

消费时代下影视改编中文学功能的变异

蔡 蓓

(东华理工大学 文法学院, 江西 南昌 330013)

摘要:随着我国社会改革发展的步伐,市场经济体制的建立造成文学的市场化、商品化趋势,同时媒体的功能不断膨胀,新的文学载体不断扩展,在文学领域出现了根本性的变化。在现代消费社会背景下,以影视改编为研究对象,探索媒介转换中文学功能的变异,寻找和解答文学未来发展之途。

关键词:消费时代;媒介转换;影视改编;文学功能

中图分类号:J90 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-5322(2012)04-0041-04

消费时代下,越来越多新媒体的出现,传播方式的多样化使文学不再单纯提供阅读的快感和审美享受。文学作品的影视改编已成为一股不可抗拒的潮流。影视改编与文本文学相比,显得更加活泼新颖、内容丰富,广大受众可以从视觉、听觉、触觉等多重身体感官上获得快感体验和审美享受。通过新媒体,文学更容易吸引受众,并实现其营造某种社会热点和流行趣味等的传播目的。当文学需要依靠传播才能够实现其自身价值时,文学功能也日益依附于其承载媒介的传播方式,并随之相应发生变化。

一、文学的认知教化功能弱化

1. 文学的认知教化功能

文学的认知功能,即文学可帮助人们获得多方面社会和人生知识,丰富人们的生活经验,加深人们对某些社会规律和社会关系的理解的功能。文学的教化功能就是文学作品影响人们的思想情感,净化人们的心灵与灵魂,增强人们的道德感的功能^[1]。笔者认为文学教化功能的发挥是以文学认知功能的实现为基础的,二者密切相关,相辅相成。文学往往自觉或不自觉地起着向读者传输知识、传递思想观念的作用;作家大多也会自觉地将自我人生体验或个体对社会的认知灌注到作品中;读者更是常抱着获得新知识、了解新思想,借鉴他人生活体验以关照自我人生以及获得情感共

鸣和精神支持的期望去阅读文学作品;而整个人类文化史,更是文学引导人类走向文明、推动人类思想解放和促进社会变革发展的历史。

2. 影视改编对文本文学认知教化功能的变异

在消费主义大行其道的时代,当崇尚“快乐至上”的消费者们日益寻求感官的刺激和多样化的娱乐享受,当经典名著遭遇彻底的商业运作,影视改编下的文学作品,其文学性日益让位于娱乐性与商业性,文学的认知教化功能必然弱化并退居附属地位。

文本文学主要通过读者对文字的阅读来实现其认知和教化功能。首先,读者对作品人物形象,故事情节,作品所反映的时代风貌、人文风俗等的认知几乎全部来自对文字的阅读;其次,作家所要传达的观念、情感,作品所要传递的主题思想等也往往是在文字阅读中通过读者与作家的精神、情感交流实现的。电影改编是指“用一定的方法把文学的要素转移到电影中”^[2]。这就意味着,影视改编要尽可能地将文本文学中富含的一系列内容用影视化的技巧表现出来。

在影视改编过程中,文学的认知教化功能发生了变化。一方面,文本文学虽然包罗万象,有着丰富的知识和文化信息,但这些只有通过读者的反复阅读才能够真正领会,不同知识、文化水平的读者在阅读时接受的信息是不等量的。而影视改编通过直观的画面,可以让所有观众直观地感受

收稿日期:2012-10-24

作者简介:蔡蓓(1988-),女,江苏盐城人,硕士生,研究方向:文艺消费与传播。

到其中所展现的生活画面、文化信息,并让人印象深刻,影视改编中比较尊重原著的故事情节设计以及演员生动到位的表演,都能使观众对社会生活以及人物形象有更深刻的理解和认知,观众往往在观看完影视作品后会对作品中的人物、情节、主题等进行交流与讨论,这样的切磋和交流能够丰富受众对文学作品的认知程度,就此而言,文学的认知教化功能在影视改编中一定程度上得以扩大;但另一方面,由于影视改编容量的限制,画面设计、意境营造、人物表演、主题表达等方面单一性的限制,不可能将文本文学中文字所营造的“无限”的世界(包括丰富的生活内容、丰满的人物性格、深刻的主题意蕴等)全都表现出来,加上影视改编中改编者二度创作的痕迹,演员表演中渗透的个人对角色的理解和把握,这些都在一定程度上使得影视改编偏离了文本文学的本意,从而使观众对文学作品,包括对人物性格、主题思想、风格意蕴等的认知,都产生一定的偏差,由此来说,文学的认知教化功能在一定程度上又不可避免地缩小和变形了。由于文字所表达的内涵之丰富,意蕴之深厚,难以通过影视语言传达出来,又因为消费社会下观众越来越追求快餐式的视听享受,编导也“投其所好”,注重影视改编的娱乐性和观赏性,影视改编对文本文学所蕴含的深厚意蕴的声像转换还缺乏较为成功和有益的实践,这也是对文学进行影视改编所遇到的一个瓶颈。

总体而言,影视改编对文本文学的认知教化功能缩小了。

二、审美功能深度消失

1. 文学的审美功能

我们欣赏艺术形象和艺术意境时,在感情上受到触动,得到美的享受,从而净化了灵魂,这就是文艺的美悦功能^[3]。审美功能作为文学最本质的功能,是文学相对人而言的主体建构的功能,实现了人类自我表达、心理补偿和自我超越的精神需要。席勒在《美育书简》中这样说:“一部艺术作品的卓越只是在于最大限度地接近于那种审美纯洁性的思想。在我们所能达到的充分自由中,作品总会给我们留下某种特殊的心境和独特的倾向。”^[4]随着人类文化的演进,价值观念的升华,文学的诸种功能也许会逐步淡化与消退,但审美功能会使文学永远保持最内在的精神吸引力。

2. 影视改编对文本文学审美功能的变异

文本文学提供的更多的是通过读者想象建立起来的内视化的虚拟世界,而不是物质性的视听愉悦感受。“阅读会逼迫我们去创造和建构起内视的对象,使心灵‘观看’到的一切充分内化于我们的精神世界与情感世界,从而使我们更为积极主动地同时也更为深入地领悟文学意象的内涵和意义。因此,文学总是能使我们达到更为深刻的历史深度和人性深度。”^[5]尽管文字不能直接带给读者以身体感官上的愉悦和享受,但读者通过文字阅读在意识领域产生的视觉、听觉或嗅觉上的想象和联想同样能够带来感官上的快感以及心灵的愉悦。同时,由于文本文学的接受需要借助于想象,这种内视性的审美使得我们的感官免受定势的约束从而让读者能够获得关于作品的完整的影像。又由于文字阅读所引起的内视性想象总是内在地伴随着人的感情倾向与心理体验,并且潜在地为这种倾向与体验所引导,因此每一个读者在内心深处对文学作品所建构起来的影像世界是完全不同的,也都是非常个性化和理想化的。

影视改编则是诉诸视听感官的物性形象,作品必须借助审美者生理、感官直接获得的愉悦感来达到心理和精神上的满足感。影视传媒能够通过具体可感的声音和图像,构建一个如诗如画的场景,这种媒介转换使得文本文学中的虚拟场景转变成现实的景象,虚拟人物也转变成现实的人物,作品因而获得了生命力和震撼效果。加上各种电脑特技、三维动画、声响效应、电脑制作等高科技应用制造出的现实中不存在的音响和画面,给观众带来一波又一波的视听冲击和新鲜感受,审美从精神转向身体,从抽象转向直观。但是,影视改编中零距离的图像观看,使得文学所塑造的影像世界真实地敞开在观众眼前,而一旦观众被限定于一个可观看的世界中,观众实际上也就被观看所规定、所限定。观众消极被动地在感觉诱导的满足中,与审美对象建立起一种轻率的同时又并不牢固的现实联系。影视改编反映了导演对文学作品所塑造的影像世界的理解,编导们所塑造的影像世界是经过二度创作之后的世界,文学作品中的丰富性、层次性以及深度都降低了,观众接受到的只是具体可感的“这一个”规定性的、单向度的、单视角的且毫无选择性的影像,观众所关照的已经不是作家关照的丰富而深刻的人生。海德格尔敏锐地指出:“根本上世界成为图像,这样

一事情标志着现代之本质。”^[6]所谓“世界成为图像”即指人们以图像化的方式来构造我们的“生活世界”;在很大程度上,“审美化”可以说就是“图像化”^[7]。商家正是看到了人类的感官娱乐消费需求,用越来越新鲜、刺激的声、光、电、像来吸引人们的眼球,扩大影像文化的消费市场,制造影像消费的文化氛围。文学的审美功能已经日益从文字想象引起的身心的愉悦和精神的感悟转向了身体感官即时的刺激与快感。尽管改编影视文学作品也能触发观众的精神震颤与心灵感悟,但更多的来自于直观感受所引起的感性的忧思,而非文字想象所引发的深层的理性思辨。在这种声像化的审美中,视听所带来的感官刺激使得原本文字审美带来的精神愉悦感受淡化,文学的审美功能深度慢慢消失,对影视改编的审美要求也从心理和精神层面降低到身体感官层面,文学审美功能的要求逐渐较低。

三、娱乐功能扩大

1. 文学的娱乐功能

从马克思关于文艺起源于劳动的观点来看,文学在起源之初就潜具娱乐功能,是人们在劳动之余,为了打发和消耗剩余劳动时间和精力而萌发出的一项活动。中国文学的产生可以溯源到原始神话传说和歌谣,文字产生后,与音乐、舞蹈融为一体,诗歌作为最基本的文学形式主宰文坛数千年,多以娱情娱志为创作出发点。到了封建社会,统治者对民众的思想控制加重,供娱乐消闲的文学样式如小说、传奇等都只能在民间暗自生长。近代商品经济的发展,市民阶层队伍的壮大,促使通俗文学如“鸳鸯蝴蝶派”小说在当时兴起并流行起来。

消费时代下,当文学作品被赋予商业属性,文学与其他物质产品相类似的许多特性被逐一发掘出来——文学的平面、感性、刺激、娱乐、休闲等特性,正与许多物质产品提供给人们的消费感受相雷同。各种商人看到了文学消费市场的巨大商机,而作家们则走进了文学创作的困境和迷雾。

2. 影视改编对文本文学娱乐功能的变异

对于影视改编来讲,影视媒介带来的不仅仅是影像屏幕和书籍纸张之间的媒介转换,更多的是文学存在和观赏方式的变革。文学自古以来被赋予了太多功利性和教化的功能,直到20世纪80年代文学仍然需要人们仰视,改革开放与市场

经济的到来,使得文学曾经背负的历史责任和政治重担逐渐淡化,文学日益走下神坛,走向通俗化、大众化和平民化。影视改编不再以深入剖析人性的深度和意义为己任,不再以揭示社会责任和历史使命为宗旨,只注重影视作品本身所营造的影像世界以及对这个世界的真实表达,提倡更多的是娱乐,注重的是观众的休闲消遣的需求。文本文学中的中心、主题、线索、视角等概念在影视改编中统统失去意义,甚至影视改编的创作已不再把审美作为首要价值取向,当话语权从作家渐渐转向了观众,广大的观众群体成了导演和制片人的上帝,娱乐成为其首要的创作宗旨。

在现代消费社会,资本在利益的驱动下对人类的娱乐需要展开了不遗余力的开掘。娱乐艺术的发展承受着来自两个方面的压力,一方面来自于资本,一方面来自于大众。资本喊着要获得利润,大众喊着要获得快感。资本利润是一个不见底的深渊,大众的快感更是个无底洞。文学的娱乐功能自此被一些“有心人”误导为单纯的感官上的快感。文学原本的高级的、复杂的审美娱乐过程被演绎成为简单的、粗鄙的感官刺激和反应,大量影视作品热衷于表现男欢女爱、各种乱伦、通奸、凶杀等情色、暴力场面,以此刺激观众的视觉和听觉,引起强烈的生理反应。其目的自然与由此引起的商业效应紧密相关,然而这类影视作品确是消解了文学愉悦身心、舒缓情感的娱乐功能的初衷。正如韦勒克所说:“文学给人的快感,并非从一系列可能使人快意的事物中随意选择出来的一种,而是一种‘高级的快感’,是从一种高级活动、即无所希求的冥思默想中取得的快感。”^[8]从这一点来讲,文学和其他娱乐活动的娱乐功能并不能等同,文学的乐趣主要在于通过审美得到的自由享受与审美快感。无限放大学术的娱乐功能,甚至让娱乐取代文学,无疑会让我们忽略愉悦感背后更深层次的东西。

四、结语

影视改编对文本文学各项功能在传承过程中发生了程度不等的变异。

首先是文学的认知教化功能。将文本文学的内容以影视化的技巧融入影视作品中,一方面可以使文字所营造的抽象世界变成可视听的具象世界,弥补了由于生活阅历不足、知识文化欠缺所造成的读者对文字所传递信息的接收程度的局限,

影视画面使不同知识、文化程度的观众可以完全地、直观地且印象深刻地接受影视作品所传递的各类信息,文学的认知教化功能在一定程度上得以扩大;但另一方面,影视媒介所营造的“有限”的具象世界又是对文字媒介所创造的“无限”的抽象世界的限制,加上改编者“二度创作”的影响,影视改编不可避免地对文本文学产生一定的误读,造成与文本文学内容的偏差,从这一点来说,影视改编对文本文学认知教化功能缩小了。

其次是文学的审美功能。一方面,影视改编中视听化的表现方式使得文本文学中需要依靠想象、联想才能在头脑中形成的抽象世界以具体可感的画面和声音的形式直观地展现在观众面前,给观众带来感官上的审美享受,文学的审美功能扩大了;另一方面,影视改编过度追求表面的声像效果,注重于视听转换对观众的感官刺激,忽视了对文本文学所蕴含的意境和意蕴的影视转换,影视改编对观众的审美要求降低了,文本文学深度的审美性在影视改编中也逐渐消失,影视改编对

文本文学审美功能缩小,观众从心灵、精神的审美愉悦降低为感官的审美快感。

最后是娱乐功能。消费时代下,影视改编必然要最大限度地满足最广大消费群体的接受心理和欣赏趣味,不得不迎合大众文化素养和文化趣味中的低水平群体,不得不以感官层次的愉悦诉求来争取最大范围的消费指数,娱乐性似乎变成影视改编者和观众们共同的最直接的追求,影视改编对文本文学的娱乐功能扩大了。尽管娱乐功能在扩大,但文本文学中需要读者揣摩、玩味的文字的趣味性消失了,取而代之的是感官所引起的身体、心理上的愉悦。娱乐功能在一定程度上变得浅表化了。

令人宽慰的是,观众们在一波又一波的视听冲击下渐渐感到审美疲劳,心灵的空虚也让他们转向对心灵的追问,他们越来越要求影视改编具有韵味幽长的意境和丰富深刻的思想内涵。而影视改编的实践,也在众人的不断“拍砖”中日趋成熟。

参考文献:

- [1] 鲁枢元. 文学理论[M]. 2版. 上海:华东师范大学出版社,2006:172-174.
- [2] 刘明银. 改编:从文学到影像的审美转换[M]. 北京:中国电影出版社,2008:181.
- [3] 鲁枢元. 文学理论[M]. 2版. 上海:华东师范大学出版社,2006:175.
- [4] [德]弗里德里希·席勒. 美育书简[M]. 北京:中国文联出版公司,1984:113.
- [5] 彭亚非. 图像社会与文学的未来[M]//彭亚非选编. 读图时代. 北京:中国社会科学出版社,2011:146.
- [6] 孙周兴. 海德格尔选集[M]. 上海:上海三联书店,1996:899.
- [7] 张晶. 图像的审美价值考察[M]//彭亚非选编. 读图时代. 北京:中国社会科学出版社,2011:92.
- [8] 巴山. 文学岂能“娱乐至上”[EB/OL]. (2010-03-10)[2012-09-28]. <http://www.chinawriter.com.cn>.

Literature Function Variation of Film Reorganization in Consumption Times

CAI Bei

(School of Law, Donghua Polytechnic University, Nanchang Jiangxi 330013, China)

Abstract: With the pace of social reform and development in China, the establishment of a market economic system caused the literary marketizing, commercializing trends, media features expanding, the continuous expansion of the carrier of the new literature in the field of literature. There is a fundamental change in literature. In the context of modern consumer society, to explore the film reorganization, to research media variability conversion in the literature will be helpful to the future development of literature.

Keywords: consumption times; function variation; film reorganization; literature function

(责任编辑:李开玲)