

时尚,书业发展的源动力

俞晓群

不管你是否认识到,一个产品何以受到生产者乃至市场与读者的青睐,它们自身带有的时尚性,都在熠熠发光。这里的时尚,表达的是一种商业价值,也是一种时代精神。

这段时间被困家中,每天忙着读书与思考。那天记者发来微信,问我能否谈一谈,为什么热衷于经典著作的再现,以及图书的精致化、礼品化等问题。泛泛而论,人们通常会说到创新产品、弘扬文化,还有与数字化浪潮抗衡等因素。但看到本文的题目,了解我的人可能会感到惊讶:你不是一直强调“经典至上”吗?现在怎么又推崇时尚了?经典与时尚或曰流行,不是一些对立项吗?

其实在出版工作中,经典、时尚、高雅、通俗与流行等概念,作为一些关键词,一直影响着我们的理念与实践,影响着文化产品的走向与形态。我多年的努力,始终没有离开对于它们的解读与思考。

经典与时尚,不是对立项

最初的思考,起步于所谓“两个效益”的冲突。在改革开放后的很长一段时间里,中国社会各个行业,大多在这个问题上陷入两难的境地,而出版界的表现更为深刻。比如将经典与流行、高雅与通俗对立起来,认为经典的东西一定是小众的,一定缺乏市场价值;流行的东西、时尚的东西,才能引起人们的购买欲望。

在这个问题上,我倒是一个雅俗共赏的人。20年前,我在文章《挽一湾春水,望一带青山》中写道:“就文化整体而言,经典与流行有着各自存在的意义。打一个比方,流行文化,就像一湾蜿蜒流转的春水,充满活力和动感,源源不断;经典文化,就像一带绵延不绝的青山,巍然耸立,亘古不变。在我们美好的文化生活中,它们占领着各自的空间与时间,没有冲突,也没有压迫。就让我们的情操,一并包容下它们和谐的美景,挽一湾春水,望一带青山……”在这里,我将经典文化比作青山,流行文化比作春水,只能说有了兼容并包的思想,但距离对文化本质的认识,还存在着很大的差距。或者说,我还没有找到开解这个难题的钥匙。因此在出版实践中,只能停留在以书养书、政府资助等层面上。

当然,观念的滞后,并未断绝我们追求图书经典化的理念。大约在20年前,我曾经认真思考过一些问题:中国现当代出版,它的优势是什么?它的缺项又是什么?当我看到上世纪二三十年代,“万有文库”、

《汉译世界名著》与《丛书集成初编》等巨型丛书时,我喟然感叹:其实在中国百年出版中,无论社会如何动荡,经典始终没有缺位,传承始终没有缺位,市场化精神始终没有缺位。那么在观念上,我们眼下的出版究竟缺少什么呢?

重申出版业的“时尚精神”

几年前,读波兰社会学家齐格蒙特·鲍曼《流动世界中的文化》,我终于找到答案:我们所缺乏的,正是建立在经典与流行、高雅与通俗等概念之上的一种精神,那就是时尚精神!奇怪的是,我们对于时尚的缺乏并非表现在实践之中,而是在认识之上。

比如,虽然我们不断追逐时尚,但又在不断矮化、世俗化或曲解时尚的意义,总觉得它只是一种即时的、肤浅的、冲动的、转瞬即逝的东西。其实恰恰相反,在鲍曼的观念中,时尚是一个永恒的过程,或曰一种生生不息的存在。如他所言:“时尚存在的最重要标志,是它永远处于一个‘正在变化’的状态,否则时尚就消逝了。”在这一层意义上,时尚更像是一个永动机。这是一个违反物理常识的现象,但它却真实地存在着,因为它不是物理现象,而是社会现象。

这层的定义,可以瞬间化解掉我们观念中一些固有的迷惑,使“做什么与怎么做”,不再完全受到一些底层概念的操纵。而时尚的总牵动,既可以使我们解放思想,又可以将市场化精神得到更为充分的体现。比如我们为什么做董桥的书?因为他的文章优美、个性而时尚;我们为什么做精致的西装真皮书?因为它的形式古典、雅致而时尚;我们为什么做幾米绘本?因为他的画风生动、深刻而时尚;我们为什么做许渊冲的译著?因为他的才学丰厚、传奇而时尚。你看,不管你是否认识到,一个产品何以受到生产者乃至市场与读者的青睐,它们自身带有的时尚性,都在熠熠发光。这里的时尚,表达的是一种商业价值,也是一种时代精神。比如董桥的时尚是中西文化的美妙结合,真皮书的时尚是它的艺术表现变化无穷,幾米的时尚是用绘本表达人生的态度,许渊冲的时尚是生生不息的奋斗精神。如果作品中没有它们的存在,我们的文化



●头版制图:王梓含

创意就会黯然失色,我们的工作就会陷于闭门造车、孤芳自赏的境地。

那么,究竟是什么力量,促成时尚的这种表现呢?对此,鲍曼给出了一个惊人的论断。他说当今世界,文化的功能已经被改变了模样,它不再拥有启蒙的功能,更像是一个面向顾客的销售商;人权已经改变了模样,它不再只关心人类的生存权,更关心文化的差异权。我们以往固化的社会结构崩解了,随之而来,产生出一种流动的社会形态。鲍曼讲到文化功能的变化,比如关于“单食性”的观点,在今天的读书界,相应的例子随处可见:一本《万历十五年》,不再是中产阶级的专供,许多大中学生也会在网上谈论得津津有味。在一个周末的夜晚,作家王强来上海演讲,讲乔伊斯与他的珍本收藏,讲《尤利西斯》与《芬尼根的守灵夜》,上海图书馆的大厅中,竟然会有300多位各色人物赶来,不顾一天工作的疲劳,翘首倾听。他们不但为王强而来,也为乔伊斯而来,这样一些无边界的文化形态,越来越多地存在于我们现实的生活之中。

“流动的社会形态”的源动力,只能是时尚

进一步思考,这种流动的社会形态,它的源动力是什么?鲍曼说,不会是别的,只能是时尚。由此继续追问:时尚的源动力又是什么呢?鲍曼说,在人类的本性中,存在着一些与生俱来的矛盾性:他们既渴望团体的归属感,又渴望自身的独立性;他们既需要社会的支持,又需要自身的独立;他们既希望与别人相同,又希望自己独一无二。归结起来,在人的内心中,一直有两个概念在发生作用,那就是安全与自由:人们既渴望为安全而握手,又向往为自由而放手!在这里,鲍曼调侃说,最典型的例子是大多数婚姻的存在(他在“大多数”后面打上问号),安



▲俞晓群策划出版的部分精装经典图书

全与自由不能彼此独立存在,但共存也来之不易。

时尚的产生,既以人类固有的矛盾心态为动因,又以解决这些矛盾作为唯一的目的;而它产生的直接结果,又是催生出一个流动的社会形态。在这一层意义上,时尚就显得尤为不可或缺了。对此,我们也可以在鲍曼的社会学理论中找到答案:

其一,时尚的发展,总是从求异开始,以平庸或趋同而告终,然后再开始下一个循环的时尚追求。作为一种特定的生活形态,时尚帮助人们在求异与求同的过程中达成妥协。比如,我们从事大众文库的出版,上世纪30年代,商务印书馆出版“万有文库”4000种;上世纪90年代,我们为了承继前贤且追求时尚,出版“新世纪万有文库”400多种,采取平装小开本的形式,追求物美价廉,宣称“爱书人,你的简装书来了”;十年之后,我们再出版文库版“海豚书馆”近百种,一方面增补前面内容的不足,另一方面在原风格的基础上,参照当代西方大众文库版本的样式,对装帧加以改进,将平装改为双色小精装的形式,在传统之中融入新时代的时尚元素。这种既有传承又有创新的作法,正是时尚精神的本质所在。

其二,时尚的发展,总是以破坏开始,以重建告终。因为在本质上,时尚是人们旧有生活方式的破坏者,或者说,它破坏的是一种生活的惯性,而不是生活的全部。它的破坏,使人们的生活方式,始终处在一种革新的状态之中。比如就图书而言,纸质书阅读是一种旧有的生活方式,但伴随着电子书与网络阅读的出现,时尚的力量打破了阅读界固化的格局,导致我们的阅读生活发生了翻天覆地的变化。但在变化的过程中,阅读本身并未消失,纸书阅读也未消逝,只是在时尚的推动下,人们的阅读获得了新的形式与生机。

其三,对于时尚的性质而言,最美妙的形容词是“进步”,但这里的进步一词,已经脱离了传统的意义,更像是在阐释

一个势不可挡的行进状态,它完全不顾及人们的愿望与情感,只要求你“不能与之敌对,只好与之友为”。比如在时尚观念的影响下,我们由读平装书,走向读精装书、特装书;由习惯简陋的书装,走向喜爱精致的书装;由以阅读为目的购书,走向以收藏为目的藏书;由单纯的读书学习,走向赏玩文创产品等等。人们这些行为的发生与演变,都是在时尚的推动下前行的,它带给我们一种感觉:好像我们所做的事情,不单是一种消费活动,更像是一种文化品位的进步与提升。此时,你恰恰是在自觉与不自觉中,陷入时尚布下的圈套。

在时尚演变的过程中,它带给我们最大的刺激,是每个人都希望改变自己,寻找自我,从而不被流行或同质化所裹挟。比如就文化而言,我们喜欢改变自己对于热点的追踪,不断找寻新的目标,诸如畅销书、特装书、热播剧或瞬间即逝的网红等。幼稚的读者,最喜欢追逐畅销书作家或明星艺人;成熟的读者,最喜欢标新立异等等。就这样一个接着一个更换,你似乎是在时尚的路上不断前行,事实上,你只是在一条时尚街中兜圈子,不断地改变着自己的时尚需求而已。鲍曼说,这也是一种新式的乌托邦:“不是乌有之乡,而是乌有之路。”

时尚的终极追求,是一个绵延不断、永无休止的过程。鲍曼将时尚社会形象地比喻为一个猎场。猎人的追求不是“这一个”,而是“下一个”;打猎本身变成了一种上瘾行为;猎人最大的恐惧不是捕不到猎物,而是捕到猎物后,被宣布狩猎结束,勒令出局。

我们把鲍曼的这一理论,用当下时髦的语言表述,就是:时尚社会的生存法则是不断创新。失去创新能力的企业,会被勒令出局;失去创新追求的消费者,同样也要出局。这正是为什么书业领导者,每天都把“创新选题”挂在嘴上的原因;再深一层思考,所有创新的源动力,都离不开时尚的推动。