

新年连出中篇力作,著名作家王安忆接受本报记者专访——

写作的激情,是一种细水长流的存在

■本报记者 陈熙涵

新年伊始,作家王安忆的新中篇《红豆生南国》发表在最新一期《收获》杂志上,引起界内外关注。

写作这件事,已经是王安忆日常生活的一部分,每年新春几乎都有她的新作问世。略有不同的是,此次她的写作又回归了中篇小说。从考验智商和耐心的长篇小说《匿名》回到10万字左右的中篇,王安忆称这是“一种写作的调剂”,但《红豆生南国》浮现出一种得心应手——那种对叙述节奏与语言的掌控能力,在《叔叔的故事》《小鲍庄》《文工团》《逐鹿中街》等中篇名作中似曾相识,这一切都是“非常王安忆”的。

对她的专访,便从小说的体量开始。

中篇:是写长篇后的一次“喘息”

《红豆生南国》讲述了一位出生在内地沿海草根阶层的男孩子,跟着养母去港岛寻找阿爹,在香港求学时经历了青春的虚无与狂飙,并作为新移民生存下来,因机缘巧合,他的人生似乎正在背离初衷……

“红豆生南国,春来发几枝,愿君多采撷,此物最相思。”诗人王维的《相思》,在中国人的情感谱系里别具意味,王安忆的新小说以此作为篇名,并以“相思”二字结尾,这二字代表的既是主人公一生的思忆,他的愧疚,他的困囚,也是他的原罪。

熟悉王安忆的人都知道,她笔下绝大多数故事发生在上海和乡村,《红豆生南国》则是她自上世纪90年代初写作并出版《香港的情与爱》后,又一次写发生在香港的故事。

据王安忆透露,《红豆生南国》的创作初衷是为了写一写人世间的感情。“现在的人谈及相思,好像总觉得是男女之情。很少有人会认为相思也可以是女对男。小说的男主人公,一生欠下很多情,好像人生处处在欠债的样子。”王安忆说话欲说还休很快。

她说去年那本《匿名》实在写得



写作已经是王安忆日常生活的一部分,每年新春几乎都有她的新作问世。略有不同的是,此次她的写作又回归了中篇小说。从考验智商和耐心的长篇小说《匿名》回到10万字左右的中篇,王安忆称这是“一种写作的调剂”。(资料照片)

太艰苦了,以至于写完后有种超负荷之后的轻快。“你知道吗?写过《匿名》我觉得今后都没什么可怕的了!这部小说现实中的情节是极其有限的,但我想表达的东西却是无限的,写到最后有些刹不住车,总觉得有太多吸引我的东西在前头,以至于整个小说的结构也有了点问题。”但令王安忆颇感意外的是,《匿名》竟在一年里售出了6万册。“要知道《长恨歌》那么多年才卖了30万册呀!”王安忆笑了,为他人着想的天性,让她在交出《匿名》的书稿后破了回例,向来不宣传新书的她,出席了《匿名》的发布会。

去年年中,王安忆受邀去纽约访

学半年。在美国的那段日子,她写出了《红豆生南国》。在纽约的生活,一切变得简单,少了日常琐事的打扰,她便把更多时间投入到写作里头。“作家像运动员一样,哪能一直长跑?中篇更像是长跑后的第一次‘喘息’。”她告诉记者,在纽约时她还构思了另外一部小说,回国后写出来同样是一个中篇。这个名为《向西,向西,向南》的中篇小说,将发表在2017年第一期《钟山》杂志上。

故事本身便包含着讲故事的方式

《红豆生南国》里的男主人公没

有名字,同样的,小说里的其他人物也多没有名字,取而代之的是“他”“他们”“阿姆”“同学”“前妻”……

为什么都没有取名字?王安忆说:“给小说里的人取名是件苦差事,当我笔下的人物是一个典型的典型人物时,当他在他身上寄予比较多岁的时候,我通常不给他(她)取名。”

王安忆讲到,她早期的写作更多的是一种主观倾诉,但渐渐就感觉到了不满足。如今,她的写作更多地呈现出一种对世事的理性关照和细微洞悉。在《红豆生南国》里,王安忆式的视角得到充分体现。小说中充满了诸如“所谓情何以堪,其实还不是有‘情’才‘何以堪’?一个有情人总归是庆幸出生于世的。文艺专是为培育有情人的”;“二男一女组成结构,多半是一对一加一,就是说,一对恋人加一个无关的人,这个人常被称作‘电灯泡’。羞怯的少年恋爱,‘电灯泡’的存在很重要,不止作用于假象,有利舆论,更可以缓解单独相向的窘迫。所以这一个多余的人又是必要的,被双方拉拢,成为三人行的人物”之类的笔触。

作为一个职业写作者,她笑称自己过着农民般的生活,日出而作日落而息。“农民的生活起居其实是有大智慧的。”对王安忆来说,写作的激情不是爆发式的,也不是要死要活的,但一直都在,是一种细水长流的存在,而“想象对我来说,与个人经验同等重要”。

多年不中断地写作,令王安忆清楚了一件事情:一个故事本身便包含着讲故事的方式。那故事是唯一的,那方式也是唯一的。她记得马尔克斯在一篇文章中曾写道,他所写的一切故事全是真实的,没有一点魔幻。其实,拉丁美洲的现实本身就充满奇幻色彩,奇怪事,事情本身就是魔幻而又真实的。一个故事带着它的参与度,让传统纪录片人知道了青年人的“兴奋点”,让幕后主创与幕后故事走到台前,也拉近了纪录片与年轻人的关系。网络容易激发“围观效应”,大家更愿意分享与讨论一样东西,甚至还能根据不同的喜好对同一内容进行“分组讨论”,这又为内容的二次传播打开了通道。再说回去,青少年间流行的弹幕文化,除了娱乐性与情感宣泄之外,同样有利于知识传播。观众们边看边交流,将自己对内容的理解、外延知识的储备甚至是相关作品的推荐,以弹幕的形式即时发布,彼此间获得的知识增值是呈倍数级放大的。

事实上,互联网为中国纪录片带来新的机遇,同时也倒逼着纪录片人进行相应的营销创新。几乎每一部“网红”纪录片,背后都有网络营销的轨迹。早年的《舌尖上的中国》就运用了“大咖推送+口碑营销+网友互动”的方式。除了前面说到的“直播”外,当下流行的“众筹”模式也是不少纪录片的爆款,前不久播放的《我在故宫修文物》大电影以及现在正在院线上映的《我的诗篇》,便都采取了众筹的模式。众筹是影片的资金来源,同样也是一种宣传的方式。

问:数据显示,目前纪实节目整体在全网占比17%左右,但是点击量不到1%,这说明纪录片在互联网环



作家刘心武编选的首部散文集《刺猬进村》最近上市。刘心武从小就爱画画,他曾在此前出版的文集收入水彩画《为宗璞大姐生日而作》,画面见证了刘心武与宗璞逾35年的文字之交。(东方出版中心供图)

著名作家刘心武自选散文集《刺猬进村》
交织着有温度有态度的人生絮语

历史空间不再是冷冰冰的建筑物

■本报记者 许畅

钟鼓楼、四牌楼、栖凤楼、东四胡同、隆福寺……当这些知名历史建筑融入笔端,会发酵出怎样的文学风景?日前,著名作家刘心武编选的首部散文集《刺猬进村》亮相,由东方出版中心出版。书中收录精选了作者30多年来的散文随笔,字里行间饱含温情思索,挥洒了作者对生命的张望与怀想。

谈及写作,刘心武打了个比方,就像同时在种“四棵树”——“小说树”“散文随笔树”“红楼梦”研究树和“建筑评论树”。在业内看来,正是这四棵树互为营养源,滋养着刘心武丰厚的文字功底。不难发现,《刺猬进村》中不同的建筑空间频繁出现,而是交织着作者有温度有态度的人生絮语。

比如《你在东四第几条?》《我的隆福寺》《人在胡同第几楼》等散文的时间轴,常以钟鼓楼、东四胡同、隆福寺、小中河等历史悠久的建筑空间加以烘托,予人耳目一新的观察视角,文中流露出几分少年般的畅想:“一直想有机会,乘坐直升飞机,从南往北,鸟瞰那十几条胡同。那是北京古城残留的肌理,半是绿荫半是灰瓦,还会有鸽群飞翔、鸽哨悠悠鸣响吗?还会有孩童自制的风筝,拖着飘带浮游吗?那胡

同的槐荫下,可还有抖空竹的嗡嗡声?那些四合院里的地栽花,可还是那么姹紫嫣红?”散文《雾锁南岸》中“我”在童年时代所栖居的重庆南岸,它最大的意义不在于空间本身,而在于时光流逝中绵延下来对保姆彭娘的思念,这种感情将南岸这一空间也诗意化了。文尾刘心武抒发对彭娘的感恩:“在多变的世道里我没能保留下那把她用嘟嘟羽毛缝成的扇子,但可以告慰她的是,我心灵的循环液里,始终流动着她给予我的滋养。”

可以说,刘心武的小说散文多见众声喧哗的生活流,但又不给读者拥挤逼仄之感,作者没有把人物局限于故事之中,更愿意将他们放置于广阔时空。书中还记载了刘心武与友人的岁月交集。散文《被春雪融尽了的足迹》中,刘心武写兄弟、诗人邵燕祥,一点小细节便搅起万千思绪,邵燕祥那声不标准的京腔招呼“心武”在作者的记忆深处鲜活几十年;而跳脱叙事之外,刘心武仿佛又成为钟鼓楼一般无言的历史见证者,历经世事后,自有一派达观与通透。

《刺猬进村》是近期上市的一种“当代名家精品系列”的一种,该系列丛书精选了老一辈文学巨匠沈从文、孙犁、汪曾祺,以及仍活跃于文坛的宗璞、王蒙、刘心武、贾平凹等名家作品,并萃编成册。

梅派不仅中正平和,更大胆创新

京剧梅派青衣魏海敏将领衔“梅派曲集”
纪念恩师梅葆玖逝世一周年

本报讯(记者黄启哲)在即将举办的第十届“东方名家名剧月”中,青岛台湾的京剧名家魏海敏将领衔《在梅边·九歌——魏海敏梅派曲集》(王熙凤大闹宁国府)《金锁记》三场演出,以此展现自己的不同侧面——梅门真传、转益多师、不断创新。这是“东方名家名剧月”活动举办以来第一次由同一位演员独挑三场演出大梁。近日她特别来沪与戏迷分享她与梅派青衣的点滴。她说:“我最佩服梅大师的地方就是他对角色的塑造,而他始终保有的创新精神,是我们最应该传承并发扬的。”

上世纪90年代初魏海敏就拜在梅葆玖门下,被称为“大师姐”。彼时她在宝岛台湾因参与当代传奇剧场,以大胆创新为人所熟知。为何选择拜师,大胆创新?魏海敏解释,1982年第一次观看梅葆玖的演出是她从事京剧艺术的契机,老师的表现惊为天人,就此立下拜师心愿。带艺投师之路并不容易,往后的十数年间,她利用一切机会往返海峡两岸,从最基本的发声、动作开始重新回炉。1996年,她以两折最难演的梅派戏《贵妃醉酒》和《宇宙锋》摘得中国戏剧梅花奖。

所以,为纪念恩师梅葆玖先生逝世一周年,魏海敏古典剧场与上海东方艺术中心联合制作《在梅边·九歌——魏海敏梅派曲集》。演出精选了《天女散花》《西施》《生死恨》《太真外传》《霸王别姬》《宇宙锋》《洛神》《穆桂英挂帅》等8段梅派名剧中的代表唱段,并收入昆曲《牡丹亭》选段。这是梅兰芳大师不同时期的作品,排演这场曲集出发点在于“一颗分享的心,一颗感恩的心”,她希望以此尽可能多地展示研究骨肉内停、外圆内方的梅派演唱艺术。

《王熙凤大闹宁国府》《金锁记》则分别是她2003年和2006年排演的作品。粗略算下来,她演过的新编剧目超过40部。在她看来,这种创新,亦是对梅派精神的一种传承:“梅兰芳大师给人的感觉是‘非仙即后’,但其实他演过很多角色,早在上世纪20年代他就编演了大量的新戏,在‘四大名旦’中以新戏多而出挑。终其一生他都在开拓、创造,使得他的每个角色都是迥乎不同,进而在舞台上立得住。”



京剧大师梅葆玖开门大弟子魏海敏(左)在青年古筝演奏家刘乐的伴奏下演绎梅派曲目《西施》选段。本报记者 叶辰亮摄

纪录片是如何成为“网红”的

——访中国传媒大学教授、中国纪录片研究中心主任何苏六

■本报记者 张祯希

“中国纪录片的消费侧已然成型,无论是收视人群数量、频道覆盖面、收视人群年龄结构的升级,还是与商业消费市场对接等,社会对于纪录片的消费力和消费需求已具规模,且不断提升。”中国传媒大学教授、博士生导师、中国纪录片研究中心主任何苏六告诉记者,原本被视为冷门与小众的纪录片,却出现了青年观众追捧的“爆款”,中国纪录片正在迎来前所未有的创新突破与无限可能。

去年一年,不少纪录片甚至成为“网红”——不但长期出现在互联网社交平台热搜榜,成为网络议题,还成功“打入”青少年喜爱的弹幕网站,引发弹幕无数。中国纪录片为何屡屡成为“网红”?记者专访了何苏六教授。

问:前不久2016年度中国最具影响力的十大纪录片发布仪式在北京举行,其中就不乏“网红”纪录片。首部登陆一线卫视黄金档的纪录片《本草中国》,微博话题讨论突破2亿;小成本纪录片《我在故宫修文物》,在青少年云集的B站上撬动了百万点击量,引爆200多万弹幕;直击医患问题的《人间世》,在全媒体各内容的浏览量已超过5500万。这些大数据是过去难以想象的。这变化从何而来?

答:纪录片成为焦点与整个社会的语境变化有关。一方面,社会审美与媒介环境开始从“娱乐至死”向更加严肃、信息量更大的内容回归。互联网时代最早催生的纯娱乐浪潮,已经让人们感到审美疲劳,如今大家更愿意去看一些有营养有深度的内容。

4年前《舌尖上的中国》第一季掀起巨大的社会反响,预示着中国纪录片正式进入公众时代。那时我曾预测,中国纪录片很有可能成为一种在年轻人中流行的文化时尚。这几

年的数据也印证了这个推测,中国纪录片的受众年龄结构年轻化趋势非常明显,而其带动的网络效应也愈发普遍。

问:有学者指出,目前不少纪录片的火爆,是因为将平凡的个体推到了台前,用一种贴心的“生活流”的白描手法展现了平凡生命的不平凡。其实从上世纪80年代起,关注平凡甚至是边缘个体就是中国纪录片的一大特色。您认为同样是关注小人物,现在的纪录片与过往这些纪录片的区别在哪里?为什么当下的“生活流”表达能够成为爆款?

答:早年一批关注小人物的纪录片作品,习惯于用个人化的书写方式与时代的流变共鸣。这些纪录片为了突出尖锐性与残酷性,往往会选择一些边缘的人群,并且刻意去强调其承载的社会身份。其中当然不乏充满人文关怀,切中时代脉搏的优秀作品,但也有一些并没有用平等的视角去关注小人物,为了残酷而残酷,甚至将片中人作为猎奇对象的作品。这样的作品虽然关注的是最平常的生活,却不能让观众对镜中人产生认同感。当下的作品,关注角度是平视的,甚至在一些作品中,你会忘记人物的社会身份,被自然地带入到他们的生活场域与情感纠结中去。这与纪录片心态的表现方式有关,同时也与社会心态的变迁有关,如今社会价值更加多元,对成功的定义也不再单一。

中国被称为“纪录片题材的富矿”,而这个概念也宠坏了不少纪录片人,以为只要找一些曲折的故事就一定有人看。而当下的纪录片明显会更讲故事了。《我在故宫修文物》中,一个从事文物修复的女孩,骑着自行车穿越太和殿广场,而此时旁白响起——上一个这么做的是100多年前的溥仪——里面有鲜活的个体,也有厚重的历史。

问:不光是内容的升级,在网络

时代,不少纪录片人也开始以各种方式“触网”。前不久,央视纪录片《自然的力量》就在B站开启直播,主创人员围坐在一起,边看片边与观众互动,解答观众对纪录片拍摄的疑惑。每集在线观看人数都超过10万。您觉得这类直播的意义在哪里?互联网时代为纪录片人的营销理念带来了哪些升级?

答:直播手法的运用是值得鼓励的。在青少年喜爱的网站上直播纪录片作品,测出了年轻人对纪录片的参与度,让传统纪录片人知道了青年人的“兴奋点”,让幕后主创与幕后故事走到台前,也拉近了纪录片与年轻人的关系。网络容易激发“围观效应”,大家更愿意分享与讨论一样东西,甚至还能根据不同的喜好对同一内容进行“分组讨论”,这又为内容的二次传播打开了通道。再说回去,青少年间流行的弹幕文化,除了娱乐性与情感宣泄之外,同样有利于知识传播。观众们边看边交流,将自己对内容的理解、外延知识的储备甚至是相关作品的推荐,以弹幕的形式即时发布,彼此间获得的知识增值是呈倍数级放大的。

事实上,互联网为中国纪录片带来新的机遇,同时也倒逼着纪录片人进行相应的营销创新。几乎每一部“网红”纪录片,背后都有网络营销的轨迹。早年的《舌尖上的中国》就运用了“大咖推送+口碑营销+网友互动”的方式。除了前面说到的“直播”外,当下流行的“众筹”模式也是不少纪录片的爆款,前不久播放的《我在故宫修文物》大电影以及现在正在院线上映的《我的诗篇》,便都采取了众筹的模式。众筹是影片的资金来源,同样也是一种宣传的方式。

问:数据显示,目前纪实节目整体在全网占比17%左右,但是点击量不到1%,这说明纪录片在互联网环