



文学的发展需要健康心态

张保宁

新世纪文学要有所作为,应深刻把握市场经济给人类文明所带来的变化,寻找和把握感知、体验生活的方式,从新的文学视野,去发现和挖掘市场经济所创造的物质文明中有益于人类精神文明建设的新鲜营养和丰富矿藏,文学就一定能开创出一番全新的天地。

进入新世纪以来,社会转型与文化转型的加快,给文学的发展带来了诸多的困惑与挑战,我们的文学心态,也从未有像现在这样经受着时代变换的冲击与洗礼。比如市场经济催生下的商品大潮,使物的规模扩张,并引发了消费的扩张,文学如何面对这种社会生活物质化和消费化的挤压?以电视和网络等现代传媒为手段引领下的时尚文化大行其道,文学如何面对这种社会文化时尚化和多元化的双重诱惑?再如随着经济全球一体化步伐的加快,文学又如何面对全球化浪潮的考验,以使我们的民族语言艺术能够得到继承并不断创新?这些迫切需要解决的问题,都对文学的心态提出了严峻的挑战。新世纪的文学要有所作为,有所贡献,这些问题都需要审慎应对。

首先要正确认识并深刻把握市场经济给人类文明所带来的崭新变化。这是重树文学心态必须要上的一课。人类社会文明的文明是物质和精神的双重文明,而精神文明的建立,是以物质文明为基础的。没有物质的文明,精神的文明将是虚幻的和不切实际的。物质文明的发达,给精神文明的昌盛提供着有力的保障。世界文明发展的历史也证明,人类每一次精神文明的繁荣,几乎都伴随着物质财富的迅速增长。尤其是现代社会,市场经济的迅猛发展,使人类财富的膨胀从来没有像现在这样迅捷,以至于使人类现有的精神文明都无法与之相适应。这就给从事精神文明活动的人们(包括文学工作者)带来了不少的困惑和压力。而分析这种困惑和压力产生的原因,主要是我们对市场经济给人类文明所带来的崭新变化缺乏足够的认识。市场经济带来的物的扩张和消费的扩张,预示着一个新的社会结构的转变,这种转变涉及社会的生产方式、生活方式和文化方式等人类生活的方方面面。回顾改革开放30年来我国社会发生的巨大变化,我们对此不是有更深切体会吗?看看我们的社会日趋稳定,经济发展,市场繁荣,高科技产业突飞猛进,纵横交错的交通网和迅速便捷的信息网络越来越发达,城市化进程越来越快,这些都迅速改变着我们旧有的生产方式、生活方式以及文化方式。应该看到,伴随着这种高度发达的物质文明的到来,精神文明也正在发生着富有时代特征的质的变化。我们的文学只有适应这种变化,才能有所作为。而这种适应必须是心态上的彻底革新和转变,包括重新确立我们的文学观念,重新树立我们的文学理想,重新培育我们的文学情感,重新寻找和把握感知、体验生活的方式方法等,以健康的文学心态,去迎接物的扩张与消费扩张的挑战,用先进的文学观

积极解读物的世界,从新的文学视野,去发现和挖掘市场经济所创造的物质文明中有益于人类精神文明建设的新鲜营养和丰富矿藏,文学就一定能开创出一番全新的天地。其次,要正确对待物的扩张与消费的扩张所带来的社会文化方式的变化对文学的影响。这也是树立健康的文学心态的一个重要方面。文化的产业化已经成为现实,这是任何力量也阻挡不了的历史趋势。因此,近年以广告和网络等现代传媒为手段引领下的时尚文化大行其道,左右着大众的审美趣味和文化视觉,这正是文化产业化的结果。应该看到,时尚文化之所以能够流行,并不仅仅靠的是“时尚”本身的魅力,更因为它能够顺应文化产业化的趋势,借助现代科技等物的手段和新鲜视觉的引诱,博得了大众的青睐,占据了主流文化的地位。这里无疑以“存在的都是合理的”观点来为时尚文化争名位,时尚文化也不需要任何外在的力量来为它作辩解,它是以物的扩张和消费的需求为基础的。恰恰正是这一点,时尚文化往往被一些传统文化坚守者视为物欲横流和精神沦丧的表征,一些人甚至把物的大规模扩张当作洪水猛兽。其实,在批判的审视后,更需要的是正确引导,使之健康发展。时尚文化被一些学者称为亚文化、泛文化,这也正反映出了它是顺应大众对文化日益增长的消费需求的,应该成为多样文化中的一部分。新世纪的文学,也必定能从中发现富有时代意义的文学素材,化为己有,既合理地满足大众对文化消费的需求,又要用富有理想和崇高精神的好作品来发挥引导的作用。人民群众并不只满足于追求时尚文化,他们也期待着富有时代精神,鼓舞人心、催人奋进的好作品、大作品的出现。我们的文学,只有以健康的心态,顺应时代的呼唤,创作好的作品,来满足人民群众的精神需求,才不愧于这伟大的时代。



再次,面对全球化语境的强势挑战,文学更需要有健康的心态。在全球化时代已经深入展开的当下,文化全球化的趋势不容忽视。伴随世界发达国家的文化产品的输入,甚至资本运作和技术转让,将他们的文化形式和生活方式推行到发展中国家来。这对发展中国家的文化建设来说,既有吸收和借鉴世界先进管理经验,为发展本国经济服务,学习和利用人类文明先进成果,以提高本国精神文明建设水平的积极一面;又有民族文化被侵蚀、被改造,甚至被消解的消极一面。中国如何在全球化语境下趋利避害,化消极为积极,获得维护和发展本民族文化的主动权,保持传统文化和本土文化中的优秀成分,成为一个长久而重要的课题。中华民族是一个胸怀宽广、善于学习和吸纳外来民族文化有益成分的民族。中国作为发展中国家,改革开放以来,虚心学习和借鉴西方发达国家先进的科学技术和管理经验,介绍和引进了大量外国的先进文化思想,我国人民的生活方式也发生着前所未有的变化。我们的民族文化不但没有被销蚀,而且更加丰富多彩,更加充满活力和凝聚力。因此,面对文化语境的全球化浪潮,我们的文学也应以健康的心态,以我为主,保持学习全球化语境中的有益成分,为不断丰富民族语言艺术而努力耕耘,用创造具有民族气派、民族精神,民族新形式、新风格的好作品,来迎接

全球化语境的挑战。

新世纪的中国文学要走向世界,必须要有健康的心态。而健康心态的树立,还必须依赖于科学发展观的指导,依赖于对不断变化着的时代脉搏的正确认识和把握,依赖于对创新民族文学艺术的使命感和责任感。在这方面,历史已经给我们提供了经验和借鉴。上个世纪初期,维护中国封建社会几千年的封建文化,在五卅新文化浪潮的强大冲击下迅速土崩瓦解,以“科学”和“民主”为旗帜的民族新文化随之占据了主导地位,成为当时的先进文化。而在这种充满人文精神和现代意识的先进文化影响下,鲁迅、郭沫若等一大批文化巨匠,肩负开创新民族新文化以及革新民族语言艺术的历史使命,审时度势,深刻感知并把握了当时的时代脉搏与社会变化,创造出了具有时代精神和民族新气象的新文学作品,为整个20世纪的中国文学奠定了坚实的基础,抒写了光辉的篇章。可以说,没有当时五四新文化的指引,没有文化精英们强烈的创造民族新文化的责任感和与时俱进的创新精神,就很难有中国20世纪文学的辉煌成就。

我们现在又处在一个新的时代,国家改革开放的大政方针的正确实施,又一次揭开了民族复兴的伟大序幕。践行科学发展观,重建民族新文化,业已成为我们这个时代的潮流。作为文化重要载体的文学要有所作为,就要用科学发展观武装自己,以健康的文学心态去感知和体验飞速变化的社会生活,以饱满的理想与激情去抒写这日新月异的时代,勇于探索,勇于创新,用新的样式、新的作品,为民族的伟大复兴做出应有的贡献。

(作者单位:西安外国语大学文学院)

书法
冯诚

在前不久举办的中国国际广播影视节目展上,出现了两个值得关注的现象:一是长篇电视连续剧在有关部门干预下,不断稀释是伸长的势头得到有效遏制;二是与大量平庸之作无人问津相对

应,优秀剧目成为稀缺资源,多家抢购、争出高价买好戏的场面变作展会一景。二者共同反馈出一个可喜意向,就是质量意识的普遍提升。这一特征也可以从国庆节前后影视市场优质优价,大量影视佳作被广泛追捧的事实上进一步得到证明。

说起影视艺术质量,不外乎两层含义:即精品多寡和佳作在整体产品中的比重。事实上,无论何时,真正独领风骚、称得上精品者总是少数,因而,判定一个时期影视创作水准高下,当是以大量一般性作品质量为参照。我们作为一个影视生产大国,却称不上影视艺术强国的最大症结,既有处于影视金字塔顶上的拔尖作品不多的因素,更有作为塔基的大量影视作品质量不高的原因。大份额的平庸之作缺乏起码的市场竞争力,势必导致无法获取与庞大数量相称的国际影响。改变现状的惟一途径,就是生产更多更好的优秀作品,彻底更新目前影视产品的构成形态,变金字塔式的生产结构为两头小中间大的菱形结构,最大限度地做大做强中间部分,从整体上提高影视产品的质量。

要把中间部分做大,打造影视生产的菱形结构,首先必须促进整个影视产业由目前的数量扩张型向质量效益型的方向转变。随着文化体制改革步伐的不断加快,文化产业纳入国家整体发展战略,从事影视生产的政策壁垒正在逐渐放宽,这为加快我国文化事业和产业的进步创造了良好机遇。然而,文化产业门槛的降低,决不能成为跑马占荒、盲目跟风的口实,更不能成为形象工程、政绩工程的招牌,更不能成为艺术上降低标准、粗制滥造的遮羞布。有关主管部门应加强宏观调控,在

制成品的思想和艺术质量上严格把关,实行宽进严出。不然,大量平庸甚至垃圾作品的出笼,败坏的不只是创作单位的名声,更是中国影视产业的整体声誉。

其次要全面提升影视产品的艺术品质。要加强投拍作品的前期论证,开展选题的可行性研究和潜在的市场前景分析,既严格遵循艺术创作的规律,又充分考虑观众口味和市场需求;在题材选择上真正从艺术上着眼,找准适合于影视表达的切入点,努力开掘题材创新点和可能的思想深度;召开剧本创作专题策划会,认真打磨并完善剧作,寻找最佳的叙事策略;选择适合剧作表达的精英创作队伍,实现艺术生产各环节的资源最佳配置。无论是成本的大小,无论采用什么样的叙事方式,都要有自己的独立思考,有高尚的文化品位和艺术追求,用鲜明的时代特点和独特的艺术个性来满足受众日益增长的审美期待。

第三要适应国情,坚持走适度规模的制作道路。我国是一个发展中国家,不能一味依赖大制作来同世界强国展开实力比拼,也不能期待单纯的大投入、大制作来猎取高收益、高回报。面对激烈的市场竞争,我们必须走一条适应国情的产业发展路线。在资金相对紧张的情况下,应严格成本核算,规范各类生产性支出,既尊重艺术家的创造性劳动,给予与付出对应的酬劳,又努力减少艺术之外的资金支

出,真正把有限的资金最大限度地用于艺术生产自身。力争用那些低成本或者中制作,且颇具民族特色和个性色彩的影视佳作,以大量物美价廉的影视产品去开辟市场,闯出一片新天地,不断提高中国影视业的国际竞争能力。



古往今来,对时间的忧思构成了诗歌永恒的主题。“对酒当歌,人生几何”,“春花秋月何时了,往事知多少”,“前不见古人,后不见来者”,时间主题其实也是生命主题,对生命的感怀,对时光流逝的追念与怅惘,构成了众多诗歌写作的原初动力,也正是在这种原初动力的驱使下,写作者历经着一个不断返回生命记忆,处理其精神世界并获得诗意安居的愉快过程。

江鹤的《诗水流年》(人民文学出版社)使人重温了类似的体验。这是一部追忆童年与青春记忆的诗集。作者借助乡土世界的人与事、物与象,完成他生命的返乡之旅;或者也可以反过来说,借助对个人生命的记忆,复活了一个曾经给予他欢乐与悲伤、磨砺与成长的乡村世界。

是什么驱使作者如此细腻地记录下这纷繁多的农事与乡俗、人物与情景?为什么作者会如此沉浸于童年的清寒,以及成长中亲情的温馨?显然有两重意义上的原因。首先,作为一个土地的出走者,与乡村记忆完全不同的生活经历、生存境遇与生活方式在某些时刻会触动大多数“游子”的内心秘密,对自我身份的寻求、质疑与确认,必然要与记忆中的“原乡”发生对质的关系;不过,一个更好的写作者必然还有另一层更为形而上的原因,那就是来自生命内部的一种“乡愁”,一种脱离了具体因由、超出了世俗困顿的莫名冲动。它从个体的层面上升为一种更为博大、广袤和浩渺的文化思索与哲学境地,一种与生俱在的生命与精神世界里的还乡之旅。

作者在书中试图编纂一部个人秘密的成长历史,通过个体记忆的重现,来传达他对业已消逝的乡村事物的凭吊。在这个过程中,个人经

清寒中的成长

张清华



诗水流年

江鹤

人民文学出版社

2009年10月

30元

300页

32开

ISBN 9787020081114

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折

22.5元

7.5折