



GAOZHUYUANXIAO RENWENSUZHIJIAOYU GUIHUAJIAOCAI
高职院校人文素质教育规划教材

现代传媒与文学教程

Modern Media and Literature

张 艺 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

高职院校人文素质教育规划教材

现代传媒与文学教程

张 艺 著

浙江大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代传媒与文学教程 / 张艺著. —杭州: 浙江大学出版社, 2008. 9

ISBN 978-7-308-06178-0

I. 现… II. 张… III. 传播媒介—关系—文学—高等学校: 技术学校—教材 IV. I0-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 136475 号

现代传媒与文学教程

张 艺 著

丛书策划 朱 玲

责任编辑 朱 玲

封面设计 刘依群

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(E-mail: zupress@mail. hz. zj. cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>

<http://www.press.zju.edu.cn>)

电话: 0571—88925592, 88273066(传真)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 富阳市育才印刷有限公司

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 16.75

字 数 330 千

版 印 次 2008 年 9 月第 1 版 2008 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-06178-0

定 价 28.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

序

1978年,在时任南京大学校长匡亚明先生和复旦大学校长苏步青先生的倡导下,全国各高校开始设立大学语文课程。在近30年的课程发展历程中,大学语文的道路虽然走得并不平坦,但它在高等教育中的地位和作用已经和正在引起人们越来越多的重视。北京大学、清华大学、北京航空航天大学、南开大学等多所高校先后把语文课列为必修、必选课。2006年年底,教育部高教司在湖南召开会议,建议高校面向全体大学生开设中国语文课程。2007年5月11日,在东华大学举行的中国环境艺术设计国际学术研讨会上,中国科学院院士、中国2010年上海世博会主题演绎总策划师郑时龄教授在与大学生对话时,严厉地批驳了当前社会上存在的一种不重视大学语文课的观点。2007年8月3日,中共中央政治局常委、国务院总理温家宝在看望现年96岁的“国家杰出贡献科学家”、我国航天科学的奠基人钱学森时说,“您上次说的两条意见(一是大学要培养杰出人才;二是教育要把科学技术和文学艺术结合起来),引起了社会的广泛关注和认同”。“我每到一个学校,都和老师、同学们讲,搞科学的要学点文学艺术,对启发思路有好处。学校和科研院所都很重视这个观点,都朝这个方向努力”。在这样一个大的教育选择、政策导向和文化认同背景之下,为了切实推进我国高等学校,尤其是高职院校的语文课程建设,我们计划陆续推出大学语文系列教材,以加强高职学生的人文素养。

据了解,自20世纪80年代以来,我国馆藏大学语文教材已达1402种。可供选择的现成教材如此之多,我们推出自己的系列教材会不会有重复建设的嫌疑呢?这是我们在策划编写教材之初首先要面对并切实加以解决的一个问题。经过比较研究,我们认为,现有的大学语文教材虽然版本众多,并且其中也不乏一二精品,但“千本一面”的现象比较严重。为此,在构筑大学语文系列教材体系的时候,我们努力在凸显自身特色上下功夫,将创新作为自己不懈追求的目标。本系列教材与其他大学语文教材相比具有如下几个鲜明的特点:①对必修教材与选修教材进行整合。必修教材突出科目的基础性,选修教材突出科目的选择性。必修教材与选修教材的整合,主要是基于把学生作为主体的课程价值取向与目标,强调的是学科教学与学生发展的有机统一。整

合的内在依据是人的共同化与个性化协调发展的需要。②综合型教材与语言鉴赏型教材、专题学习型教材以及活动型教材相互配套,建立多种教材模型,有利于全面提高学生的语文综合素养,为学生提供多样化的学习途径和构建多重对话的平台,为学生的终身学习和和有个性的发展奠定坚实的基础。③课程内容由板块割裂走向板块融合。就学习内容而言,力求语言与文学渗透、阅读与写作交叉;就学习主体而言,力求使学生对语文的积累与感悟、体验与探索、品味与思考、应用与拓展、发现与创新等活动因素有机地融合在教材的整体结构之中。课程内容板块融合的目的是实现“知识和能力”、“过程和方法”、“情感态度和价值观”这三维课程教学目标的整合。④突出专业化文化品性,兼顾民族化、时代化、生命化、典范化等其他文化品性。适应职业技术教育课程建设的需要,将专业化文化品性融入语文教材的编写之中,这既是大学语文教材编写上的一大创新,也是本系列教材区别于其他大学语文教材的最鲜明特色之所在。

本系列教材的编写经历了一个较长时间的酝酿过程。参加这套教材建设的同志普遍认为,大学语文教材的建设涉及语文课程与教学论的方方面面,如果缺乏必要的理论支撑和实际编写上的创新,这套教材将很有可能成为“千本一面”的大学语文教材群体中的“一千零一本”。为了避免出现这样的结果,大家本着积极创新的精神,边学边干,边干边学,目标只有一个,就是努力使本系列教材在其面世之日给人耳目一新的感觉。我们编写大学语文系列教材的初衷,是推进院级精品课程建设,满足我院大学语文教学的需要。由于我院是一所以纺织、服装两大专业为支柱的高等职业技术学院,本系列教材的编写也紧紧结合了我院的专业特色,并由此推而广之,也可作为人文素质教育教材供其他专业学生使用。

浙江纺织服装职业技术学院的领导对本系列教材的建设规划非常重视,浙江大学出版社也为本系列教材的出版给予了很大的支持。在此,我们向学院领导和浙江大学出版社表示最衷心的感谢。同时,我们也期待着各位专家和同行的批评指正,以便今后做进一步的修订。

冯盈之

2007年仲夏于浙江纺织服装职业技术学院

CONTENTS

目 录

绪 论	1
第一节 传媒与现代传媒	1
第二节 传媒的产生与发展	3
第三节 传媒发展对文学发展的影响	6
第四节 传媒素养教育与文学熏陶	9

上篇 影视与文学

第一章 影视技术的演进	19
第一节 电影的产生与发展	19
第二节 电视的产生与发展	36
第三节 影视的技术差异与融合发展趋势	43
第二章 影视传播	48
第一节 影视传播的一般特点	48
第二节 影视中非言语传播的特点及功能	54
第三节 影视传播的影响	59
第三章 影视文学	65
第一节 什么是影视剧本	65
第二节 影视剧本创作	75
第三节 影视剧本的改编与分类写作	84
第四节 影视文学的鉴赏与批评	95

第四章 影视语言与影视文学的二度创作	108
第一节 镜头	108
第二节 声光色与时空	119
第三节 影视语言的差异性比较	128
第四节 蒙太奇	131
第五节 影视文学的二度创作	137
第五章 影视艺术发展概况	143
第一节 电影艺术发展概况	144
第二节 电视剧艺术发展概况	166
下篇 网络与文学	
第六章 网络技术的演进	179
第一节 世界计算机网络的产生与发展	179
第二节 中国计算机网络发展概况	186
第七章 网络传播	191
第一节 网络传播的含义、分类及特点	191
第二节 网络传播中存在的问题	195
第三节 新型个人网络信息交流平台	199
第八章 网络语言	208
第一节 网络语言的含义、成因及特点	208
第二节 网络语言的表意形式	213
第三节 网络语言的影响	223
第九章 网络文学	229
第一节 什么是网络文学	229
第二节 网络文学的创作、鉴赏与批评	236
第三节 网络文学的影响	242
第四节 网络文学的发展与前景展望	249
主要参考文献	258
后 记	260



绪 论

第一节 传媒与现代传媒

一、传媒与现代传媒的含义

什么是传媒？什么是现代传媒？顾名思义，传媒即指信息传播的媒介/媒体，现代传媒即指现代化的信息传播媒介/媒体。所谓“现代”，在此不是一个时间概念，而是一个技术概念。现代传媒（此处不包含“新闻机构”）具体指的是以电子、数字化等现代科学技术为基础的信息传播媒介/媒体，例如广播、电影、电视、网络、手机等。

二、如何理解“传媒”、“媒介”、“媒体”

关于这三个词的含义，商务印书馆 2000 年版《应用汉语词典》的解释分别是：

传媒〔名〕：传播媒介的简称。泛指一切得以实现向人们传递各种信息的技术手段，包括报纸、广播、电视等。

媒介〔名〕：在发生某种关系的双方之间起介绍或引导作用的人或事物，如蚊子是传染疟疾的媒介/空气是传播声音的媒介。

媒体〔名〕：主要指新闻媒介进行信息交流、传播的载体，如报刊、广播、广告等。

粗略一看，《应用汉语词典》对“传媒”、“媒介”、“媒体”三个词的解释似乎比较清楚，但如果仔细推敲，我们就会发现其中存在的问题。首先，这三个词是有区别的，还是无区别的呢？词典并未给出一个明确的答案。其次，新闻机构都没有被包含在三个词语的意义中。最后，含义的界定与举例说明互相纠缠。说传媒是传播媒介的简称，那等于说两者的含义是一样的，但具体的表述又互相迥异；对传媒和媒体含义的界定明明有差别，但所举事例又互相重叠。可见，《应用汉语词典》对三个词语的解释并不能让人信服或奉为圭臬。

在日常生活中,我们经常听到、读到或使用“传媒”、“媒介”、“媒体”这三个词语。一般的人在遇到或运用这三个词语的时候,可能并不认为它们之间有什么不同。但在学术界却存在很大的争议,有些学者认为这三个词语所表达的含义基本相同,因而可以混用或通用;另有些学者则认为应对这三个词语的含义进行较为清晰的界定,并有区别地使用。

持前一种观点的人认为,“传媒”、“媒介”、“媒体”这三个词语首先在实际应用中存在着通用的情况。如中央电视台早间新闻栏目《媒体广场》中有子栏目《传媒链接》,译者郭镇之将“The Mass Media in Canada”一书译为《传媒的历史与分析——大众媒介在加拿大》等。在理论上,有关学术著作或杂志包括一些核心期刊中刊发的文章也未对其加以规范,如《大众传播学教程》、《新媒体导论》、《视觉文化传播导论》、《文学传播学引论》、《现代传播》、《新闻与传播研究》、《中国广播电视学刊》等。查询中国传媒大学图书馆和国家图书馆有关图书目录发现,三个词的使用也是各有千秋。如果说三者之间有所区别的话,那也不是概念上的区别。闵大洪在其《数字传媒》一书中所作的描述便可为之佐证:“长期以来,国内使用的与‘media’相对应的中译词是‘媒介’,如‘大众传播媒介’、‘新闻媒介’等。近年来,港、台地区及海外相对应的词‘媒体’开始在内地得到广泛使用,如‘大众传播媒体’、‘新媒体’、‘第四媒体’、‘网络媒体’等。‘媒介’和‘媒体’不仅在很多情况下已经混用,而且后者有比前者更频繁使用的趋势。除上述两种用法外,第三种普遍用法为‘传媒’”。

持后一种观点的人认为,“传媒”、“媒介”、“媒体”这三个词语在含义上存在着差异。传播学学者明安香认为,“媒介”一词主要指直接面向受众的信息载体及其内容,如报纸、广播、电视等;“媒体”主要指“从事新闻传播的机构及其传播的内容等”;“传媒”则是结合了“传播”与“媒体”两者的内涵,基本上是一种通称,也就是说媒介和媒体可通称为传媒。这是迄今为止国内学者对这三个词语较为权威的表述。

为了叙述和理解上的方便,本书支持前一种观点。这样做的依据有三:一是“传媒”、“媒介”、“媒体”这三个词语在英文中只有一个对应词“medium(复数形式为media)”,而该词的意思很明确,其英文解释译成中文是“一种中介物、工具或机构。它是一种用来承载或传递效果或信息的物质或渠道”。二是港澳台地区和海外华人使用中文与大陆不一致,而国内外的学术交流在很多情况下与港澳台地区和海外华人联系又非常密切,交叉混用的情况不可避免。三是截至目前国内外无论在学术研究方面还是在实际应用方面都未将三者区分清楚。总之,“传媒”、“媒介”、“媒体”这三个词语都可用来指称“直接为接受者传递或运载特定符号的物质实体”。此外,它们也可用来指称报社、电台、电视台等专门从事新闻传播的组织机构,如人民日报社、中央人民广播电台、中央电视台等。

第二节 传媒的产生与发展

传媒的产生与发展并非一个依次更替的过程,而是一个不断叠加的过程。在人类社会的发展历程中,日益扩大的信息传播需要,使一个个新的传媒应运而生。这里,我们将按照产生的时间先后顺序简要介绍主要传媒类型产生和发展的历史,并对传媒发展的融合趋势做一简要分析。

一、传媒简史

(一) 口语传媒

从人类信息传播的发展历程看,口语传播是人类传播活动的第一个历史发展阶段,是人类传播史上的第一个里程碑。口语的产生和发展,意味着人类在认识和改造世界的过程中,为了实现信息的交流和共享以保证自身的生存和发展需要,形成了一种能够表达复杂含义的声音符号系统。这一系统在今天依然是人类最基本、最常用和最灵活的信息传播媒介/媒体。当然,纯粹依赖于人的发音器官而以声音符号为存在形式的口语传播媒介/媒体也有其自身的局限性。例如,只适用于小规模、近距离的社会群体或部落内的信息传播;所负载的信息转瞬即逝,信息的保存和积累完全依赖人脑的记忆功能等。正是由于有这样一些原因,人类不得不呼唤新的传播媒介/媒体的诞生。

(二) 纸墨传媒

自从发明了文字,人类便逐渐学会了借助不同的材料(如龟甲、兽骨、青铜器、石头、竹简、木牍、绢帛、纸草、纸张等)将信息用文字记录下来的方法。而造纸术和印刷术的发明,将人类记录文字、复制文字信息的方法大大向前推进了一步。中国四大发明中的造纸术和印刷术,是中华民族为世界文化传播和人类文明进步作出的重要贡献。东汉时期,蔡伦在总结前人经验的基础上,造出了结实耐磨的纤维纸,公元7世纪的唐代,中国出现了雕版印刷。1045年,毕昇发明了胶泥活字印刷。公元15世纪40年代,在吸收中国活字印刷和油墨技术的基础上,德国工匠古登堡创造了金属活字排版印刷。造纸术和印刷术的进步直接推动了纸质传媒的发展。与口语传媒相比,纸质传媒极大地拓展了信息传播的时空,在信息传播史上具有革命性的意义。当然,对不识字的人而言,纸墨传媒的传播效果几乎为零,这是一个不小的缺憾。

(三) 台榭传媒

台榭(包括各种瓦舍、勾栏、剧场)是现代传媒产生以前人类进行文艺传播的主要手段之一。早在宋代,城市中就出现了综合游乐场所。这些场所叫做瓦舍或瓦子,其中供演剧用的叫勾栏。勾栏的原意为曲折的栏杆,在宋元时期专指集市瓦舍里设置的

演出棚,成为盛极一时的民俗。瓦舍的规模很大,大的瓦舍有十几座勾栏。在西方,为了适应公民文化生活日益扩大的需要,公元前5世纪的时候,希腊的雅典建立了可同时容纳30000名观众的庞大剧场——狄奥尼索斯剧场。到了公元前55年至公元前52年的时候,罗马建成了世界上第一座石结构的永久性剧场——庞培剧场。这些事实无不说明,台榭传播曾是人类传播史上重要的传播手段。尽管台榭传媒有其本身难以克服的时空局限性,但是直至今天,它依然在文艺信息传播方面发挥着其他传媒无以取代的独特作用。

(四)广播影视传媒

广播影视传媒的出现是社会发展与科技进步的综合产物,是与电报、电话、活动摄影、留声机、录音机和无线电的发明密切地联系在一起的。早在16世纪,人类就对电磁通信发生了浓厚的兴趣。1558年,西方人鲍尔达在《应用自然力的魔力》一书中就描述了一种利用电磁来进行通信传播的“共振的电报机”。1837年,美国人莫尔斯发明了世界上第一台实用的电报机,1844年,莫尔斯从华盛顿向巴尔的摩发了一封有线电报,内容为“主啊,你创造了何等的奇迹?”(语出《圣经》)。1858年,横跨大西洋的海底电缆工程竣工,接近于实时传播速度的远距离信息传递成为现实。1876年,英国人贝尔和他的助手沃森特发明了电话。1878年,英国人埃德沃德·穆布里奇成功地将照相术用于活动摄影。1877—1879年,美国发明家、企业家汤姆斯·爱迪生发明了留声机、录音机。1895年,电影在法国诞生。1901年,意大利发明家马可尼首次完成了跨越大西洋的无线电信号传输,距离达3200公里。1906年后,广播开始在美国出现,1920年,美国设立了世界公认的第一个标准广播电台——KDKA电台。1925年,英国人贝尔德利用机械扫描盘成功地完成了传送和接收画面的实验,电视由此发展起来。广播影视传媒的出现,给人类的信息传播带来了巨大而又深远的影响,这种影响怎样高估都不为过。

(五)网络传媒

世界正进入以层出不穷的高技术为推动力的信息时代、信息社会。回顾人类传播史所走过的历程,我们不难发现,信息技术的发展起着历史性的杠杆作用。信息技术的每次创新,都带来了信息传播的大革命,每一次革命都给人类的政治、经济、文化和社会生活带来积极的影响,推动着人类的文明不断向更高层次迈进。信息技术集中反映的标志是信息传播方式的变革。兴起于20世纪的网络传媒,作为一种全新的现代化传播手段,有着与传统传媒截然不同的新特征。这些新特征虽然不可避免地带有一些负面效应,如意识形态和文化渗透、假新闻假信息传播、色情泛滥、个人隐私遭到侵犯、知识产权遭到侵犯等,但网络传媒在信息传播上的优势则是其他传媒所无可比拟的。毫无疑问,网络传媒既给我们的时代提供了最快捷、最便利的传播方式,同时也是人类有史以来发展最快的传播手段。网络传媒对于社会的影响是全面、深刻的,它以

不可抵挡的势头,迅速渗透到世界各国的政治、经济、文化等各个领域,改变着人们的生产方式、生活方式和思维方式,改变着世界的面貌。它是人类文明史上又一具有划时代意义的重要里程碑。

二、传媒发展的融合趋势

随着网络技术的进步和网络应用的普及,以及人们信息消费观念和方式的更新,各种传媒正在冲破自身的局限,进入一个传媒融合的新时代。当前,随着传媒竞争的日趋激烈,不同传媒之间的交流合作越来越多,报纸、广播、电视、网络、手机等不同传媒形态之间的互动趋势已呈现出越来越明显的发展态势。

传媒融合的主要形式大致有以下几种:

1. 表现方式的互相借鉴。从近些年报纸的变化来看,一是借鉴网页编排推出“头版导读”。传统的报纸十分看重头版,以至于编辑经常为哪篇稿件、哪条新闻上头版头条伤透脑筋。自从受到网络传媒的影响和启发之后,许多报纸的头版已经不再或很少登载全文,而是把精彩的内容浓缩成大标题放置于头版抓住受众。二是借鉴影视传媒的影像特点突出视觉效果。如纷纷推出彩印,注重版面色彩的搭配与映衬,追求强烈的反差和冲击效果,使版面形式鲜活抢眼,以适应读图时代的视觉感受需要。三是借鉴网络链接方式推出“新闻链接”。以环环相扣的形式构成一个个的信息链条,能够尽可能多地满足受众的求知欲望。

2. 传播内容的二次加工。传媒联动是传媒市场激烈竞争的产物。信息技术高速发展的时代,传媒资讯是以“共享”方式存在并进行传播的,任何一家传媒都无法单凭一家之力穷尽天下新闻。传统的以“第一落点”为特征的“独家新闻”已经难以存在,新闻竞争的焦点已经不在于独家发现,而在于独到的开发和配置。新闻传播已进入需要更加理性选择和充满智慧创新的时代。因此,不论何种传媒都必须学会对其他传媒的传播内容进行二次加工,整合资讯,拓宽视野。例如,报纸、广播、电视等通过手机短信发送新闻;电视通过读报节目对报刊资讯进行整合利用,互联网对传统传媒消息予以剪接采集等。这些做法大幅度提高了信息的利用率,丰富了信息的含量。

3. 受众的交叉覆盖。以广播电视读报节目为例,目前影响较大的有凤凰卫视的“有报天天读”、央视新闻频道的“媒体广场”、央视经济频道《第一时间》栏目中的《读报》、南京电视台城市频道《南京零距离》中的“孟非读报”、东方卫视《看东方》节目中的“早报早知道”等。现代社会快节奏生活的人们没有过多的时间坐下来仔细翻阅每家报纸,也不可能每人都订阅多份报纸。传统的个人读报虽然可以自由选择,却无法做到在极短的时间内接受大量的信息,收到事半功倍的效果。电视读报节目的出现,既有利于电视争取报纸的受众,也有利于报纸通过电视争取电视的受众,能够达到双赢的目的。

传媒融合这一概念是由美国马萨诸塞州理工大学教授浦尔提出来的,它是指各种传媒在信息传播上的多功能一体化形态。从本质上讲,传媒融合首先是传播技术的融合,即两种或多种传播技术融合后形成新的传播技术,如多媒体技术。新传播技术既兼具原有传媒的各种技术特点,又创造出了新的技术特性,其传播功能大于各传媒的原有传播功能之和。传媒融合的核心是计算机技术,各种传播技术走向融合正是由计算机技术来推动的。技术层面之外,传媒融合也指不同传媒产业间的融合,不过这种融合必须以各种传播技术的融合作为基础和前提,因而是传播技术融合延伸出来的一个结果。就我们谈及这一问题的初衷而言,这一层面的融合不是我们所要关心的问题。我们所要关心的是,传播技术的融合给信息传播带来的深刻变化,以及这种变化对人们的信息消费方式提出的挑战。作为一个现代人,我们必须正确把握传媒融合的趋势,学会在新的传媒环境下运用全部的感觉器官接收和处理政治、经济、文化等各方面的信息,培养自身的传媒素养,尤其是现代传媒素养。有关这方面的问题,绪论的第四节将做进一步的阐述。

第三节 传媒发展对文学发展的影响

一、传媒发展推动文学进步

人类的全部文明史,从某种意义上来说,就是一部人类文化的传播史。由生产力的发展水平所决定,又反过来促进生产力发展的信息传播手段,对人类生活的方方面面都起到了巨大的推动作用,这种作用当然也包括对文学发展的影响。

传媒发展对文学发展的影响,从文学表现形式的演变上就可以看得很清楚。因为有了口语传媒,于是便有了口头文学;因为有了纸墨传媒,于是便有了书面文学;因为有了台榭传媒,于是便有了有戏剧文学;因为有了广播影视传媒,于是便有了广播影视文学;因为有了网络传媒,于是便有了网络文学。可以说,每一种传媒形式都孕育出了相应的文学表现形式,并极大地促进了文学创作的繁荣。

早在远古时期,面对异常艰苦的生存环境,人类就学会了以“口耳相传”的形式,讲述神话故事,传唱民间歌谣。以中华民族的文学发展史而论,随着语言抽象能力的形成,我们的先民凭借声音符号系统创造出了许许多多如《盘古开天》、《女娲补天》、《后羿射日》、《嫦娥奔月》、《精卫填海》、《大禹治水》这样的神话故事,创造出了许许多多如《弹歌》、《伊耆氏腊辞》那样的民间歌谣。在欧洲文学发展史上,希腊人甚至借荷马之口创造出了不朽的史诗作品《伊利亚特》和《奥德赛》。

造纸术和印刷术发明以后,文学的发展犹如插上了两只飞翔的翅膀,凭借易于记录和保存的纸质传媒,人们创造出了数量空前而形式更为复杂多样的文学作品:诗歌、

散文和小说。可以毫不夸张地说,没有造纸术和印刷术这样的物质技术基础,就不会有李白和唐诗,苏轼和宋词,也不会有唐宋八大家及其散文作品,更不会有罗贯中、施耐庵、吴承恩、曹雪芹和中国四大古典文学名著;没有造纸术和印刷术这样的物质技术基础,就不会有因传抄左思的《三都赋》而出现“洛阳纸贵”的现象,也不会有《圣经》在哥伦布从事他那具有历史意义的航海壮举之前就已印刷 2000 多万册的发行纪录。

当歌台、舞榭、瓦舍、勾栏、剧院、剧场出现的时候,戏曲/剧文学也随之逐渐地发展繁荣起来。先秦时期是我国戏曲/剧文学的萌芽时期,比如《诗经》里有“颂”,《楚辞》里有“九歌”这样祭神娱人的唱词。从汉魏到中唐,又先后出现了以问答方式表演的“参军戏”和扮演生活小故事的歌舞“踏摇娘”等。中唐以后,戏曲/剧艺术的迅速发展进一步促进了戏曲文学的创作,比如宋代有“杂剧”,金代有“院本”和“诸宫调”。至元明清时期,我国的戏曲/剧艺术和戏曲/剧文学一起步入了一个成熟的阶段。于是,在戏曲/剧文学的百花园中出现了一大批像中国十大古典喜剧和中国十大古典悲剧那样优秀的戏曲文学作品。到了现当代,在曹禺等人的努力下,我国的话剧文学创作又出现了一个异彩纷呈的可喜局面。在欧洲,公元前 5 世纪时,希腊就涌现出了不少著名的戏剧诗人,如三大悲剧诗人埃斯库罗斯、索福克勒斯和欧里庇得斯,以及“喜剧之父”阿里斯托芬等就是他们中的优秀代表。文艺复兴时期,英国戏剧作家莎士比亚更以其卓越的戏剧创作在世界戏剧文学发展史上留下了他光辉的名字。

19 世纪末 20 世纪初以来,电子、网络传媒的出现和普及,一方面迅速提高了文学的传播速度和广度,另一方面又催生出了许许多多与电子、网络传媒特质相适应的新鲜文学样式,广播剧、影视剧脚本、网络小说、手机小说等有别于传统的诗歌、散文、小说和戏剧的文学体裁竞相绽放,极大地丰富和完善了文学的表现形式。特别是 20 世纪末以来,随着电子计算机和数字化技术的蓬勃发展,网络文学创作在世人的文学视野里展现了一幅“忽如一夜春风来,千树万树梨花开”的美丽盛景。现代传媒环境之下,文学正以其永不衰竭的生命力,迎接着一个又一个的机遇和挑战,并不断借助新的传媒创造新的辉煌。

2007 年 11 月 27 日,登载在《日本经济新闻》上的这则报道就颇能说明这种现象。

日本的手机小说正在成为带动电影、音乐、出版等多媒体联动的一大产业,业余作家们通过短信连载形式发表的“手机小说”正在日本蓬勃兴起。这些小说不仅以图书的形式出版发行,还被编辑成丛书或改编为漫画、电影和音乐作品。由于市场预计作为手机小说最大受众的十几岁女孩们对这类产品的需求旺盛,出版社和网络公司无不加大了对这一产业的投入力度。

在某手机小说投稿网站发起的票选活动中,一部名为《屋顶上的天使》的原创作品,以最高票数当选网友们最想改编为电影的小说。该网站已经组织起了一个创作团队,并计划于 2008 年春天把这部小说搬上银幕。此外,主题歌歌词和演员也准备通过

网络海选产生。

在网络投票中排名第一的小说《片翼之瞳》全三卷的首次印刷数量就达到罕见的45万册。为了方便中学生购买,一部分图书将放在便利店销售。

手机小说正在改变出版发行业界的旧有模式。发表手机小说的门槛很低,许多年轻作者的作品唤起了与他们年龄相仿的女性读者们的共鸣,因此在青年人渐渐远离文字的时代,却不断涌现源自手机小说的畅销书。此外由于影视和音乐等衍生产品的开发,一个巨大的潜在消费市场正在形成。

只要通过专门的小说网站投稿,谁都可以发表作品。与过去由出版社发现并培养作者的方式不同,在日本最大的手机小说网站上,大约刊登了110多万部作品。其新鲜的文风和语感吸引了众多的女中学生,许多畅销作品就诞生于此。

在2007年上半年的10部最畅销手机小说中,已经有5部发行了单行本。2006年的图书市场规模为9325亿日元,比高峰时的1996年下降了15%。而据说从2006年开始渐成气候的手机小说市场,仅仅依靠出版单行本就达到了几十亿日元的规模。

而手机小说对其他产业也起到了巨大的带动效应。上个月刚刚上映的电影《恋空》正是改编自手机小说,其票房收入已经超过了20亿日元,主题歌也成为流行单曲。而其小说单行本的发行量也达到了195万本。

如果只发行单行本图书,收集小说的销量很难有大的突破,但影像和音乐等其他衍生产品的出现,则会激起消费者更大的购买欲望。正是由于手机小说的阅读人群主要是女中学生,起用在年轻人中间极具人气的演员和乐队势必产生更大影响。而且由于在进行网络连载的过程中就能够预测出该小说的受欢迎程度,这使得衍生产品的开发变得相对轻松。^①

二、现代传媒环境下文学面临的机遇和挑战

在当代,推动社会飞速前进的传媒力量主要有三支:一是纸质书报杂志;二是广播影视;三是互联网。如果我们把这三支力量比喻为“三驾马车”的话,那么包括广播影视和互联网在内的现代传媒可以说是三分天下有其二。在这样一个传媒环境之下,各种信息的制造和传播都面临着前所未有的机遇和挑战,文学作为信息之一,当然也不会例外。

首先,传媒公共领域空间的扩大为文学的更加民主化和民间化创造了条件。仅就网络传媒来说,因为有了网络,人人都可以成为作家和写手,人人都可以公开发表自己的文学作品,人人都可以变成文学作品的及时、即兴的批评家、评论家。在这里,传统

^① 参考消息,2007-11-28(6)。

作家的尊贵身份和传统文学的森严等级被消除,文学的“把关人”已经不复存在。大家都是来自街头巷尾、乡村田野的文学平民,每个人都能够自由、民主地进行文学信息的交流。

其次,强势传媒的超文本、非线性传播特征为文学由单一的语言艺术变为综合艺术提供了技术支持。由于纸墨传媒作为单一语言艺术的生存空间日益受到挤压,日渐式微的线性文学文本不得不借助强势传媒的技术翅膀飞向新的天空。作为语言艺术的文学,其魅力虽然首先来自于语言,但它并不天生就排斥声、光、电等技术要素。事实上,上古时期的中国文学就是以诗、乐、舞三位一体的超文本形式存在并得以流传的。所以,文学从其诞生之日起就有着超文本的传统,也正是这种传统创造了它幼年时代的繁荣。在现代传媒的影响下,文学单一的语言文本更多地让位于影视文本和网络文本,文学被动的线性文本更多地转化为互动的非线性超文本,单一的语言艺术更多地演变为综合艺术,已经成为我们这个时代势不可挡的文学发展潮流。

不过另一方面,我们也应该看到,由于现代传媒的作用,随意的“游戏冲动”正在造成对严肃的“审美动机”的消解,尚理性的“技术智慧”正在造成对重情意的“艺术规律”的消解,以物为中心的“工具理性”正在造成对以人为中心的“价值理性”的消解。倘若我们不能推动现代传媒环境下的文学与时俱进,那么这一连串的“消解”带给我们的结果,很有可能是对传统文学的彻底颠覆,或者是使曾经矗立于人们心中的宏伟文学大厦坍塌为一片文化的废墟。

因此,对现代传媒这把“双刃剑”,我们既要看到它为文学的发展所提供的良好机遇,也要看到它对文学的发展所提出的严峻挑战;既要看到它有利的一面,也要看到它不利的一面。只有这样,我们才能正确把握当代文学的发展方向和特点,把文学创作与文学接受提高到一个崭新的水平。

第四节 传媒素养教育与文学熏陶

一、传媒素养的内涵

谈到传媒素养,首先要搞清楚什么是素养?李行健主编的《现代汉语规范词典》对“素养”一词的解释是“平素的修养”。如果仅仅从这五个字来看,我们对“素养”一词的含义可能还是不甚了解。因此,我们还需要从词典上查找一下“修养”这个词的解释。当再次翻开李行健主编的《现代汉语规范词典》时,就会发现,在“修养”这个词语的下面有如下三个义项:“①【动】道教教徒修炼。②【名】思想、理论、知识或技艺等方面所达到的一定水平。③【名】指长期养成的符合社会要求的待人处事的态度和涵养。”有了对“修养”的明确解释,“素养”一词的含义也就非常清楚了。

下面我们再来看看什么是传媒素养。

传媒素养,源于英语中的 Media Literacy,在汉语中也称媒体素养、媒介素养、媒介素质等。目前,国内外的专家、学者及有关机构对该词的解释无论在内涵的把握方面,还是在表述方面,都存在着差异。以下是几种有代表性的意见:

“传媒素养就是人们认识、利用和参与大众传媒方面的素养。”^①

“传媒素养是指人们对大众传媒的认识、利用和参与方面的素养。其中最根本的是了解大众传媒的功能和作用、各种传媒的特点以及评判传媒的标准。”^②

“传媒素养是指人们对各种传媒信息的解读和批判能力以及使用传媒所提供的信息为个人生活、社会发展所用的能力。”^③

“传媒素养是指人们面对各种传媒信息时的选择能力(ability to choose)、理解能力(ability to understand)、质疑能力(ability to question)、评估能力(ability to evaluate)、创造和制作能力(ability to create and produce)及理性反应能力(ability to respond thoughtfully)。”——美国传媒素养研究中心。^④

综上所述,传媒素养就是一个人生活中所累积的与传媒有关的知识、能力和态度。

二、国内外传媒素养教育概况

传媒肇始于 19 世纪 30 年,随着它的不断向前发展和影响力的日益增强,其正面作用与负面作用以及由此而引发的传媒素养教育问题在国内外引起了人们的普遍关注。

早在 20 世纪 30 年代初期,部分英国学者便已开始倡导传媒素养教育了。20 世纪六七十年代以后,英国、挪威、美国、加拿大等欧美国家先后将传媒素养教育纳入学校教育课程,并逐步将其作为终身教育的一部分予以实施。

1986 年,英国成立了全国初级传媒素养教育工作委员会。1989 年,教育科学部(Department of Education and Science)将传媒素养教育正式纳入中小学课程。截至 1991 年,英国已有 1/3 的学校实施了进阶式传媒研究课程,有 1/3 的中学毕业生参加了传媒研究科的中等教育证书考试。现在,英国的传媒素养教育课程不但开进了高等学府,而且业已成为英国人终身学习的重要内容。

在美国,20 世纪 60 年代便掀起了一场“视觉素养运动(Visual Literacy Movement)”。1980 年以后,学校开始大量推出有关电视的教育课程。1989 年,“传媒素养

①④ 将宏,徐剑.新媒体导论.上海:上海交通大学出版社,2006.

② 王方群.传媒素养——网络文明的基石. <http://www.China.com>.

③ 岳希亮.传媒素养:信息时代的公民教育. <http://www.qkzz.net>.