

## 每一种文明都须确认自己的边界

李敬泽

今天表达的主题是连接。记得二十多年前看过美国一份互联网杂志，就叫《WIRED》，中文是《连线》，Wired这个词是计算机、网络意义上的“连接”。所以，连接真是这个时代的一个关键词。吟诗作对子，与“连接”相对的是什么呢？我想来想去只想出一个“隔离”；而“连线”反过来当然是“掉线”，连接出了“故障”。仔细斟酌这两组词，“连接”“连线”与“隔离”“故障”，你会觉得，前者是肯定性的，是常态，而后者包含着负面的否定性，是常态出了偏差。在我们这个时代的文化和经验里，我们已经习惯了常态、习惯了肯定性，我们一直以为我们正向着无限延伸、无孔不入的连接高歌猛进。但是，在2020年，经历着新冠肺炎的全球流行，连“流行”这个词都忽然暴露了它隐藏的否定性，我们发现，否定性并未消散，隔离和故障意外地袒露出来，好像它就是自然与生活的另一副面目、另一重根基。由此，我们不得不回到辩证法，回到对否定的再认识和对肯定的再认识。

我这几天正在追一部谍战剧，背景是上世纪40年代的上海，扣人心弦，欲罢不能。这个剧充满紧张的悬念，种种阴差阳错，种种千钧一发，但是，看着看着我忽然想到，这样的一部电视剧，这样一个漫长、精密的故事，它之所以能够牵着我一路跑下来，有一个根本条件——那个时候没有手机。几乎每一处悬念、每一个关键时刻，如果人物手里有一个手机，

问题就不存在了，不必紧张了，平安无事月白风清。敌人在门外设下罗网，随时可能冲进去，必须马上通知屋里的同志，我在街上狂奔，寻找一个公用电话亭，好不容易找到一个，里边的姑娘正在和闺蜜讨论电影和口红，简直活活急死。这个时候如果掏出手机，问题就没有了。所以我这一夜一夜看的是什么？是由于不连接，由于弱连接，由于连接的故障，造成的一个个否定性情境。在这个情境里，人面临着巨大的偶然性，偶然性是什么？偶然性是意外，是你的“意想”之外，你的意想是你的计划你的主体性，但是你却没办法和世界充分连接，信息不对称，你是指尖，世界是风暴，于是，如果你是个足够坚强和聪明和幸运的家伙，你就会身在戏剧中，而你的戏剧完全系于你以一己之力应对这四面八方呼啸而来的偶然性的风暴，那些偶然性都在千方百计地否定你——迄今为止，这构成了人类的大部分故事、大部分戏剧。

假设这个世界上早有手机，那么昨天晚上那部电视剧就没有了，很多剧很多小说都不会有。此外，我们还会失去很多其他的东西，比如杜甫的很多诗。杜甫的诗一千四百多首，如果他手机的话，起码有五分之一是不必写的。“烽火连三月，家书抵万金”“人生不相见，动如参与商”，写的都是空间和时间的阻隔、间断，这种阻隔、间断、不连接使杜甫成为了一个追忆、遥望、惦念和感叹的诗人。王国维谈“隔”与“不隔”，讲

是心与景、词与情之间，好的诗人要望尽天涯路、捅破窗户纸，由隔抵达不隔，不隔方为高格。但如果对“隔”的深刻感受，又何来“不隔”。对杜甫来说，“隔”就是一个精神空间，一个抒情场域，他的追忆和遥望，使不可及的人和事和物返回和构成他的世界。

我们都知道杜甫和李白关系很好，至少杜甫终其一生都热烈地仰慕李白。但实际上他们在一起的时间很短，初次相见是在洛阳，那时候李白四十四岁、杜甫三十三岁，然后他们一起在河南转了一圈，又到山东转了一圈，此后便是“渭北春天树，江南垂暮云”，天南地北，无复相见。也就是因为这不相见，在漫长岁月里杜甫写了二十多首诗想念李白、怀念李白、歌唱李白。我想如果他手机，如果他和李白随时都可以通电话、刷微信，那么，这些诗不必写了，而且他们的友谊、他们的感情很可能维持不了那么长时间。天天话来说话，紧密连接，他们的个性如此不同，世界观人生观也很不相同，又生当天崩地裂、意见纷呈的大时代，不知道哪一天一言不合，友谊的小船说翻就翻。所以幸亏不连接，不仅人间有好诗而且人间还值得。

我现在的工作包括管理一家博物馆：中国现代文学馆——做个广告，这是世界最大的一座文学博物馆，其中收藏着现代以来大量的作家手稿和信函。当然我们面临一个问题，现在的作家手稿没有了，信也不写了，以后我们收藏什么？以后治文学史的学

者研究什么？总不会是作家把毕生的聊天记录和微信截图捐给我们吧。写信这种行为，连同那些信札，现在都已经被安放在博物馆中，今年我们办了一个巴金和他的朋友们往来信札的展览，我仔细看了那些信，忽然想到，这种书写、这种连接不仅仅是为了传递消息、传信息，也不仅是为了交流思想和感情，除此之外，它有一种类似于本雅明在谈论老照片时所说的那种“灵氛”“灵晕”，你能感到，通信的这两个人，他们被空间和时势所“隔”，他们以书写、以遥望克服这种阻隔，但是，在他们的“不隔”中又内在地存留着“隔”，一种“不隔”之“隔”，一种由“隔”而生的珍惜、珍重，和柔情和温暖。

由于没有手机，由于连接不畅或见面不易，人与人之间形成了一个距离，这个距离或许是否定性的、险恶莫测的荒原，由此滋生隔膜和敌意。但是，这个距离、这个空间也提醒和召唤着人们，小心翼翼，怀着珍重和耐心去跨越荒原，认识、理解、甚至爱上那个“他”或“她”。也就是说，这种“隔”使我们清晰地意识到我是“我”，他是“他”，我们已经预备下足够的耐心与一个不同的“他”相处。

这样下去，我很快就会端出一碗糊糊了。直截了当地说，连接是人的天性，我们的天性一定要追求“不隔”，同时另一方面，“隔”或者不连接也是我们的人性，甚至我认为某种程度上是我们更深的天性、更深的精神根基。人就是这样，与他人连接是

困难的，我们甚至和自己都不连接，不用学过弗洛伊德也知道，我们每个人恐怕都不能说我完全了解自己。而且我们每个人都对着一个绝对的不连接，就是与死亡不连接，我们无法连接我们的死亡。也就是说在这里存在着一个绝对的否定性，人必须像黑格尔所说的那样在这个绝对的否定性的身边出发，才能开始精神上的远行和肯定。

也就是说，人先要把自己从世界区别出来，把自己变成一个不透明的存在，然后才能谈得上和其他人、和这个世界的连接。在我们这个时代，为什么我们所有的人都那么在意自己的这点隐私？在高度连接的互联网、大数据之下，为什么保护个人信息构成了普遍焦虑？问题的实质肯定不是我们每个人都有不可告人之密，实质在于，我必须有什么东西是不可连接的，如果我把不可连接的区域全部敞开，那么我还是“我”吗？如果“我”都没有了，每个“我”都成了一个被连接之物，那么这个连接的意义又在哪儿？这不是“细思恐极”吗？这不是事关人生的生存之根基吗？

正是在这个意义上，我特别喜欢“流动”这个概念。“流动”暗示着连接，暗示着我们这个时代技术上无所不及的连接能力，但与此同时，我们必须面对“流动”这个概念，必须思考这个“边界”在哪里，这恰恰是科技需要和人文对话的地方，是科技需要和人性和社会对话的地方。

2020年，在全球性疫情及由此

而来的震荡中，我们更渴望超越阻隔去实现连接和理解。但同样在2020年，我们也强烈地意识到，作为一个人，我必须确认我是谁，我和别人不一样，正是意识到“隔”，意识到连接的困难，我们也更明确地意识到必须从“我是我”这个地方出发才能开始连接他人。推而广之，一个国家、一个民族、一种文明，也同样必须确认自己的边界何在，何以“我是我”，一种不能自信地为自己确立文化和精神边界的文明，几乎就没有什么存在的理由，它只能被连接，它不可能成为连接的主体。当我们创造、塑造未来时，除了技术，这个内在的边界应该是一种更为根本的力量。

所以，我相信，尽管有了手机，有了大数据，激励着人类去探索和创造去运行去战斗的，依然是那些算法之外的偶然和意外，当黑天鹅升起，当灰犀牛站起，偶然和意外激发着人的恐惧震惊、人的意志、想象和创造。同样，尽管我们现在通过手机零散地、无时无刻地相互连接和敞开，但是我也相信，那个手持手机的杜甫依然会为自己保持一种与他人、与世界的距离，以便于他的遥望、回想、追忆和爱。没有这个距离，这些事关人之人的根本价值可能就不复存在。这就是我要说的：否定里有肯定，肯定里有否定，既要不断，也要隔，为了更好的不隔，要更好地隔。

(作者为知名文艺评论家、中国作家协会副主席)

## 一种关注

当观影看剧的溢出效应催生“延长产业”

## 不能忽视今天的“影视观众学”

胡一峰



电视剧《三十而已》在上海掀起了一波取景地打卡热潮。左图剧照中王漫妮老家的取景地正是上海枫泾古镇

看完电影或电视剧后，你会干什么？写一篇评论去投稿，到点评网站去打分，在朋友圈点赞或吐槽，这些可能都是不错的选择。如今，许多观众又多了一项选择：把影视作品中出现的地点或物品，加入自己的打卡计划。亲口尝尝心仪的主人公喜欢的美食，或到取景地拍照留念，已成为观影看剧的“延长线”。尤其是一些爆款影视作品，经常给予人们超出作品本身的文化体验，越来越像投入人们社交生活的石子，激起圈圈涟漪，推动产生更多的文化消费。

与此同时，影视作品的思想内涵和审美趣味也顺着“延长线”和“涟漪”，更隐蔽、更持久地影响着人们的观念和情感。这一切在改变影视生态的同时也要求其作出改变。

电视剧《三十而已》在上海掀起了一波取景地打卡热潮。左图剧照中王漫妮老家的取景地正是上海枫泾古镇

## 作品：从“洛阳纸贵”到“社交货币”

文艺产生“溢出”作品之外的影响，本不新鲜。《晋书》中记载了一个故事：左思的《三都赋》写成后，“豪贵之家竞相传写，洛阳为之纸贵”。一部文学作品竟带动了京城纸业发展，“洛阳纸贵”的故事生动地说明了文艺的“溢出”效应。

当代影视作品引起的文化热潮更是数不胜数。电视剧《长安十二时辰》不但带火了西安钟楼，而且解锁了不少西安新玩法；电影《八佰》的热映则把许多人“引流”到上海四行仓库遗址。三年前，笔者到东南大学开会，刚报完到，几位年轻同事便相约往该校大礼堂合影，原来这里是热播剧《人民的名义》的取景地。

影视作品不仅“带火”了景点，还经常成功“带货”。且不说作为影视衍生物的文创产品丰富多彩，纪录片《舌尖上的中国》不仅让我们了解了祖国各地的美食，而且在我们的旅游计划上种草无数。更值得注意的是，有的影视作品造“梗”能力极强，引发二次创作的浓厚兴趣。比如，《人民的名义》让手机里多了“达康书记”表情包；网络剧《隐秘的角落》大火之后，“一起爬山吗”“我还有机会吗”风行一时。以至于茶余饭后不

谈时下当红的影视剧，与朋友聊天不嵌入一两个“影视梗”，竟会产生自惭形秽之感，似乎自我放逐于社交场之外了。

回头再看1700年前洛阳城里争相买纸抄写《三都赋》的“豪贵”，固不乏真懂真思之人，但未必个个有深厚的文学鉴赏力，“洛阳纸贵”所表达的除了尊崇文学的时风之外，还有社交需求的满足，以及世家大族间的文化认同。时至今日，现代社交愈发广泛，互联网技术和社交平台的飞速发展，又推动社交模式发生深刻变革，艺术本就有社交属性，影视作为一种大众艺术，其社交属性愈发明显。

2019年11月发布的《互联网时代的电影发展研究报告》表明，当下的用户越来越愿意在社交平台上发布观影偏好、交流观影体验，社交平台提供了电影交流的舆论场。电影有望成为社交平台上重要的“社交货币”。这项研究虽针对电影，但以日常经验而言，电视也同样适用。所谓“社交货币”，指的是社会中两个或两个以上的个体，在获取认同感与联系感之前对于自身知识储备的消耗，通俗地说即“谈资”。生活在当下社会的我们，人手一机、机不离手，人与人几乎无缝连接，“在线”是生活常态，“秒回”是社交法则，对于群体认同和融入的渴望，从未如今天这样急迫，对“社交货币”或“谈资”的需求，也从未如今天这样强烈。在这个意义上，欣

## 观众：从欣赏者到生产者

正因如此，今天看待和评价一部影视作品，特别是爆款作品，既需立足作品，又需跳出作品，关注作品与其嵌入的社交场域之间的复杂关联。当前，有的影视作品质量不错，却“火”不起来，这与其和社交场域之间存在断裂有很大关系。

影视创作当然要紧扣作品本身。毕竟，衍生也好，延长也罢，都建立在作品之上。抽离了作品，一切都将是归零。然而，正如“叫好”与“叫座”并不相关一样，作品本身的影响力与作品的“溢出”效应并非简单的对应关系。比如，前段时间“老许，你要老婆不要”成为爆梗。这本是电影《牧马人》中的一句台词，对于这部30多年前的作品，许多玩着“要老婆不要”梗的年轻人，或许并没有完整看过；至于电影所描绘的那个年代，更是依稀朦胧。然而，这句台词契合了时下年轻人的情感困境，电影中“老许”单纯而美好的爱情，令人敬重又羡慕，时空的错位反使其发挥了情绪宣泄减压的作用，

完成了一次“迟到的流行”。再如，《隐秘的角落》只有12集，观众却乐此不疲地挖掘“隐藏剧情”，如把一场一套可反复组装的积木，营造了一场闹剧狂欢。《人民的名义》里的“李达康”一度爆火，迷妹们纷纷表示要守护达康书记的GDP，据说也出乎创作者意料。这些看似“错位”“错位”的例子，显示了从“看电影”到“玩影视”的变化。影视不但可以欣赏，而且可以“把玩”，这正是社交时代的新现象。

或许有人会说，这是一种碎片化的欣赏和传播，对作品本身构成了拆解。这不能否认。但同样不能否认的是，影视作品深度进入社交场域后，从被观众欣赏的内容转化为被观众生产的内容，当作品由一轮月化作满天星，以碎片形式嵌入大众文化、艺术生命事实上获得了延长。影视作为“社交货币”的意义也因此实现了累积和增长，前述“涟漪”式的外溢效应也会更加充分。

## 网络：从播放平台到社交纽带

毋庸置疑，影视艺术应致力于满足观众的欣赏诉求，然而，在全民社交时代，这并非指以一部作品或一类作品满足多样化的诉求，相反，当作品成为用户生产内容的素材，演化出

各种表情包、梗、短视频，进而引发文化共创热潮，观众的文化需求才能得到更真实的满足。因此，影视创作应从作品出发，除了关注作品本身，还应研究作品从创意到创作、从生产到消费、从传播到欣赏的链条，更应研究作品与观众相遇的时机和情境，把握从影视本体到各种“溢出”现象的层层涟漪。这就要求影视从业者转变视角，创新创作理念，调整生产模式。

当然，这里所说的创新创作理念，不是指简单粗暴地在作品中堆砌热搜话题，而是在准确认识全民社交时代的影视观众的基础上，将可传播的元素巧妙艺术地植入作品。比如电视剧《都挺好》把苏州评弹融入其中，一方面让剧集更加文雅，有味道，另一方面带动了苏州评弹这个古老艺术重新进入更广泛的社交网络。

将近40年前，著名电影评论家钟惦渠先生就倡议研究“电影观众学”，他说“观众在电影中居于很权威的地位”，“无论是电影创作，电影评论和电影制片，无视观众的意向，是注定行不通的”。（《话说电影观众学》，1981年）影视观众不是抽象空洞的概念，而是坐在银幕或屏幕前的活生生的个体。不同时代的观众各有欣赏影视的方式。一个时代的影视潮流和审美趣味，不仅体现为这个时代

的观众喜欢看什么，也体现在他们喜欢怎么看。

第45次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年3月，我国网民规模已达9.04亿，互联网普及率达到了64.5%；手机网民规模8.97亿，网民使用手机上网的比例达99.3%；微信朋友圈、微博使用率分别为85.1%、42.5%。显然，今天的影视观众大多数已是网民，这是“观众”二字的时代内涵。当“观众”与“网民”越来越重合，如果仅认为这表明人们习惯于上网欣赏影视，那未免过于粗放了。今天的互联网早已超越了信息传播平台和作品播放平台，而成为社会关系的纽带和群体聚合手段。当下的影视观众不但在时空上广泛地联系在一起，而且审美偏好上也前所未有的互相影响和渗透。事实上，一部影视作品哪怕没有在网络平台完整播出，也不妨碍其凭借网络化社交以碎片化的形式入场，成为“社交货币”甚至跨界增值。这就更有必要接续钟惦渠先生倡议的“观众学”，认真研究作为社交网络节点的影视观众，从他们“玩影视”的偏好和趣味中寻找规律性的东西，构建全民社交时代的“观众学”，为影视行业发展提供帮助。

(作者为法学博士、文艺评论家)