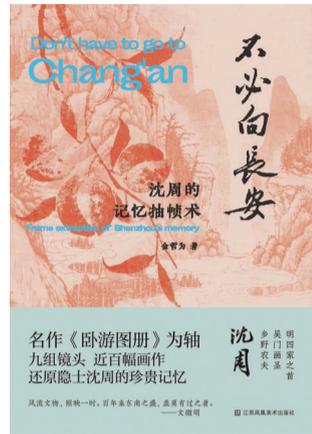


删人快语



《不必向长安——沈周的记忆抽帧术》
金哲为著

江苏凤凰美术出版社

偷不走的牡丹

□ 蒯乐昊

明代正德元年(1506)的春天,大画家沈周八十岁了。这一年,他完成了一组颇费心思的佳作——《卧游小册》。所谓“卧游”,顾名思义,即躺着玩乐。这一书画传统起于南朝,当时有一位著名的隐士宗炳,一生懒得做官,却是个狂热的背包客,游历遍了祖国名山大川,到老了,腿脚不便,就想出“卧游”之道。他画下曾经去过的山水,将它们挂在墙壁上,躺在床上亦能举目欣赏,四周环绕的山水,成了图像的回忆录。

宗炳和陶渊明一同被后世《宋书·隐逸传》记载,身为隐者却留有其名,陶渊明是以诗文传世,宗炳则是在书画史上留下了这一脉“卧游”的传统。

沈周的《卧游小册》,灵感便来自宗炳,沈周一辈子不曾出仕为官,足迹不出吴地山水。因“父母在,不远游”,沈周母亲长寿,一直活到九十九岁,母亲去世那年,沈周自己也是八十老翁了,按他自己在诗词中所说,已经是“老眼敛华”的“白头痴老子”,等到能自由远游,也已经有心无力,《卧游小册》便画于此时。

又过了百来年,《卧游小册》流传到了晚明时期的徽商王越石手中。一日,王越石邀请著名的鉴藏家张丑到家里品鉴自家所藏的古玩字画,张丑对《卧游小册》赞不绝口,留下了迄今可考的对《卧游小册》的唯一描述:

“沈启南卧游小册(绢本凡廿四帧):按跋尾,经始于甲子之岁,图成于丙寅之春,时年正八十矣,而精细古雅,气可食牛,是宜子畏微仲诸公敛衽屈服也。此册今在王越石处。”

子畏便是唐伯虎,微仲即为文徵明,让唐伯虎文徵明都甘拜下风的这二十四帧图册,也给了艺术史学者金允哲一种书写的灵感:古人以“帧”论图册中的单幅绘画,而“帧”又是视频图像的专业术语,“抽帧”,是指在一段视频中,每隔一定间隔,抽取若干单幅图像,再拼接为一段新的视频。而艺术史,乃至个人的记忆史来说,大量存在着这样主观或非主观的“抽帧存储”。金允哲的《不必向长安——沈周的记忆抽帧术》,便是借助沈周隐藏在图册中的信息,再与浩如烟海的诗文书画相抽取的关键帧,去咬合、比对、蒙太奇,从而重新剪辑成一部新的片子:明代隐士沈周的一生。

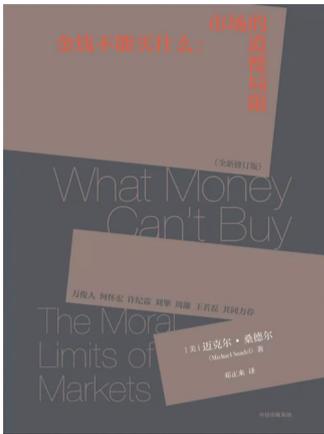
人有命运,书画也各有其命,在王越石之后,《卧游小册》不知命运如何流离辗转,今已失传不存。但北京故宫博物院内倒珍藏有一组17开的沈周真迹,名为《卧游图册》,仿佛《卧游小册》的孪生兄弟,依然向我们展示了沈周晚年老到成熟的笔力,也隐约提示了失传了的《卧游小册》中可能的内容。

有意思的是,沈周在故宫藏《卧游图册》中的自跋中写道:宗少文四壁揭山水图,自谓卧游其间。此册方可尺许,可以仰眠匡床,一手执之,一手徐徐翻阅,殊得少文之趣。倦则掩之,不亦便乎?于揭亦为劳矣。真真闻其言,大笑矣。——意思是说,宗炳的卧游还要把画张挂四壁,也挺累的,还不如我这个小子,躺在床上就可以随便翻阅,困了就手一掩,更加省劲——果然,会卧游的画家,个个都是躺平的高手。

宗炳卧游四壁山水,沈周的卧游更随意了,野柳、菜花、小鸡、老牛,枇杷、石榴……世俗生活的一切景物都可入画,都是卧游的内容。沈周不是背包客,他是有着江南深厚耕读传统、孜孜咬菜根的田间翁。好不容易在祖宅秋耕种下几株象征着富贵的牡丹,没多久就被人连根拔起偷走了,连作为景观的青苔也被破坏。好在主人倒不恼,还笑嘻嘻地写诗:“荒庭粗整石阑干,始买花栽得牡丹。富贵同心有人爱,繁华移手别家看。烟根已拔苔犹破,雨坎空存土未漫。笑抚老怀无所惜,固知留到子孙难。”

富贵花被人偷走了,偷走就偷走吧,移栽到别人家也自有爱花人欣赏它,老人对一切得失都不再可惜了,反正正生不带来死不带走,也不见得都能留给子孙。

这是老者的豁达,但同时,也是创作者的豁达。艺术之珍贵,便在于从创造中拥有。沈周失去了他的富贵牡丹,但他写了这首诗,又为牡丹画了画,这牡丹便借他的诗画而传世,并永远跟他的姓名联系在一起,永远归他所有。这株被盗窃走的牡丹,盛开得反倒比任何人家庭院里的牡丹都更为长久。



《金钱不能买什么:市场的道德局限》
[美]迈克尔·桑德尔著

中信出版集团

金钱不能买什么?

□ 陆远

长久以来,有种观念认为金钱是“无所不能”的,在市场经济时代尤其如此,用哈佛大学教授迈克尔·桑德尔的话说,“我们生活在一个几乎所有东西都可以拿来买卖的时代”。的确,市场是一种分配资源的方式,这种源于自然的物物交换方式的高度发展和成熟的存在,是现代工业文明和消费文化的根本基础。从古代社会起,大小各异的交易市场就曾经遍布这个世界的角落,但只有到工业革命以后,市场才释放出如此的魔力,以至于人们可以便捷地购买到几乎任何他需要的东西,出售几乎任何他视为多余的或可以带来利润的东西。市场经济既带来真实可感的经济利益,又带来广泛的活动自由,这确实系迄今为止符合人类本性的最伟大的发明。然而,随着市场价值观在社会生活中逐渐扮演越来越重要的角色,金钱的力量与买卖的逻辑也在侵入社会生活越来越多的领域,日益主宰着我们的整个世界:雨雪天里出租车能否加价,企业掏钱能否换取污染的权利,以礼金取代为朋友精心挑选礼物是最大程度保值还是会损伤友情,给予物质补偿会激励献血者的热情还是相反……许多人担心,如果放纵市场力量的无限壮大,可能会引发始料未及的后果,毁掉人类文明所应当珍视的某种意义与价值。“桑德尔之问”用形象化的表述道出了这种担心:金钱真的可以买到一切吗?

桑德尔曾经连续许多年在有关市场伦理的研讨课上与学生们讨论现代政治所缺失的那个重大议题:市场的角色和范围。市场在公共生活和个人伦理中扮演什么角色?我们怎样决定什么东西可以买卖?什么东西由非市场的价值掌握?哪里是金钱的法则行不通的地方?基于这些讨论和长期反思完成的著作《金钱不能买什么》延续了桑德尔一贯的写作风格,抽丝剥茧,层层深入,以逻辑清晰的文字和丰富多样的案例,开放式地讨论一个核心命题:在一个好的社会中,金钱和市场应当扮演何种角色?

在桑德尔看来,金钱当然不是万能的。比如,金钱买不到友谊。人们或许能花钱雇人做朋友可以做的一切:陪你逛街吃饭,和你聊天听你倾诉,帮你解决生活中的大小困难,甚至在你的每条朋友圈点赞。但即便出再高的价钱,也没有人可以“买”到一个真正的朋友,那种发自内心,被我们称作“友谊”的情感体验,无法量化,更不可能得价而沽。再比如,金钱买不到荣誉。收藏家或者沽名钓誉的富豪也许有机缘能买到世界冠军或者诺贝尔奖的奖牌,但谁都知道,“买到”奖牌和“获得”奖牌是风马牛不相及的两回事。

“金钱万能论”不能解释的现象还有很多。瑞士政府曾挑选中部偏远山区一个人口稀少的小山村沃尔芬希作为核废料的掩埋地点,当进行初次民调时,51%的居民赞成核放。政府为了激励更多人同意,提出高额补偿金,然后再度进行民调,但是让人意外的结果是,赞同的人数竟然降至25%。具有共同价值追求的共同体,在涉及伦理原则时,他们毫不犹豫地对市场原则说“不”。以色列的一所托儿所对那些无法按时接孩子放学的家长课以罚款,结果却导致迟到的家长人数翻倍——他们原本的不安和内疚,因为罚款而变得心安理得。一旦金钱侵蚀了道德义务,原有的责任感就难以得到恢复。

经济学家并不关注人类所有的行为动机,而只强调人类的获益欲望。其他种种美德,如利他主义、仁慈、慷慨、团结和公民职责,在什么情况下以什么方式影响人的行为,需要我们借助经济学之外的视角去寻求答案。剧院前的黄牛党、医院门口的号贩子为什么是可耻的?因为它意味着那种“先到先得”的排队伦理被“花钱即得”的市场伦理所取代,而这种转变的本质是对社会公正的腐蚀与侵蚀。

桑德尔提醒我们,除了市场与金钱的力量之外,正义、公正、平等、社区感以及人与人之间的相互责任等,都在为人类社会的发展和人际关系的改善提供引领和动力。事实上,很多人也认识到,市场规范并不适用于诸如家庭生活、友谊、教育、环境等领域,但对市场侵入这些社会领域的苗头,我们不该失去敏感,不能因无奈而默然或见怪不怪。

任何一个期盼生活在美好社会的人,都不该听凭金钱信马狂奔,而希望将缰绳操控在自己手中。我们应该做的,是选择好前行的路径,明确必须避开的歧路的路标。“有钱能使鬼推磨”,掺杂着不同人对金钱的“羡慕嫉妒恨”,今天人们关注“桑德尔之问”,应该是基于力图阻止这句古话变成现实的动机。也许,划定一个明晰的市场逻辑的运用限度以确定金钱当止于何处并不容易,但是对这种界限保持警惕则是必须的,而这正是“桑德尔之问”最重要的价值。

远见近拾



《文本盗猎者》
[美]亨利·詹金斯著

北京大学出版社

粉丝文化的边界

□ 房伟

粉丝(fans)文化是一个新的舶来词,在中国产生了广泛影响。1992年,青年学者亨利·詹金斯以“文本盗猎者”的称呼,给予这个亚文化群体以正面积极意义。“粉丝”仿佛让那些狂热追星族,变成一群争夺文化权力的民间斗士,抵抗消费社会权力控制的文化游牧猎人,从而扭转了同人文化在人们心中“盗版、抄袭”的恶名。《文本盗猎者》这本书一再被翻版,翻译成各国文字,成为传播学和文化研究的经典著作。

这本书中,作者考察“粉丝”的词源学早期含义,指出它最早指“热心的教众”,后来被认定是热衷于秘密仪式的人。消费文化兴起,“粉丝”就成了对某种文化产品或明星,抱有“过度热情”的人群。粉丝被视为疯子或崇拜错误对象的狂热者,他们的兴趣不同于正常人的文化体验,他们的精神状态也危险地远离现实。欧美早期电影,都将“粉丝”刻画为离群索居,心理及社交不成熟的人。然而,詹金斯笔下,粉丝不是这样的,他们拒绝大学教授和文学专家喋喋不休的阐释,对资本构建的消费秩序表示怀疑,挑战“资本版权制度”,试图更多强调自我解读、评价和创造的权利。更有甚者,他们“洗劫”大众文化,从中攫取可用资源,在此基础上二度创作,在积极挪用之中,将小说、电视电影、游戏都变成丰富复杂的参与性文化行为,以表现自我情感和思想。

作者动用文化研究和传播学相关理论,甚至饶有兴致地对女性“八卦”行为进行研究。詹金斯相信,“八卦”作为女性话语力量,正在于它能让抽象事物具象化,让公共关心的话题转为个人切身相关的事。他认为,生活之中,有四种“八卦”形式,家常谈话,即交换日常家庭生活实用信息;丑闻,即有关道德冲突和困境的判断性问题;牢骚,即表达愤怒和挫折感;闲聊,即相互自我表达,开启亲密的人际交往。建立在“八卦”基础上,同人文学、粉丝文化才开始孵化。最初是女性,后来扩展到更大人群,大家愿意对别人的事投入感情,并和自我的体验相联系。

詹金斯对于“粉丝”的态度,也颇值得玩味。他不是以一个单纯学者身份,而是以粉丝加学者的双重身份展开写作,这也让他的书写,既有学理理论思辨性,又生动有趣,对粉丝有着很深共情。他列举很多生动具体的案例,分析《星际迷航》《布雷克七人组》《异形帝国》《侠胆雄狮》等电视剧粉丝的再创作行为和社群生态,以民族志研究方法为主考察粉丝社群,关注其社会机制、文化实践,讨论大众媒体、消费主义和观众意识形态之间的复杂关系。他对粉丝作者的改写方式,有着很准确的把握,即背景重设、扩展文本、重聚焦、道德重置、类型转换、混合同人、人物错置、个性化处理、情感强化,以及情色化选择等。

以詹金斯的方法论,观察今天中国的粉丝文化,是非常有趣的。我们对粉丝的初步印象,大概是很多年前,“超级女声”等选秀类综艺推出的草根大众明星,带来的青少年狂热行为。很多杀马特造型男女青年,对明星的崇拜和模仿,已开始超越早期港台明星带来的追星族,进而形成独特的“粉丝文化”。新世纪以来的网络文学,也造就了一大批同人小说,这些小说,不仅涵盖玄幻、穿越、校园、军事、悬疑、言情、武侠等诸多题材,甚至其同人因素,还形成小说亚类型,比如,无限流开山之作《无限恐怖》就写了楚轩、郑吒等人在《生化危机》《异形》《神鬼传奇》等欧美经典影视中穿越的惊险故事,很多人物和故事人设,都来自那些影视作品。更引人注目的是,2015年,金庸愤然将江南的《此间的少年》告上法庭,这本校园小说充斥着杨过、萧峰等金庸小说人设。2023年,金庸先生虽已去世,但终审结果,广州知识产权法院对该“同人作品案”作出判决,判令被告侵权作品《此间的少年》作者立即停止不正当竞争行为,并登报声明消除影响,赔偿经济损失168万元及为制止侵权行为的合理开支20万元。

这无疑也提醒我们,粉丝文化的边界到底在哪里?抄袭和热爱,究竟要如何区分?欧美的同人文化,很少用于谋利,其作品大多数用于粉丝之间的互相取悦。西方版权意识的清晰,也让出版方非常谨慎。中国同人粉丝文化,还刚刚起步,对詹金斯的反思也非常必要。虽然詹金斯展现了当代粉丝文化积极面,但对其消极影响,显然估计不足。“文本盗猎”行为,本身也是消费社会文化危机的表现,如果得不到管控,依然会沦为资本工具,会导致资本对故事资源的剽窃,在资本衍生中破坏原创文化的文化土壤,形成仿造快感,剽窃创意的氛围。这都是应该引起我们深切反思的地方。

伟言达义