那么,我们就不能称其为鉴赏,只能为一般阅读。至于上位段的文章文体,属于“两栖动物”,既可划入文学文体,也可划入文章文体。但我们仍鲜明地将之划入文章文体。关键是它们在总体上不属于“虚构”文学范畴,它们受着严格的真人真事的局限,只不过在细微末节上,在语感语气上,在篇章结构上,进行了一些必要的艺术提炼罢了。因此,从纯鉴赏的角度看,对上位段文章文体的研究,最具有鉴赏品质和鉴赏意义。然而,作为全方位的“文章鉴赏研究”,对中位段与下位段文章文体的观照与探索,虽具有一定的难度,却更显示着学术的功力和价值。

其次,是文章鉴赏过程的复杂性。文章鉴赏与文学鉴赏有很多相同性,也有很多不同性。其中相同性,主要表现在作为审美阅读之后的发展,是大致相同的。即便如此,当进入审美之后的文学阅读,

其鉴赏的过程大略是：填空、对话与兴味，还原与异变，理解与误解，期待遇挫与艺术魅力等；达到鉴赏高潮时的呈现形式是：共鸣、净化、领悟和延留。^① 这一些鉴赏高潮的反应与文章阅读是大致相同的，从共鸣、净化到领悟和延留，文章阅读当达到“高峰体验”值之后，也会历经这四种依次的表现形态。然而，所不同的是，文章鉴赏的过程，与文学鉴赏的过程却有着另外的区别，即文章阅读逐渐达到高潮的推动力，不是“还原与异变”、“理解与误解”这些歧向的理解，而是在准确解析文章文本，包括语词连缀以及具体语码、词码的基础上，以“保鲜求真”的姿态，对文章文本的词义、语义、文本指向，以及篇章结构、行文规范、文章效应等一系列阅读对象的内外要素，进行的全面感悟和评价，从而直接升华为一种综合性的审美冲动。同样可以与阅读对象（包括作者与文本）产生共鸣，并完成净化、领悟和延留的全过程。当然，文章阅读与文学阅读一样，也有再造形象的鉴赏环节。但这种“再造”，不纯是具体的，更多是抽象的，有时甚至是一种氛围，一方感悟，一缕意念，同样能够起到审美冲动、高峰体验的鉴赏效果。

问题是如何发动阅读主体在文章阅读过程的审美情感呢？《文心雕龙·知音》篇中说：“夫篇章杂沓、质文交加，知多偏好，人莫圆该。慷慨者逆声而击节，蕴藉者见密而高蹈，浮慧者观绮而跃心，爱奇者闻诡而惊听。会己则嗟讽，异我则沮弃，各执一隅之解，欲拟万端之变，所谓东向西望，不见西墙也。”此处所讲的是读者兴趣的片面性和阅读理解的主观性。反之，我们如从主客体关系的角度看问题，只有主客体双方的条件相适应时，主体的积极性才能得到最大限度的发挥，才能获得最佳的审美效果。这就是说，只有“知者遇之”才能达到特定的审美阅读的境界。若此，这里所谓的“知音”也是双向的。一方面，对象需要一个能“知音”的主体；另一方面，主体也需要有一

^① 童庆炳主编：《文学理论教程》，高等教育出版社，2004年版，第340—352页。

个可知的对象“音”。对象太浅显,提不起兴趣,对象太深奥,不能理解,同样得不到审美感受。^①因此,在文章阅读过程中,阅读主体与阅读客体的最佳遇合,就形成文章鉴赏活动的最佳高峰值。

首先,我们看阅读客体,即阅读对象的美学底蕴。比如鲁迅的杂文,本为议论文章,但他随感而发,纵横捭阖,嬉笑怒骂,皆成文章,反语、讽刺的巧妙运用,从而创造出一种被称为“战斗的阜利通”的文艺性政论文。毛泽东的论说文,逻辑严密,资料丰富,思路开阔,见解新颖,语言生动活泼,并注意了分析的条理性和理论框架建构的完整性,为了使文章具有更浓郁的中国特色,体现出既有中国传统文化的积淀,又有大量古代典故的运用,充满着中国古代智慧的结晶。在其文章美方面,毛泽东早年就接受了韩愈文风的影响,非常注意文章的情感和文学色彩,文词优美、比喻形象,语言朴实而又深刻,理智而又有情感,具有巨大的逻辑说服力。^②这些审美的特质均潜蕴于阅读对象的文本深处,一旦有了主体的呼唤,便会因势利导、脱颖而出。

其次,我们看阅读主体,即阅读者本身的美学素养,以及在阅读过程中,主体因需要而产生的某种探索性和感悟力,从而在对于客体的阅读快感和高峰体验中,推进文章的阅读活动和鉴赏活动。毕竟,文章不是文学。文学可以通过形象随意即时地调动阅读主体的情感,而顺利地进入审美的高峰体验。文章的“形象”,则是一个抽象的综合效应,它是由文体的某些特征,包括语言、结构、布局等一系列要素的叠加所产生的一种独特的文体吸引力与震撼力。比如我们阅读一份政府公告,文面字斟句酌、简约凝重;语脉气韵贯通,威严有加;布局严谨紧凑,上下得体……,随着阅读过程顺势展开,阅读主体不仅领悟对象的具体内容,而且先由初级形式(未被主体审美理解的形式)深入内容,再由内容反观高级形式(已被主体审美理解的形式),

^① 曾祥芹主编:《阅读学新论》,语文出版社,1999年版,第275页。

^② 同上,第287页。