



信息时代文学更需要传播

□ 霜枫酒红



说到文学,无论是读者还是评论者都很容易将其理解为文本。因此我们在文学研讨会上听到的多为文本分析,其次才是作者分析、流派分析等,而且这些评论基本上都是定性分析,少有定量研究。

上世纪90年代以来,随着互联网技术的不断发展,大数据、云计算、人工智能等扑面而来,公众迎来了一个去中心化、去神化的新媒体信息时代。这个时代建构了文学传播的新样态和新格局,公众对文学的理解、接受、评价也发生了巨大变化。正是在这样的语境中,文学失去了曾经的轰动效应,作家失去了往日的宝座,文学评论面临了新的挑战。

2023年9月,大同作家庞善强长篇纪实小说《人间芳华》研讨会举行,来自山西省和大同市的作家、评论家齐聚一堂,很认真地对作品进行了研讨,每一位发言人都用心地阅读了作品,坦率真诚地表达了观点。应该说,这是一场高质量的研讨会,虽然研讨集中于文本分析,但是与很多流于表象、泛泛而谈的过场式研讨会绝不相同。

关于文学的基本属性,公众多关注于审美属性,即文学作为一种社会意识形态有其特殊的审美属性,是社会意识形态和审美艺术的统一。这是我们绝大多数人从

从小就接受的文学观,也因此文学研讨会上最常见的评论就是内容分析、主题分析。

其实,传播属性也是文学的基本属性。试想,如果没有传播何来中国诗歌的流传、发展、壮大并成为中华优秀传统文化的符号?如果没有传播何来《红楼梦》成为中国文学经典、世界文学宝库中的财富?如果没有传播何来莫言作品走向世界、作者本人获得诺贝尔文学奖?

当然,从传播的角度关注文学、研究作品不是中国文学评论的传统。上世纪80年代,在符号学、心理学、人类学、统计学等进入中国文学评论领域之际,文学传播学作为一门新兴交叉学科也拔节而起,逐步深入文学研究并且取得一定成果。

文学传播历经口语传播时代、印刷传播时代、电子传播时代和信息传播时代,实现了从语言中心到文字中心,再到图像中心,如今到数字中心的转变。在史前文明时期,文学通过口耳相传的方式传播,以吟唱来传播早期的文学作品。进入口语传播时代,文学作品以记忆的形式存在,像《格萨尔王传》等民族集体记忆作品通过有序的口语传播得以保存下来。

随着书写工具的发明,特别是印刷术的兴起,书籍、期刊、报纸先后出现,革命性

地拓展了文学传播的时空,文学作品有可能出现爆炸性的阅读效果,产生广泛而深远的影响。正是进入印刷时代,让文学创作者看到了书籍、期刊、报纸的传播力量,文学创作与传播媒介深度结缘,“文学生产—印刷媒介—欣赏接受”的线性链条形成。

20世纪80年代后,我国内地走向数字媒介时代,电影、电视、广播、互联网等视听媒介一步步地颠覆着印刷时代的文学传播方式,影像符号取代印刷符号,文学通过图文结合的方式被重新编码和解码。技术释放能量,越来越多的文学作品被改编成影视作品、网络作品,在改编中一些文学作品实现了名满天下的传播效果。此时,文学传播的全球化加剧,传播的主动性、参与性和创造性不断提升,作者与读者、出版社与读者、读者与读者之间实现了多向度传播,甚至共同建构作品。

随着智能传播潮涌,数字技术支撑的融合媒介成为文学生产的重要支撑,文学传播的主导力量。此时,文学作品出现超文本式扩散和链接,文学的传播范围加速扩大,影响力甚至超出控制。像诗人余秀华的爆火以及至今仍保持了一定的影响力,无疑是拜智能传播所赐——超文本交互式传播实现了“文本—网络—世界”的新

效果,实现了作者、作品的IP价值最大化。

长篇纪实小说《人间芳华》在纸质媒体《大同晚报》连载,读者还可以通过“大同日报”“大同日报融媒”微信公众号、大同新闻网上的电子报同步阅读。虽然说《人间芳华》还没有实现超文本式扩散和链接,但是其传播属性超过了同期出版的很多作品。出版《人间芳华》自有追求传播效果的本能,尤其是这样一部纪实性的主旋律作品无疑更追求传播效果,有传播才更有价值——从提供文学审美到实现意识形态表达。如今《人间芳华》初步走向多元传播,无疑为其实现多次传播提供了启发。

放眼其他城市,文学传播新路径日增。作家刘震云的作品《一日三秋》就采用了融媒沉浸式发布,朗诵、舞蹈、微话剧等艺术形式将小说中的人物立体呈现在公众面前,为新书亮相提供了“更具代入感、观赏感的跨界演绎体验”,通过网络传播进一步扩大了影响。

一个全新的文学传播场景已经到来,作者、评论者都需要看到其越来越大的影响力,作品研讨应该有与时俱进的多元分析探讨,进而把握媒介技术对文学传播的建构性,在争夺眼球的过程中更好地实现文学的价值、更好地服务社会。

高雅不是高冷



最近,一个网友用美声唱法翻唱各种“洗脑神曲”的短视频走红网络,最高单曲播放量突破1.6亿次,引起全网关注。用美声演唱“洗脑神曲”,打通了高雅艺术与通俗艺术间的壁垒,让美声这一高雅艺术在娱乐内容占据绝对主导地位的短视频平台有了一席之地,并且成功让很多人对高雅艺术“路转粉”(从“路人”转变为“粉丝”),这着实令人振奋。

通观人类艺术发展史,雅俗艺术之间似有一道不可逾越的天然鸿沟。能载入艺术史册的,几乎全为雅艺术。但俗艺术并非不能转化为雅艺术,比如宋词刚刚问世时,因一些作品为歌女所吟唱,故被贬低为“诗余”。再如,对昆曲热爱到“家里收拾起”的清文人,面对横空出现的京剧,竟以“花部”蔑称,意在对应昆曲的“雅部”。一言以蔽之,花者,俗也。

如今,宋词、京剧都是中国艺术殿堂中璀璨的明珠。这是历经历史磨炼的结果,当中既有机缘,也有巧合。可一些俗艺术转化成雅艺术后,却走向了曲高和寡的高冷。比如,京剧当前传承弘扬之难,早已为各界公认。个中很重要的原因就是,艺术一旦雅化,就会或被动或主动地曲高和寡。

就常理而言,阳春白雪似乎和下里巴人“势不两立”,除非下里巴人能够在绵延的历史长河中不断升级,最后跻身阳春白雪之列。可下里巴人转化为阳春白雪,往往又是以失去大量受众为代价的,这仿佛已是艺术史上一条颠扑不破的定律。当然,艺术发展的规律并非一成不变,它无时无刻不受到时代、科技的多重影响。在如今这个短视频时代,雅俗之间的隔离墙正在慢慢消解,取而代之的是“雅俗共赏”。一批有情怀、懂艺术更懂互联网的“后浪”们,正努力推动高雅艺术放下“高冷”的身段,并让其逐渐在大众中“走热”。

从艺术学理论的角度看,“雅俗之辨”无非是“叫好与叫座”这一对“老冤家”的矛盾使然。放眼当下,“俗”在很大程度上由互联网上的流量所决定,虽然“叫座”,但质量难免参差不齐。当来自民间的“俗”从“通俗”沦为“庸俗”甚至“低俗”“丑俗”时,当然会激起舆论场上的反对之声。这样的“俗”,会一下子掉落到审美“鄙视链”的最底端,这是我们应努力提防并极力反对的。

田汉先生曾寄望于青年艺术家“要提升观众的趣味,而非迁就观众的趣味”。就当下而言,一方面应当注意到,我国拥有庞大的短视频受众,可群众总体受教育水平不是特别高,审美能力有待进一步提升,所以一部分庸俗的作品有了可乘之机,它们往往假借通俗之名大行其道,部分短视频从业者也见缝插针,靠“审丑流量”博眼球;另一方面也应注意,目前仍有许多青年,愿意以通俗的形式,弘扬先进文化、传承传统文化、传播高雅文化,成为互联网上的一股清流,有力地抵制各种“低俗”“丑俗”,成就了“通俗共高雅一色”的新局面。

靠“小鲜肉”“网红脸”甚至各种“粉丝造势”,绝非长久之计,网红博主、流量明星应思考如何巧妙运用自身流量,以存量带动增量,做先进文化、高雅艺术的传播者。当前,大量国潮视频、网剧受到追捧,各大博物馆的文创产品供不应求,这说明承载中华优秀传统文化的文艺产品和文艺作品越来越受青睐,也昭示着传承和弘扬中华优秀传统文化迎来新的历史机遇。

成风化人应当是文艺行业从业者的共同责任。高雅艺术也应当主动告别“高冷”,努力打破“曲高和寡”的成论,从而形成“曲高众随”这一面向人民的艺术传播新格局。在这个意义上,我对民间艺术博主们的开拓性努力,充满敬意与期待。

选自《学习强国》

出圈的必然



近日,一部短视频剧集《逃出大英博物馆》火热“出圈”。该剧用“文物拟人”的方式,巧妙讲述关于文化、历史和责任的故事,独特的立意、用心的制作和深厚的文化情怀引发观众强烈共鸣。目前该剧在B站平台播放量累计2000余万,登顶多个短视频平台热榜。

该短剧由两位年轻UP主制作,讲述了大英博物馆内一盏“中华缠枝纹薄胎玉壶”化为人形出逃,在一名中国记者李永安的帮助下重回祖国的故事。剧中,化身少女的文物“小玉壶”身着汉服、环佩叮当,在伦敦街头期待“回家”,一出场就牢牢吸引了观众的目光。

“文物拟人”是一种人格化的传播方式,无疑适应了短视频时代的规律。当一件文物像一个活生生的人,它所承载的历史文化就化作了人的灵魂和喜悲,吸引原本对传统文化不熟悉或不感兴趣的年轻人去主动关注、学习历史。

细节满满的精心制作,是《逃出大英博物馆》赢得观众认可的重要原因。“小玉壶”刚一出场,就非常郑重地强调自己的名字“是盏,是中华缠枝纹薄胎玉壶”,合理推测,她之所以强调自己的全名,可能是因为在在大英博物馆中,被掠夺的大量文物只是一串串冰冷的编号。而“小玉壶”的名字也非常容易让观众联想起王昌龄《芙蓉楼送辛渐》中的千古名句“洛阳亲友如相问,一片冰心在玉壶”,既是强调自己

的全名,也是在强调中华流失文物的身份和价值。

剧情中,“小玉壶”说,这次最主要的任务就是要带大英博物馆里的“爷爷奶奶叔叔阿姨哥哥姐姐”回国。“文物回家”,对于中国人而言是个伤痛的话题,《逃出大英博物馆》通过一个小切口,将民族深沉而隐秘的情感表达出来。大英博物馆是世界上收藏中国流失文物最多的博物馆之一,其中许多文物是在过去的殖民战争或扩张中被掠夺或非法交易的。《逃出大英博物馆》所讲述和揭示的是这样的现实:文物流落海外,黄金被熔化,钻石被切割,它们的价值在盗贼眼中,只是流通的物质财富;但对于中华民族而言,这些文物是我们祖先的智慧和精神的象征,是中国历史和文化的重要组成部分。

“每一个文物都有它自己的故事,都有它自己的价值。而我们的责任,就是去保护这些文物,去传承这些文化,去讲述这些故事……”集体记忆唤醒了情感追忆,很多网友都在留言中抒发了自己看完该剧后的内心波澜和对“文物回家”重要性的认识——文物和国家,彼此血脉相连。《逃出大英博物馆》所引发的共振共鸣,展现着当下中国年轻人对历史和传统文化的热情,对文化保护传承的重视。这一代年轻人身上流淌的,就是我们民族世代代不变的最深沉的文化自觉的基因、家国情怀的血脉。 据《新华日报》