

“后家族时代”与浙江祠堂文化的传播策略

张邦卫

摘要：在“后家族时代”，传播浙江祠堂文化具有现实意义。浙江祠堂，是散落在乡土的文化遗产。以祠堂为表征、以宗族为内涵、以乡土为补充的浙江祠堂文化的传播现状不容乐观。在“后家族时代”，浙江祠堂文化的传播应着力推行四种策略：一是乡土化策略：打造新型的传播内容；二是产业化策略：打造新型的传播方式；三是网络化策略：打造新型的传播平台；四是图像化策略：打造新型的传播路径。

关键词：“后家族时代”；浙江祠堂；祠堂文化；传播策略

作者简介：张邦卫，男，文学博士，教授。（浙江传媒学院 文学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G122 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552 (2012) 05-0101-06

当历史在渐次递嬗时，文化总是在传承的基础之上出现或这或那的迁移与或多或少的变异。中国的传统文化准确来说是一种建立在农业文明基础之上的家族文化，家是小国，国是大家，维系家与国之间的媒介则是家族。任何家族的聚集与聚合是以祖先崇拜作为信仰纽带，以祠堂作为祖先崇拜的物化形式与物质场所，从而形成鲜明的宗族意识与宗亲观念，并以此为基础形成具有浓厚地缘性、政治性与宗法性的基层社会组织。从这个角度来说，中国几千年的传统文化实质上就是一个又一个的宗族文化与祠堂文化的缩影与投射，坚守宗族文化与对宗族祠堂的膜拜，似乎成了每个人的集体无意识。然而，在人类社会从农业文明走向工业文明的历史进程中，在工业化、城镇化、经济化的强力推进下，加之诸如计划生育的实施、人口流动与迁移、城市化的扩张以及现代人个体意识的过度彰显与家族意识的淡薄等原因，家族故事似乎已成了如烟的往事，宗族观念也似乎成了一种可有可无的说辞，在许多年轻人的心目中，特别是当下的70后、80后、90后的心目中，家族祠堂无异于历史尘埃的废墟。这样，我们似乎进入了一个实至名归的“后家族时代”。在“后家族时代”里，如何夯实与强化家庭观念与家族意识，如何传播与弘扬宗族文化与祠堂文化，已成了一个急需正视与亟待解决的问题。

一、浙江祠堂：散落在乡土的文化遗产

祠堂是中国传统儒家文化的产物，是宗法、礼仪、教育、娱乐、习俗等家族文化与乡土文化的载体，是中国家族文化的“博物馆”，也是中国传统文化与乡土文化的“历史镜”。祠堂的建造，与中国传统的家族观念与祖先祭祀（或曰“祭祖”）密切相关。《中国文化大博览（中）》一书认为，“祭祖”为一般家族组织所重视之礼俗者，其义有四：①报本返祖。礼记祭文：“祭先，所以报本也。”又“圣人返本复始，不忘其所生也。”故立庙享祀之。天子有七庙，祭其父以上者六代以及其始祖。诸侯祖五庙，即祭其父之父以上者四代及其始祖。民家庙奉祀高曾四代。②教忠教学。礼记祭统：“夫祭，教之本也，外则教之以尊其君，内则教之以孝其亲。”乃籍以培养伦理思想之方。③团结宗族。国父曰：“家族，宗族是国族之基。”中国社会以家族为基础，家族则以孝行为灵魂，由家族扩大而结合为宗族，设立宗祠，定期祭祀，以明亲疏长幼之序。由各大宗族，结合为一国族，其祖黄帝，团结一致，发挥

种性，强国富民。④辨彰血统。以家族而知亲疏，以宗族而别姓氏，古有同姓不婚之俗，甚合科学精神。吾国严姓氏而详源流者，实有以也，故辨彰血统，首重谱系，此各宗谱之所以为人所钟爱者也。各家、宗族，每于祭祖之胶，定期修谱，借以明派衍，教子孙也。^[1]祠堂作为祭祖的礼仪之所，其要义与功能亦不外乎“报本返祖”、“教忠教学”、“团结宗族”与“辨彰血统”四个方向。

祠堂分为宗祠、支祠与家祠三种类型。“宗祠”为整个宗族祭祖、议事、嘉奖族中贤人、惩治族中不肖子孙的场所；“支祠”为同一支脉繁衍的后代祭祀祖宗和婚丧嫁娶的公共场所；“家祠”是不出五股的直系亲属祭祀祖先的场所。在建筑布局上，各家私屋建在“家祠”周围，“家祠”建在“支祠”周围，“支祠”建在“宗祠”周围，这样“宗祠”不仅成为村落集镇的建筑中心，也是村落集镇的权力中心的象征，体现了中国人中心化、向心力的集体无意识。就单个祠堂而言，祠堂一般分为上厅、中厅、下厅三个厅。上厅为享堂，放置祖宗牌位；中厅为祀堂，用来举行祭祀仪式或喜庆活动；下厅为万年台，为吹鼓奏乐之地，也可以演戏。由此可见，祠堂的文化功能是多元的，也是多重的，它不仅是祭祀祖先、宗族议事的地方，也是举办红白喜事、举行庆典娱乐的场所。

浙江乃古吴越之地，江南富庶之乡，人口众多，门第繁多，大家族与大宗祠多，有的甚至还多是江西、湖南、贵州、四川等省迁徙家族的宗族源地。值得一提的是，浙江的祠堂多散存于乡土与乡野，正是由于农村远离了现代都市文明与革命文化的喧嚣，才得以较好地保存于乡间村落之中。据不完全统计，浙江省内的祠堂，除了奉化溪口的蒋氏祠堂、富阳龙门古镇的孙氏祠堂等声名远播的之外，较为有名的还有诸如义乌苏溪镇塘头应氏大宗祠、兰溪西姜村西姜祠堂、兰溪长乐金氏大宗祠、浦江郑氏祠堂、衢县的篮氏宗祠和吴氏宗祠、嵊州市华堂王氏宗祠和玉山公祠、永嘉县永嘉郡祠和孝思祠、诸暨市边村边氏宗祠和斯宅华国公别墅（宗祠）、永康市徐震二公祠、磐安县蔡氏宗祠、常山县樊氏宗祠、庆元县举水吴氏宗祠等，至于一般的祠堂更是比比皆是，不胜枚举。

二、浙江祠堂文化的传播现状：依附于旅游的文化资源

从整体上说，浙江祠堂文化是一个集合性的广义能指，它既指物质形态的祠堂，也包括非物质形态的家族文化、礼乐文化、乡土文化等。浙江祠堂文化的传播现状，从总体上说，在经历了早期的修复、重建、保护与浅开发之后，已初步进入了依附于文化旅游、乡村旅游与农家乐的前产业化阶段，如何对浙江祠堂文化进行深度开发与产业化的传播，似乎成了当下浙江祠堂文化保护的话题之一。

随着新世纪文化语境对“文化软实力”的倡导，对传统文化无论是物质文化还是非物质文化的保护、开发与传承的研究已成为了当下文化研究的重点。特别值得一提的是，浙江省委、省政府近年来筹划建设“文化大省”，从而使不同形式、不同类型、不同样式、不同层次的文化都具有了调查与研究的必要，有了传播与弘扬的必要。从现有文献资料来看，对“浙江祠堂文化”的研究虽然已经起步，但是也仅仅是停留在对“浙江祠堂”的局部的、个别的、乡土的田野考察与收集，比如关注得相对多的是涉及浙江中部地区与浙江西部地区的宗族祠堂，而对浙江东部地区与浙江南部地区的宗族祠堂却少有涉猎，也没有对浙江省有代表性的、有影响力的名人祠堂予以观照，更遑论对“浙江祠堂文化”进行整体性、全局性的收集、整理与研究。至于如何以“浙江祠堂文化”作为文化载体与文化实体，来大力建设社会主义新农村与共构“文化大省”的论述似乎还是一种期待愿景。

在现有的文献中，对“浙江祠堂文化”的研究，关注的主要地域是浙江西部地区与浙江中部地区，关注的对象主要是祠堂建筑，关注的类型主要是宗族祠堂。常建华的《明代宗族祠庙祭祖礼制及其演变》（《南开学报》，2001年第3期）主要是一种学理性的分析，缺少有针对性实例分析。陈志华、楼

庆西、李秋香的专著《新叶村——中国乡土建筑》（重庆出版社，1999年）主要是以“新叶村”为案例来透视中国乡土建筑，缺乏对“祠堂文化”的阐释。

关于浙江西部地区祠堂文化的研究，最有代表性的论文是浙江省文物考古研究的冯宝英所写的《浙西宗族祠堂探析》。在这篇文章中，冯宝英首先将“浙西”界定为现浙江省金华、衢州及杭州的建德、淳安一带，与安徽的东南部黄山地区与江西的西北一带接壤。文章通过对浙西宗族祠堂建筑的实例分析，探讨了浙西宗族祠堂的共性特征与发展轨迹，并总结出了浙西宗族祠堂的地域特征与时代特征。在这篇文章中，冯宝英详细地梳理了浙西祠堂的由来与发展，从建筑学与风水学的角度大致完成了浙西祠堂的基本构图，分析了浙西宗祠的形制、构造与特点，最后简要地剖析了浙西宗祠的时代特点。当然，值得一提的是，冯宝英的《浙西宗族祠堂探析》表面上好像是对浙西宗族祠堂的探析，但事实上却主要关注的是“兰溪宗祠”，缺乏整体性的观照。

关于浙江中部地区祠堂文化的研究，最有代表性的论文是章立、章海君的《浙中祠堂建筑》。在该文中，祠堂建筑成为了窥视浙中祠堂文化的最佳窗口与实物形态。认为祠堂文化是中国传统文化的重要组成部分，它直接体现出中华姓氏的血缘文化、聚族文化、伦理观念、祖宗崇拜、典章制度、堪舆风水、建筑艺术、地域特色等各个方面，以它的载体——祠堂建筑表现得最为明显。该文以浙江中部几处现存的祠堂为对象，来阐述这种特殊建筑从古代到近代的发展和现状。这些祠堂主要包括兰溪诸葛八卦村丞相祠堂、卢氏祠堂、兰溪女埠渡渎村章氏家庙、浦江郑宅镇郑氏宗祠、武义郭洞村何氏宗祠、俞源村俞氏宗祠、建德新叶村叶氏宗祠等。这些以原始态保存下来的古婺州的姓氏宗祠，可作为研究祠堂建筑文化的实例。当然，这篇论文，最有价值的是它的实例分析与详细的资料呈现。

搜罗剔除现有的资料与文献，“浙江祠堂”还不是一个完全意义的指称，“浙江祠堂文化”也不是一个完全意义的指称。如何从现有的浙西祠堂、浙中祠堂延伸开去，考察浙东祠堂与浙南祠堂，并进而作整体性的整理与提炼，这才是我们急需需要的。还有，“浙江祠堂文化”也不仅仅是建筑艺术与审美，它还应该有政治学、伦理学、民俗学、社会学、美学的内涵。

三、“后家族时代”与浙江祠堂文化的传播策略

进入新世纪以来，浙江祠堂文化进入了一个新的发展机遇期与再发展的勃兴期。都市文化的高度繁荣，似乎在每个人的内心深处预置了“乡土中国”的文化空间；功利主义的过度张扬，似乎在每个人的内心深处预留了“后情感主义”的文化镜像；生活的漂泊与流浪，工作的辗转与迁移，似乎让每个人怀念家的宁静与温馨；个体的孤独与寂寞，似乎让每个人更加留恋曾经失落了的“家园”。对乡野的渴望，对野趣的追求，对自然的回归，对传统的复位，挣扎于商品社会与消费社会的人们似乎已遁入了“后寻根时代”与“后家族时代”。对此，在传播学视野之下，浙江祠堂文化由于传播语境、传播媒介、传播主体、传播受众等的变迁，十分有必要确立符合新世纪文化语境的传播策略。

（一）乡土化策略：打造新型的传播内容

一般来说，祠堂文化是一种乡土文化，这在工业社会中既是它的文化劣势，同时也是它的文化优势。与都市文化相比，作为乡土文化的祠堂文化自有它得天独厚的文化特质与文化资源。当漂泊于都市文明的人们越来越审美疲劳时，人们却对乡土文化有着一一种蓦然回首的惊喜。功利化与职业化的同事关系远不如血缘化的族群关系亲切，围墙内的社区远不如没有围墙的村落亲和。所以，在现代人审美回归的心理需求下，浙江祠堂文化只有保持它们的乡土性或者更加乡土化，才有可能不致淹没于现代都市文化的喧哗之中。维护乡土区别于都市的异质性存在，切忌“邯郸学步”与“乡土都市化”，这

是十分重要的,这也许就是费孝通先生在《乡土中国 生育制度》一书中所说的“乡土特色”吧。

费孝通先生认为:“从基层上看去,中国社会是乡土性的。我说中国社会的基层是乡土性的,那是因为我考虑到从这基层上曾长出一层比较上和乡土基层不完全相同的社会,而且在近百年来更在东西方接触的边缘上发生了一种很特殊的社会。”^[2] 乡土文化是中华民族得以繁衍发展的精神寄托和智慧结晶,是区别于任何其他文明的唯一特征。乡土文化无论是物质的还是非物质的,都是不可替代的。对乡土文化的保护和传承也必须覆盖物质的、非物质的各个领域,而且保护始终是第一位的,即使要利用它发展旅游等产业也要突出“保护第一”的原则。对乡土文化最有效的保护是积极的全方位的传承。所谓“积极的传承”指的是:既要继承乡土文化传统的东西,也要适应现代生活需求创造新的东西;既要保护好原生态乡土文化,又要创造新生态乡土文化。所谓“全方位的传承”指的是:既要传承乡土文化的“文脉”,也要有选择地沿承作为乡土文化载体的“人脉”,既要传承乡土文化的物质表象(即“形似”),也要注意传承乡土文化的精神内涵(即“神似”)。特别不要忽视某些宗教及家族文化因素在乡土文化中的重要作用,其旺盛的生命力、感召力成为维系人们世代延续和谐共生、善待苍生的重要精神支柱和心灵托付。这一点,恰恰正是散落于乡土中国的祠堂及祠堂文化的价值所在。

有学者曾这样认为,失去乡土文化的乡土性比失去土地更为可怕。在当下的新农村建设的潮流中,浙江祠堂及祠堂文化也应切实维护“三气”:“乡气”、“土气”与“俗气”。所谓“乡气”,是指乡村之气、乡野之气;所谓“土气”,是指土地之气、本土之气;所谓“俗气”是指风俗之气、礼俗之气。还有新农村建设绝不是推倒重来,而是以旧谋新。正是如此,浙江祠堂及祠堂文化还要注重“五古”:一是祠堂建筑的复古;二是祠堂对联的复古;三是祠堂饰物的复古;四是祠堂活动的复古;五是依托于祠堂的风土人情的复古。复古是一种回归,而绝不是一种现代化。唯其如此,在工业文明大行其道的“后寻根时代”与“后家族时代”,浙江祠堂及祠堂文化才有传承的文化价值与文化空间。

(二) 产业化策略:打造新型的传播方式

从理论上说,处于当下市场经济语境下的祠堂文化,是一种名副其实的文化商品。文化商品不像其他的商品,不会在消费过程中被损坏。当然,祠堂文化的物质形态是不可再生的,只能在保护的动态过程中适度开发,而祠堂文化的非物质形态却是可再生的,它可以在不断的开发利用与传承弘扬之中得到可持续性的深度开发。所以,从这个角度来讲,祠堂文化的产业化前景是乐观的。

法兰克福学派代表人物阿多诺曾较早地论述了文化工业的现实性存在,他说:“整个世界都得通过文化工业这个过滤器。……今天,文化消费者的想象力和自发性之所以逐渐萎缩,这不能归罪于心理机制。文化产品本身,其中最具有代表性的有声电影,抑制观众的主观创造能力。……工业社会的力量对人们发生的影响,是一劳永逸的。……社会上所有的人都接受文化工业品的影响。文化工业的每一个运动,都不可避免地把人们再现为整个社会所需要塑造出来的那个样子。”^[3] 在此,我们不可能忽视工业社会的影响,也就不可能轻视产业化在传播祠堂文化中的功用,毕竟文化工业不仅是现代社会的“过滤器”,也是“助推器”。美国学者约翰·费斯克在《关键概念:传播与文化研究辞典》一书中认为,文化生产是“感觉、意义或意识的社会化生产。文化商品的工业化生产。文化生产这个流行开来的术语,是强调文化的制度化特征与社会化特征,从而相对于那种广泛持有的信仰即文化源于个体的灵感与想象。”^[4] 正是如此,祠堂文化作为一种散落于乡土农村的族群文化与“部落文化”,其走出乡村、走向市场的途径也许非产业化莫属。

那么,如何实施与推进浙江祠堂及祠堂文化的产业化呢?一是牢固树立浙江祠堂及祠堂文化的商品化意识,以“浙江制造”与“江南质素”引导浙江祠堂及祠堂文化的产品与衍生品的生产开发、流

通消费、广告策划、创意创新。二是牢固树立浙江祠堂及祠堂文化的产业化意识，以“浙江模式”与“杭州模式”引领浙江祠堂及祠堂文化的产业化进程。三是切实打造以浙江祠堂及祠堂文化为龙头的产业链，以祠堂为核心，以民居、民俗与民风为托体，包括参观、旅游、观光、休闲、购物等。四是切实打造以浙江祠堂文化为重点的复合旅游模式，以祠堂文化旅游为中心，兼及生态游、休闲游、探古游、探险游、自助游与农家乐等。五是切实恢复浙江祠堂的原初功能与传统价值，举办大型的有影响力的“寻根访祖”、“祭祀拜祖”的活动，特别是在当下清明节合法化、常态化、小长假化的情况下更应如此，族群的聚集事实也是产业化推进的契机。六是切实做好“三个转变”，即“变有无形资产为有形资产”、“变虚拟资产为实有资产”、“变休眠资产为活跃资产”，这应该包括诸如历史沿革、民俗风情、传说故事、古建遗存、名人传记、村规民约、家族族谱、传统技艺、古树古木、名山古刹等诸多方面。

事实上，在浙江祠堂及祠堂文化的产业化进程中，已初步呈现了比较成功的案例与模式，如温州模式、淳安模式、富阳龙门古镇模式等。温州模式的最大特点是它的群众活动性，利用祠堂来开展现代文化活动，把传统文化和现代先进文化结合起来，效果显著。淳安模式的最大特点是它的传统性，利用祠堂作为文化载体，将敬奉祖先、弘扬孝道、教育子孙等文化内涵及审美情趣，通过民俗活动的形式表现出来。富阳龙门古镇模式的最大特点是它的仪式性，利用丰富的古镇旅游资源，开展大型的宗族祭祀活动。

（三）网络化策略：打造新型的传播平台

网络与网络社会，既是我们当下的一种存在方式，也是我们当下的一种生活方式。网络媒介改变了人们观看世界与阅读世界的方式，“上网”成了人们生活的主要部分，“百度一下”成为人们获取知识与搜集信息的主要方式。特别是随着手机上网的普及与扩大，无处不在的网络与随手可用的网络，似乎更加强化大众对网络的依赖与依恋。

据“第九次全国国民阅读调查”统计显示，2011年，我国成年国民上网率首次超过半数，达到54.9%。所谓网络传播，按照匡文波的说法，就是“指通过计算机进行的人类信息（包括新闻、知识等信息）传播活动。在网络传播中的信息，以数字形式存贮在光、磁等存贮介质上，通过计算机网络高速传播，并通过计算机或类似设备阅读使用。网络传播以计算机通信网络为基础，进行信息传递、交流和利用，从而达到其社会文化传播的目的。网络传播的读者人数巨大，可能通过互联网高速传播。”^[5]网络传播的基本特征是数字化，具体特征有以下几点：传播与更新速度快；信息量大、内容丰富；全球性和跨文化性；检索便捷；多媒体；超文本；交互性等。这样，浙江祠堂及祠堂文化就必然要打造好网络传播这个新型的传播平台，这也是浙江祠堂及祠堂文化无法拒绝的选择与践行之路。

依据“媒介优先”的原则，以及网络传播的现状、特征与优势，浙江祠堂及祠堂文化在打造网络传播平台时要考虑以下几点：一是充分认识传统的祠堂文化的数字化、网络化是一种创新之路，在当今的网络时代，传统的祠堂文化必须用好网络这个“新瓶”，做好“新瓶装旧酒”的文章。二是建好个性化、地方化、乡土化与图文并茂的网站，这既是一个展示平台，也是一个广告平台，还是一个传播平台。三是以“议题设置”不断更新网站网页，积聚人气，增加点击率。四是在网站上建设并经营好带有宗族性的社区与聊天室。五是深入挖掘宗族资源，特别是名人名家、轶事旧事、故事传说、山歌酒歌、乡风民风等，彰显不断的血缘与不绝的亲情，以情感还乡推动文化还乡。六是以多媒体技术做好浙江祠堂及祠堂文化的图片化与视频化，满足宗族子民“看”的需要。七是浙江祠堂及祠堂文化还需做好“部落化”与“再部落化”的工程，让血缘之“源”与家族之“根”绵延。八是切实做好浙江祠堂及祠堂文化的网络平台的维护、修护与守护工作，切忌“一个面孔到底”。

（四）图像化策略：打造新型的传播路径

在后现代文化语境中，一个无法回避的文化事实就是“语言学转向”为“传播学转向”替代并进而跨入了“图像转向”的门庭。米歇尔（W. J. T. Mitchell）在《图像理论》中明确宣称“图像转向”，并认为这是后现代文化语境中哲学、美学与公共文化领域中最显著的一次“转向”。阿莱斯·艾尔雅维茨在《图像时代》里也明确指出，图像正在成为后现代社会最日常的文化现实，而且学术史上所谓的“语言学转向”迅速地被“图像转向”所取代；并认为后现代社会的最大特征就是图像统治。毫无疑问，“图像社会的来临重建了人类社会的文化秩序：人们的生活方式以及人们在生活中接受信息、进入想象世界和精神世界的方式逐渐被各种图像所充斥和包围”。^[6]正是如此，我们不得不承认，这是一个图像时代。那么，在选择浙江祠堂及祠堂文化的传播路径时，我们必须正视图像时代这个文化事实与文化语境，毕竟图像有着便于传播、便于接受的大众性、即时性、直观性与无距离感。

在当下的图像时代，电视剧《大祠堂》是一个非常值得借鉴的成功案例。电视剧《大祠堂》是一部以明末清初为时代背景、以徽州府临源谢家祖祠悌让堂为具体环境的古装电视剧。该剧由北京天禾兄弟影视投资有限公司和黄山市人民政府合作摄制出品。全剧共40集，2009年10月由福建电视台进行全国首播。《大祠堂》昭示了一种中国乡土化的宗族文化与家族文明，涉及了诸如恋人、叔嫂、夫妻、父子、妻妾、主仆、兄弟、朋友、同族异族等多样的人际伦理，在朴素平实与流畅自然的之中叙述了惊天地泣鬼神动人心的故事。电视剧播之后，引起了极大的反响，特别是其中影像化的祠堂建筑、祠堂艺术、祠堂文化与宗族文化更是为观众所津津乐道，并进一步诱发了对黄山风景区附近徽派祠堂与徽派祠堂文化如宏村、谢村、棠越牌坊群等的倾情关注。《大祠堂》影像化的怀旧与寻根，进一步促进了“后家族时代”徽派祠堂及祠堂文化的开发，也彰显了徽派祠堂与祠堂文化的品牌。

所谓“他山之石，可以攻玉”，浙江祠堂及祠堂文化的影像化策略应考虑以下几点：一是制作有代表性的浙江祠堂及祠堂文化的精美画册、明信片、宣传册与卡片。二是拍摄有代表性的浙江祠堂及祠堂文化的宣传片、纪录片与文化解说片。三是拍摄以浙江祠堂及祠堂文化为背景的既具有传统元素又具有现代元素的为观众所喜闻乐见的电影、电影剧以及网络剧。不管是借助何种形式的图像化策略，浙江祠堂及祠堂文化的传播必须要吻合当下图像时代渐次主流化的“观与看”的审美方式与审美趣味，这才是最主要的。

参考文献：

- [1] 燕中人. 中国文化大博览（中）[M]. 长春：南海出版公司，1991：630-631.
- [2] 费孝通. 乡土中国 生育制度 [M]. 北京：北京大学出版社，1998：6.
- [3] [德] 霍克海默，阿多诺. 启蒙辩证法 [M]. 洪佩郁，蔺月峰译，重庆：重庆出版社，1990：117-118.
- [4] [美] 约翰·费斯克. 关键概念：传播与文化研究辞典（第二版）[M]. 李彬译注. 北京：新华出版社，2004：68.
- [5] 匡文波. 网络传播学概论（第2版）[M]. 北京：高等教育出版社，2004：8.
- [6] 彭亚非. 图像社会与文学的未来 [J]. 文学评论，2003（5）.