

## “陕军东征”现象研究之一:文学与传媒的联袂自救

何璐

(湖南工学院 思政部,湖南 衡阳 421002)

**[摘要]** “陕军东征”现象的发生和成功是多种因素互为作用的结果。20世纪90年代初期文学和作家都遭受了难以解脱的困境,文艺体制改革后,文学传媒业同样遭到了生存的威胁,在初露端倪的畅销书机制的示范效应下,文学与传媒的联袂自救成为“陕军东征”成功的重要保障。

**[关键词]** 陕军东征; 文学困境; 作家困境; 文学传媒; 联袂自救

**[中图分类号]** I206.6 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2011)01-0083-05

1993年,地处黄土高坡的一批陕西作家相继推出了长篇新作,并集体亮相北京,他们是:陈忠实的《白鹿原》,贾平凹的《废都》,高建群的《最后一个匈奴》,京夫的《八里情仇》,程海的《热爱命运》。这些作品,一时间成为全国各大小书店的抢手货,并在文坛及社会各界产生了爆炸式反响,有人把这种现象称为“陕军东征”,并视之为陕西作家以群体形式向日渐衰微的中国文坛的一次主动出击和征战。直至当下,“陕军东征”一直是文坛和学界的一个话题。

自20世纪80年代初到90年代初的短短十年时间里,随着市场经济的风起云涌,经由历史而长期形成霸主地位的精英文化和新启蒙主义早已难以为继,“文学终结”的恐惧是作家们心头挥之不去的阴影。作为精英文化的纯文学及其传统的生产机制皆在风雨中飘摇不定,阵地尽失,“文学自救”和传媒“救亡图存”的呼声日趋高涨。中国社会的转型,直接导致了文学生产方式的变化。首先,是文学的直接生产者——在九十年代的文化境遇中文学和作家陷入极大的困境;其次,是文学的间接生产者——文学传媒也面临重大的机遇和挑战,商业化的运作,成为其凤凰涅槃的必由之路。“陕军东征”现象的发生与成功,是多方面因素作用的结果。本文主要从90年代作家境遇和文学传媒境遇两个角度切入,研究“陕军东征”现象,以期我们能从“陕军东征”现象中见微知著,重新审视文学体制变革语境中的“陕军东征”所具有的文学史意义。

### 一 20世纪90年代作家的文化境遇

改革开放以后,西方文化的涌入,动摇了几十年一贯的旧观念、旧体制和旧模式,文学在巨大的社会变革面前,从文学观念,到文学模式,从文学内容、题材到审美习惯都被日益

解构甚至完全颠覆,从“非非主义”到“先锋小说”,从“现代主义”到“后现代”,从绝对客观的真实主义到“零度感情”的原生态新写实主义,一时间,中国文坛“天下大乱”,各种主张“各领风骚三五天”,十年间的中国文学走过了西方近百年的文学历程,先锋派在消解主题、消解情节、消解性格,大玩语言游戏中领略了“为艺术而艺术”的文学之峰的无限风光,而也恰恰是在文学摆脱政治束缚“回归自身”瞬间的欢娱中,纯文学失去了大批读者,随着80年代末期文艺体制改革的不断深入,文学实验逐渐失去了赖以生存的经济基础,同时,随着90年代的信息化、电子化浪潮的汹涌而至,文学不论是严肃文学还是通俗文学,都受到了传媒,特别是电视的严峻挑战,文学“在那里节节败退,已经丧失了大量的阵地,文学一统天下的局面已经一去不复返了”<sup>[1]77</sup>。文学的接受机制危机四伏。

从创作主体来看,作家同样遭受了精神和物质的双重抛弃而在危机面前六神无主。

一方面,西方的解构思潮使得创作主体在80年代末就丧失了方向感、目标感,价值虚无精神幻灭导致了知识分子内部分化,姿态下沉成为普遍的文化选择,市场经济冲击瓦解了传统社会结构,造成了文化失范和传统价值解体,市场经济在创造繁荣的同时,也造成了权力与资本的结合、腐败现象、道德沦丧、迷茫和失望。曾经扮演代言人、传道者的知识分子,逐渐被政治抛弃,其地位由中心推向边缘,启蒙者的自豪和精英意识已成昨日黄花。启蒙身份的丧失,使“知识分子失去了‘立法者’的地位,却连解释者的地位都没有保住,而马上成了游民”<sup>[1]74</sup>。

另一方面,不少专业作家经济陷入困顿,因为权利与资本相结合产生的巨大利润总是与知识分子无关。何顿就曾

**[收稿日期]** 2010-11-16

**[基金项目]** 2009年湖南省教育厅“中国当代文学陕军东征现象研究”项目资助(编号:09C303)

**[作者简介]** 何璐(1969-),女,湖南衡南人,湖南工学院思政部副教授。

经毫不掩饰地说“我纯粹是要吃饭才写作,而且不但自己要吃,还要靠写作养个今年要读小学一年级的女儿,附带地还养老婆,因为老婆工资很低。”<sup>[2]</sup>辞了公职的吴晨骏也说过“压力主要是经济上的……直到有一天……我会找个工作,把自己的生活问题解决。”<sup>[3]</sup>不少成名作家纷纷下海淘金,或转向商业化写作或游荡在“艺术”与“商业”之中。

“陕军东征”的五位代表作家大都出身三秦乡下农家,都是经过艰苦奋斗走上了文学道路,并积聚了一定的“象征性资本”的,但陈忠实仍然是在“馒头就葱”中写就了《白鹿原》的,贾平凹虽在《我的人生观》中一再表白自己的“吃饭问题和理想”的矛盾在三十岁时就解决了,但他仍然经历了肝病住院、母亲手术、父亲病故、妹夫车祸、官司缠身等千灾万难。京夫更是靠自己每月几百元的工资和爱人扫马路养活六个孩子。

“陕军东征”就是在文学自身和作家本身面临内外交困中新鲜出炉的。难怪有人马上怀疑“陕军东征”完全是“精心策划的商业事件”。曼乐在《赝品时代——关于“陕军东征”及当代文化的笔记》中说“所谓‘东征’云云,也只能算是一种商业性的包装罢了”,“‘陕军东征’命名的虚假性质……折射了当代文化虚假本性,”并把“陕军东征”归于“中国大众文化中的一个写作的先例”,基本上否定了其文学文化的意义,而将其完全等同于消费性的大众文化,赶出文学文化研究的伊甸园。

据吉林大学出版社出版的《新世纪文坛风云录》统计,《废都》起印数为37万册(有说是50万册),在被禁之前,印数在100万册以上,据贾平凹自己讲《废都》第二年就有一千两百多万册,自然不包括满地摊的盗版书(据说有二千万之多,《白鹿原》重印过7次,发行在50万册以上;《八里情仇》也从第一版的6750册,直线上升到10多万册,惊人的销量给人们提供了很多想像的余地,于是马上就有人把书中的“性”、“暴力”联系起来,并渲染备致,这也是“陕军东征”颇遭非议的一个重要原因。人们一般认为,是作品中的“性”、“暴力”迎合了消费文化接受者的胃口,加上有关媒体的未雨绸缪的炒作,才有了所谓的“陕军东征”。而把“陕军东征”看成是作家们精神颓废,为了经济目的,把严肃文化投入到大众文化怀抱的有力证明。

## 二 文学传媒的困境

20世纪90年代初期,不仅是文学和作家本身遭受了巨大的困境,文学传媒(主指文学期刊、出版社)同样也遭到了文艺体制改革后的生存威胁。在90年代初期初露端倪的畅销书机制的示范效应下,文学与传媒的联袂自救成为必然趋势。

1984年是中国文学传媒命运发生重大转折的一年。国务院发布《国务院关于对期刊出版实行自负盈亏的通知》。通知中要求,除少数指导工作,推动科学技术进步,以及少数民族,外文等类别期刊外,其余一律独立核算,自负盈亏。这就是所谓的文学期刊“断奶”政策的开始,在这个通知发布之前的数月,地方出版社工作会议在哈尔滨召开,会议明确指出“我国的出版单位要由单纯的生产型逐渐转变为生产

经营型,同时会议提出要适当扩大出版单位的自主权,出版单位要实行岗位责任制。”随着90年代市场经济的进一步推进,文艺体制的变革更加紧锣密鼓的进行,这对建国以后形成的数十年一贯的文学体制产生了强烈的冲击。“特别是文化市场的初步形成,使得文学传媒(主要包括文学期刊,文学出版机构)的生存环境发生了重大的改变。”<sup>[1]</sup><sup>198</sup>一方面,国家财政拨款只是杯水车薪,刊物主要依赖其自身发行量而生存。实际上,我国文学期刊自从经历了1978~1985年前后的“黄金期”,特别是1980~1981两年的发展到了顶峰,一些著名文学期刊的订数都在这两年达到历史的最高点,如《人民文学》达150万份,《收获》达120万份<sup>[4]</sup>。从某个角度看,80年代令人怀念的“文学轰动效应”,与文学传媒的境遇是息息相关的,正是因为有了这些文学传媒的迅速发展,才造就了昔日文学的辉煌。但是从1986年开始至“陕军东征”前后,纯文学滑入低谷,主要表现在中国文学期刊订数大幅滑坡。如被誉为文学界“四大名旦”之一的《收获》,1981年的订数为120万册,到80年代中期滑落到10万册左右。至1992年《当代》、《十月》、《花城》等知名刊物更是四面楚歌、举步艰难。1993年《收获》已面临极大的生存危机,还是靠巴金先生捐赠一笔稿费,并倡议成立一个基金会,才勉强度过了这一难关。

在“救亡压倒了启蒙”的背景下,一部分纯文学期刊相继改版,重视“文学策划”、“包装”、“炒作”、“造势”成为文学传媒凤凰涅槃的必由之路。一些固守纯文学阵地矢志不渝的纯文学期刊,如《昆仑》、《漓江》、《小说》在“陕军东征”发生后的几年里相继倒闭,被媒体称为“天鹅之死”。没有倒闭的,大多数依然靠着四处“化缘”(指拉广告)苦苦支撑。

图书出版是当代文学生产机制各环节中最重要、最中心的环节。在计划经济格局下,我们主要由国家、省二级出版机构组成出版机制。国家级如人民出版社、作家出版社、工人出版社等大多集中在北京、上海等大城市,而且各级出版社在出版原则上也严格遵循“各专一类”的原则,文学作品的出版渠道少之又少。国家也依赖这种机制对文化形态进行严格的控制和监督。

自1979年的“长沙会议”后,各级出版社的等级分工链条出现松动。地方出版社权力、出版范围增强增大,而且在80年代中后期,大批文艺出版社诞生,1984年,在哈尔滨召开了地方出版工作会议,这是把出版单位由“单纯的生产型”逐步转变为“生产经营型”,同时实行社长岗位责任制。1988年,这一政策更加得到了深入和巩固。1992年,邓小平“南巡讲话”以后,出版机制更是走向了市场经济的深处,尽管管理部门严禁把出版任务由社长、主编、编辑“逐层承包”,但实际上不少出版社承包制已落实到了编辑这一层的头上。但是,在出版机制被三度推向市场以后,其承担的意识形态的建设任务并没有放松的迹象,在计划经济格局下的出版机制,形成了“生产上”游刃有余,“经营上”几为空白的特征。国家计划经济下出版机制曾经根本不用考虑销售问题,在完成“生产任务”后的产品,往往统一由新华书店承销,各地新华书店发行。自1982年以后,国家在图书发行渠

道上逐步放开。由于出版业的高额利润,吸引了民营资本进入图书发行渠道,特别是在1988年发行机制实行“三放一联”之后,民营资本的发行“二渠道”已日臻完善。虽然国家不允许私人涉足出版业,但他们已经可以通过向国家出版社购买书号,依赖市场原则,发行自己组织编写的符合自身理念的图书。“我国在财政、税收、邮政等方面的优惠政策与发达国家比还有一段距离,以出版学术著作和高雅文化为己任的出版单位更处于捉襟见肘的窘况。”<sup>[5]</sup>不少出版社在困境中甚至沦为出卖书号的“二传手”。处于“水深火热之中”的出版机制自然就要为自己的生存和发展着想。在这种局势下,文学与文学传媒的联袂自救自然成为一种历史的必然趋势。

### 三 “陕军东征”的炒作

“东征”与媒体的结缘绝非偶然。在“陕军东征”之前,中国的畅销书机制已悄然萌芽。精英作家和文学传媒的携手共谋,在“陕军东征”之前,也早已“羞答答的玫瑰静悄悄地开”。

1992年,华艺出版社首次出版了《王朔文集》,并在国内首次实行版税付酬制,在文学界一石激起千层浪。出版社在将四卷本《王朔文集》推向市场的同时,将150万张王朔画像贴在京城的一个图书销购点。曹桂林的《北京人在纽约》,周励的《曼哈顿的中国女人》,梁凤仪的“财经系列”也通过相类似的市场运作,形成了一波又一波的购买热。1992年,长江文艺出版社推出《跨世纪文丛》,收入90年代59位作家的60部作品,以强烈的品牌意识将纯文学推向市场,在维持文学的审美尊严的前提下,兑现了文学的商业价值。

从这些方面来看,1993年发生的“陕军东征”作品的炒作,不过是水到渠成,就绝不是一种偶然现象了。

1993年,人民文学出版社在全国大小媒体“众目睽睽”之下,隆重推出陈忠实的《白鹿原》;作家出版社推出高建群《最后一个匈奴》;北京出版社竞得《废都》版权,并考虑以百万巨资出让《废都》版权给七、八家出版社;京夫的《八里情风》,程海的《热爱命运》又分别被中国文联出版公司、工人出版社出版,这些图书正式投入市场之前,各重量级出版社还邀请了全国知名文学评论家(如雷达、阎纲、白烨等)出席作品讨论会,各大众媒介又疯狂炒作。

以贾平凹的《废都》炒作为例,1993年初,《废都》尚在写作之中,其广告战略的运作已经如火如荼。“这本书还未问世时开始,关于它的种种消息、流言、传闻就如潮水般地向我们涌来。我们通过传媒已经知道了这部书中会有惊人大胆的描写,有对禁忌和规范的精心策划的冲击。我们也被报纸告知贾平凹本人如何获得了巨额的报酬,然后这则消息又被辟谣。这一行动却已使这部小说和贾平凹本人被置于公众关注的中心。”<sup>[6]</sup>《废都》脱稿之后,近10家出版社和个体书商企图夺出版权,尽管大家都还没有看过稿子,但各大出版社还是派出了最强有力的编辑追逼哄抬,新闻媒体也大肆渲染,又有几位“行家”专家称之为“当代《金瓶梅》”,是“当代《红楼梦》”,是“《围城》”,是贾的“大手笔”、“传世之作”,从而调动了读者的好奇心理,制造了一个又一个悬念。

那段时间,贾平凹出场率很高,在电视台频频亮相,在北京现场签名售书,西安首发式还出动不少警察,现场人山人海,拥挤不堪,成为当代文坛空前一大奇观。登载《废都》的十几万册《十月》杂志,第一次印刷的37万册的《废都》几乎在很短的时间内哄抢一空。有人估计《废都》正版加盗版起码在二千万册以上!可以说“陕军东征”的产生、成功有出版机制在特定历史语境下的汗马功劳。

其他如《白鹿原》、《最后一个匈奴》、《热爱命运》、《八里情仇》等,都在陕西和北京召开了热烈的作品讨论会,并邀请许多全国知名文学评论家及编辑参加。1993年5月26日,《光明日报》资深记者韩小惠在参加完《最后一个匈奴》北京研讨会后,在《光明日报》上发表了一篇题为“陕军东征”的新闻,后被陕西报纸转载,自此“陕军东征”成为1993年秦地作家走出陕西,以集团的形式冲击文坛的一个固定名称。

### 四 炒作“陕军”的价值

“陕军东征”是1993年文坛最具代表性的大事。人们或褒或贬,甚至有人把它说成是精英文学投降大众消费文化的典范。公刘先生在《广州文艺》1995年第2期上发表过一篇题为《大有可写的一年》,称1993年以来,“中国文化大崩溃”,以“陕军东征”为代表的现象是“一出绝对的悲剧”。那么“陕军东征”到底是当代文学的“悲剧”还是“喜剧”?我们要看两个方面:一是看它发生的原因;它是陕军作家深厚地域文化底蕴与长期不懈的借鉴和超越的厚积薄发,也是中国社会经济转型中文学生产方式发生重大改变的必然趋势。二是看它发生后所产生的影响以及对当代文学的意义。

#### (一) 纯文学的再造

“陕军东征”作为一次集团行动,在文坛内外引起强烈的震动,造成巨大的反响。“它恢复了严肃文学的地位,鼓舞了文学界(严格地说是评论界)的士气,使文学界重新变得活跃起来。”<sup>[7]</sup>20世纪80年代后期,纯文学即开始失去了当年的轰动效应,风光不再。文学家们在市场经济话语面前六神无主,“文学自救”的呼声此起彼伏,到了90年代初期,文坛是通俗文学和消费性的以抒发闲情逸致、玩味人生为主题的散文作家作品当家的时代。关注民族命运、文化选择的《白鹿原》、《废都》、《最后一个匈奴》、《八里情仇》等作品,给日渐寂寞的文坛注入了新生的血液。“这不能不给文坛提供新的信息:与其说是严肃文学被市场经济和通俗文学冲击,不如说是作家自己被市场经济和通俗文学所迷惑,动摇了自己的信念,放弃了理性的思考,丧失了对人的心灵的关切,对民族命运的承担;只要能够坚持文学的使命意识和创新意识,那么,严肃文学还是大有希望的。”在“陕军东征”的轰动效应下,严肃文学(或纯文学)作家似乎重新找回了信心和创作的力量,使得文坛热闹异常,各种文学、文化现象蔚为壮观。首先表现在文学创作上,长篇新作不断涌现,总量壮观,题材、风格多姿多彩。由于“陕军东征”是以集团的形式给予文坛以强烈的冲击的,使得地域作家群体创作也十分繁荣。如北京、上海等地作家创作也是你追我赶,新人新作层出不穷。上海作家一年内发表和出版了14部长篇,如王

安忆的《纪实与虚构》、阮海彪的《欲是不灭的》、赵长天的《天命》等。上海文艺出版社也一次性推出了刘恒的《苍河白日梦》等6部长篇。东北的“布老虎丛书”系列,在当时的文坛也十分抢眼,并且销量屡创新高,影响极大。秦地作家在“陕军东征”的示范下,又产生了以李康美、文兰为代表的所谓“后陕军东征”。“东征”的轰动效应在不断的被复制和延续。其次,“陕军东征”制造的轰动效应还表现在文学的评论界。“陕军东征”形成气候以后,最感到兴奋的是文学评论家,他们因为期待已久,反响自然强烈。以《废都》为例,在《废都》发表后的短短2个月内,关于它的评论专集竟达4.5种,有中国矿业大学出版社的《〈废都〉及〈废都〉热》,有学苑出版社出版的《〈废都〉废谁》,其他还有《〈废都〉的滋味》等。关于《白鹿原》、《最后一个匈奴》及“陕军”过后的其他大量文学长篇的评论也同样处于持续火爆之中。在评论界的活跃中,老评论家的视野不断拓宽,新评论家队伍数量增大,素质也不断得到提高,与世纪末文学相互促进,共同繁荣。

### (二) 长篇热的掀起

作为文学形式中的重型武器的长篇小说,越来越成为人们衡量一个作家一个民族文学成就的重要标志。文坛也有一种说法叫做“长篇一举顶成名”,“陕军”作家携五部长篇“东征”而致名利双收,当代文坛有目共睹,这种巨大的效应使得长篇小说成为90年代文学写作的焦点,其产销两旺,并得到持续的升温。

据统计,当代文学史的前17年共出版长篇小说320部,1993年的1~7月出版长篇30多部,1994年近200部,1995年高达400部,1996年增加到近600部,1997年突破700部大关,1998年超过1000部!从数量上来看,长篇热为繁荣当代文学创作作出了巨大的贡献,其中也不乏好的传世佳作。但由于一些作家缺乏对生命的深切体验,知识储备不够,思想境界有待提高,使得观念先行成为长篇创作的一大痼疾。同时,在表现形式上,生搬硬套,盲目模仿大行其道,题材手法缺乏创新,叙事结构缺乏艺术性。为迎合商业趣味,性与暴力成为长篇小说的必要元素。长篇小说的持续火爆,也使得短篇小说无人问津,短篇小说作家队伍逐渐流失,使得短篇的创作走入低潮。

### (三) 包装风的流行

“陕军东征”作家作品与文学传媒联袂自救的成功,使得纯文学的发表、出版与发行运用通俗文学(或畅销书机制)的手段去包装,并纳入商业策划化运作的轨道成为一种必然的选择。此后,纯文学“由文人的小圈子走向了广阔的大社会”<sup>[8]</sup>。从而也得失兼备:获得了销量,但损坏了形象。

“陕军东征”前,纯文学步入历史最低谷,文学生产方式发生改变以后,纯文学更加出书难,销量低。但在“陕军东征”前后,却出现了持续的长篇小说写作热,出版热,前后情形相差如此巨大,最根本的原因应该就是1993年后,每当一部纯文学作品问世以后,文学传媒,甚至文学评论参与了作品的二次创作。其中最重要的又是出版机构为了追求市场效应,在文学的间接生产中,广泛运用了西方畅销书模式对

作家和作品进行包装,使得纯文学作品在外在形式诸如包装,以及营销策划上与一般的通俗读物几乎毫无区别,这些令人眼花缭乱的运作模式加上作品中的“性”、“暴力”元素,特别是大家有目共睹的令人咋舌的销量往往又成了孙大圣的障眼法,使读者对纯文学作品产生了误读,并把其中的一些商业化运作行为,迁怒到作家本人身上。

其实,辩证地看,拥有市场效应的文艺作品并不都是俗文学读本,比如,钱钟书的《围城》,周作人、林语堂的散文小品,没有人敢怀疑这些作品的严肃文学精品的身份,但他们却同王朔,雪米莉,梁凤仪作品同样畅销。一些被市场认可的作家,他们的严肃文学作品也同样会获得可观的销量,如苏童的小说,王朔的《我是你爸爸》等就是很好的例证。白烨认为,这种俗化的包装与运作,使纯文学“冲出了常在文人圈子里打转转的小天地,走向了更多的读者和广阔的社会。这对于作家和对于社会来说,又都不无益处。”<sup>[9]</sup>

上海须兰的创作与包装,顾城妻杀惨剧后出版的《英儿》的轰轰烈烈的商业策划,吉林的“布老虎丛书”以及后来的“红月亮”在出版前后的造势,“周洪”事件,作家与出版社的签约,文学作品与电视、电影的互动等等,都是在以不同的形式,不断的复制和延续着“东征”的轰动效应。

“陕军东征”以后,以西方畅销书运作模式来处理纯文学作品业已成为一种无法改变的定局。此外,一些参与炒作“陕军东征”的文学传媒也名利双收。这种对其他媒体的示范效应也是相当显著的。各大文学期刊相继掀起改版高潮。《湖南文学》改装成时尚性的文化类综合杂志《母语》;《作家》(吉林)改为《作家杂志》;大型文学刊物《百花州》改为女性文学专刊《中国作家》也由双月刊改为月刊《收获》不断在栏目上进行维新,通俗文学大师金庸成为新栏目“人生采访”的第一访问对象,《北京文学》进行了有益的改版尝试,办刊宗旨由“好刊”向“好看”转变……。

综上所述,“陕军东征”的运作,不仅是五位“东征”作家的选择,应该同时是文学传媒的历史选择。从布迪厄的“文学场”的文化研究视角来看,“经济场”对“文学场”内在逻辑的影响远比前政治场对文学场的挤压痛苦得多,复杂混沌得多。这是因为构成文学场的内部因素如作家、评论家、出版社(商)等都必须依靠一定的经济基础才能进行文学生产活动。“经济场”各要素不仅仅作用于作家的“身体”,同时还通过整个社会肌体或社会意识形态来无限地扩张自己的控制领域和话语范围,并通过建立符合暴力,驱使文学实现自己的表意策略。“经济场”对“文学场”的挤压最终有可能将许多潜在的伟大的文学家阻挡在文学的门槛之外,只有拥有一定的经济资本之后,才有可能永恒地坚守文学的阵地。

布迪厄指出“文学场”的独立程度,“文学自主原则”的自主程度,不能依靠创作主体捉摸不定的性情(Disposition)或自愿的道德选择,而是要有一种社会机制上的保障。当文学传媒被政策之手推向市场之后,国家明显缺乏相应的扶持和保护高雅文化的相应措施和对策。因此“陕军东征”中文学与媒体的联袂自救是大势所趋。

“陕军东征”至今十数载,我们可以看到以其为标志的

新的文学发展方向中的许多得与失,值得一提的是:在“陕军东征”的炒作过程中,大众媒体处于“高烧”状态,评论界虽然异常热闹,但因为当时“说好的多,说坏的少”,真正的评论却在闹市中成了哑弹,评论界的自我缺席,使其丧失了对这些新的文学文化现象的话语权和引导权。“陕军”过后,商业炒作愈演愈烈,有些甚至不注重作家的文化积累、文学的内在价值,哄抬了一批劣质作品,给中国当代文学带来了负面影响,而罪过都被人追溯到“陕军东征”的头上,这显然有失公允。

#### [参考文献]

- [1] 黄发有. 准个体时代的写作 [M]. 上海: 上海三联书店, 2002: 77.
- [2] 何 顿. 写作状态 [J]. 上海文学, 1996(2).
- [3] 林 舟. 在逃离中拒绝 [M] // 生命的摆渡——中国当代作家访谈录. 深圳: 海天出版社, 1998: 278.
- [4] 崔道怡. 合订本作证——《人民文学》四十年 [J]. 人民文学, 1989(10).
- [5] 马 力. 收获四十年 [D]. 北京大学硕士学位论文, 1998.
- [6] 高江波. 期刊求索录 [M]. 北京: 北京师范大学出版社, 1998: 227.
- [7] 易 毅. 废都—黄帝的新衣 [J]. 文艺争鸣, 1993(5): 49-51.
- [8] 张志忠. 陕军东征: 从哪里来, 到哪里去? [J]. 文艺评论, 1993(3): 53-61.
- [9] 白 桦. 作为文学、文化现象的陕军东征 [J]. 小说评论, 1994(4): 63-67.

## The Research of the Eastern Aggression of the Shan Group

——Save-oneself of literature media and pure literature

HE Lu

(Hunan Institute of Technology, Hengyang 421001, China)

**Abstract:** The early 1990s saw the phenomenon the Eastern Aggress of the Shan Group in the field of Chinese literature. It is believed that its success is the result of many factors. In that period the writers as well as their works suffered the plight badly. Meanwhile, the literary media industry was threatened to lose its position in the market after a series of literary reforms. But with the demonstration effect of best seller, literature and media industry came hand in hand together, which led to the success of the Eastern Aggress of the Shan Group.

**Key words:** Eastern Aggress of the Shan Group; literary plight; writers' confusion; literary media; jointly self-help