

Doi:10.20063/j.cnki.CN37-1452/C.2023.03.012

传统文化视域下文学的电影化传播策略研究

魏李梅¹,李萌羽²

(1. 曲阜师范大学 传媒学院, 山东 日照 276800; 2. 中国海洋大学 文学与新闻传播学院, 山东 青岛 266100)

摘要:传播传统文化是我国电影创作的重要使命之一。相较于文字介质,电影媒介在受众的广度和传播速度方面更具优势。目前国产电影优秀原创剧本匮乏,无法满足电影生产的需求,而浩瀚的文学作品历来是传播传统文化的重要媒介。在当前媒介融合的趋势下,把优秀的文学作品搬上大银幕进行二次传播无疑是传播传统文化的一举两得之选。为更好地传播优秀传统文化,文学改编电影应注重价值引领,在电影母本选择上坚守内蕴为王;尊重大众文化需求,在电影改编中坚持故事为本;遵守电影规律,电影叙述中灵活运用电影类型;倚重新媒体,在电影宣发上拓宽信息渠道。

关键词:传统文化;改编;传播策略;新媒体

中图分类号:J904 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-8039(2023)03-0083-05

近些年来随着数字技术的快速发展,电影的生产 and 发行模式都发生了巨大的变化,网络新媒体的重要地位日益凸显。新媒体遵循“便利”逻辑。“便利制度逻辑的关键在于消费者使用流媒体时的‘便利’,这里的‘便利’包括使用时间、空间上的自由,以及流媒体服务近乎无限的在线存储能力,消费者可以在任意时间、任意地点和任意设备,包括平板电脑、电话、个人电脑或智能电视,在海量电影目录中随意点击选择自己喜欢的电影观看。”^[1]流媒体平台这种无可比拟的“便利”优势使其成为电影发行的重要渠道。电影以其“大众化”属性素来是传播中国传统文化的重要介质,在网络新媒体生态环境下,提高电影的质量和利用好新媒体的宣发渠道则显得尤为重要。目前国产电影优秀原创剧本匮乏、无法满足电影生产需求是客观现实,而浩瀚的文学作品历来是传播传统文化的重要媒介。把拥有优秀故事基础、能够传播传统文化的文学作品搬上大银幕进行跨媒介二次传播,无疑是传播传统文化的重要途径。

一、注重价值引领,在电影母本选择上坚守内蕴为王

在新的历史机遇下,经济发展绝对是硬道理,

思想文化领域价值观念的引导则尤为重要。优秀传统文化是我国电影创作取之不尽用之不竭的思想源泉,对内它可以增强民族凝聚力和民族自豪感,对外则可以透过电影作品向世界展示中华民族源远流长的文化哲学魅力,提升中国国家形象。弘扬传统文化是当代电影的责任,更是我国电影发展壮大的根基。

优秀的文学作品因其理性的、抽象的叙事,其故事思想内容层面更加合理、详实而丰富,由这样的文学作品改编而成的电影在思想内容层面通常会深厚、饱满的,为电影传播中国传统文化打下坚实的故事基础。因此,精挑文学母本,把优秀的文学作品搬上大银幕进行二次传播是已经被电影创作实践证明了的行之有效的途径。中国古代文化思想博大精深,其思想精华成为世界文化遗产的一个有机组成部分。“中国文化的优秀传统是中华民族屹立于世界文化之林的依据,如果丧失了文化的优秀传统,也就丧失了民族自立的根基。”^[2]¹²⁵ 习近平总书记也曾经强调指出:“要认真汲取中华优秀传统文化的思想精华和道德精髓……深入挖掘和阐发中华优秀传统文化讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同的时代价值……”^[3]¹⁶⁴“仁义”是儒家哲学思想的核心

收稿日期:2023-01-29

基金项目:国家社会科学基金一般项目“新时期以来文学的电影化传播研究”(17BZW164)

作者简介:魏李梅(1971—),女,山东日照人,文学博士,曲阜师范大学传媒学院教授、硕士生导师;李萌羽(1968—),女,山东莒南人,文学博士,中国海洋大学文学与新闻传播学院教授、博士生导师。

概念。一些文学改编电影在弘扬儒家“仁义”思想方面已经取得了不错的成绩,如《荷香》《斗牛》《宝贵的秘密》等电影都对“仁义”思想有充分的诠释。《论语》中言:“孝弟也者,其为仁之本也!”可见儒家学说对家庭伦理道德的推重。陶少鸿的小说《新寡》即是把孝悌作为小说的第一表现主题,戚健据之改编后的电影《荷香》(2003)进一步突出了人物形象的塑造,在传达“孝悌”的伦理思想之外,还同时表现了荷香“重精神、轻物质”的新时代自立自强的精神。管虎导演的《斗牛》(2009)改编自赵冬苓的《八路牛的故事》,牛二因抓阉被选为负责照顾八路军留下的一头奶牛,自此他恪守承诺,在艰难的事中始终以保护“八路牛”为己任。

与“仁义”密切相连的另一个概念是“中庸”,其兼具价值判断和审美标准的双重意味。文化史家庞朴以质朴的语言把“中庸”的“中”解释为真善美:“中”字既是价值判断上的善良,也是事实判断上的真实,而动态的“中”字又带有美的意蕴^{[4]125-126}。因而真善美的人往往也是深具仁义品格之人。21世纪以来有不少导演以“中”的审美境界为目标打造出了独具个人风格的电影作品。东西的小说《没有语言的生活》人物形象鲜活,人物关系设置有趣,内涵多元。小说以双线索展开,其中主脉是叙述一家三口尽管身有残疾,但他们内心纯净、纤尘不染。父亲王老炳看不见,儿子王家宽听不见,走进他们生活的女孩蔡玉珍则是个哑巴,失明失聪失语的三个人独自一个人时是无助的、弱小的,而当他们居住在一个屋檐下互助互补,竟如同一个没有任何缺陷的人一样完美无缺、和谐自然。故事中还有作为对比存在的身体健全却内心懦弱、缺乏担当的人物形象。小说传达出一种平衡的观念,正是这样一个特别的故事,使导演蒋钦民着意发掘出了“中庸”之美。其导演的《天上的恋人》(2003)典型地体现出“中庸”的价值取向和美学原则。《天上的恋人》借用原作《没有语言的生活》中的人物关系,而创作主旨却由原来的写实批判变成了对真善美的歌颂。小山村山谷里白雾升腾的美丽景象,主人公纯净美好的内心世界,村里纯朴的唱山歌的求婚仪式,简单的人际关系,共同构成了一个极富审美意味的生活形态。电影删去了小说中村里年轻人、小孩子的一些恶行,突出了王家宽、朱灵、蔡玉珍之间的三角关系,以此展开故事,突出人物的美好内

心世界,赞美他们身体残缺但心灵却无比富饶的人生境界。王家宽的美在于他的纯和真,他是拥有赤子之心的人。蔡玉珍则是“中”的内涵——真善美的完美化身。遵循“中庸”之道的还有霍建起导演的《暖》(2003),该作品对莫言小说《白沟秋千架》作了成功改编。

二、尊重大众文化需求,在电影改编中坚持故事为本

新时期以来,改革开放的不断深化和市场经济的深入发展催生了大众文化在中国的繁荣态势。“全面改革包括了政治、经济、文化各个领域的改革,也包括全方位的对外开放。社会文化生活中的‘大众文化’现象,正是在改革开放的大潮中成长起来的新事物。”^[5]尽管法兰克福学派的阿多诺和美国的文化批评家麦克唐纳等人对大众文化持消极的批判态度,而伯明翰学派的雷蒙德·威廉斯对大众文化却持有积极的态度,他对社会上对大众文化存在的一些偏见和歧视进行了逻辑上的证伪和反驳,强调应该辩证地看待通俗文化,既要承认大众文化有“低劣”的一面,但更应该认识到其“好”的一面。由此,雷蒙德·威廉斯突出了大众文化的积极意义^{[6]374-416}。21世纪以来商品经济时代尤其是后现代文化影响下的大众文化在中国呈现出勃勃生机。作为大众文化的一种载体,电影无疑进入了它的黄金时代。电影本身兼具娱乐、审美、宣传、教育等功能,毋庸置疑,娱乐是电影的一个基本功能。大众文化本质中最重要的一面,即显而易见的事实是,它是一种视觉文化,而不是印刷文化^{[7]112}。大众文化的流行影响并培养了受众的观影偏好。同时社会生存的压力对受众的喜好也不无影响。轻松幽默或感官刺激强烈的电影成为大众消费的主流,故事化、娱乐化的电影作品受到大众的追捧。要想发挥电影传播传统文化的功能就必须尊重普通大众对电影故事化、娱乐化的需求,在把文学改编成电影的时候首先要从受众角度出发,充分考虑到受众偏爱故事化、娱乐化的客观现实。

情节曲折、细节丰富、故事线索明晰的小说给与导演更多的取舍自由,但如何取舍、增减和改变却需要不断的思考和完善,才能成就一部成功的电影。导演王浩一执导的电影《宝贵的秘密》改编自凡一平的中篇小说《撒谎的村庄》,电影秉承了小说的主旨,但是在结构、具体情节、人物设置

上作了一些改动,使电影更具可观赏性,主旨表达也更统一。小说是顺叙,而电影则改成了倒叙,电影以宝贵去世后两个孩子整理他的遗物,发现一卷胶卷,从而惊讶地发现作为小学老师的父亲蓝宝贵竟然曾经是北大的学生为线索展开。父亲的一生有着怎样的秘密?围绕这一谜团,电影讲述了宝贵至“仁”至“义”的故事:他在明了真相后依然留在了山村教书育人,而自己非孩子亲生父亲的事实也变成了他心中永远的秘密。

与文学作品相比,电影的“大众”媒介属性尤为突出,它的受众准入门槛相对更低。但也正因为其受众面更为广泛这一特点,在文学改编成电影的时候一定要充分考虑到媒介的“大众”属性,对小说故事中一些负面的信息要进行合理删改,有意识地正面引导受众,弘扬优秀传统文化。东西的小说《没有语言的生活》、莫言的小说《白狗秋千架》、北北的小说《请表扬我》、张平的小说《凶犯》等被改编成电影时在这一点上均处理得极为恰当。以《白狗秋千架》的改编为例,小说的基调是压抑的、审丑的,改编成电影《暖》时,作品的基调变成了唯美的、淡淡忧伤的。暖的残疾被弱化,暖的眼光不再“很恶”,暖对男主人公井河多了自尊和宽容,井河给予了暖的孩子以希望,从而很好地表达了电影“暖”的主题。从《白狗秋千架》到《暖》,主人公暖的生活也由绝望的灰色转变成忧伤中蕴含着的一抹暖色,小说中的“丑”变成了电影中的“中庸”之美。

电影作为大众文化的一种载体,大众文化的流行无疑会深刻影响着电影产品的生产和传播,同时也会潜在地培养着电影受众的审美偏好。

三、遵守电影规律,电影叙述中灵活运用电影类型

从20世纪90年代开始,中国电影行业的机制改革逐渐展开,21世纪以后电影产业的市场化运行模式逐渐走向成熟,电影生产开始走向类型化。“类型是市场经济的产物。由观众自己选择电影,被多数人反复选中的影片模式,就形成了特定的电影类型。”^{[8]267} 类型电影是一种“带有文化性质的工业制作,它的生产模式主要取决于商业利益而不是艺术水平,票房——消费层面的反应,往往操控某种类型电影的命运”^{[9]10}。同时,类型定义的流行又具有时代性。我国20世纪20年代武侠片、古装片等类型电影的创作就曾轰动一时。

进入21世纪以后,在新的经济文化环境下,我国类型电影的发展极为迅速,喜剧片、动作片、武侠片等类型都有众多佳作涌现。

类型电影因其在主题思想、故事情节、人物类型、影片场景和电影技巧等方面具有明显的相似性^{[10]3},因而从剧本创作到电影制作都有较为成熟的路数和经验可资借鉴,从而更易获得市场的认可。类型电影的成功经验和创作手法不仅对商业电影有积极的指导意义,同时它的创作理念、类型元素和创作手段还渗透、影响着文艺电影的创作。如小说《双驴记》写的是知青马杰下乡时和两头驴之间的恩恩怨怨,马杰对驴的虐待遭到了两头驴黑六黑七的不可思议的报复,重在叙说乡间传奇。改编后的电影《走着瞧》(2009)披上了喜剧片的外衣,挖掘并强化事件的幽默因子,以喜剧的形式表达了“天人合一”“万物平权”的严肃主题,电影重在幽默和悲情。管虎导演的电影《杀生》(2012)改编自陈铁军的中篇小说《儿戏杀人》,一个警察破案故事被管虎改编成一部蕴含着浓郁人文情怀和深刻文化反思精神的电影作品,电影在人物妆容、肢体动作上有喜剧搞怪的一面,然而电影传达的却是深刻严肃的主题。同样管虎改编的电影《斗牛》以黑白画面和彩色画面交替相间进行叙事,极富艺术个性。他同样启用了自带喜感的演员黄渤,然而电影却是一部反思传统文化的力作。冯小刚的《唐山大地震》(改编自张翎的小说《余震》)和《集结号》(改编自杨金远的小说《官司》)同样是文艺片与商业类型片相杂糅的成功范例,它们以灾难片和战争片的状貌开场,却叙述着情感细腻的人性人情的故事。不同类型电影的区分并没有严格的界限,类型电影本身的分类方法就是“相互交叉和相互重叠的”,同样,“大部分电影使用的类型元素是交织合并的”^{[11]70}。在类型上相互融合、相互借鉴更容易创作出精彩的电影。如《天下无贼》兼具犯罪片、动作片、剧情片之优点,既带给观众犯罪片的悬疑期待,又有着动作片的视觉酷炫,同时作为一部剧情片,它又能引导观众进行反思。电影放映后带给观众最大的惊喜和更多思考的是一位寂寂无名的新人王宝强。电影中王宝强堪称是农业社会背景下村民淳朴人性“善”的一个象征符号。傻根的“傻”与现代社会中人们之间的猜忌、欺骗、窃取形成鲜明的对比。唯有内心纯净的傻根才能与自然万物共生,获得群狼的信任。电影中窃贼王薄、

王丽的美术和建筑设计专业毕业的教育背景以及异于常规的行窃动机和方式使电影平添了丝丝文艺小清新的气息。从傻根的线索看无疑是对传统价值观“善”的肯定,“善”有巨大的濡染力,纯良的“善”能使窃贼转变成对抗大盗的“英雄”。《天下无贼》融合了不同类型电影的特质,多线索交织缠绕、相互映衬,带给观众视觉享受的同时更带给了观众深深的思索,使电影既好看又引人深思。

类型化和类型融合是电影市场化发展的必然选择。但未来无论国产电影的类型化探索有多深入多成熟,民族传统文化都应该是其永恒的底色,惟其如此才能拥有中国特色的类型电影。

四、倚重新媒体,在电影宣发上拓宽信息渠道

新媒体时代受众的地位变得格外重要,“以受众为中心”成为电影生产和发行的关键原则。要做到以受众为中心,首先要重视电影与当下社会现实的链接。这种链接可以直接表现为以现实生活为题材,但更广泛意义上是电影所传达的思想精神、情感心理、价值倾向等能够引起当下人们的强烈共鸣,能够让观众在看电影的同时有所思考。如黄建新执导、旨在反思传统美德的电影《求求你表扬我》(2005)改编自北北的小说《请你表扬》,表面上主人公杨红旗执念至深地要求一篇表扬稿,看似荒谬而不符合现实生活的逻辑,然而它却是真切而又深刻地反映着社会生活和人的变化。受害者对事实真相的失口否认,杨红旗由善举到恶行的行为变化,记者对杨红旗善恶皆不相信的态度,以及电影结尾杨红旗父亲的重生,凡此种种无不令观众深深思考,而电影结局的光明尾巴则会引导观众坚定善良终有好报的信念。

同时,新媒体时代电影的发行渠道更加灵活多样,众多电影放弃院线发行转而采取直接投放新媒体平台发行的策略,而新媒体发行的电影要做到分众化生产。以受众为中心有利于电影制作时在类型选择、叙事方式、主题意蕴、电影风格等方面有的放矢,更容易达至受众的期待视野。观众在欣赏电影之前“必定预先存在着给定的生活境遇、文化背景下逐渐垒成的人生经验、文化修养、审美惯例等理解的基础”^[12],而满足受众期待视野的电影作品才会赢得市场的青睐。手机、平板电脑等可移动新媒体因其便利深受年轻受众的青睐。在电影受众年龄层次的定位上要以年轻受

众群体为主,同时也要兼顾其他年龄受众的需要,依据“数据分析”和“推荐算法”使直接投放新媒体的电影生产做到有的放矢,受众定位准确。

再者,在电影的宣传和发行方面要充分利用新媒体渠道。文学改编电影在新的媒介生态环境下要充分认识到网络新媒体宣传和发行的重要性。我们可以看到2023年春节档院线电影的宣传既重视传统的路演、电视媒体的宣传,同时各新媒体平台的宣传也极其热闹。院线电影春节档的竞争十分激烈,在我国从无到有差不多已经走过十个年头。1995年《红番区》在大陆上映,与电影同时引进的还有“贺岁档”的概念。2002年张艺谋导演的《英雄》在贺岁档上映产生了真正意义上的国产商业大片。其后,2013年《西游·降魔篇》成功引爆了电影对春节档期的竞争。电影上映档期非常重要,然而档期并非是决定电影成功与否的关键,选择哪个档期上映一定要根据电影内容、受众定位等仔细考量后决定。《流浪地球Ⅱ》的成功撇开故事、视效、价值观等因素之外,新老媒体的合力宣传无疑是电影成功的一个重要保障。该影片不仅有主创团队的路演宣传、电视媒体的宣传,同时主创团队还在抖音、B站等新媒体平台上进行直播宣传,并通过赠票等方式快速增加受众数量,从而达到宣传的目的。

最后,新媒体生态环境下,受众对电影的“参与”将成为文学改编电影的新的增长点和重要发展方向。一部由文学名篇改编而成的电影往往潜在地拥有一大批粉丝,电影改编前粉丝们通过讨论和建议感受参与改编的乐趣,一定程度上影响到导演对电影的改编。电影上映之后粉丝们还可以通过主题公园、视频游戏等方式进一步与改编电影形成互动。而新媒体环境下一种新的受众参与改编的方式则是电影中故事直接预设了不同的结局,受众在故事发展到关键节点时通过手中按键器按钮的选择可以改变电影中人物的行动方向,从而改变故事的“逻辑”发展走向,同时受众会跟随电影中人物身临其境般体验到电影的情景,这种逼真的“参与”式改编为未来文学改编电影提供了新的努力方向。

注重电影母本的价值、尊重大众文化需求、尊重电影类型化规律以及充分利用新媒体渠道是传统文化视域下实现文学的电影化传播的重要议题。一方面,当下中国的经济实力和国际地位越

来越受到全球的关注,把文学作品搬上银幕具有重要意义。以电影为媒介向国内外弘扬中国传统文化,不仅能够推动中华文化更好地走向世界,让世界认识中国,提升中国的软实力和中国的国际影响力,同时也能提高“人类命运共同体”的意识。另一方面,在全球化的时代,电影作为电子媒体为大众想象世界提供了崭新的方式,这种“视觉范式”的转变也促进了传统文化的现代性转换。电影对传统文化的现代性塑造,是将传统文化符号以一种新的方式展现,这也是国产电影的新发展与新探索。而讲究传播策略、质量上乘的电影才是获得受众最终认可乃至中国电影走出去的根本保障。

参考文献:

- [1] 魏李梅. 院线 VS. 流媒体: 好莱坞电影发行趋势分析[J]. 当代电影, 2022(2).
[2] 张岱年. 晚思集[M]. 北京: 新世界出版社, 2002.

- [3] 习近平. 习近平谈治国理政: 第一卷[M]. 北京: 外文出版社, 2018.
[4] 庞朴. 中国文化十一讲[M]. 北京: 中华书局, 2011.
[5] 李翠贤, 姜忠. 改革开放与“大众文化”研究[J]. 社会科学研究, 1999(2).
[6] 雷蒙德·威廉斯. 文化与社会[M]. 吴松江, 张文定, 译. 北京: 北京大学出版社, 1991.
[7] 丹尼尔·贝尔. 资本主义文化矛盾[M]. 严蓓雯, 译. 南京: 江苏人民出版社, 2012.
[8] 胡克. 中国电影理论史评[M]. 北京: 中国电影出版社, 2005.
[9] 郑树森. 电影类型与类型电影[M]. 南京: 江苏教育出版社, 2006.
[10] 蔡游飞. 美国电影研究[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2004.
[11] 麦特白. 好莱坞电影[M]. 吴菁, 何建平, 译. 北京: 华夏出版社, 2005.
[12] 黄光伟. “期待视野”与接受主体审美心理结构的建构、调整[J]. 北方论丛, 2001(3).

Research on the Communication Strategies of Films Adapted from Literary Works from the Perspective of Traditional Culture

WEI Limei¹, LI Mengyu²

(1. School of Communication, Qufu Normal University, Rizhao 276800, China;

2. School of Literature, Journalism and Communication, Ocean University of China, Qingdao 266100, China)

Abstract: Disseminating traditional culture is one of the important missions of Chinese film creation. Compared with the written medium, the film medium has more advantages in the breadth of the audience and the speed of transmission. At present, the excellent original scripts of domestic films are lacking and unable to meet the needs of film production, and a great number of literary works have always been an important medium for disseminating traditional culture. Under the current trend of media integration, the choice of putting excellent literary works on the film screen for secondary dissemination is undoubtedly a win-win strategy for disseminating traditional culture. In order to better disseminate excellent traditional culture, while adapting the films from literary works, we should pay attention to the value guidance and take the content as the basis in the selection of film scripts, respect the demands of mass culture and stick to the story as the basis, abide by the film rules and use film types flexibly in film narration, and rely on new media and broaden information channels in film promotion and distribution.

Key words: traditional culture; adaptation; communication strategy; new media

(责任编辑 合壹)