

文学欣赏·文学接受·文学消费

——近60年来中国文学阅读理论范式转型反思

彭松乔

(江汉大学 语言文学研究所, 武汉 430056)

摘 要:新中国成立60年来,中国文学阅读理论经历了从文学欣赏到文学接受再到文学消费等三次重要的范式转型。社会生活尤其是文化生活的改变无疑是导致文学阅读理论范式转型的根本原因,文学状况发生改变则是引起文学阅读理论范式转型的直接原因。文学阅读理论范式转型带来了文学史的改写和文学要素重构等一系列深层次的文学思想变化。对于文学阅读理论范式的流变,我们既要看到它适应时代要求方面的积极价值,同时也不应回避其理论原创性先天不足和在理论借鉴上未能真正中国化等内在缺陷。在21世纪建设中国文学阅读理论时,我们必须增强回应现实的问题意识,秉持多元共生的建构姿态,自觉融汇理论的民族色彩。

关键词:中国文学阅读理论;文学欣赏;文学接受;文学消费

中图分类号:J1 **文献标志码:**A **文章编号:**1007-4937(2010)01-0073-05

文学阅读理论作为文学理论的重要组成部分,其范式的变化往往会对整个文艺理论的发展产生重要影响。新中国成立60年以来,中国的文学阅读理论经历了从文学欣赏到文学接受再到文学消费等三次重要的范式转型。应该说,这对于拓展人们的理论视野,提高审美鉴赏能力,乃至转换文艺思维方式,都具有积极的理论建构价值。但与此同时,我们注意到,这一理论范型的流变也凸显了中国文学阅读理论自身发展的若干缺失与不足,这就需要广大文艺理论工作者进行深刻的检讨,使之成为创建具有中国特色的文学阅读理论形态时的宝贵经验。

1949年到1980年代中期的中国文学阅读理论可以称之为文学欣赏理论。无论是以群、蔡仪主编的文艺理论教科书中关于文学欣赏的见解,还是王朝闻、毛星、柳鸣九、钱钟书等人的有关文学阅读理论的论述,抑或是朱光潜、宗白华等人的文学理论专著中涉及阅读的部分,莫不如此。他们大都强调文学阅读中的感受、体会、移情、共鸣等因素,把文学阅读活动看做是一个有限“再创造”的过程。“读者阅读文学作品……首先要通过语言的媒介与作品外部的形式,沿波(辞)探源(情),逐步获得对形象的具体感受和体验,引起思想感情上的强烈反应,得到审美的享受,从而领会到文学作品所包含的思想内容”^[1]。“文学鉴赏说得简单一点,就是读者对文学作品的感受、体验、欣赏和鉴别,它明显地带有某些艺术再创造的性质”^[2]。从这些论述来看,此期的文学阅读理论普遍存在一个“前在的”理论预设——进入读者视野的文学作品都是具有很高艺术价值的,值得人们去“体验”、“玩味”和“欣赏”。这种文学阅读见解实际上是一种经典阅读的理论范式,是在政治意识形态规范下的精英文学阅读理论,它把能够纳入视野的作品全都视作值得欣赏的文学,其他与主流意识形态不符的作品则被弃置在阅读范围之外,同时它把读者置于被动的接受角色。值得一提的是,这一时期的文学阅读理论在资源上超越了当时占据主导地位的苏联文艺理论体系,大胆地另辟新章,除了继承中国古代文论遗产之外,理论上主要是借鉴西方文论中康德、克罗齐、布洛、谷鲁斯、立普斯等人的观点。

20世纪80年代中期到21世纪初的文学阅读理论尤其注重接受美学问题,我们不妨称之为文学接受理论。从包括童庆炳主编的《文学理论教程》在内的各种不同类型的文学理论教科书,到朱立元的《接受美学》、金元浦的《接受反映文论》、王岳川的《现象学与解释学文论》这样一些文艺理论专著,再

收稿日期:2009-11-04

作者简介:彭松乔(1963-),男,湖北英山人,教授,从事文艺理论教学与研究。

到本时期那些难以数计的文艺理论文章,都把接受美学作为文学阅读理论的新型范式予以推广。他们或从伽达默尔那里,或从尧斯和伊塞尔那里吸收这方面的理论营养,然后予以“中国化”。朱立元指出伊塞尔等人“把阅读过程作为本文与读者的一种活生生的关系来掌握和描述,认为文学作品作为审美对象,只是在这个阅读过程中动态地被构成的”观点对重新认识文学具有特殊的意义^[1]。金元浦进一步提出“接受美学一方面在马克思主义批评理论中更多地吸收文学接受的历史性,另一方面又把目光转向文学社会学,寻找被哲学解释学忽略了的本文的社会环境方面的研究成果”^[2],力图在建构中国式的文学接受理论方面打开新的视野。童庆炳主编的《文学理论教程》第十五章“文学接受过程”更是直接将接受美学理论予以学科化。“文学接受的发展是指文学作品的具体阅读阶段。在这个过程中,读者以自己的期待视野为基础,对作品中的本文符号进行着富有个性色彩的解读和填空、交流与对话。这是文学作品由‘第一本文’转化为‘第二本文’并由现实的读者实现文学接受的过程”^{[3]295}。由于理论权威和国家级重点教材的特殊影响,这一文学阅读理论范式由此得到了迅速传播和广泛认同。文学接受理论替代了此前以文学欣赏命名的经典阅读理论范式,它强调读者在文学活动中的重要参与价值,认为正是读者超越具体作品的“二度创作”才真正完成了文学的使命。它是对当时日益僵化的文学政治意识形态规范的一次审美突围,使得当时文学史上一些被忽视的作家作品(如沈从文、张爱玲)借助读者趣味的名义逐渐走向前台,也使得言情小说、武侠小说这样一批当时深受读者喜爱的阅读现象进入了可以阐释的范围。

21世纪以后,中国文学阅读理论悄然转入了文学消费阶段。随着互联网的普及和各种影视作品以及电子游戏产品的流行,人们的文化选择越来越多元化了,文学被边缘已经成为不争的事实。加之文学生产过程中生活与艺术积淀不足以及“非创造性”批量生产因素日趋严重,文学阅读中“一次性消费”现象变得越来越普遍。于是,强调阅读作为消费现象的文学消费理论自然流行起来了,而且学术界也大多接纳了这一新型理论范式,喧嚣一时的“休闲文学”讨论就是例证。它从马克思关于艺术生产和艺术消费的理论谈起,吸收法兰克福学派的本雅明、阿多诺等人的“机械复制”、“文化工业”理论,结合费瑟斯通、鲍德里亚、麦克卢汉、布尔迪厄等人的理论观点,整合成中国式的“文学消费”理论。“正是读者大众的文学消费需求决定和刺激着文学生产。如果脱离了读者的消费需求,文学生产就失去了目的和意义”^{[4]275}。尽管童庆炳主编的《文学理论教程》在论及“文学消费”时,还显得遮遮掩掩,小心翼翼,但它毕竟以权威教材的形式对此作了充分肯定。“阅读分为功能性消费、艺术性消费和消遣性消费三种情况……如果说功能性消费和艺术性消费皆是有目的的阅读、实用性阅读,为的是文学作品的某种使用价值的话,消遣性消费则是无目的的阅读,它把阅读当作手段,为的是快一时之耳目,豁一时之情怀”^[5]。这样的探讨就走得更远,它已经深入到“文学消费”理论的纵深层次了。这一文学阅读理论范式实际上是消费社会与技术复制时代在文学阅读理论上的反映。它在强调文学自身时尚性的同时,容忍文学阅读活动的及时性和快餐化,并且将阅读活动看做是文化产业的最后一个环节,扩展了一些非阅读的因素。虽然目前国内公开出版的文学理论教材或文艺理论专著、论文在探讨文学消费理论时依然有所顾忌,但我们还是能够从它们的思维路向中把握得到这种理论范式的深刻变化。

二

以上,我们就60年来中国文学阅读理论范式转型作了一简要陈述。总体来看,这一转型过程是中国文学阅读理论适应时代要求而作出的必要调适,具有理论革新的意义。然而,由于“范式从本质上讲是一种理论体系”,它的流变毕竟不同于具体的学术观点变化,这就需要我们深入到中国文学阅读理论范式转型的历史现场,去把握其中的各种复杂因素。因为“从一个处于危机的范式,转变到一个常规科学的新传统能从其中产生出来的新范式,远不是一个累积的过程,即远不是一个可以经由对旧范式的修改或扩展所能达到的过程。宁可说,它是在一个新的基础上重建该研究领域的过程”^{[6]78}。就此而言,我们既要从文学自律与他律辩证关系去透视它的转化玄机,又要从文学自身状况的变化来把握这一范式更替的内在因由。

从文学与社会的关系来看,社会生活尤其是人们文化生活的改变无疑是引起文学阅读理论范式转换的根本原因。没有新中国的成立,文学欣赏范式自然就无从谈起,因为半封建半殖民地社会的人们连最起码的生存权利都没有保障,他们是不可能真正拥有一份艺术欣赏心情的,更不可能去建构文学欣赏理论(虽然也会有少数人零星地谈一些文学欣赏方面的见解)。启蒙和革命的文化氛围培育的只能是“改造国民性”、“重铸民族的灵魂”之类超越审美的文化情怀,正如鲁迅谈到他留学日本时读了拜伦的诗而“心神俱旺”的原因时所指出的那样“时当清的末年,在一部分中国青年的心中,革命思潮正盛,凡有叫喊复仇和反抗的,便容易惹起感应”(鲁迅《杂怀》)。毋庸置疑,文学欣赏理论范式的确立是与建国后意识形态领域建设新中国文化密切相关的。当一种崭新的民族国家情怀通过文学表达出来的时候,

读者大众的阅读趣味对于意识形态的建构是不可或缺的,因而将符合主流意识形态的优秀作品当作文学经典来欣赏自是题中应有之义,将鲁迅等作家当作精英人物来崇拜也是顺理成章的。然而,到了 20 世纪 80 年代中期以后,这种固有的民族国家政治情怀随着人们更多地专注经济建设,特别是社会主义市场经济体制的出场日渐淡化了,一种更加宽容的文化话语系统需要海纳百川的胸怀。于是,同政治经济上实现现代化的话语相伴随,中国现代史上少有的主流文化、精英文化和大众文化共生共荣的文化景观出现了。欧风美雨进来了,因为它是实现现代化必不可少的“进步文化”资源;港台文化被接纳了,因为它对市场经济建设具有极其重要的“作用”;人的主体性得到高扬了,因为它是人的精神现代化的“原动力”……正是在这样的历史文化语境下,文学接受范式借助于西方阐释学、接受美学的翻译介绍在文学阅读理论中顺利实现了转换。“现在人们已经明确地认识到读者的重要性并不下于作家和作品,离开了读者的参与,就不会有什么真正意义上的文学或文学活动。文学观念的这种更新,不断促进了接受理论的深入发展,而且拓宽了人们的思维空间,引发了人们对一系列文学问题的重新思考”^[1]。进入 21 世纪以后,随着社会主义市场经济向纵深发展,在商业文化、信息高速公路和全球化浪潮的共同影响下,中国社会尤其是都市社会里消费主义文化气息愈来愈浓厚。“在我国社会生活中,消费主义被许多人所接受,尤其是受到暴富阶层和一些年轻人的青睐。由资本操纵的商业文化通过大众传媒,在客观上将发达国家的消费模式、享乐主义的生活方式树立为中国消费者的理想消费模式”^[2]。“拉动消费”、“日常生活审美化”、“过把瘾就死”,从政治经济领域到日常生活领域,从理论到实践,不管我们承认不承认,消费主义文化正在中国大地上蓬勃兴起。消费社会对文学的冲击是前所未有的。“在某种程度上,当代文学大批量的复制生产,畅销、流行而后被遗忘,这成为文学存在的基本方式”^[3]。与这种时代精神相呼应,文学消费作为文学阅读理论的新型范式正式登场了。“文学消费固然主要指文学阅读,但也不尽然。有的文学消费者买来文学书籍,并不打算或并未进入阅读,而只是为了收藏、摆设或炫耀”^[4]²⁸¹。不管人们作何解释,文学消费范式是一种既想回避政治意识形态观念,又拒斥审美现代性追求,屈从于经济利益迎合大众阅读趣味的一种阅读理论,是消费社会语境下大众文化心理在文艺理论领域的反映。

从文学自身来看,文学状况发生了改变是引起文学阅读理论范式转换的直接原因。我们知道,从共和国成立到 20 世纪 80 年代中期的中国文学,尽管可圈可点的经典作家作品并不多见,加之又有十年“文革”的干扰,但丝毫不影响它成为共和国文学史上极为灿烂的黄金时代。无论是满怀热情的建国文学,还是“悲惨与光荣共存”的“文革”文学,抑或是以伤痕、反思和改革相标榜的新时期文学,它们都以史诗般的宏大气魄叙写了中华民族近半个世纪的生活史与精神史。在统一的意识形态规训下,那一时期人们的心目中,作家是人类灵魂的工程师,被主流社会认同的作品则是不可或缺的精神食粮。因而,作为芸芸众生的读者,当他们展开文学作品开始阅读的时候,一种“仪式的、膜拜的、静观的”欣赏心态油然而生,很少有人怀疑作品的价值,这正是文学欣赏范式得以长期存在的依据。到了 20 世纪 80 年代中期以后,随着意识形态领域控制的减弱,在中心价值离散和商品大潮的冲击下,港台文学可以堂而皇之地进入人们的阅读视野,封存多年的旧中国的一些畅销书作品也得以走出阅读禁区,再加上文学创作领域“个人化写作”、“私人化写作”、“欲望写作”、“身体写作”等声音一浪高过一浪的喧嚣,中国人的文学生活格局发生了很大的变化。“在文学创作者一方,‘宏大叙事’、国家民族寓言式写作不再被奉为方向;在文学接受者一面,到作品中重温国族关怀、体验宏伟崇高也不再是主要的阅读动机和心理期待。个人趣味成了决定文学接受状貌的决定性因素,而从个人趣味、个人需要出发的文学接受又往往形成一些耐人寻味的趋势或潮流”^[5]。在这样一种文学状况下,文学接受范式取代文学欣赏范式应运而生是再也自然不过的事情了。进入 21 世纪以后,随着文化资本在精神领域进一步扩张,文学生产机制、作家角色和读者心态更是远离了“精神净土世界”。受制于市场经济这只“看不见的手”的影响,文学不由自主地形成了自己的消费品格。策划、推销、包装、炒作等商业化行为成为文学生产过程必不可少的手段,那种“吟安一个字,捻断数根须”的高成本创作投入与市场效应是格格不入的;娱乐性、传奇性、趣味性、欲望化是作家写作成功的关键,作家明星化是一件让大多数作者引以为荣的露脸之事;迫于市场经济下生存与生活的压力,广大读者在紧张的工作之余,再无暇去品味与咀嚼那些思想性与艺术性很强的文艺作品了。当然,这并不意味着他们就不需要精神食粮了,但他们的阅读趣味发生了很大的变化却是不争的事实。于是,那些通俗易懂、能让感官愉悦并能在最短时间内获得享受的平面化文学作品,很自然地成为他们调剂生活、休闲放松的精神快餐。可以说,正是市场语境下文学的消费品格孕育了文学阅读理论的消费范式。

此外,理论生态的变迁对文学阅读理论范式的转换也产生了深刻的影响。从某种意义上讲,如果没有文学反映论的存在,文学欣赏这种“仪式的、膜拜的、静观的”阅读理论范式就很难产生;如果没有文学主体性理论和接受美学的张扬,文学接受这种强调读者参与的阅读理论范式也失去了理论创生的

机制;同样,如果没有文学解构理论和文化产业学说的浸淫,文学消费这种商业气息浓厚的阅读理论范式是很难被广大文艺理论工作者所接纳的。

三

在论及范式转型的时候,库恩曾经反复强调它的理论重建价值,并且明确指出“这种重建改变了研究领域某些最基本的理论概括,也改变了该研究领域许多范式的方法和应用。”^[178]毋庸置疑,近60年来中国文学阅读理论范式的转型确实改变了该领域既定的“许多范式的方法和应用”,具有积极的理论建构意义。比如20世纪80年代重写文学史观念的形成就与文学接受理论的提出密不可分。正是因为有了接受美学的学理支撑,钱理群、黄子平和陈平原们才能够突破固有的文学理论禁区,大胆地提出“重写文学史”的口号,进而编写出开风气之先的《中国现代文学三十年》。又如,近年来人们提出的文学要素新说也跟文学消费理论这种范式的转换不无关联。该说认为,随着消费社会的来临,现代传媒语境下的文学活动的范式正在由艾布拉姆斯提出的“世界—作家—作品—读者”四要素,向“作品—世界—作家—传媒—读者”五要素转换,并断定它是文学活动的实际存在和当代文学理论发展的内在要求。试想一下,假如没有文学消费理论“先在的”影响,这样“大胆的”学说怎么能够出场呢?因此,我们可以毫不夸张地说,文学阅读理论范式的转型既开拓了中国广大读者的文学阅读视野,同时又充实和深化了文学阅读理论的内容,并且还推动整个文艺理论的发展提供了丰富的审美实践资源与理论资源。然而,这并不意味着中国文学阅读理论范式的转型就达到了一种非常符合国情的理想境界,更并不意味着具有中国特色的文学阅读理论形态已经形成。实际上,中国文学阅读理论范型的转化依然面临着许多无法回避的难题,存在着理论上的缺陷与不足。

首先,是理论原创性先天不足的问题。人类学术的历史告诉我们,任何有价值的理论都应该具有一定的原创性。这种原创性不是某位学者苦思冥想的结果,它来源于社会实践活动,但又是上升到哲学层面上的独到见解。原创性的理论具有“元话语”性质,人们可以对其进行再解释与再创造。《周易》、《老子》是如此,“接受美学”、“现象学”也不例外。就我国文学阅读理论的三次转型情况而言,几乎没有一次具有理论的原创性。面对中国当代纷繁复杂的文学现象,文学阅读理论学者始终未能摸索出有效的阐释范式。大多数情况下他们紧跟西方学术思潮,以流行的西方理论阐释中国文学阅读现象;少数时候又与之相对,试图以本土化阅读见解抵抗西方“影响的焦虑”,却又仍未走出西方的文学阅读理论陷阱。这样一来,就导致了中国文学阅读理论在存在根基方面长期潜伏着一种隐性的“他者”观念及自我认同性危机。它一方面加剧了文学阅读理论与本土生活世界的疏离,与现实的文学阅读活动脱节,以及阐释有限性的下降;另一方面,也不同程度导致文学阅读理论在价值取向与思想资源方面与中国传统文论的日渐疏离甚至断裂,造成在理论建构资源方面的严重缺失。

其次,是文学阅读理论的中国化问题。缺乏理论的原创性,就必然导致从异域文化中去借鉴相关理论为我所用,这是学术发展过程中最常见的方式,而且中国自古以来就不乏这方面的成功范例,比如佛教禅宗在中国的发展、马克思主义在中国的胜利就是如此。如上所述,近60年来中国不同阶段形成的三种文学阅读理论范式基本都是在西方阅读理论和中国古典阅读理论等多种学术资源的碰撞与对话的合力中发展起来的。其中影响最大的是西方阅读理论,其基本理论、基本方法论、范畴体系、理论形态和学理规范构成了中国当代文学阅读理论的主导范式。本来,这种理论上的借鉴是创建中国文学阅读理论时重要的资源,是无可厚非的。问题在于,我们在移植西方的阅读理论资源时,并未能将这些舶来的新理论、新方法与中国本土的阅读经验和固有的文论传统融合在一起,予以中国化。一些新的名词、新的术语、新的概念一经译介推广后就往往被滥用,而那些对构建中国阅读理论体系真正有价值的新视角、新观念并没有得到合理的吸纳。更为严重的是,不少学者还将西方阅读理论当作学术新潮大肆炫耀,并依此来观照中国文学艺术,表达理论思想,反思中国传统文学阅读理论的种种不足。这种割足适履的做法,势必造成移植过来的文学阅读理论严重偏离了中国文学活动的实际,难以真正变为中国文学阅读理论中血肉相连的部分,更遑论进入大众日常阅读活动之中。

有鉴于此,要在21世纪建构既符合中国国情又真正具有民族特色的原创文学阅读理论范式,我们就必须直面这些难以避免的理论难题,克服范式转型过程中存在的理论缺陷与不足。就此而言,以下几点是我们必须好好把握的。

1. 增强阅读理论的问题意识。任何原创性的理论范式都来自对现实问题的回应,因此,关注现实文学阅读活动中存在的各种问题,并将之提升为哲学层面的理论体系是建构具有原创性中国文学阅读理论新范式必经的路径。那么,当下中国的文学阅读活动中究竟存在怎样一些问题呢?摘其要者而言,主要涉及以下几个方面。一是媒介变革对文学阅读活动带来的冲击。由于互联网对阅读活动的巨大影响,今天的阅读状况与前互联网时代已经有了很大的不同。“如今,网络阅读成为人们生活重要组成部

分。人类的阅读行为也随之发生了革命性的变化:眼睛在网上快速、便捷的‘暴走’,逐渐替代以往细嚼慢咽似的传统阅读。新媒介使昔日‘纸面’凝聚的诸多艺术的神性,不断被‘界面’的感觉颠覆和碾压”^[2]。对此,我们的文学阅读理论决不能漠视不理。二是经典复兴导致的阅读回归。事物的发展总是相反相成的,虽说互联网让“当今一个小学生一天的阅读量,包括文字、影像、广告等,超过十五世纪一个成人一年的阅读量”,但与此同时伴随着国学的兴起,人们对古典文学的阅读兴趣又与日俱增,因此,如何看待这一现象也是文学阅读理论必须予以关注的。三是消费社会中的舆情引导。本来阅读活动是一种非常个人化的行为,但是市场经济下的文学阅读却被注入了许多商业性因素。出版商为了拉动图书消费,会经常进行商业炒作和舆情引导,使得真正的阅读状况在消费社会语境下变得相当复杂,这同样是不容忽视的。四是影视媒体参与下的延伸性阅读。“触电”是现代许多作家向往的一种文学延伸行为,某一部文学作品也许并不引人瞩目,但是通过电影和电视剧改编后,它的社会效应就大不一样了,进而会反过来引起人们的阅读兴趣,如李安根据张爱玲的小说改编的电影《色·戒》就是如此。因而,我们有理由将观看电影和电视剧看做是一种延伸性阅读现象予以考察。

2. 秉持多元共生的建构姿态。孤立的理论之树是不可能结出丰硕果实的,单一的范式也难以成长为学术的参天大树,只有当它们生长在生态完好的精神丛林时才会达到枝繁叶茂的境界,这是人类社会实践反复证明了的一条颠扑不破真理。近60年来中国文学阅读理论范式的转型过程,从另一个侧面说明了理论生态对于构建原创性理论的无比重要。因此,我们在建设新型的文学阅读理论时,必须秉持多元共生的建构姿态,一方面合理吸纳古典文论的精华,异域理论的观点和现代名家的见解,另一方面又要提倡各种不同的阅读学术观点和审美范式,使它们成为理论创生的重要学术资源。诚能如此,则深植于当下文学活动土壤与生命体验本相中的中国新型文学阅读理论范式将会离我们不太遥远了。

3. 自觉融汇理论的民族色彩。本来中国近代学者在创建学术思想体系时是主张“中学为体,西学为用”的,但是到了后来这种“体”与“用”之间的关系却被倒置过来,变成了毫无民族特色的“西体中用”。具体到60年来中国文学阅读理论范式的三次转型来说,“西体中用”的基本模式始终占据着主导地位。这就剥离了它与民族传统文论之间的历史链接,使得本民族传统的文学阅读理论很难从根本上进入以西方文学阅读理论为范型的学术体系之中,更不用说结合由中国现代性的独特道路所显示出来的融和古今、面向世界的文学思想了。无论是“文学欣赏”,还是“文学接受”,抑或是“文学消费”,我们几乎都是走的同一条“西化”套路——从最初的“拿来”和借鉴吸收到全盘照搬。“文化的张力是一种无形的磁场,深深地积淀于人们的行为模式、思想方法之中,其中本质上是一种推动力”^[3]。丧失掉自己的民族主体性,遗忘了自己的文化本根,对于文学理论的建设来说无疑是致命的缺陷。

故而,当我们建设新的文学阅读理论范式时,自觉融汇理论的民族色彩,应该成为我们的一种内在精神追求。它是中华民族数千年文学阅读理论传统实现现代转型的必然选择,也应合了世界在全球化时代对中国文学理论参与世界思想重建的呼唤。

参考文献:

- [1] 以群. 文学的基本原理 [M]. 上海: 上海文艺出版社, 1980: 458.
- [2] 刘叔成. 文学概论四十讲 [M]. 北京: 中央人民广播电视大学出版社, 1983: 380.
- [3] 朱立元. 接受美学 [M]. 上海: 上海人民出版社, 1989: 2.
- [4] 金元浦. 接受反映论 [M]. 济南: 山东教育出版社, 1998: 107.
- [5] 童庆炳. 文学理论教程 [M]. 北京: 高等教育出版社, 1998.
- [6] 蔡毅. 论文学的消费性和消费性文学 [J]. 社会科学评论, 2008, (1).
- [7] 托马斯·库恩. 科学革命的结构 [M]. 金吾伦, 胡新和, 译. 北京: 北京大学出版社, 2003.
- [8] 刘安海, 孙文宪. 文学理论 [M]. 武汉: 华中师范大学出版社, 1999: 276.
- [9] 路日亮. 消费社会的悖论及其危机 [J]. 北京师范大学学报, 2009, (1).
- [10] 陈晓明. 挪用、反抗与重构——当代文学与消费社会的审美关联 [J]. 文艺研究, 2002, (3).
- [11] 姜桂华. 从国族情怀到个人趣味 [J]. 渤海大学学报, 2008, (3).
- [12] 铁凝. 阅读是有“重量”的 [N]. 人民日报, 2009-05-16.
- [13] 孙浩进, 樊欣. 哈尔滨发展“闯关东精神”文化产业品牌的思考 [J]. 经济研究导刊, 2009, (35): 65.

责任编辑: 郑琦