

◀ (上接13版)

公的宣传反而要继续,惟将破坏包裹在稳定不变的宣传符号内进行,才能减少震动。非常有意思的是,到了建安二十一年五月曹操成为魏王,“周公”终于不再适用的时候,王粲立即写出了“昔人从公且,一徂辄三龄。今我神武师,暂往必速平”(《从军诗》之二,约作于二十一年十月到次年春之间)的诗句,这不仅表明“周公”被抛弃了,也提示我们旧的宣传符号有时是以被超越的形式被抛弃的。

想要评估这场周公运动的实际效果,确实有史料困难。但是我们知道,一直到建安十七年,荀彧仍然认为曹操有恪守臣子本分的可能,倘不考虑宣传的影响,很难解释他的执念从何而来。另一个被宣传影响的人正是前文提到的孔融。成功的宣传符号会使受众产生条件反射式的联想,即使是那些理智上并不认可宣传内容的受众,孔融以“周公”借力打力、讽刺挖苦,就是这样一种条件反射。所以,了解“周公”的宣传符号性质,也才能感受到孔融做的两事会让曹操多么“不堪”。

在这个以“周公”为符号的宣传案例中,文学的贡献非常值得注意。虽然现在可知的参与文本不多,但它们正是被视为魏晋南北朝文学发端的那些作品。重新考察这些作品中的宣传因子,会让我们对很多旧问题有新认识。

曹操对乐府的偏好是众所周知的,这里面可能有个人兴趣因素,但更可能的是,曹操意识到并利用了乐府诗的多媒体性质。现存曹诗全部是乐府,主要分为三大主题,一是纪实,如《蒿里》《薤露》《苦寒》;二是政治愿景,如《度关山》《对酒》;三是游仙。这里面只有第三类是传统题材,而其中也出现了“不戚年往,世忧不治”(《秋胡行》)这样不传统的宣传语,至于前两类,则完全是新鲜的军宣文学和政宣文学。如果认识到这种新变,则前人就曹诗提出的一些内容和风格问题,如谢榛指出的“魏武帝《对酒歌》曰‘耄耋皆得以寿终,恩泽广及草木昆虫。’坑流兵四十馀万”,胡应麟指出的“《雁门太守行》通篇皆赞词,《折杨柳》通篇皆戒词,名虽乐府,实寡风韵。魏武多有此体,如《度关山》《对酒行》,皆不必法也”,包括前文所引的朱熹的质疑,其实根本不成为问题。

同样该重新审视的还有曹操所谓“借古乐府写时事”

的创作方式。过去我们或认为这与当时作曲家的稀缺有关,或认为这与汉乐府“感于哀乐,源事而发”的传统有关。从宣传的角度考量,直接利用人们熟悉的旧题旧曲填词,最简单的意图是提高接受度,因此这也不是一个纯粹的文学或者音乐问题。

前文提到过,曹操的乐府和教令时有呼应,像《己亥令》和《短歌行》(周西伯昌)就有明显的文字配合。以文学来歌颂或阐释新指示、新精神、新政策,也是建安时代文学新变之一,但新变不止于此,在下面一组案例中我们将看到,文学的能力不仅在配合,它还在主动造势。

案例之二： 宣传诗赋

正如战争史研究者指出的,魏晋南北朝时期虽然战乱频仍,人们对作战过程的记载却极为匮乏,以至与欧洲古代战记形成鲜明对比。其实就这个时期的文学作品而言,战争主题并不缺乏,而且其中有相当一部分是以长于描绘细节的赋来写作的。不过,从作家们“神武奕奕,有征无战”的战争定性,能看出他们不想把重点放在战斗本身。

在汉末动乱之前,帝国的战争文学多以颂体为之,它们写作于战事结束后,是一种通过渲染胜利来颂德扬威的文本。中平以后,军阀林立,时局瞬息万变,各路诸侯尚无精力在歌功颂德上大费周章,比起歌颂,他们更需要的是自我宣传,应此需求而诞生的宣传文学,就要完成前文所说的占据正义、鼓舞士气、煽动仇恨、拉拢中立,许诺和平等等任务。正因如此,实战描写比此前更减,基本是点到军威为止,倘迷恋暴力美学,反而是对宣传效果的损伤。

所谓兵者不祥之器、圣人不得已而用之,占据正义、师出有名才是宣传文学的基础任务。道义优势意味着对士人的凝聚力,而将战争的发生及其灾难后果归罪于对方,才能使民心的天平移向自己。因此在这类文学中,义正辞严的出师理由,比如“汉季世之不辟,青龙纪乎大荒。熊狼竞以擎攫,神宝播乎镐京。于是武臣赫然,飏炎天之隆怒,叫诸夏而号八荒”(陈琳《武军赋》,为建安四年袁绍易京之战作)或者“惟荆蛮之作雠”、“静乱由乎干戈”(阮瑀《纪征赋》,为建安十三年曹操荆州之战作),基本是不可少的。当然实际上

参与逐鹿的任何一方都不比其他对手更正义,所有的义正辞严都是可以共享的,因此要达到理想的宣传效果,说到底全靠写作技术。

从这个角度来说,《蒿里行》无疑是最优秀的宣传案例。这首乐府针对袁绍集团而作的,因此连袁术的僭号,都被表述为袁绍之弟的僭号(“淮南弟称号”)。至于袁绍本人的恶行,即“刻玺于北方”,早先公孙瓒也有表奏,但与公孙相比,曹诗的新意在将袁氏的僭越举动与“白骨露于野”、“生民百遗一”联系在一起,这样再结以“念之断人肠”,敌我双方很自然地置于罪恶与正义两极,吊民伐罪的意思就出来了。尤为巧妙的是,在这首诗里,曹操反袁的正当性丝毫没有被告袁曹曾经合作过的历史削减,因为诗句告诉人们,袁绍是后来才堕落的(“势力使人争”)。可以想见,曹操提供的这种认知视角,将随着乐府诗的传播左右时人对他的观感,甚至对未来的选择。

而这些宣传造就的认知视角,影响还不止于当时,当胜利最终到来,它们还会被重新梳理整合,成为新的建国史。钟惺对曹诗有“汉末实录,真诗史也”的评价,这种印象其实得自于曹诗叙事与传世史料的一致性,但他没有注意到,曹诗其实是产生在那些传世史料之前的。曹魏政权建立后,朝廷制作了一套鼓吹曲词,其中第二首《战荥阳》云:“同盟疑,计无成,赖我武皇,万国宁。”第四曲《克官渡》云:“旧邦萧条,心悲伤。孤魂翩翩,当何依。”这和《蒿里行》的叙事视角高度一致,可见曾经的宣传文字已经凝固下来,成为权威历史叙事,并进而影响着王朝史的编纂。

和东汉征伐颂文相比,建安后的军宣文学要为战事助威,不可能时时待凯旋而后作。于是文人每“载笔而从师”(徐幹《西征赋》),以现场生产战地文学。建安十三年曹军南下荆州,阮瑀、徐幹、曹丕都随军并有创作,这些热情洋溢的作品虽然因旋即而来的赤壁大败略显尴尬,但它们还是可以证明,曹方的宣传战是积极而出色的,尤其是团队批量创作的出现,说明当时的宣传战已颇具规模效应。

战争不是单纯的军事问题,它本质上是政治问题,这在一方面决定了军宣文学“有征无战”、略于战斗场景描绘的写作方式,另一方面也给了军宣文学更大的政治野心。建安二十年曹操西征张鲁,还师后进封魏王,旋即又征孙权,

南下途中在故乡谯县暂驻。这个过程,王粲以《从军行》五首纪之,其中最后一首专写谯县事。如果没有这组诗,史料呈现的征张鲁和征孙权更像两个孤立的军事行动,曹操封王和还谯之间也没有明显关联,但王粲提醒了我们,这一系列动作都围绕着封王建国的政治主题展开的。在魏国甫建之际,王粲作为王国首任侍中,创作一组自成规模的乐府,以美魏王前后武功,最后又落脚于龙兴之地,其造势意味相当明显。诗中“不能效沮溺,相随把锄犁。孰览夫子诗,信知所言非”(其一)、“诗人美乐土,虽客犹愿留”(其五)这样的句子,虽然因为既扮演宣传者、又扮演受众而显得太过直白,倒也让人对宣传的意图一目了然。

对宣传史研究而言,受众研究本应是十分重要的内容,但遗憾的是,很少有作者会像王粲那样透露他预设的读者包括哪些人。尽管如此,受众的意识对我们理解宣传文学是不可或缺的。钱锺书曾质疑丘迟《与陈伯之书》的实际效果,因为陈伯之闻里无赖出身,行伍起家,原不识字,给一个看文件都得秘书翻译的人送一封华美骈文,能有什么作用呢?但南方抛出这封信,预设受众未必只是陈伯之,毕竟那些已经在北方、未来可能到北方、甚至只是动了入北念头的南人,都可能成为“暮春三月,江南草长,杂花生树,群莺乱飞”的读者。

宣传、文学与文学家

毫无疑问,宣传给文学带来了意想不到的东西:技能,题材,资助,甚至地位。宣传依赖文字感染力,于是会刺激写作技术的开发;宣传依靠重复以巩固扩大影响,于是会刺激作品量的增长;每一次宣传的具体目的,则会引导文学的题材及其处理方式;宣传也使作家有了安身立命的方式,倘行有余力,他们还能写出今日我们视为“自觉”的作品。

但是,宣传对文学的推进是有限的,因为作者总会尽量利用受众熟悉的旧有形式创作,如果不敷使用,则或酒瓶新酒,或移花接木,并不会像文学内在理路所引发的革命那样,使文学面貌一时焕然。而宣传带给文学的负面影响也相当明显:在审美层面,宣传让文学既难摆脱直露,也难摆脱矫饰,甚至结合出一种直露的矫饰;在技术层面,宣传

迫使文学在立意措辞上用尽机巧,而这些机巧进一步加重了它的矫饰气息;至于成为宣传工具的作家群体,他们的个体人生也将受到深刻的影响。

文学家和宣传活动的关系,这里有一个具体的例子。如前所述,建安时期发生的多场战役都有搭配宣传的赋作,现存有出自袁绍集团的作品,也有出自曹操集团的作品。袁曹之后,用赋给主将打宣传的做法仍被军阀霸府继承下来,像司马颖手下有陆云写过《南征赋》,桓温手下有袁宏写过《北征赋》,刘裕手下有傅亮写过《征思赋》。《世说新语》记载了涉及《北征赋》的一些细节:

桓宣武命袁彦伯作《北征赋》,既成,公与时贤共看,咸嗟叹之。时王珣在坐云:“恨少一句,得‘写’字足韵,当佳。”袁即于坐揽笔益云:“感不绝于余心,泝流风而独写。”公谓王曰:“当今不得不以此事推袁。”

桓温不仅亲自下任务,亲自指定作者,还亲自组织审核,可见这类人物对宣传的重视程度。继桓氏而霸的刘裕更完全依靠征战收获资本,因此更需要这样的文学作品。在这样的背景下,谢灵运的《撰征赋》就显得颇为奇怪,理论上说,这篇文章重点应该在为北伐做宣传,但它实际上却被写成了纪行赋。为战争而写的“某征赋”,和写个人行旅见闻的纪行赋(比如《文选》收录班彪《北征赋》、班昭《东征赋》、潘岳《西征赋》)确实标题雷同,为此宋代学者还特别做过辨析,说明“征”字有征伐、征行二义,不可混淆。但这是只有读者才会产生的误解,作者总是知道自己要写什么、应该写什么,谢灵运的处理方式,更像是在偷梁换柱。桓温和袁宏之间,刘裕和谢灵运之间,都没有很和谐的关系,但当一方有宣传需求,另一方亦很难脱身。在一个文人不自由的时代,文学是很难在一个较高程度上自觉的。

总而言之,“宣传”是中古文学的另一种打开方式,它依赖和带动文学,也激励和困扰文学家。而文学作为一种宣传符号,在战争时代飞速成熟,这个事实不应因“文学自觉”的基调而被忽视。中古时期是文学与宣传的第一次碰撞,宣传介入文学,但并没有占领文学。随着历史的发展,战火的再燃,这种碰撞还会继续,还会激烈,新的文学形式,新的作家处境,还会随着新的宣传任务而生。(作者为南京大学文学院教师)