

略论创造性模仿和古代文学传播

王运涛

(郑州广播电视大学, 河南 郑州, 450003)

摘要: 古代文学传播是伴随着古代文学的产生而产生的, 从创作目的也就是第一传播目的来说, 既有“立言”传统的外在召唤, 又有对自己心仪文人进行创造性模仿的内在驱动; 就创作过程来看, 说“学习”, 说“借鉴”, 说“化用”, 其实质就是在直接运用创造性模仿的力量来影响作品; 就不断完善的传播方式而言, 都是“前边有车, 后边有辙”, 更因连续不断地创造性模仿终成传统。

关键词: 古代文学; 创造性模仿, 文学传播

一、引言

本文论述的古代文学传播指古代文学的文学样式或者文学作品从一个人传递到另一个人, 从一个区域传递到另一个区域, 从一个社会传递到另一个社会, 是古代文学向外传递、扩散而超出其创作者范围的一种流动现象。研究古代文学传播实际上是一个文学动力学范畴。论者在研究古代文学传播的过程中发现: 创造性模仿是古代文学传播的一种主要的动力, 在其传播过程中起着至关重要的作用。马克思主义的认识论强调整个人类认识过程是模仿与创造相统一的过程。本文所论述的创造性模仿是指后起者通过模拟、借鉴、产生联想来改变原来的对象而进行创造的方法, 也可以称之为模仿性创造。古往今来的无数文学创作者, 在集体潜意识的作用下, 往往习惯于或者说自觉不自觉地利用前人作品已有的影响所带来的机遇对其进行“创造性模仿”, 凭借模仿对象的影响而迅速与受众心理贴近, 在文化心理与生活经验上与受众产生一种先天的天然亲和, 从而更大可能地被受众接纳, 使得文学的传播得以顺利进行。

二、古代文学传播的作用形式

古代文学一旦传播出来就一目了然, 特别有利于模仿。从一个地区移入另一个地区, 如中国古典四大名著经过译介传播到国外, 是一种创新(地区新); 适当改变作品的内容与形式, 如金代的下层文人董解元利用当时流行的诸宫调形式将唐代元稹的小说《莺莺传》改编成《西厢记诸宫调》, 元代的王实甫又继承“董西厢”, 创作出杂剧《西厢记》, 也是一种创新(内容新与形式新); 以自己独特的方式来传播, 如冯梦龙和凌濛初编辑出版“三言二拍”, 将口头传播的“说话”变为一种案头读物, 更是一种创新(传播方式新)。

从传播学的角度来看, 创造性模仿首先就是对模仿对象的积极宣传和推广。成功的创造性模仿从正面发掘、张扬了先前文学的价值和魅力, 为先前文学的广泛传播提供了一种顺水推舟的推动力。文学作品在确立了自身的文本价值的同时, 有力地推动先前文学作品的传播。如左思心仪东汉班固的《两都赋》和张衡的《两京赋》, 便费时十年写成《三都赋》, 使得班固的《两都赋》和张衡的《两京赋》也随“洛阳纸贵”得以广泛传播。不成功的创造性模仿从反面衬托、彰显了先前文学的价值和魅力, 为先前文学地广泛传播提供了一种逆风飞扬的托起力。如宋初诗坛最早流行应答酬唱、浅切易晓的“白乐天体”, 代表人物徐铉、李昉等虽没有取得十分了不起的文学成就, 仍极大地推动了白居易的作品在宋代的传播。

三、创造性模仿与传播目的及方式

1、创造性模仿与中国古代文学的传播目的紧密联系。统治者的创造性模仿表现在察民意观民风。如关于《诗经》形成有采诗一说，讲的就是周朝政府派“行人振木铎以求诗”的情形，汉朝以后则主要是通过中央政府所设的“乐府”机构来进行如汉乐府、南北朝乐府的设立，唐代柳宗元的“以俟观人风者得之”（《捕蛇者说》）表明当时的统治者也是模仿了前代统治者的做法并有所创造，所设的乐坊加强了诸如演练《霓裳羽衣曲》的职能。

士人的创造性模仿表现在多个方面。或干预政治、讽喻劝谏，如早在周代卿士大夫政治美刺诗是周代贵族的精神品格在不同政治形势下的表现，[2]由此形成的“赋诗言志”传统发展至汉代则嬗变为以大赋来歌功颂德；或抒发情怀、豁展怀抱，如屈原开启的香草美人传统，那成千上百首凭吊屈原的诗词歌赋便是创造性模仿的明证；或教化民众，古代士人的文学创作动机很多都是直接承袭了道学心肠教诲人生的教育倾向的，包括那些大写恋情、色情小说的作家们；或者艺术鉴赏与文学价值追求，一部文学史是一部文人相轻相重的交往史，彼此的鉴赏有力地推动了古代文学的传播，表现在我们眼前的就是令人目不暇接的文学学术语，诸如“永明体”、“徐庾体”、“上官体”、“白居易体”、“晚唐体”、“西昆体”、“台阁体”，以及“韩孟”、“元白”等等；或“为稻粮谋”，商业营销等传播目的也无不蕴含着创造性模仿的成分在内，正是看到冯梦龙的大获成功，获利颇丰，才使得凌濛初架不住书商的劝说，终有“二拍”问世的；明末抱瓮老人也正是看到“三言二拍”的无限商机，方才从两书中选出佳作四十篇编成《今古奇观》在民间流传的。

由是观之，无论是中国古代文学的传播目的与创造性模仿确系有着密切的关系。值得指出的是，传播目的理论上的分类表述和研究并不意味着在实践中它们也是泾渭分明的。在实际的传播活动中，创作目的是第一传播目的或者称之为传播首目的，一部作品同时兼有几种不同传播目的的情形常常存在，如《二拍》比较明显的传播目的是商业营销，但也有自娱与娱人的成分在，凌濛初不仅想模仿冯梦龙创造小说的方式，更想获得像他一样的成就而名垂青史。传播目的不仅仅是创作者的创作首目的，常常还要附加后来参与进来的传播者的目的，可能多是倾向于盈利或赢名了。

2、创造性模仿与中国古代文学的传播方式息息相关。传播方式在传播学中占有重要地位，古代文学传播方式归纳起来大致有以下四种：单一传播，如口传、行吟、游说等；线性传播如通俗小说版本演进、故事改编等；非线性传播，如古文运动、新乐府运动等；放射性传播，如文学体派或社团传播等。

单一传播是初级形式的创造性模仿。初期的古代文学主要是靠口口相传，随着文字的普及和发展，书面方式的传播越来越多地被使用，但口头的方式没有废止。尽管说话、评书等则有着种种落入俗套的故事情节与发展模式，以至于“千人一面”、“千部一腔”，但对文学的传播仍有着重大的意义。

文字的普及和印刷术的推广产生了线性传播，为创造性模仿提供了更为广阔的发挥空间。以小说的传播为例，明清小说主要是以文字为传播媒介的，其传播对象便是有文化的受众群体，他们通过阅读文本来接受内容，其获取文本的方式主要有购买、转借及租赁等，由此确立了一种基本的传播方式——书籍传播，并逐渐形成了以书籍传播方式为主的线性传播模式。不同版本的改编使先前的文学作品更适合受众的价值取向与审美情趣，从而产生了良好的传播效果。

大规模的有指向性的创造性模仿的结果产生了非线性传播。一部（篇）文学作品凭借文学运动的方式在同一时代得到广泛传播的现象，大约相当于今天传播学中的组织传播。在中国古代文学的传播史上，大规模的模仿几度蔚然成风，如明代“前七子”、“后七子”“文必秦汉，诗必盛唐”的文学复古运动，乃至历代文人的酬唱相和，也无不是创造性模仿的

不断尝试，由此形成了一种很有力度的文学传播。

放射性传播则是密集型的创造性模仿发散流布的结果。由一个文学体派为原点向四外扩散的放射性传播模式，掀起了古代文学传播史上一个又一个的涟漪。如《西昆酬唱集》行世后，西昆体风行一时，成为当时诗坛上独领风骚的诗歌流派。欧阳修说：“盖自杨、刘唱和，《西昆集》行，后进学者争效之，风雅一变，谓之昆体。由是唐贤诸诗集几废而不行。”（《六一诗话》）便是对当时盛况的追忆。

四、创造性模仿对文学传播的现实意义

（一）创造性模仿为提升古代文学传播力指明了努力方向。

古代文学传播成功的实质是赢得广大的受众。古代文学生存和传播的前提就是要分层次地满足不同受众的不同需要，比较有效的办法是发挥自身的优长，找到、找准自己的长处恰好又是其他文学样式或者作品短处的部分，形成自己的特色，突出我有而它无的部分，充分显示自己比人家精彩的部分，尽情展露本文体或者本文本的风格魅力以此向受众证明自己的特有价值 and 无可取代性，特有价值是无可取代性得以确立的基础，并努力培养受众对本文体或者本文本的忠诚。古代文学在传播竞争中，直接的创造性模仿是认准一家“豪夺”——异地移植。如元末明初的“四大南戏”——“荆、刘、拜、杀”中的《拜月亭》相传就是元人施惠把关汉卿的《闺怨佳人拜月亭》从北方大都搬到南方温州稍加改编而大获成功的。间接的创造性模仿是光顾多家“巧取”——异体挪用。如古典名著《三国演义》便是罗贯中在长期传说的基础上，参考了晋陈寿的《三国志》和刘宋时裴松之的注和元代至治年间（1321—1323）建安虞氏刊刻的《三国志平话》等历史资料，再熔铸进他自己的生活体验与思想感情加工而成的，《水浒传》、《西游记》等也莫不是写定者创造性模仿的结果。

（二）创造性模仿为激发当代文学传播力提供了具体途径。

一是把模仿与创造紧密结合起来，在模仿中不断推进文学的发展是古代文学传播继往开来的思想基础。以什么样的态度对待文学传播，不仅是一个关系传承古代文明和弘扬民族精神的重大理论问题和实践问题，也是一个繁荣当下文学的重要因素。最重要和最关键的一条，就是要处理好模仿与创造、继承与创新的关系。模仿是创造的基础，继承是创新的前提，没有模仿和继承，就谈不上创造和创新。反之，没有创造和创新，模仿和继承也就是一句空话。只有把两者有机地结合起来，做到既研读经典著作，又写出新篇章；既模仿传统创播方式，又创造新的传播方法，才能使文学传播事业充满生机、活力和创造力。

二是把“复古”与“革新”紧密结合起来，着眼于时代的发展变化对文学的新要求是古代文学传播继往开来的实践基础。从整个文学流淌的河流来看，文学的发展和传播不是匀速进行的，而是跳跃式地迈进；从一个时代来看亦是如此，一个时代的文学总是表现为几个标志性的点，这些点往往表现为几个著名的作家及其代表作品，这也是文学史编纂的架构。一些不那么著名的作家作品往往是在它们的影响下产生的，或者表现为一次次的“复古”运动，如古文运动、唐宋派等文学现象便是明证；或者表现为一次次的“革新”尝试，如新乐府运动、“独抒性灵说”等文学思潮足以证明。

三是把理论与实践紧密结合起来，不断开拓文学传播的新局面是古代文学传播继往开来的基本途径和基本范式。前者的表现如自司马迁提出“发愤著书”说以降，唐李白有“哀怨起骚人”的诗句，韩愈“凡物不得其平则鸣”、“欢愉之辞难工，而穷苦之言易好”，柳宗元“以发其郁积而学者得其励”，宋有欧阳修“诗穷而后工”，陆游“悲愤积于中而无言始发为诗”，清有龚自珍“泄天下之拗怒”等。后者的表现如前后七子主张“文必秦汉，诗必盛唐”便是要对秦汉盛唐文人为文做诗的实践进行创造性模仿。

五、结语

古代文学传播是伴随着古代文学的产生而产生的，从创作目的也就是第一传播目的来说，既有“立言”传统的外在召唤，又有对自己心仪文人进行创造性模仿的内在驱动；就创作过程来看，说“学习”，说“借鉴”，说“化用”，其实质就是在直接运用创造性模仿的力量来影响作品；就不断完善的传播方式而言，都是“前边有车，后边有辙”，更因连续不断地创造性模仿终成传统。

参考文献：

- [1]张次第《略论中国古代文学的传播目的与方式》[J] 第45—50页，郑州：郑州大学学报2004/2
- [2]褚斌杰主编《诗经》与楚辞[M]北京：北京大学出版社，2002/11