



NUAA2011039796

Z427
1033 (2010) - (39)

艺术学院



2011039796

艺术学院 2010 年论文汇总

序号	姓名	职称	系、所	论文名称	刊名	时间
1	肖平	教授	新闻传播学系	创意短片空间诸元素的构建	中国电视	2010 年 8 期
2	罗良清	副教授	新闻传播学系	全球化语境与我国电视财经频道的专业化	电视研究	2010 年 6 期
3	罗良清	副教授	新闻传播学系	寓言文体解读	湘潭大学学报	2010 年 2 期
4	吴志斌	讲师	新闻传播学系	如何缩短对农节目与农民之间的“距离”	新闻世界	2010 年 2 期
5	吴志斌	讲师	新闻传播学系	网络新闻评论系统的模型建构与优化策略	新闻界	2010 年 2 期
6	吴志斌	讲师	新闻传播学系	对农节目创作的视角选择	青年记者	2010 年 3 期
7	吴志斌	讲师	新闻传播学系	论屏幕媒介环境下的大学生媒介素养教育	现代教育技术	2010 年 4 期
8	吴志斌	讲师	新闻传播学系	为传播而艺术——当代艺术精神的新纬度	南航学报(社科版)	2010 年 04 期
9	吴志斌	讲师	新闻传播学系	网络新闻留言板的版面编辑研究——以新浪网为例	东南传播	2010 年 10 期
10	吴志斌	讲师	新闻传播学系	山寨网络剧的历史嬗变及趋向	今传媒	2010 年 11 期
11	吴志斌	讲师	新闻传播学系	再论科技新闻报道的传播理念	现代视听	2010 年 11 期
12	张利华	教授	美术系	美术文化的“大设计”观	作家	2010 年 03 期
13	张其凤	教授	美术系	刘墉书法丛议	中国书法	2010 年 06 期
14	张其凤	教授	美术系	刘墉的书法艺术与历史地位	书画艺术	2010 年 02 期
15	张其凤	教授	美术系	郑玄：经学大师 风雅绝代	儒风大家	2010 年 01 期
16	张其凤	教授	美术系	境由心造 意在宋元——杨中良画风的当下意义	艺苑弥珍	2010 年 08 期
17	姚义斌	副教授	美术系	上古“树”图像的功能探讨	民族艺术	2010 年 4 期
18	姚义斌	副教授	美术系	即色、无心和澄怀味像；上古“树”图像的功能探讨	南航学报社科版	2010 年 12 卷 1 期
19	张春华	讲师	美术系	论西方色彩艺术理论与实践的启示	美苑	2010 年 06 期
20	张春华	讲师	美术系	光色与气韵的交汇——论水彩风景画意境的营造	大众文艺	2010 年 12 期
21	赵中建	讲师	美术系	景观艺术的审美思考	文艺评论	2010 年 06 期
22	赵中建	讲师	美术系	郊区城市化进程中自然景观的开发与控制	艺术探索	2010 年 05 期
23	王宗英	讲师	美术系	关于“绘事后素”所揭示的教育学意义	大众文艺	2010 年 6 期

24	王宗英	讲师	美术系	傅抱石作品投资分析	收藏与投资导刊	2010 年 8 期
25	王宗英	讲师	美术系	六朝社会风气与六朝仕女画风	东南大学学报哲学社会科学版	2010 年 12 卷 06 期
26	王宗英	讲师	美术系	气势撼人豪气大一王昊山水画观后	度优生活	2010 年 10 期
27	王宗英	讲师	美术系	名垂竹帛、神寄丹青	郑奇纪念文集	2010 年 06 期
28	王宗英	讲师	美术系	装饰中的生命精神—陈之佛花鸟画艺术及市场分析	收藏与投资导刊	2010 年 12 期
29	朱晓玲	讲师	音乐系	幼儿钢琴教学中视觉与其他感觉配合的训练	琴童	2010 年 05 期
30	才漪	助工	机关	C 语言程序调用 Fortran 语言程序的方法与实例	电脑知识与技术	2010 年 06 卷 31 期

影像空间构成元素构成

■ 肖 平 全真真

20世纪是艺术形态纷繁的世纪,已经没有人可以质疑技术的不断革新为艺术带来的观念与形态的巨大变革,甚至在某种程度上可以说,媒介的变革带动了观念的同步更新。海德格尔将20世纪初电讯文字和影像传播为人与世界的关系带来的巨大变化精辟概括为“无距离”,在数字化时代的今天,这种“无距离”已经从空间延伸到时间,甚至消解了各种艺术形式之间的边界。从电影诞生初期卢米埃尔兄弟“活动照相”中最素朴的记录,到近代一分钟录像艺术对观念表达的追求,现如今新媒体语境下的数字短片已然成为一种架设在传统与现代艺术之上的影像物质呈现。它从早期电影与一分钟录像艺术中获得了短片的知觉形式,即时间的形式规定性所影响的叙事策略,而数字技术的介入,又使得数字短片在影像画面空间域的开拓上获得了更大的自由与表达的可能。这种前所未有的自由与可能性的获得并不会使得数字短片成为一种新的艺术类型,或者建立某种全新的影像规则,而是通过对传统艺术惯例的挑战,通过对原有影像时空关系的创造性选择与组合,最终呈现科学与艺术相结合的影像空间,是通过“破”而实现的“立”。

关于数字短片空间构成问题,也是数字短片研究的核心,突出体现在时间的最小单位与空间的最大化。

一、创意性材料组合追求空间的最大化

社会物质的发达带来精神的开放,艺术领域中

的二元对立模式逐步被中心消散的多元结构所取代,造型艺术走向更加元素而强烈的形式感,同时现代技术的发展也使得影像空间从单一的摄影机现场材料向更加多元的代言性影像物质开拓。在数字短片中,摆脱了故事传统叙事的沉重启承后,多种形态的影像材料本身就成为故事构成的主体。

数字短片《Tango》在不到十平方米的室内和七分钟的时间长度中,由三十几个不同人物完成了一个人一生的所有动作和历史,从人类的正常生活到极端生活,在极度的时间与空间压缩中呈现。短片构成主要由室内活动中的人物贯穿动作,材料为不同人物及其叠加与合成。材料的构成主要由两个层面,一是现实人物贯穿动作层面,二是数字影像技术与艺术合成层面实现的,并实现其短片创意。在此,人物具有创意的贯穿动作及其意义是短片的重要材料。

同样,短片《复印机》也是把短片的材料建立在虚拟的人物动作上,故事讲述的是一男子办公复印,复印机老旧,猛烈踢打后复印出一张失败的黑色圆,男子随手放在一边,然后习惯性地取茶杯喝水,不料手伸入到黑色圆下方并形成了一种穿越,由无意识的动作产生有动机的想法,并形成有目的的动作,将一次失败行为和无意识动作,转化为超越道德层面的思想与行为,最终完成短片的创意。

短片《世纪》中,制作者在媒体技术与艺术现实之间,重新建立了一个视觉现实,由过去时空的照片和现实时空的场景碎片拼贴剪辑,在一个固定不变的现实时空中,还原过去时空中旧建筑逐渐向现实

时空的新建筑景观过渡的演变，形成一个缓缓走向今天的世纪变迁过程。作者认识过去时空的眼光是非常具有创造性的，作者利用现代数字技术，重新组合通过压缩时间来换取空间构成材料，通过超越时空，进而超越了历史与现实。

关于数字短片空间形态的创意性组合构成指向，捷克动画大师杨·史云梅耶的创意尝试形成短片应有的意味，他赋予石头、泥巴、食物等各种物质材料以人的性灵，同时把“人”与影像的物质材料物化，打破两者间的差异，并进行符号化、变形、重新组合处理，形成新的意义指向。数字短片《石头的游戏》中，一个石头被时钟吐出来，掉到桶里，开始分裂、衍生，变成众多的石头，众多的石头组成不同的几何图形变化着，然后从没有底部的桶里落到地上，成为又一堆石头，接着又重新开始，分裂、衍生、变化、组合，形成两个人的头像，互相吞吐，再一次掉落到地上，地上的石头越积越多，形成开放式的可循环结局。整个数字短片没有对白或者旁白，作者将观念转化成纯粹的视觉图式，通过不断裂变的石头“说话”呈现，呈现出时间与空间的结构与概念关系。

数字短片对材料的使用不仅体现在其形态的丰富多样，更在于对日常材料的创造性与颠覆性改造。正如数字短片《Tango》、《世纪》、《石头的游戏》等，通过变形与重组，赋予了时间与空间一种新的视觉含义，其构成形式就成为了材料本身，其空间也在时间的压缩中实现了最大化。

二、凌乱而有次序的事件序列

“不确定性”成为现当代影像艺术的关键词。在传统叙事序列中，事件的时间是线性的，而创意短片的事件序列则追求时间的最小单位与空间的最大化。严格地说，事件联系是建立在反规则基础上的“凌乱而有趣”效果。

数字短片《西瓜》用三分钟讲述了一个男子的梦境，短片以梦的无次序和凌乱有趣来排列“梦境”。短片在开始便建立了一个男子在梦中的对比镜头，水塘中青蛙的近景、男子惊醒、生锈的水管滴水、男子在废墟中奔跑。按照传统叙述方式，梦境最清晰的表述是这样的事件序列：熟睡——梦境——惊醒，或

者是梦境连续镜头。短片情节就在梦境——惊醒的替换中展开，水塘中青蛙与水管滴水形成切断，打破连贯性，制造梦境（事件）的所有意外，使短片获得应有的多义与不确定。

短片《新娘》以“连贯”的并列突围事件的逻辑，重叠凌乱意旨。三分种的短片由一个镜头连续完成，通过镜头视角的不断转变来牵引事件运动，同一的连续时间里切割出三个完全不同的时空：从新娘的视角开始，并建立起回忆；由同期声制造的室内现实；花园中的青年男子跳出婚礼的现实。短片以一种最真实连贯的表现方式（长镜头）改造出了异常跳跃的三个时空，三条原本明晰的叙事线索在一个连续的时空中追求突变与并列，从而突出短片的创意。

巴塞尔姆通过小说的人物之口说出了那句被广为流传的创意原则：“残片是我唯一信任的文学形式。”^①可以说，这种突破有次序达到一种创意次序是创意短片的基本形态。影像物质材料的碎片化、事件安排的突变形成的开放式文本，文本的残断形成的记忆达到喻指。

《条码帝国》用一分钟结构38个镜头，镜头被拼贴在无序的排列组合中，铁栅栏、斑马线、并列的叉子、密布的电线、移动的光线柱、林立的高楼等等。这些看似毫无关联的事物被拼贴在同一时空，一个碎片建立在另一个碎片的出现中，彼此联系推动，38个碎片就组成了一个“条码帝国”，所有的材料都只被看做是条码状的“物”，而非其本身，“整个城市就像是条码的帝国”就这样被安排。

德国导演迈克尔·哈内克在其52秒的创意短片中，追求无次序的排列，短片除片头字幕外由一个52秒连续的固定镜头构成，镜头始终保持对电视机的正面拍摄，电视机的屏幕频道不断切换，同一频道的画面自然切换。在此，形成摄影机拍摄时空，电视机内部画面的时空，电视机拍摄时空与观看电视的画面时空结合，摄影机最大限度地保证了现实时空与非现实时空的统一，从而创意性地实验了一种短片观看。

创意短片并不是要体现这一无序的组合本身，而是追求材料的对抗性和异质性，组合的无穷无尽最终导致创意的开放，材料被延伸、被对抗，从而形

成一种具有对抗性质的材料关系。张艺谋的《百年中国》就是这样,在一分钟内,镜头保持客观、固定、异质对抗和独立的连续,时空完整而统一,契合百年中国的演变历程。

2009年10月在韩国大田市立美术馆举办的一场题为《DIY Universe》的数字艺术展上,展出的一系列创意影像及装置作品均体现出上述特质。作品《一号》展示了一个类似于宇宙空间的场景,陨石一次又一次地缓慢地落地,观看者置身此间,遥不可及的宇宙空间与现场观看者共存呈现与体验。另一部展示作品《거북선^①》则是以韩国民众最为熟知的、最具韩国代表性的龟甲船作为原型进行改造。船身原有的六角型甲片全部由老旧的电视机所代替,古时的炮口变成了当代展示的窗口,而主炮口的位置则被一台便携式摄像机所代替。整个船身的结构并未改变,电视机也与“甲片”有着相近的形状。影像展示要点在于共同时空的置换,最现代的电视机组合与最古老的龟甲船原型置换,“甲片”与电视机、荧屏与炮口,武器的攻击式与电视机的展示和记录形成完美整合。

在此,零碎而有次序的组合成为创意短片的知觉点。

三、最小化:一分钟创意短片

创意短片的形态,说到底就是围绕着最小的时间单位与空间形态的最大化展开的。如何在最短时间内实现空间最大化,是一个效率命题。

首先,相对于用不同镜头剪辑组成的段落,短片中的组合物质“可以避免严格限定观众的知觉过程,它是一种潜在的表意形式,注重通过事物的常态和完整的动作揭示动机,保持‘透明’和多义的真实”(《电影艺术词典》,中国电影出版社,1986年,第68页),短片构成物质正是建立在这种透明与多义上。

其次,这种透明与多义性就使得每一个画面被压缩到戏剧性解读的层面,注重发挥客观现实印象自身所具有的表意潜能,注重运用一个画面内部的时间压缩带来的空间扩展所有的影像表现力。

第三,创意短片就是期待在最短时间内完成对故事创意点的诉求,因此,时间就决定了空间的形

态。如创意短片《中学星》,这部短片中制作者将影像外在的因素降低到最小层面,时间只有十秒,色彩只有黑白两种,空间只有操场一个场景。作者在最大程度上建立影像视觉阅读的简化基础,追求影像空间在一个场景,十秒时间相同的人物设计、黑白二色和重复性节奏等方面形成视觉注意,在最小时间单位中通过压缩时间延长了时间,在差异视觉中形成积累,创意性的动作在减略中形成了加速运动,这种加速运动又被置于相对时间的静止中,因此,这一静止在加速运动中被延展了。

创意短片不仅仅这三方面的要素,其最核心的就是以时间的最小化促进空间的最大化。在讨论创意短片时,由于其物质构成元素是时间及其减略关系,时间就成为创意短片的一种策略,而不仅仅是长度,当将这种时间的规定性进行最小化极端处理时,短片的时空创意形态就能够得到呈现。因此,“一分钟”是影像创作的一种限制也是一种自由,因为伴随这种限制的,是摆脱常态叙事的自由与影像的实验冲动。

既然是将时间置于一种创意性的极端环境和条件,那么影像现实就必然建立在相对虚拟条件下的时间压缩带来的创意自由表达,并由此建立起数字创意短片的空间。这里的虚拟环境,除了艺术视域的“假定性”之外,还包括那些通过技术手段改造原状影像材料,将其进行变形、拆解、重新组合所形成的代言性叙述,并不专指虚拟化的影像。

一分钟数字创意短片假定性指向,通过表意性空间为观看者压缩出一个极端时空,短片《模拟人生》正是采用一种舞台虚实时空方式建立场景,短片中扮演者用粉笔在地面勾画出一系列的日常场景与场所,包括门、楼梯、公车站牌、商店、办公室等等,人物就在这样的虚拟现场活动,人物惯常的立体生活被平面化,“起床”后就根据地面的图示场景开始了一天的生活——出门、等车、上班、约会、一直到夜晚回到房间。整部短片男主角都是在地面上转动身体的各个角度以配合平面场景的虚拟情境,导演设置的镜头为俯拍,颠覆了人们惯常的观看习惯,借助水平空间与垂直空间换位形成的差异视知觉来达到一种全新的体验。这种通过抽象、提炼到符号化的

假定性虚拟场景，也正切合了短片题目中的关键词“模拟”，虚实结合的方式将日常的动作极端化并使这一事件陌生化，从而传达了短片关于人生的开放性思考。

毕加索在《亚威农少女》里探讨了时间和空间的组合与观看概念，他给画框建立了一个开放式的模糊透视时空，立体主义画家通过技术手段达到某种变形以传达“你观察它的方式，就是它的存在方式”的艺术观念，创意短片中关于时间的压缩与空间的扩张尤其反应在这种一分钟短片对原状材料的改造上。短片《透视生活》的开场便是一面破旧的墙，墙上钉着桌椅、台灯等简单的生活用品，一个人端坐在椅子上悠闲地喝水看报纸。画面采用中景镜头，可以清楚地看到四周没有其他的墙面，也没有地板，这不是一个常规的房间，画面拉出远景形成被拆掉一半的楼房的截面，进而创造出“透视生活”的场景效果。短片并没有对原状材料本身进行变形，只是简单地将真实的材料的截面呈现给观看者，通过数字技术处理将房间内场景与街道旁被拆掉的废弃建筑拼贴起来，从而将私密性与公共性进行有效的视觉组合。

《冲入下水道之诗》(Poems Down the Drain, 2003)创意设计一个在洗脸池的水面上写诗、再放开塞子将水冲走的过程。导演设计了一个与传统文字写作相对抗的写作条件与环境，让诗歌在液体的水面上写作，将诗歌的跳跃、流动和意象性完全与水面的物理性质相结合，形成一种超常规的视觉景象和阅读体验。导演将诗歌与洗脸池、下水道等置于对比状态，形成短片在艺术与思想上超越时空的聚合。

当然，一分钟创意短片并不完全是建立在虚拟性空间中的，更加多的还是遵从了对现实的认知。从有活动影像以来，无论是素朴的摄影机观看，还是再现强调，影像的视域一直建立在对现实的选择上。一分钟短片的写实性因其创意与压缩时间，往往又充斥着对时空的实验性强调，是一种实验现实主义的写作。如一分钟数字短片《52秒》用一个52秒固定机位镜头拍摄平底锅中煎鸡蛋的全过程，短片采用长镜头真实记录了煎鸡蛋这一动作的现场，保持了时空、叙事和结构的统一，关键在于这一时间的设计与设置，导演关注的是一个时间与同一空间面对题材

的把握与展示。

《招呼有极乐，告别情更浓》(There's heaven in hello, but more in goodbye)的画面只是一个人挥手的绰约景象，摄影机对这一动作在一分钟时间维度内进行了完整记录，当一个平常的挥手持久地充满了全部时间时，人类感情的微妙与持久便随之显现。我们无法判别对方是在招呼或者在告别，日常化的动作在这样一种似是而非的象征情境里变得陌生而充满吸引力。同样，格里戈里扬(Arpine Grigoryan)的《旋转木马》(Carousel)，展示了木马上从座无虚席、欢声笑语到“人去楼空”、孤身孑然的过程，对这一变化的完整记录本身就是在强调时间给我们人类历史空间写出的历史对比。

《在镜头前》忠实记录了一群男子在帐篷内面对镜头做简单吐气动作的场景，重复枯燥的吐气声充斥在狭小逼仄的空间(帐篷)内，给人以压抑甚至恐惧之感，创作者通过这种现实主义手法将无形的一分钟进行了物质化改造，颠覆了惯常的视觉经验，形成了强大的视觉陌生化效果，从而引发观看者关于时间与生命原始重负的思考。弗洛伊德在《怪异》一文中曾指出，怪异是对过去的、一直熟悉的事物的恐惧感^②。显然，在最小化的一分钟时间中，短片强化的不是时间，而是空间形态所给出的背后的意义与思考，其实一分钟短片形态与构成正如其实验与创意空间的多元无限一样，将动作和声音进行多元化处理形成时间的扩张力、穿插与交错，据此突破传统叙述的线性因果规律。

注释：

①译为“龟甲船”，是15至18世纪朝鲜的大型战船，在壬辰卫国战争期间赢得数场海战而扬名。船身两侧的六角型“甲片”上设有十几处炮口，上半部的六角型甲片则每块有一支铁锥突出。

②殷企平.重复[J].外国文学,2003,(1):60-65.

(作者肖平系南京航空航天大学艺术学院教授、博士；全真真系南京航空航天大学艺术学院广播电视艺术学研究生)

(责编 大木)



全球化语境与我国电视财经频道的专业化

——兼议央视财经频道的改版

● 南京航空航天大学艺术学院 / 罗良清

随着社会经济的不断发展,财经信息的媒介传播越来越重要,我国一些电视台的财经频道作了相应的战略调整。如2009年8月24日CCTV-2更换标识,把频道呼号从“经济频道”更名为“财经频道”,2010年1月上海文广第一财经频道也进行了改版,等等。这些频道改版后都以更贴近投资者和满足大众投资理财的需要为频道诉求。那么,在全球化的语境下,我国电视财经频道的发展将往何处去,如何实现财经频道的专业化,如何在国际竞争中占有一席之地,就成为当下电视人所努力的方向和电视观众共同期待的目标。

一、专业化财经频道的特点

所谓财经,主要指社会生产中的分配活动,包括预算、税收、金融、房地产、资本等相关的投资活动,围绕这些活动展开的电视媒介报道就是专业化的财经节目,而财经类媒介常常是以发达经济体为焦点。世界上经济发达国家的人民生活水平比较高,除了基本生活外,大部分人都进行了投资,如美国90%以上的人都参与了各种投资活动,他们对财经信息很关注。因此美国财经栏目和频道都比较专业,是成熟财经频道的典范。像CNBC财经频道、FOX财经频道、Bloomberg财经频道等都具有比较鲜明的专业化财经频道的基本特征。

第一,频道定位明确,栏目分工合理。财经频道专业化的内容要紧紧围绕最新财经信息、金融证券变

动,围绕股市的震荡乃至世界财经的走向等进行报道。因此,与一般新闻频道的综合性、娱乐频道的娱乐性、购物频道的推销性、体育频道的竞技性等相比,财经频道应具有学科专业性、信息实用性和指导性的特点。如CNBC的频道定位是“为你创造价值”,为当今全球市场的商业观众和投资者服务;Bloomberg的频道定位服务于证券业、与市场共振;FOX财经频道则主要探讨创新、分享成功之道和创造财富,为普通百姓服务;上海文广第一财经频道从创建之初就定下了“专注于成为专业、时效、丰富、权威的财经信息传播平台,并积极拓展跨地区、跨媒体、跨行业经营”的目标;CCTV-2的频道呼号从“经济生活服务频道”到“财经频道”的变迁,从“大经济”理念下打造经济事件与大众化相结合的节目,到今天专业财经的新定位,经历了十多年的探索,这也说明了频道定位对栏目内容策划具有重要的指导和限定作用。特别是全球财经信息具有同质性和交互性,这就要求各个频道针对自身的定位,从内容和形式上打造出优质的财经节目。如CNBC服务于股市投资者,它将黄金时段定义在白天,财经类节目播出比例约为90%,工作日的晚上把重点放在重大新闻报道和新闻人物深度访谈上,周末是股市休息日,主要播出休闲娱乐节目。Bloomberg则不论工作日还是周末都24小时播出财经新闻,同时在全球用七种语言制作和播出,并主要以美国、欧洲和亚洲为市场,节目安排遵循三大洲的时差,节目的内容也体现了这三个洲在世界经济体系中

的地位和影响,让观众能够了解到所在地区的最新股市行情和经济事态。周末节目除了一周新闻荟萃外,主要是美国和欧洲新闻综述的滚动播出。

第二,电视节目形式的专业化。财经频道的节目不像娱乐节目、综艺节目那样拥有花哨的包装、绚丽的舞台和强烈的情感渲染。财经节目应该展现的是一种沉稳实干的气质和理智机敏的品质;节目类型要相对稳定和朴素,主要包括评述类、访谈类、深度报道类和专题类;节目内容以分析、说明和评论世界财经问题为主,力图清楚地展示财经市场的走向。因此,财经节目与其他新闻节目在报道上的一个重要区别就是,引入大量数据、图表,动态地反映股市、证券等投资市场的变化,并做到实时更新。这种直观明了的图像多数会与主持人同时出现在屏幕上,或者使用第二、第三视窗及时连接,沟通信息,进而实现报道的多元化和立体化。这既丰富了电视画面的内容,符合电视画面多变的特性,又满足了观众对图像生动性的需求。如CNBC财经频道大量采用现场报道的方式,节目中频繁使用多视窗,在画面右上角出现连线专家分析的画面,屏幕下方不断滚动播出最新股市行情。他们的数据图表做得形象生动,节目会作相应的解释和说明,从而赋予其鲜活的形象,使无形资本市场立体化,使观众能够更深入地了解和掌握瞬息万变的财经资讯。Bloomberg财经频道最大的特点是坚持数据为本的报道理念,屏幕上不停地呈现各种动态数据和图表,让观众一目了然;专访通常也是从某一数据的变动开始切入,对数据进行专业分析,帮助客户认清市场,以便更有效地进行投资活动。

第三,时效性与实用性相结合。财经新闻的时效性不但决定了新闻的价值,还关系到投资者的直接利益。因此,财经新闻不但要新、快,而且要成为有效有用的信息,这样才能保证财经新闻的价值。同时,财经信息的报道和分析既要重视本国本地区的经济信息,更要从国际大环境进行研究才能具有前瞻性和可操作性,紧密跟踪事件的进展从而做出相应的投资调整,“时间就是金钱”这句话在投资市场更显出其精髓。此外,受众对财经新闻实用性的期望,决定其时效性还必须与真实性同步,必须发布有权威的、有指导意义的新闻。所以,财经频道节目的播出时间主要以工作日的财经活动为主,非工作日可以有相应的变化。各电视台应根据自身的定位来策划节目,以保证财经报道时效性与实用性的有机结合。

第四,主持人专业化。与其他栏目主持人相比专业化财经频道的主持人最大的特点是,不但要有主持人的基本素养,更重要的是要掌握财经、金融学科的

专业知识,能够通俗易懂地介绍各种财经现象,以适应节目为投资者服务的目的。换句话说,财经节目主持人的知识素养在某种程度上比外表更重要。要提升节目的品质,就必须提升主持人的专业素养。美国财经频道不注重主持人是否拥有靓丽英俊的外表,而重视主持人的业务能力和水平。他们的主持人大部分是一些资深经济人,具有丰富的财经知识,在主持节目时既能侃侃而谈,又能透彻分析,并与嘉宾、学者进行对话。如美国CNBC主持人玛丽亚·巴蒂罗莫、内尔·卡吾托,Bloomberg财经频道主持人贝蒂·刘、玛格丽特·布里等,都是资深的财经记者或专家,具有丰富的专业知识,享有较高的知名度,主持的节目也一直保持较高收视率。

第五,随着新媒体的不断出现、电视频道栏目的细分和多元化,电视受众从大众化走向了分众化和小众化。分众化是节目细分的必然,小众化是受众需求差异化的结果。财经频道的受众也具有分众化和小众化的特点。我国由于受到评价体系的限制,财经频道为了追求更高的收视率和广告效益往往会牺牲专业化的发展道路,选择走大众化的通俗路线。

二、我国电视财经频道的专业化

比较国外成熟的专业化财经频道的基本特征可以发现,我国电视财经频道虽然经历数次改版和调整,但仍然存在内容不够专业、形式不够稳定、频道特色不够鲜明等不足。同时,我国电视财经频道的发展要适应全球经济一体化的趋势,努力打造出既能反映本国经济市场的电视频道,又能与世界经济对话的电视名牌栏目,就必须学习和借鉴世界各国专业财经频道的成功经验,并从自身实际出发,一切以市场为主,坚持专业的分析。具体而言,我国电视财经频道的专业化发展可以从以下几个方面加以思考和完善。

首先,走国际化和本土化相融合的发展道路。全球经济一体化加强了各国的商贸往来,任何一国经济政策的变动都会对世界经济市场产生重要影响,因此,及时、准确、有效的媒介传播非常重要。信息沟通的无国界也对电视财经报道提出了国际化的要求。财经频道的国际化,既包括报道内容和视角的国际化,也包括栏目形式的国际化。我国的电视财经频道要密切关注国际最新财经动向,及时准确地报道各地财经资讯,让我国资本市场与世界资本市场实现信息的无缝对接。改版后的央视财经频道在上海、深圳、香港、东京、新加坡、纽约、伦敦、法兰克福等主要资本市场都建立起自己的标准直播点,力争在第一时间获得最新的全球资讯,努力做到电视报道与全球市场同步,

与经济运行同步。同时,我国的电视财经频道要以国际化的视角,结合本国情况对财经资讯或事件本身进行深入解析:一方面,报道要从全球的宏观视角切入,做出准确判断;另一方面,关于本国经济政策的调整、资本市场的变化和投资活动等报道也要在国际化的背景下做出权威的分析。电视财经频道的报道只有坚持宏观把握和微观分析相结合,才能做到让每一条信息都有价值,让每一个栏目都有特色。

我国电视财经频道专业化在充分重视国际化发展道路上,更要看到本土化的意义和价值。本土化最基本的是报道内容的本土化,也就是以我国的经济市场、财经运行为主要内容,以普通百姓密切关注的经济活动为主,为我国投资者及在我国有投资行为的个人或企业服务。在这方面,CCTV-2作为国家级电视台的财经频道具有绝对的资源优势,可以有效整合各地区的财经信息,这是各地方电视台无法匹敌的。从我国目前的情况来看,应该以北京、上海、广州、深圳等发达城市以及港澳台的资本市场为主要报道对象,因为这些城市的财经动向基本上反映了全国财经市场的变化。此外,本土化还包括报道视角的本土化,从我国经济市场来分析全球经济一体化,使国际国内的财经信息实现真正的沟通。

我国电视财经频道的国际化和本土化是一个辩证发展的过程,一方面要从本土实际情况和需求出发,立足于我国的财经报道,展示我国的经济实力;另一方面要放眼世界,从国际化的视角来审视中国资本市场的变化,以适应瞬息万变的世界资本市场,从而使电视财经频道成为向世界展示中国经济实力和软实力的窗口,成为中国资本市场沟通世界市场的桥梁。

其次,专业性与通俗性结合。专业性是我国电视财经频道改版后追求的一个目标。财经节目本身就是对专业领域的报道,它必须要满足受众的需求,提供金融、股市、证券、期货等市场信息,做出专业性的指导和解答;在节目分析阐述过程中,必须让专业人士、相关专家学者做出专业的学理分析与判断,以真实有效地反映市场动态;主持人必须使用专业术语,以凸显频道的特色;节目风格必须严谨而不乏生气,为专业投资者服务。同时,从本土化的角度看,我国电视财经频道的报道主要是在我国资本市场的投资环境下进行的,我国电视财经频道栏目的受众除了一部分具有财经、金融知识的投资者外,还有一部分专业素养不太高但有投资预期和兴趣的观众。为了把这些潜在的投资者转变成现实的投资者,电视财经频道就必须承担起传播、讲解财经知识的任务。所以,我国财经频道难以像CNBC、Bloomberg那样专注于纯粹

的投资者,频道设置就要兼顾专业素养较低,却又有投资兴趣的观众。从CCTV-2改版后的情况来看,央视努力把专业性和通俗性的理念贯穿在财经频道中,一方面策划了《市场分析室》、《交易时间》、《经济半小时》、《环球财经连线》、《对话》等专业性较强的栏目,另一方面还有面向大众的《第一时间》、《经济信息联播》、《理财在线》、《消费主张》等偏向资讯类的节目。同时,整个频道的栏目内容更多样化也更实用,密切关注普通百姓当下关心的股市、楼市、证券市场,努力提升百姓的生活品质服务;对一些专业性较强的问题和术语,邀请专家进行深入浅出的讲解分析;电视栏目还通过网络联系热心观众,让他们与投资专家、现场嘉宾进行互动,从而多层次、多元化地阐明问题。有些栏目如《财经小辞典》把卡通、动漫的技巧运用在节目里,增强了节目的生动性、时尚性和可视性,许多栏目在报道中充分利用数据和图表呈现动态变幻的资本市场,以增强直观性。

再次,打造品牌以提升频道的品质,其中最重要的是打造品牌栏目以增强频道的影响力,培养专家型明星主持人以增强频道的人气。作为国家级电视台,央视财经频道与其他地方电视台相比,拥有人力、物力、财力、资源等方面的优势,但频道的认可度在某些方面不如上海文广的第一财经频道,其中一个重要的原因就是缺乏品牌栏目和明星主持人,较难黏合观众。从现有的节目来看,应该把《经济信息联播》、《今日观察》、《经济半小时》、《市场分析室》等栏目做大做强,而每周一期的《中国财经报道》应该更有深度、更全面地分析问题,揭示全国乃至全世界近期的经济动向。同时应该从整个频道理念的高度来调整各栏目的播出时间和定位,紧跟市场步伐,首先打造出品牌栏目,由点到面充实频道内容,扩大频道的影响力,进而推进频道的专业化进程。如每年的“CCTV中国经济年度人物”评审及颁奖典礼,只有在国家级电视台举办、播出,才能显示出它的权威性和影响力,这是其他地方电视台无法抗衡的。从历年的年度评审来看,央视财经频道越来越重视把这个活动打造成自己的品牌,以吸引更多人共同参与到每年经济人物评选活动中,期待每年的颁奖盛典。同时,要学会抓住重大经济事件进行连续性的、有深度的报道,以展示自身的综合实力。如从2009年的全球金融危机、哥本哈根世界气候大会到达沃斯论坛,央视财经频道都作了系列节目进行跟踪报道,获得了国内外观众的认可。

□本文编辑:朱旭红

寓言文体解读

——从《伊索寓言》说起*

罗良清

(南京航空航天大学 新闻传播学系,江苏 南京 211106)

中图分类号: I0-02 文献标识码: A 文章编号: 1001-5981(2010)02-0098-04

寓言是一种历史悠久的、影响广泛的文体。据记载现存古希腊最早的寓言是公元前8世纪至7世纪之交著名诗人赫希俄德在《工作与时日》中引用的“鹤子和夜莺”。公元前6世纪的《伊索寓言》是寓言兴盛的重要标志,并影响了此后整个欧洲寓言的创作与发展。公元1世纪古罗马寓言作家菲德鲁斯就直接称自己的寓言是“伊索式寓言”,公元2世纪希腊寓言作家巴布里乌斯则更多地借用伊索寓言中的故事进行创作。文艺复兴后,对伊索寓言的重新整理和印行使不少作家文人对其有了更深入的了解,并涌现出了许多优秀的寓言作家,如法国的拉封丹、德国的莱辛、俄国的克雷洛夫等。所以,人们称伊索为“寓言之父”,《伊索寓言》也被公认为世界上最早成体系的寓言,是寓言的典范。因此,通过对寓言的渊源和伊索寓言的形式研究可以把寓言文体的基本特征揭示出来,进而为其他寓言作品及其变体研究提供基本思路。

一、寓言的源起

寓言作为一种有着几千年历史的古老的文学样式,有人认为它和神话一样是原始初民对自然与社会认知的结果,“一切野蛮民族的历史都从寓言故事开始。”^{[1]119}寓言的产生和发展确实与神话关系密切,但寓言作为特定社会条件下的产物,与神话之间还是存在着一定的区别,成熟的伊索寓言呈现出寓言文体的独特性和独立性。

在生产水平极其低下的原始社会,原始初民无法了解和掌握自然发展的规律,对人类的起源充满好奇,对无法抗拒的自然力充满了恐惧与征服的欲望,他们认为冥冥之中有一种看不见的力量在主宰着世间的一切,即神的力量。这也是神话产生的社会基础。如马克思所说,神话是初民“用想象和借助想象以征服自然力,支配自然力,把自然力加以形象化”。^{[2]113}神话是原始初民对世界低级的想象性认知,是感性思维的结果。原始初民的各种活动与思维几乎都可以在神话里找到答案。如有关天地演变与神造人的故事就是原始初民对人类的起源、繁殖和万物生长奥秘的一种想像性表

达。此时,“原始人由于他们强壮而无知,却凭完全肉体方面的想象,才创造出事物。”^{[1]44}但原始初民没有明确的个体意识和自我意识,认为神才是世界的主体,是世界的造物主。所以,在神话里我们看到的几乎都是描绘神的世界或者是具有神力的半神半人的英雄故事。维柯把神话思维方式称为诗性思维,是一种侧重感性想象的思维方式。这是维柯认为的人类社会发展的神话时代。这些神话毕竟是人类所造,其中必然显现出人类的哲思,“原始人类把同类中一切物种或特殊事例都转化成想象的类型,恰恰就象人的时代的一些寓言故事一样,例如新喜剧中的寓言故事就是由伦理哲学凭推理出的可理解的类型。”^{[1]30}也就是说,神话诗性语言孕育了寓言的理想,神话与寓言之间仍存在差异,因为“在推理能力最薄弱的人们那里我们才发现到真正的诗性的词句。”^{[1]31}随着社会的发展,这种区别更明显地呈现出来。

原始初民逐渐发现对神的虔诚并不能改变他们的现状,自然界的一切也不是完全不可知的,他们开始总结生产生活经验和一些自然规律。特别是阶级社会出现后,平民受到严重的剥削和压迫,而奴隶则彻底丧失了人身自由,成为奴隶主的私有财产。在这种情况下,奴隶对奴隶主的不满不能直接表达,只能寄托在对自然事物的认知中,借助他物来表达内心真实世界,从而形成了一种独特的表达方式和文学样式即寓言。如希腊最早的寓言故事“鹤子和夜莺”,借鹤子把夜莺玩弄于股掌之间来比喻贵族和贫民之间的关系,以此揭露贵族的专横残暴和贫民的悲惨境遇。这个故事不仅描述了贫民的现实生活,还表达了人们对阶级社会的理性反思。因此,寓言与神话的一个重要区别就是借用他物来说理,这也是人类思维方式发展的一个必然进程,“人类思想的次序是先观察事物的类似来表达自己的,后来才用这些类似来进行证明,而证明又首先援引事例,只要有一个类似点就行,最后才用归纳,归纳要有更多的类似点。”^{[1]210}寓言故事就是用类似点来进行表达的创作。

* 收稿日期:2010-01-12

作者简介:罗良清(1977-),女,广西陆川人,南京航空航天大学新闻传播学系副教授,文学博士,主要研究文学基础理论和西方美学。

基金项目:国家社会科学基金青年项目“寓言理论及其现代转型”(项目编号:08CZW027)阶段性成果。

《伊索寓言》相传是公元前6世纪希腊一位名叫伊索的奴隶创作并由后人加工而成的、最早最完整的寓言故事集,也是初民在有了朦胧的自我意识和言说的欲望之后的理性思维成熟的表现。公元前6世纪的希腊正处于奴隶社会时期,奴隶主的压迫使奴隶和平民们敢怒不敢言,在失语的状态下,奴隶和平民们只能借助于他物来实现情感宣泄的需要和表达自我的愿望。大部分伊索寓言正是描写了羊、兔子、蚂蚁、狼、狮子、狐狸等动物故事以此来叙说劳动人民对日常生活境遇的认知,对自然现象规律的总结,对为人处世行为原则的训诫。从寓言产生的社会根源可以看到,寓言具有明显的理性思维的特点,是神话思维之后的必然结果。它不像神话那样主要是初民们想象的产物,而是具有坚实的物质基础,是对人类生存现实状况和主体心理的反映。如维柯所言:“长于诗的原始民族的各种感官都极活跃生动。接着来了伊索,他是我们要称为凡俗的伦理哲学家(伊索早于希腊的七哲人)。伊索用具体事例教导人,因为他还生活在诗的时代,他的事例是创造出来适应当前情况的。”^{[1]254}维柯把神话和寓言故事都看作是诗性的语言,是对人类社会的想象性表达,同时又指出了寓言故事的独特性。伊索善于用创造的诗性故事来做出理智的判断,即把哲理形象化。

二、寓言的主角及其言说方式

寓言的一个最明显特点是以动植物及其他事物为故事主角,通过对它们个性特征、生活习性、生长规律的描述,暗示性地说明某种社会现象,或说明某个道理,以实现劝谕、讽刺或揭露的目的。例如,《伊索寓言》中三百多篇通俗易懂、短小精悍的故事主角绝大部分是狮子、狼、狐狸、羊、兔子、乌鸦等。寓言大量运用这些动物作为故事主人公的一个优点,就是读者在阅读之前对它们的个性特征已有一些基本了解,不需要一一介绍。

伊索生活的奴隶制社会,人们在劳动过程中总结生产经验,对自然界的客观事物有了一些基本认识,劳动者把自己的感情投射到客观事物身上,以此来影射社会现实,使读者在阅读中能够理解其中的道理。如著名的“狼和小羊”的寓言讲述了狼在上游喝水,小羊在下游喝水,而狼认为小羊把水弄脏了,寻找各种借口对其百般刁难,最终无理地吞食了小羊。在这则寓言故事里,读者心中已有一个基本共识:狼是残暴、凶狠、嗜血成性的,羊则是弱小、温顺、可爱的,羊遇上狼必然难逃厄运。在奴隶社会,伊索通过这个故事写出了奴隶悲惨无助的生活境遇,讽刺了奴隶主的无理与凶残。狼和羊之间强弱势力的对比已经隐含在角色中,读者绝不会认为羊能把狼吃了。德国著名阐释学家伽达默尔把阅读中这种现象概括为“前见”,他认为前见是理解的条件,从前见理念出发理解对象的视界与解释者的视界之间的张力就可通过其视界融合得以解决,从而挖掘寓言深刻寓意,因为“深层结构潜藏在表面结构的底下……揭示深层结构乃是隐而不显的思想内容之呈现”。^{[3]380-381}理解就能在改变前见的基础上,形成新的理解活动、新的视界,即解释者在阅读过程中获得不同于文本字面叙述的新的感受。“狼和小羊”故事的隐

含义告诉我们,统治者对弱者的剥削和压迫是不需要任何理由的,这就是“真前见”的重要意义。也就是说,寓言故事作为一种文学样式其本身就具有阐释的可能性,这种表达方式也就是一种阐释方法。因为,寓言故事的主要目的不是描述,而是表达思想,对客观事物的描写是为思想服务,读者必须在对故事的阐释中才能把握其蕴含的哲理,在对角色性格的前理解中开始寓言的把握,即“解释开始于前把握,而前把握可以被更合适的把握所代替:正是这种不断进行的新筹划过程构成了理解和解释的意义运动。”^{[4]345}所以,寓言故事中以动植物为主角的特点,除了可以省略对故事主人公性格特征的描写,节约篇幅,便于口口相传,更明显的优点是在当时生产力水平低下的情况下,易于广大平民理解与把握其深刻寓意。寓言故事以动植物和无生物为叙述对象,在叙事过程中是以第三人称单数来言说,没有用“我”“你”进行直接指称,由此形成了独特的寓言式表达。概括地说主要有以下三种:

首先,伊索寓言大量采用了拟人化的手法来消弭动植物、无机物世界与人、神之间的界限。动植物不但能说话,而且具有和人一样的言行举止和丰富各异性格特征,它们可以与人类进行无障碍的语言和思想交流。在这种虚拟与真实不断转换的空间中,对话的言说对象自然而然地指向了人本身,因为只有人才真正具有语言表达能力。这种创作方法使事件的表达更形象生动、更灵活巧妙。即使是日常生活中习以为常的现象,或显而易见的道理,在寓言的叙述中往往都会出人意料。如《下金蛋的鸡》批评人由于贪婪而导致一无所有;《蚂蚁》通过蚂蚁群中一个力大无比的蚂蚁所遭遇的挫折,说明自以为是傲慢思想是非常不可取的。它们都是通过动物拟人化的夸张表达来刺激读者的神经观念,达到重新认知哲理的目的。

其次,与大部分文学作品的虚构性相比较,寓言故事的虚构性是一目了然的。寓言创作不需要刻意地追求表达效果的真实性的,而是在寓意的揭示中实现了这种审美追求。也就是说,寓言故事的虚构和寓意传达的真实之间,内在地实现了从叙事虚构到效果真实的审美转换。这是由寓言本身“言此意彼”的形式特征决定的。当然,寓言故事的虚构并不是漫无边际,想象也不能有太大的偏离。因为,寓言自身会受到寓意表达要求的限定,它一定要表达哲理和道德教训。故事之外的寄寓意是寓言形成的必要条件,寓言是另有寄托的故事,即寓言的“寄寓性”。寓言作为一种叙事文体,作者会在故事的开头或结尾用一两句话或借角色之口总结故事的寓意,或点明故事的主旨。这种寄寓意是主观的,是作者有意指向别的事物。这是寓言的表达形式与其他叙事文体明显不同的特征。

最后,伊索寓言通常以比喻的方式把寓意呈现出来,喻体和寓意之间有着某种类似性,而不是相似性,这就是隐喻的方法。亚里士多德早就认识到“寓言和比喻一样,是可以虚构出来的。只要能够发现类比之点的话”。^{[5]42}有人也说,寓言是长隐喻。在早期人类思维水平较低的情况下,伊索寓

言故事里生动具体的隐喻更容易让人领会。读者能从中寻找到故事的意旨方向,找到阐释的契机。如“衔肉的狗”的故事里狗衔着一块肉过河,将水里的影子当成是另外一只狗衔着一块更大的肉,便冲过去抢那块肉,结果两块肉都没了。狗爱吃肉,就像人爱财一样,但过分贪婪,最终只会一无所有。伊索在故事里通过类比讽刺了那些贪心的人的下场,而不只是为了告诉我们狗爱吃肉。维柯指出了寓言故事的这个特点,“对尚未发达的心灵,只要提供一个类似点就足以说服它们;就象只消用伊索创造的一个寓言故事,麦尼纽斯·阿格里巴就使造反的罗马平民们归顺。”^{[1]210}德国著名文艺家歌德把这种思维方式归纳为寓言和象征的区别,他认为寓言就是从一般中寻找特殊,用具体的事物来表征出普遍性。

可见,寓言故事和寄寓的关系不同于其他叙事文体言意之间的逻辑关系。故事和寄寓意之间具有相对独立性,要通过类比的、影射的或暗示的关系把二者联系起来,在这种关系的表达中寓指现实教训和人生哲理。

三、寓言的原型及其表意方式

《伊索寓言》不但主角多为动植物,而且其中有些动物形象反复出现,具有相对固定的个性特征和表意功能。如狡猾的狐狸,胆怯的母鹿,高傲的狮子,凶残的狼等。原始人对动植物习性的一些流传看法在寓言中得到了充分的显现与继承,用荣格的话来说,这些反复出现的动植物形象就是“原型”。原型是人类的普遍情感、动机、知觉等集体意识的表现形式。弗莱把“原型”概念引入文学,借鉴了心理学和人类学的观点,认为原型是人类文明发展过程中和文学艺术发展中长期反复出现的意象,并因此而具有约定俗成的文学象征或象征群。伊索寓言中反复出现的动植物形象也就是寓言的原型,并在此后的寓言和其他文体创作中不断出现,如中世纪文学,拉封丹寓言、克雷洛夫寓言、莱辛寓言,乃至许多现代文学作品如鲁德亚德·吉卜林的《丛林故事》、乔治·奥威尔的《动物的庄园》以及詹姆斯·瑟伯的《我们时代的寓言》等都借用了寓言的主题和形式。因此,掌握伊索寓言原型对于了解文学发展及其内涵具有重要意义。

《伊索寓言》中动物主角的出现频率较高,大约分别为狮子35次,狼42次,狐狸46次,驴25次,羊20次,乌鸦16次等。前面我们已经阐明伊索寓言不是对动植物习性的简单描写,而是为理性表达服务,它们身上都承载着深刻的社会意义。因此,从这些反复出现的角色身上就可以看到当时人民的集体情感与价值取向。从弗莱观点出发,我们把伊索寓言的原型分为下面几类:

(1)恶的原型。伊索寓言中以狮子和狼为主角的故事为最多,大多数描写了它们对其他动物的欺压。在动物世界里,狮子和狼确实是比较凶猛的野兽,伊索寓言以此比拟奴隶主就像这些猛兽一样让人觉得可恶和恐惧。平民对恶的世界的认知都表现在这类寓言故事里,并采取了批判、讽刺的态度。如“狮子、驴和狐狸”就讽刺了狮子的贪婪;“狮子和老鼠”揭示了强者对弱者的蔑视。这些寓言从不同角度表达了对社会恶势力的仇恨与嘲讽,狮和狼由此成为寓言中

“恶”的象征。

(2)弱者的原型。奴隶、平民卑微的身份和悲惨的生活境况让他们深刻体会到弱小者的无奈与无助,这种强烈情感在伊索寓言里有着充分的表现。如羊、兔子、蝉、蚂蚁、乌鸦常常被狮、虎、狼所猎食,或被狐狸戏耍与瞒骗。动物世界的弱肉强食就是当时奴隶制社会的真实写照。奴隶主的蛮横无理令平民敢怒不敢言。他们把这份情感寄寓在小动物身上,宣泄了不能言说的不满。因此,在伊索寓言里,这些小动物几乎成了弱势群体的代名词。

(3)伪善的原型。伊索寓言里狐狸的性格较之其他角色而言是多面的,它不像狮、狼那样强势,也不像羊、兔子那样软弱无助,它周旋在两者之间尽显阿谀奉承、欺压弱小之能事,成了伪善、狡猾的同义语。中世纪《列那狐故事传奇》就是以狐狸为主角的完整章节描述,综合了伊索寓言故事中狐狸的个性,塑造了名叫列那的狐狸恃强凌弱、坑蒙拐骗,爱耍小聪明的个性,从而揭示了中世纪宗教黑暗统治下,教会伪善的丑恶嘴脸;同时狐狸的形象也隐喻了当时一些趋炎附势伪君子的生存状态。

(4)愚者的原型。伊索寓言不仅仅是批判强者,同情弱者,还嘲讽了自作聪明的奴隶主,或消极、落后的奴隶和平民。如“驮盐的驴”、“驮神像的驴”、“驴和蝉”及“驴和狮子皮”等描写了驴的自以为是,最终受苦的还是自己。“蠢驴”的形象深入人心,成为具有特定感情意味的指称。

(5)故事原型。伊索寓言中反复出现的动物角色所承载的文化内涵以原型的形式定型下来,后来的寓言创作也延续了这些动植物的个性特征。此外,有些伊索寓言故事积淀了劳动者的智慧,成为某种不说自明的深刻道理的隐喻,我们称之为“故事原型”。如“狼和小羊”的故事说明了对于那些存心作恶的人,任何正当的辩解都不会起作用;“乌龟和兔子”暗指自负的人的下场,等等。

长期以来许多寓言故事被人们口口相传,具有了特定的象征意味,也逐渐成为文学创作中常常引用和借鉴的原型。事实上,后来很多寓言作品多多少少都有伊索寓言的影子,当然他们不是纯粹的模仿,而是与当时的社会现实相联系有了创新和发展,并形成了各自不同的寓言风格。比如,生活于17世纪法国的拉封丹,热爱乡土,接近农民,盛赞劳动者的优秀品质。在“狼和小羊”的重写中,拉封丹结合当时法国权贵法官的伤风败俗、教会人员的欺诈贪婪,批判了“强权总是强词夺理”的现实。克雷洛夫生活于18世纪末19世纪初的俄国,他的作品有着较浓的政治意味,揭露了统治阶级的蛮横无礼,官吏的腐败无能和人民的疾苦,在“狼和小羊”的再创作中,一句“弱者在强者面前总是有罪的”就道破了农奴制社会的法则。这些不同时代的共同的情感体验,荣格称之为“种族记忆”。即“每一个原型意象都有着人类命运的一块碎片,都有着在我们祖先的历史中重复了无数次的欢乐和悲哀的一点残余,并且总的说来始终遵循同样的路线”。^{[6]121}这就说明了寓言原型意象的置换与意义增值包含了时代、个性和审美意义的增值,是一种具有普遍性的非个人化现象,

可以说寓言是文学创作的原型,它是全人类的。

从以上对寓言原型的分类研究中,可以看到各寓言创作是人类现实情感无法得到满足的一种补偿,如恶的原型是奴隶对内心难以宣泄的仇恨的表达,弱者的原型是平民对自身命运的感叹,伪善者的原型是对口蜜腹剑者的揭露与批判等等。荣格也说:“艺术的社会意义就在于此:它不断地造就时代精神,提供时代所最缺乏的形式。艺术家以不倦的努力回溯于无意识的原始意象,这恰恰为现代的畸形化和片面化提供了最好的补偿。”^{[7]102}寓言作为早期的一种文学样式,其补偿形式及其审美效果就更值得我们进一步深入研究。

四、寓言的形式及其审美效果

寓言故事以动植物为主人公的叙述视角暗示性地揭露了复杂的人际关系和社会现象,寓言故事原型的反复出现揭示了社会发展进程中人类的普遍认知方式和集体情感,这都说明了寓言是通过表层叙述的修辞手段来暗指表意的。寓言中这种代言的叙事方式的成功很大程度上归功于寓言结构的特殊性,即形式对内容具有决定意义。也就是说,寓言独特的形式结构使这种文体具有特殊的指称功能。如维柯所言,一个真正的诗的寓言故事的原则是“使包括在诗性类型中各种不同的殊相与其说具有类似的意义,还不如说只具有一个独特的意义,所以寓言故事叫做‘另样的说法’(diversiloquia),即把各种不同的人物、事迹或事物总括在一个相当于一般概念的一个具体形象里去的表达方式。”^{[1]121}他指出寓言是用概念化的形象来意指他意的结构。

德国著名文艺理论家莱辛从寓言创作的角度阐明其形式的构成,他说:“要是我们把一句普遍的道德格言引回到一件特殊的事件上,把真实性赋予这个特殊事件,用这个事件写一个故事,在这个故事里大家可以形象地认识这个普遍的道德格言:那么,这个虚构的故事便是一则寓言。”^{[8]153}莱辛的理论强调了寓言故事的寓意在人类的现实关系中总能找到表达的对象,或者说类似的事件,并揭示具有普遍意义的人生哲理,进而从简单的叙述上升到哲学的高度。同时莱辛认为寓言是为某个“道德格言”而作,这就限制了寓言的发展和创作,甚至可能走向程序化。然而,无论如何,莱辛对寓言的界定,较早把寓言的思想内容和教育意义提到一定的高度,对后来的寓言理论家产生了重要影响。如俄国的别林斯基认为“寓言是理性的诗歌”,^{[9]227}这个比喻性的说法指出了寓言的哲理性和文学性特征。寓言理论家波捷勃尼亚也说,“寓言‘属于取自人类生活领域的多变主词的不变宾词’”,^{[10]112}所谓“主词”就是现实生活中发生的各种各样的真实事件,即复杂的人与社会、人与自然的关系,所谓“宾词”就是用以影射、批判、讽刺这类事件的寓言故事,指出了寓言是现实生活关系中重视相似性的寓指方式。古罗马修辞学家和教育家昆体良早就说过,寓意是一种倒置,寓言说的是一个意思表达的却是另一个意思,甚至是相反的意思,即“寓,寄也”。

可见,寓言大多依据社会实践中得到的经验教训或哲理概念,创造出与其精神实质相适应的、能够表达这一概念的

具体故事,以印证其合理性,加强说服力。这种寓言的寓意表达具有较强的主观性,作者有意地通过故事的叙述来言说别的东西。如伊索寓言、拉封丹寓言、克雷洛夫寓言等作品,大部分因寓意表达的需要而创造故事。因此,寓言不同于一般的文学创作,后者从表达情感开始,逐步上升到思想层面,前者从抽象概念出发,通过具体故事反映现实,是理性认知的感性表达,是抽象概念的具体化。歌德总结了这两种创作规律的特点,他说:

诗人是从一般中寻取个别呢,还是在个别中领悟到一般呢?这两者有着巨大的差异。从前一类诗人中诞生出寓言,在这里个别只被视作一般的比喻和实例;而后一类诗人才真正具有诗的性质;诗人叙述个别现象时,并不想到也不提到一般。但是谁能生动地领会它所描绘的个别现象,谁也就会同时领会到一般,绝不是在这之后才能意识或认识到这一点。^{[11]830}

寓言就是歌德所否定的,为表现一般而寻找某种个别的東西。寓言和其他文学样式创作规律的差异,表明寓言不是以描绘生活为主,而是侧重于表现思想,赋予观念以形象。即寓言的寓意存在于寓体(故事)之外,它可以通过完整的故事来表达,也可以通过不完整的情节来表达。简而言之,寓言言和意之间的关系是间接的,它先有“意”后有“言”,因“意”生“言”。它与中国古典诗论“言有尽而意无穷”或“言外之意”中的“言”、“意”有很大差别。这里的“意”由“言”生,二者有内在的逻辑联系,是直接的感情抒发。对此,拉封丹形象地说:“一个寓言可以分为身体和灵魂两部分,所叙述的故事好比是身体,所给予人们的教训好比是灵魂。”^{[12]17}即寓言由寓体、寓意和修辞方法构成,寓言不同于一般直言说情感、表达中心思想的文学体裁。寓言作为一种文体,必有所讽喻,或寄托一个教训,或阐发一个理念,在这个意义上说,它具有抒情性;寓言用故事情节和形象来比喻地实现其情感表达,在这个意义上说,它是叙事的。因此,寓言是一种另有寄寓的、特殊的表达方式,是一种言此意彼的表达方式,这种特征是寓言文体所特有的。

从审美体验来看,寓言的阅读不像诗歌、小说的阅读,在审美过程中形成一种情感冲击,或造成主体和对象错位的幻象。换句话说,寓言叙述与读者审美反应之间保持一定的距离,寓言有效地控制着这种审美的距离。同时,它还必须主动缩小这种因表达形式拉大了的距离。而距离的消失,就意味着审美鉴赏力的丧失和审美活动的失败。布洛从对文学作品的情感体验程度来说明距离缩小的优点,强调读者对文本的参与,及彻底体验文本情感世界的活动,是获得主客合一审美愉悦的行为。因此,对寓言欣赏的非直接性,寓言欣赏心理距离的缩小,都不是简单的情感认同行为,而是在审美交流过程中有一个转换过程,我们称之为“审美转换”。对于寓言来说,重要的不是对距离的维持,而是要把这种距离弱化,并且是一种主动的弱化行为。审美转换就是弱化的行为,把现实事件之外的、虚构的表述,经过审美主体主动的审美鉴赏和理性思考,从而使虚构的文本表达想象性地再现于

现实社会的人、事、物,思考人生百态,进而把握生活的真理。

参考文献:

- [1] 维柯.新科学[M].北京:商务印书馆,1997.
- [2] 马克思.政治经济学批判[M]//马克思恩格斯选集(二).北京:人民出版社,1972.
- [3] 洪汉鼎.理解与解释[M].北京:东方出版社,2001.
- [4] 伽达默尔.真理与方法(上)[M].上海:上海译文出版社,2004.
- [5] 段宝林.西方古典作家谈文艺创作[M].沈阳:春风文艺出版社,1980.
- [6] 荣格.心理学与文学[M].北京:三联书店,1987.

- [7] 叶舒宪.神话——原型批评[M].西安:陕西师范大学出版社,1987.
- [8] 古典文艺理论译丛编辑委员会.古典文艺理论译丛(七)[M].北京:人民文学出版社,1964.
- [9] 别林斯基.别林斯基选集(二)[M].上海:上海译文出版社,1979.
- [10] 维戈茨基.艺术心理学[M].上海:上海译文出版社,1985.
- [11] 朱靖华.朱靖华古典文学论集[M].长春:吉林文史出版社,2003.
- [12] 陈蒲清.世界寓言通论[M].长沙:湖南教育出版社,1990.

波希米亚恶作剧:历史先锋派的艺术行为方法^{*}

卫 华

(湖南工业大学 文学与新闻学院,湖南 株洲 412000)

中图分类号:I0-02 文献标识码:A 文章编号:1001-5981(2010)02-0102-04

恶作剧是先锋派重要的艺术行为理路。对这一点,学界一直没有给予明晰指示。追踪它的历史渊源,波希米亚生活运动是这种艺术行为方式的孕生者和培育场。对这一行为方法做形式内涵分析,寻找它的特征、价值,有助于人们对先锋派的文体特征、精神内涵有进一步的认识。

所谓恶作剧,通常的字典解释是:过分地戏耍、捉弄人的使人难堪的行动。恶作剧最基本的形式即故意使他人陷入窘境,并在旁观他人尴尬、吃惊、惶恐等等寻常难以得见的情绪表现,借此得到乐趣。这种恶作剧纯粹是以满足行为个人乐趣为目的,有时能达到幽默、滑稽的效果,也有时不但不让人觉得有趣,反而还招人厌恶,因此日常社会对恶作剧的存在价值评价上通常是个贬义词。但正是这样一种日常生活行为方式,被先锋派转入艺术领域,渐进成为独具特色的艺术行为策略。

经典的先锋派恶作剧案例,莫过于1917年纽约独立美术家协会举办展览,达达艺术家杜尚送展一件现成品陶瓷的小便池,他给这件作品起名《泉》。如此放肆无理的作品行为让展览组委会既恼羞成怒,又啼笑皆非。1919年杜尚在巴黎购买了一幅达芬奇的名画《蒙娜丽莎》的印刷品,回家后他用铅笔在蒙娜丽莎的脸上加画了几笔翘起的胡子和山羊须,不仅如此,杜尚还给作品重新取了一个名字LH00Q,以法语来

念,意思是“她的屁股热乎乎”。这件“恶”趣横生的玩笑之物,不仅成为杜尚个人的代表作,也成为达达主义的标志性作品。如此杜尚式玩笑在达达派的整个运动期间比比皆是,也一以贯之地延续在后来的先锋派艺术行为当中。1963年去世的意大利艺术家皮耶罗·曼佐尼曾发表过他的罐头作品,每个罐头盒里装了30克塔自己的大便。泰特美术馆购进了其中的一盒,直到现在还收藏着。而酷似达达的格林尼治村激浪派艺术家,身穿无尾夜礼服、出现在卡耐基大厅,其演奏方法却是从中倒出数百个乒乓球,咕噜噜地四处落在舞台上。^{[1]177}而雅各布森的先锋电影《金眼美女》中,主人公打扮得像一个超大号的婴儿,玩躲猫猫的游戏,唱跑了调的歌,而且还捏着嗓子,讲一个小男孩等妈妈回家的长故事。

以戏耍、难堪、搞怪为特征的恶作剧行为方式,构成先锋派艺术一道怪诞风景。关于这一点,很多先锋派研究著作已有所触及:卡林内斯库分析先锋派时说,先锋派具有理智上的一些游戏态度,捣毁偶像,对不严肃性的膜拜,神秘化,不雅的恶作剧,故意显得愚蠢的幽默等精神特征。^{[2]135}考利在记录达达派时也出现了这样的句子:在法国举行了达达主义世界代表大会。这次会议虽然显示了运动的力量,但在队伍中出现了分裂,一派希望把达达主义贯彻到社会生活中去,另一派则满足于用恶作剧来表示憎恶而不让警察来找麻烦。^{[3]124}美国加州大学美术专业毕业的陆蓉之教授介绍新超

* 收稿日期:2009-12-11

作者简介:卫华(1972-),女,湖南株洲人,文学博士,湖南工业大学文学与新闻学院副教授。

如何缩短对农节目 与农民之间的“距离”

■吴志斌 姜照君

【摘要】目前,电视台专门制作的对农节目,农民们并没有表现出人们所期望的那种热情,相反,却时常表现出一种淡淡的冷漠。本文从对农节目的现实取向和对农节目的叙事策略两个方面入手,探讨了如何缩短对农节目与农民之间的“距离”。

【关键词】对农节目 现实取向 叙事策略

目前,对农节目正试图以一种“老百姓喜欢看,科教上起作用”的方式让科学走近农民、让农民理解科学,但是农民面对许多专门为他们制作的节目,并没有表现出人们所期望的那种热情,相反,却时常表现出一种淡淡的冷漠。可见,仅仅向农民摇晃科学的橄榄枝还远远不够,要让农民真正理解科学,缩短对农节目与农民之间的“距离”,需要对农节目尽可能地与现实无缝对接,与农民“接轨”。

一、对农节目的现实取向

1、真在世俗

对农节目的主要内容是传播科学。如何让专家的科学成为百姓的科学?这就需要让科学走进农民的真实生活。关于世俗,余秋雨在其文章《上海人》中曾以一种不无宠爱的口气说,“他们有一种天然的化解功能,把学理融于世俗,让世俗闪耀智慧。”^①在两千多年的封建社会里,儒家思想通过经典文化、通俗文化的潜移默化,造就了中国人普遍的世俗观念。作为一种人们“身边的哲学”,儒家思想入世随俗、紧贴人生,从衣食住行到修身齐家治国平天下,凡是世俗生活的方方面面,无不有所探讨。科学只有与人们的世俗生活息息相关,以世俗的姿态、通俗的方式走近人们生活,才能在人们心中生生不息。

事实上,电视的大众化特征,以及农

业、农村、农民问题的特殊性,已经给科学传播的世俗化定了调。对农节目,作为一种直接服务于农民生产和生活的节目形态,需要一种低位进入的姿态,要从农村最常见、最普遍、最急需解决的小问题入手。

所谓对农节目的世俗性,是指节目所展示的画面更接近社会真实;所表述的心理层面更接近人性真实;所传播的科学内容更倾向适用。当然,世俗化不是庸俗化,世俗化是把科学引入到人们的世俗生活中,并使人们的生活更美好,它与当前一些电视节目庸俗化造成社会文化价值观念滑坡的倾向截然不同。

2、善在真助

“夜里思想千条路,朝起依旧卖豆腐”,是经济落后地区的农民渴望致富的常见心态。对于今天这些苦于没有路子的农民,对农节目应该做的是真诚地为他们服务。其中最重要的就是节目内容及其形式的针对性问题。央视农业频道的《农广天地》是一档农民科技教育与培训的栏目,它根据农民们关注的热点话题和季节的变化,适时安排种植、养殖、农产品加工技术以及各类农村劳动力转移技能培训等。栏目针对性好,易学实用,亲和力自然会增强,这也是《农广天地》受广大农民喜欢的原因所在。

在把握节目导向的情况下,对农节目应该尽可能让他们开阔视野、看到榜样、尝到甜头、得到实惠,让他们做有例子,学有样子。科教片《地膜覆盖》在全国放映后,如获至宝的农民迅速推广学习,粮食、棉花当年大获丰收,就连商业部门也跟着受益,地膜卖得脱销,生产厂家一个跟着一个盘活。央视农业频道的《致富经》栏目以百姓视角解读农民身边的致富明星,通过报道涉农经济发展过程中涌现出的致富经验和创新做法,启迪观众的智慧,激发观众的“财商”,让观众善于把握商机,发现自己身边的财富。

对于产前买难、产中管难、产后卖难等问题,对农节目应该及时提供各种信息和相应的服务,解决实际困难。央视农业频道《聚焦三农》栏目推出系列特别节目《农产品如何面对国际金融危机》,对农民观众来说这无疑是一场及时雨。山东农科频道的《乡村季风》之所以在山东颇有影响力,也是因为它想农民之所想,急农民之所急。事实上,农民的所思所想、所作所为都是农村环境下的产物,他们对各种“道理”的取舍,更多地是从实际利害上考虑。对农节目既应该高举科学旗帜,也应该尊重农民朴素的“农民意识”。

3、美在情深

央视科教频道的《讲述》是一档“用泪