

评，尤其是对当下盛行的媒体批评精神层面的要求。现代社会对传统思维方式的不断更新，不能取代文学业已存在的固有价值体系，媒体批评始终是文学批评的一种样态，不能脱离批评而存在。文学批评可以借助传媒的力量扩大受众面，并根据媒体的导向，取舍批评话题，使批评不再高高在上、遥不可及，而能为普通读者所接受。同时，媒体也从文学批评的繁荣中获益，重要的是文学批评不能成为媒体借以炒作的工具，也不能为了追求名利效应而失去文学批评自身主体精神。

无论时代如何发展，批评都是一种立足文本的个性化体验活动，批评家不是停留在对文本所表现的个性化生存经验的复述与再现上，而是要从自身对文本的独特体验出发，发掘文本潜藏的深刻寓意。批评家的这种独特感性认识，不仅对传统学院式批评来说至关重要，对媒体批评更是如此。尤其在媒体竞争如此激烈的文化市场上，是否集可读性与理论化于一身是批评能否长期良性发展的关键，“媒体竞争的深化必然给媒体批评与学院批评的协作和学院派批评家介入媒体批评提供广阔的前景……文艺批评的深度和厚度，完全有可能成为下一轮媒体竞争的据点。”^①随着大众传媒与文化消费的不断

发展和完善，大众传媒与理论批评界要共同面对以何种心态与方式来使媒体批评成为一种合理化的精神文化象征，而不是将媒体批评仅仅停留在文化消费方面，或是一味地对其持有批判、否定态度，是要更多地将视线转向如何完善媒体批评，弥补媒体批评自身学理化不足的缺陷，提升媒体批评的品质。这不仅是对大众传媒影响下文化消费档次的提升，更为文学批评在新世纪如何担负起批评职责和维护学科价值提供了很好的思考角度。

(本文是西北师范大学三期“知识与科技创新工程”创新团队项目阶段性成果，项目编号：NWNU-KJCXGC-SK0303-1)

本文作者：西北师范大学文史学院副教授，中国社会科学院文学研究所博士后
责任编辑：马 光

① 张春林：《传媒语境中文艺批评的话语反思》，《文艺研究》2002年第6期。

Literary Criticism in the Media Age

Han Wei

Abstract As a new criticism style, the literary criticism in the media age began in the 1990s. From its first existence, it has caused lots of doubts about the value and significance of its existence from academic circles of literature. However, the media criticism is a new criticism category, emerging with the rapid development of the information society, therefore the opinions both negative and affirmative are well worthy of attention and consideration among the literary critics. This article attempts to make an academic definition for “media criticism”, and analyze its value in-depth by putting it in the current cultural context.

Key words: the media age; literary criticism; media criticism

观点选萃

在后危机时代语境中省察马克思主义时代化

贺方彬

中共中央党校马克思主义理论教研部博士研究生贺方彬在《后危机时代语境解读马克思主义时代化》一文中指出：在后危机时代语境中省察马克思主义时代化给予我们的深刻启示是：马克思主义时代化不仅是马克思主义自身与时俱进理论品质的内在要求，更是时代变化和现实新发展的客观现实需要，不仅是立足于中国当代实际，破解中国发展问题，创新中国发展理论，指导中国发展实践的中国现实运动，更是跨越国家、民族界限，深入时代深处，揭示时代逻辑，解答时代问题，反映时代潮流，创新世界发展理论，站在时代浪尖上引领时代潮流的世界性运动。在后危机时代语境中解读马克思主义时代化，不仅可以使马克思主义时代化获得宏阔的时代背景，而且更能凸显出马克思主义时代化的特质和深层意蕴，并从这个侧面昭示了马克思主义具有强大的生命力、创造力和感召力。

(周勤勤 摘编)