



文学批评何处去

□ 王 干

这些年我们一直在探讨文学批评的影响力为什么下降，为什么不像20世纪80年代那么深入人心，深得文心。现在文学批评的产量在增加，发表文学批评的平台在增加，文学批评的组织在增加，甚至对文学批评也设置了评奖。但我们更多的时候听到的是对文学批评的抱怨，认为其缺少公信力，缺少影响力，缺少传播力。

原因何在？

首先，是文学的格局发生了巨大的变化。当年万众争读一篇小说、洛阳纸贵的文学阅读时代已经转化为读图时代、读网时代、读手机时代，以文学为一尊的纸媒时代几近终结了。文学自身随着时代和科技的发展也滋生出很多新的形态，比如网络文学的出现就是对传统纸媒的一次革命性的行动，它在降低文学门槛的同时，也为更多的文学写作者提供了更为自由、更为广阔的舞台。而文学批评对这样一种新的载体基本是沉默的，沉默不是因为网络文学的质量问题，而是网络文学的互动性已经基本完成了文学批评的进程，读者在阅读时的评点和作家写作时的呼应很自然地实施了文学批评的功能。之后的文学批评其实就是如何经典化的问题，就像我们古代有很多的诗话、词话，却没有专门的话本小说研究专著一样，对四大名著的研究也是经典化之后才出现的。

其次，商业性的运作也对文学批评产生了一些不良影响。由于前些年图书出版纳入商业运作的轨道，一些图书评论貌似以文学批评的方式出现，但背后往往和商业利益产生了瓜葛。一些媒体的书评版刻意炒作畅销书，一些评论家被裹挟其中，对文学批评的公信力也是一种损害。

目前文学批评的生态也是失衡的，一般来说我们的批评应该是从作品开始，然后到作家论，最后到作品研讨会。而我们目前文学批评的程序是倒置的，一部作品出来之后先开研讨会，缺少中间的程序。文学批评的公信力来自批评家对作品的准确判断，但现在的批评家某种程度被牵着鼻子走，被出版方牵着走，被作家牵着走，甚至被某类组织机构牵着走，批评家平心静气阅读作品、评论作品的环境被污染了。从文学批评的程序和手段来讲，也是抵消甚至是齟齬的。一般来说，如果一部作品在一段

弘扬中国文学批评的优良传统，提倡精准到位的文学批评，对那些“戴帽子”“摆架子”的空洞批评说不，杜绝商业化的炒作，才会让文学批评回到自身，在作家和读者之间搭好桥梁，找回公信力、影响力、传播力。

时间内受到好评，之后的评奖活动对这部作品也应该是重视的，文学史写作也会给予其一定地位。而我们现在这三者很难统一，当年评价很高的作品常常在全国性评奖中落榜，而一些名不见经传的作品却常常得奖，文学史的写作又常常与这二者脱钩。三者的相互消解，自然产生不了传播力。

不排除文学观念的差异、审美的差异，也不排除文学批评形式（评奖和文学史的写作都是更高级的文学评判方式）的差异，但这三者对同一时期文学作品的描述和评判应该是有共识的，而不应该像现在这样各吹各的调，形成不了合力。这种评价的分裂，影响了文学批评的公信力和传播力。分散、多头绪的文学批评丧失了客观和精准。

文学批评大约可分为两种，一种是在场，一种是不在场。很多编辑家、作家、评论家基本都是在场的，能够随时跟踪当代文学的脉络，对当代文学进行研究。20世纪80年代，有大量的文学编辑从事文学批评，也有不少的作家加入到文学批评的行列，由于来自文学生产的第一线，他们的感受往往是鲜活的，也容易切中作品的要害，打动读者的心。进入21世纪，文学编辑的队伍发生变化，文学编辑从事文学批评的人数骤减，隔岸观火的评论家占据了文学批评的不少话语权。这种不在场的评论，以前主要就是在高校当代文学研究这一块，他们的研究目的是要把当代文学进行经典化处理。但现在随着当代文学地位的提升，高等院校有大批的研究项目和研究资金进入当代文学研究领域，在充实当代文学研究力量、丰富当代文学研究手段的同时，也左右着当代文学批评的导向。文学批评的学院派路径，以不在场的方式给文学批评提供了新的参照。但对于高校来说，这样的文学研究应该是是有一定“时间差”的，也就是说需要一段时间沉淀才可以进行，方能对那些被时间、被文坛淘洗之后的“文学”发声。

由于从事当代文学研究人员的激增，而当代文学本身可沉淀的时间不足，“供”“求”双方失去平衡。学院

派的文学研究失去时间差之后，也变成了一种文学批评活动。这种文学批评活动与在场的文学批评的姿态是不一样的，它们更多的时候是带着文学史的眼光，而用“现在”要求近距离将作品进行经典化阅读，难免失去精准。因为史的眼光与迅捷的文学批评是难以整合到同一个焦距上的。我们有时会看到一些教授的文学批评活动很隆重，但发出的声音由于“不在场”，未必能聚焦到具体的作品解读，难免隔阂。由于高校自身的学术地位和科研尊严，这些文学批评往往带着“成果”性质，这种“成果”常常和文学发展自身的成果并不能对榫合卯，其精准度自然受到影响。

在批评的方法上，某些不在场的文学批评常常喜欢照搬西方现成的文学批评模式，用“戴帽子”的方式对鲜活的文学创作进行解读，常常是为“我”所用，为概念所用。我们在一些文学批评文章中，常常读到大段的西方文学理论的概念和术语，甚至思维方式也是从西方文学理论套用而来，这样似乎才会显得有理论和学术含量。造成这种弊端的深层原因与我们这些年来的学术评价体系有关。西方的理论话语自然有它的学术含量，但

是它能不能和中国文学的现实无缝对接，还要从具体的实践出发。何况当代文学批评与正宗的文学研究不能等同。当下的文学批评，鲜活才能准确，历史上那些优秀的文学批评，比如鲁迅的文学批评，茅盾的文学批评，李健吾的文学批评，常常不是“戴帽子”的批评，不是僵硬的“学术范儿”，他们借鉴了国外的文学理论，但用中国话语、用自己的话语来陈述，而不是生硬地搬用西方的概念和模式肢解作品。

中国古代文论中有很多身处同一时代的文学批评，这些批评往往都从切身的阅读感受出发，从自己的心灵出发，比如苏东坡对文与可“胸有成竹”的评论，金圣叹对《水浒》的评点，都属于文学批评的经典篇章。而我们现在部分放弃了这样充满“精气神”的优秀传统，简单地用外来的理论衡量当代文学创作，自然难以有精准之美。

重塑文学批评的人文品质，呼唤有思想、有力度的洪钟大吕之作，鼓励接地气、有人气的在场评论，弘扬中国文学批评的优良传统，提倡精准到位的文学批评。对那些“戴帽子”“摆架子”的空洞批评说不，杜绝商业化的炒作，才会让文学批评回到自身，在作家和读者之间搭好桥梁，找回公信力、影响力、传播力。

随想录



艺术长廊

叶就绿情新

小小／摄

说“高深”

□ 薛卫民

真正的高深，都不可小觑，最低是超拔了平庸。

超拔平庸不只是做到难，做成之后还有难——往往它得领受揶揄、嘲讽。比如，生活中说什么人、什么事物太高深、高深莫测，通常都不是褒义。

“高深”这个汉语词汇也的确高深，的确莫测。如果以大地做基准，高，它指的是地之上；深，它指的是地之下。一个上，一个下，本来截然相反，可到了“高深”这里，却没了互相矛盾、没了自我抵触，它能把截然相反的两个方向随时弄成一个方向。说高，有无限的高；说深，有无限的深。而且组合之后的“高”和“深”，都远远地超越了它们单打独斗的时候。高和深不仅仅是物理上的距离，肉眼已无法对其测量。敢于自我矛盾、自我抵触，却又能把矛盾、抵触化解于无形，于是有了巨大的张力。“高深”这个词，简直就是在用两个汉字写论文，而且是哲学、美学兼具的论文。

怪不得世界上有越来越多的人开始学汉语，一边叫苦叫难一边使劲儿学。想进入汉语、学好汉语，真的非常难。不难即得的东西，都没什么大价值。汉语完全可以用它自己的这个词汇来说自己：高深。

高，要让我们抬头才能看见。抬头看，就是仰望。

深，想看见就得低头，目光还得

有穿透力。仅是低头，就得躬身。

而仰望和躬身，原本是人所做的万千事情中，最能修养自己、成就自己的事。仅是仰望和躬身的姿势，就像在礼天拜地。

人也好，文也好，高者必深，深者必高。没有高度的“深”和没有深度的“高”，都不存在。

高易见，深不易见。有时高可以作秀作出来，高高摇摇、吸人眼球。深无法作秀，秀了也不能让人看见。

欲深，得首先不避讳低，而且要比低更低，低到地表下面去。容纳百川的大海知道是怎么回事。每棵参天大树的根也都知道是怎么回事。

有时候，可能要“深”得久一些。几十年前有过一个科教片，说的是竹笋怎么长成竹子，当“雨后春笋”遍野时，有一颗竹笋，还在泥土里憋着，憋得身子往根长、根须向下扎。它一直在向上拱，它的力气越来越大，终于在某个时刻，把压在头顶的石板给拱翻了，出来了！四周看看，别的竹笋都比它高。但它比先出来的竹笋都更粗壮，地下看不见的根须更深密。于是没几天，它便遥遥地高出了其他的竹笋……

几十年后有了微信，微信朋友圈里有一小文，说的也是久久拱不出来、拱出来便冲天的竹笋、竹子。说完之后，接着有句话：你不是没生长，你是在向深处扎根。

杂文撷英

□ 陈鲁民

出门前，看见外边下雨了，在准备雨具的那一刻，我突然明白了一个处世道理：要跟雨伞、雨衣、雨鞋学做人。雨伞说：“你如果不为别人挡风遮雨，谁会把你举在头上。”雨衣说：“我虽不时髦华丽，人却在风雨交加时和我贴得最紧。”雨鞋说：“既然人家把全部的重量托付给了我，我还计较什么泥里水里的。”

近日，我在微信中看到这个精彩段子，心有戚戚，感受颇多。这个段子以物喻人、言浅意深、诙谐幽默、发人深思，阐释了一个浅显而又重要的道理：当我们造福别人的同时，也会得到别人的尊重；当我们把别人当回事时，别人也会敬重我们。雨具拟人自道，寥寥数语，其实是在教我们如何做人处世，人要是做到这个份儿上，那就

雨伞·雨衣·雨鞋

是一等一的好人；也是在教我们如何做官为政，做官要是干到这个境界，那就是万民拥戴的好官。

就以做官为例。官场上流行一句话：有作为才能有地位。颇有些道理。这就像那把雨伞，你的努力和业绩决定你的地位，你对群众的态度决定你在他们心中的高度。如果是一把千疮百孔的雨伞，如果是一把不愿意张开的雨伞，那就只能被弃之不用。反之，倘若你像一把全力撑开的雨伞，秉持全心全意为人民服务的态度，平时想方设法为群众谋利益，“一枝一叶总关情”，关键时刻能站出来为老百姓挡风遮雨，勇负责任敢担当，老百姓就会把你视为安全的保护神、利益的代言人、生活的主心骨，把你看得很高很重。诚如臧克家的名诗《有的人》里说的那样：有的人，俯下身子给人民当牛马，人民永远记住他！有的人，他活着为了多数人更

好地活，群众把他抬举得很高，很高。

再说雨衣情怀。一个官员尤其是基层干部，如果能起到雨衣的作用，平时在日常工作岗位上恪尽职守，不显山水，朴实无华，而当群众急需的关键时刻，挺身而出，和他们心贴心、背靠背、同呼吸、共命运。当群众有难时，急群众之所急，想群众之所想，为他们顶风冒雨，化解矛盾，为他们风雨兼程，扶危济贫，就一定会成为深受爱戴、与群众“零距离”的知心人，成为一呼百应、带领群众奔小康的领路人。

还有雨鞋精神。这是责任意识，也是公仆情怀，是奉献精神，也是忘我境界。不在其位不谋其政，既然坐在官员这个位置上，担任了领导角色，就要全力以赴，负重前行，忙起来“五加二，白加黑”，干起来筚路蓝缕，披荆斩棘，上不负组织信任，

下不负百姓期盼。像焦裕禄在河南兰考，晴天一身汗，雨天一身泥；像谷文昌在福建东山，常卷起裤腿与百姓一起犁田、打石头，晒得比百姓还黑。而你以百姓的雨鞋自居，百姓也不会忘记你的功德。君不见，在东山县，每年都有大批群众自发到县委书记谷文昌的坟上祭拜，清明节“先祭谷公、后祭祖宗”成了当地百姓约定俗成的规矩。

开封包公祠门口有一副名联：“春秋有序人民不亏时彦，宇宙无极伟业尚待后贤。”无论岁月如何变换，群众都不会忘记那些甘当百姓雨伞、雨衣、雨鞋的“时彦”，也盼望更多肯担当、能吃苦、乐奉献的“后贤”能接力前行，这也是我们伟大事业成功的可靠保证。

烛窗心影

请来一碗土鸡汤

□ 单纯

鸡汤可能是最受人欢迎的汤品，不但营养丰富，而且味道鲜美。网上说西方人感冒一般不吃药，就是喝鸡汤，不知真假。国人则认为鸡汤乃大补元气之物，过去不是孕妇或病人难得享用。现在鸡汤普及了，人也挑剔了，如果不是“土”鸡汤，总觉得口感大不如前。有一次我终于找到了久违的感觉，但在这个饭店打工的邻居小伙子偷偷告诉我，其实这是“化学”鸡汤。可见即使味道对了，也不见得是好鸡汤。

与鸡汤经历类似的是“鸡汤文”。国内最早的鸡汤文应该来自著名的《读者》杂志，当时叫《读者文摘》。它创刊于改革开放之初，文章温婉怡情，催人上进，如泉水浸润长期干涸的心灵，让人眼前一亮，为之一振。稍后，美国有个叫杰克·坎菲尔德的穷作家，想到奶奶熬鸡汤替他治病儿时经历，把自己写的励志故事取名为《心灵鸡汤》出版，结果一夜之间成为富豪作家，也影响了千万人。

我们那一代大学生是《读者》的首批忠实读者，我记得能再来每一期《读者》的那个同学，男生女生都对他高看一眼。到了20世纪90年代，坎菲尔德的书流入国内，在年轻人中的知名度不下于《读者》。这些原汁原味的好鸡汤，呵护了一两代年轻人精神的成长。

坎菲尔德的成功激励了中国的写手们，进入互联网时代特别是有了微信之后，鸡汤文产量日增，躲躲躲不及，内容却越来越空洞乏味，甚至飘着“化学”味道。有的鸡汤文说，比尔·盖茨毅然放弃学业，结果成为全球首富，似乎高考落榜可喜可贺。手机为劳动大众提供了学文化长见识的便捷工具，许多鸡汤文坚称手机是个坏东西，硬让他们去读大部头纸书。有位著名畅销书作家十分优雅地写道：窝在暖气充足的家里，抱一杯香茶，读一本好书，足以抵御雾霾。人们被迫喝下这类鸡汤，将信将疑，哭笑不得，不知怎么办是好。

最近一段时间，“鸡汤市场”开始大力推销“极简生活”，鸡汤熬制者不但有自媒体，也有一些官媒公号，影响力和反弹力都不小。今天早上，一家著名公号告诉我，“极简生活”的基本诀窍就是“物质”极简：少买东西，多扔东西，不讲究吃穿，不炫耀房子车子。鸡汤文必备调料是名人故事，这里也不例外：李嘉诚仍然住在小房子里，宗庆后年消费不超过5万元，比尔·盖茨决定在有生之年把钱都捐掉，扎克伯格开的本田轿车不到两万美元，日本一位家庭主妇坚持扔扔扔，幸福感爆棚，等等。最后当然是升华到哲理：注重物质说明空虚自卑，人缺什么就炫耀什么，极简生活是高层级的人生哲学，你想幸福吗？那就极简吧。

如此高大上的哲学鸡汤，很多网友竟然不喝，纷纷调侃戏谑：我从来没有“繁”过，如何再“简”？

我想先过上极“繁”生活。

等我成了扎克伯格，我不开车。小编家里什么时候扔东西？提前说一声。

这些留言让我忍俊不禁，也让我深思。人的肉体需要鸡汤滋润，灵魂也需要。在社会高速发展、人容易焦虑的社会转型期，鸡汤文的出现和受追捧具有必然性。但是现在“鸡汤文”在一些人之中成了贬义词，为什么？

过去的鸡汤是小作坊的良心活儿，讲自己的故事是为了关爱别人，引导人通过努力改变命运。现在的鸡汤则是工业化速成品，编故事是为了博眼球，博眼球是为了收益。越是惊人之语越畅销，熬制时间越短、兑水越多则成本越低。如果不辨真假一饮而尽，轻则浪费时间，重则损害健康。比尔·盖茨是因为不读书才成功的吗？日本那位主妇之所以扔东西，是因为她家的物质需求早已满足，再当剩手党岂不浪费？一个刚入职的大学毕业生正在人生的爬坡阶段，等着钱找对象、买房、给母亲治病，让他安贫乐道，道德吗？那位畅销鸡汤作家早就发了大财，并且不用坐班，窝在家里是挺舒服的，但假如快递小哥、民工和上班族都这样的话，社会如何进步？忽悠人轻信躺着就能迎来美好生活的鸡汤文，好比一度肆虐的苏丹红，害人不浅，也会害己。

习近平总书记曾深情地说，“我最牵挂的还是困难群众”，体现了共产党人坚守的人民立场。群众在就业、教育、医疗、居住、养老等方面面临不少难题，要保证人民有更多获得感。相应地，习近平总书记要求“在深入生活、扎根人民中进行无愧于时代的文艺创造”。如今有些人之所以售卖假冒伪劣鸡汤，说到底还是立场问题。脱离群众，不接地气，逃避媒体的社会责任，必将被伟大新时代所抛弃，赔得一千二净。

请来一碗土鸡汤！