

媒介化与新世纪文学传播方式的转型

张邦卫 郑朝霞

摘要: 新世纪文学的基本走向是媒介化。媒介化不仅推动着新世纪文学生产方式与消费方式的转型,也推动着新世纪文学传播方式的转型。新世纪文学传播方式的转型有四种形态:一是从“作品传播”走向“事件传播”;二是从“书本传播”走向“影像传播”;三是从“单向传播”走向“双向传播”;四是从“一维传播”走向“多维传播”。

关键词: 媒介化; 新世纪文学; 传播方式

作者简介: 张邦卫,男,教授,文学博士,湘潭大学文学与新闻学院硕士生导师。(浙江传媒学院文学院,浙江 杭州,310018)

郑朝霞,女,文艺学硕士研究生。(湘潭大学 文学与新闻学院,湖南 湘潭,411005)

中图分类号: I2-1 **文献标志码:** A **文章编号:** 1008-6552 (2014) 03-0066-07

在媒介化的新世纪,联通文学生产与文学消费的文学传播也出现了许多与其历史形态不同的世纪嬗变。诚如阿布拉姆斯所说的:“文学史显示了一个反复重复的过程,在该过程中,具有创新精神的作家,如多恩、华兹华斯、乔伊斯或者贝克特,同他们时代占统治地位的成规决裂,创作出具有独创性的作品,而让其他作家模仿他们的创新,由此把新颖的文学形式变成新的一套文学成规。”^[1]事实上,文学传播的传统成规在新世纪的传媒化语境中出现了裂变与变通甚至转型,一系列新的传播方式正日益成为基于新媒体的传播共识。于是,影视媒介、网络媒介、通讯媒介引起的传播革命,不仅一次又一次引起了文学传播的变革,而且最大限度地促成了文学的解放与文学的革命。

一、从“作品传播”走向“事件传播”

在新世纪,随着信息主义、“知道主义”与“标题主义”的潮涌,文学传播的重心出现了偏移甚至是变异。传媒语境中的新世纪文学的传播似乎不太依赖或不仅依赖于作品本身,而是依附于作品的“热点卖点”、依托于作家的“绯闻轶事”。一句话,外文本式的文学事件的传播力远远大于内文本式的文学作品本身的传播力。于是,新世纪的文学传播便出现了从“作品传播”走向“事件传播”的嬗变。

所谓“作品传播”,就是关于作品本身的传播,作品传播是传统文学的经典形式,在传播的动态过程中“唯作品是瞻”、“作品至上”与“作品中心”,经典作品的流传不是靠“诗外的功夫”而是靠“诗”本身,例如王勃的《滕王阁序》及其名句“落霞与孤鹜齐飞,秋水共长天一色”便是如此。在作品传播的过程中,不是作家成就了作品,相反是作品成就了作家,被反复阅读、品鉴的作品在广为传播的文学时空中积聚了大量的象征资本从而附魅了作家的文化身份,例如在唐诗的浩浩长河中,所谓“孤篇横绝”的《春江花月夜》就让后人永远记住了诗人张若虚的名字。

所谓“事件传播”,就是关于文学事件的传播,这些事件可能与作品有关,也可能与作品无关,但

总是与作家直接相关。它们既可能关涉作家的公共性与神圣性，也可能关涉作家的隐私性与世俗性，由于这些事件大多源于媒介的策划与炒作、聚焦与放大，故称之为“媒介文学事件”。从新闻主义的角度看，媒介化语境中的文学事件，必然有着调动读者兴趣、吊起读者口味、吸引读者眼球的轰动性、奇闻性、异趣性以及悖常性。因而新世纪的文学传播的一个显在表征就是“事件化”，当然“事件化”只是文学媒介化的后果之一。

假如说“作品传播”是一种“内文本传播”的话，那么，“事件传播”更多是一种“外文本传播”，这也恰恰吻合了后现代文化语境中的“向外转”的逻辑。假如说“作品传播”定格的是作品本身的话，那么，“事件传播”聚焦的则是作品之外。换言之，前者传播的是“内文本”，后者传播的是“外文本”。例如新世纪文坛中所谓“70后”、“80后”、“新新人类”、“美女作家”、“美男作家”等的命名，直接针对的是作者的身份，而不是作品的内涵与形式、风格或倾向。在“事件传播”中，在媒体上进行“表演”的主角不是作品，甚至不是文学，而是作家或者其他非文学的因素，如作家的性别、年龄、经历、外貌，作家的生活习惯、生活方式，作家的奇闻轶事、绯闻官司等。如“二王之争”、“二余之争”、“二张之争”、“《马桥词典》事件”等，聚焦的是作家们的官司绯闻；朱文的“都市小资”、王安忆的“上海女人”、铁凝的“女作协主席”、木子美的“性爱游戏”、张贤亮的“影视大佬潜规则女演员传闻”等，聚焦的是作家们的轶事传闻；韩寒的“进军车坛”、郭敬明的“抄袭案”与“做官”、棉棉与卫慧的“争吵对掐”等，聚焦的是作家们的生活作秀与青春作派。

新世纪的文学事件，从某种角度说都是商业策划与大众传媒合谋制造的结果，如“身体写作”、“下半身写作”、“葛红兵的‘二十世纪中国文学悼词说’”、“顾彬的‘中国当代文学垃圾论’”等都是媒体生产、媒体扩大与媒体推广的。对此，许多传媒人曾坦承了他们策划文学事件、引导文学潮流的真实意图。如《山花》主编说：“策划的导向作用贯穿于组稿、选稿、发稿的全过程。可以认为，对刊物创新的成功策划是编辑创造性精神活动的重要成果。”再如《青年文学》主编说：“我们根据读者的要求，主动找作者并引导他们创作。杂志体现的是办刊人的想法、理念和品味。”还如《收获》编辑说：“90年代以来的小说写作的繁荣是一种极其虚假的现象。主要是话题的繁荣，而非小说写作的繁荣。我了解文学杂志的‘行规’，杂志需要制造一些话题来扩大自己的影响。话题的影响力往往大于小说作品本身的影响。同样，作家的名气有时会被人们看得比作品本身的名气更重要。”^[2]

基于话题设置、事件制造的“事件传播”，对新世纪文学的传播是一把双刃剑。一方面，对文学事件的高度关注可以带动文学作品的销售与阅读，可以带动文学市场的繁荣，从而重新打造文学“去边缘化”与“再中心化”格局，这也就是所谓的“由事件及作家再及作品”的模式。换言之，“事件传播”是一种诱导性传播，也是一种诱导性阅读，是一种由此及彼的关联式传播。当然，有创意的、成功的“事件传播”，能够让人透过事件回归作品。例如，陈染的《私人生活》、卫慧的《上海宝贝》、韩寒的《三重门》、郭敬明的《梦里花落知多少》、张悦然的《樱桃之远》以及莫言的《生死疲劳》、《酒国》、《檀香刑》等的畅售，都与特定的媒介文学事件有关。曹顺庆、蒋荣昌认为：“今天我们在探讨文化与文学关系的时候，已经不可能像古典文学时代那样视文化为某种独特审美文学文本的生态环境，从而仅仅把文化作为文学文本的外在环境来加以考虑。今天的文学不在文化之外。”^[3]新世纪文学既不在文化之外，也不在事件之外。例如，在2004年由于受“80后”文学事件的推波助澜，这一年的文学图书市场被媒体称为“青春文学年”。在这一年，“80后”的作品在市场上的表现从整体上达到一个高峰，具体表现为：全年各月的文学类畅销书排行榜的榜首书基本由青春文学把持；年度文学榜榜首书也是青春文学，前5名中有4个席位是青春文学，前15名中也有9部青春文学作品；青春文学的

畅销书已经不局限于特别突出的个别作者如郭敬明与韩寒，而是一大批表现突出的作者如何员外、孙睿、董晓磊、张悦然等人。另一方面，对文学事件的高度关注可能会阻隔对文学作品的阅读，甚至会遮蔽文学，从而患上以非文学为文学、以偏概全、以点代面的世纪病症而不自知，甚至是难以自拔。受众在“事件传播”中，本着“知道主义”的心理“惟知道是尚”，知其然而不知其所以然，有时止于事件本身甚至是细枝末节，有时止于事件的当事人甚至是绯闻配角而很少推进到作品阅读层次，即使有所阅读，也是“书名志记”、“标题浏览”的“浅阅读”。从这个角度说，“事件传播”传播的只是事件而非文学，它是一把消解文学真义的“江湖妖刀”。

二、从“书本传播”走向“影像传播”

进入新世纪，文学传播实现了从印刷文化阶段向电子文化阶段的跨越。周宪、许钧认为：“本世纪电子媒介的出现，是人类文化传播历史上的一次空前的革命，它极大改变了文化传播的方式，遂改变了文化自身的形态，甚至改变了生存于其中的人类生活。毫无疑问，古往今来，没有一种传播媒介像电子媒介那样深刻地影响到整个社会。”^[4]电子媒介不仅深刻地影响了整个社会，如“地球村”的应运而生、“零散化”与“碎片化”及“程序化”的泛滥、基于视像权力的“同质化”与“类型化”、基于消费主义的“市场化”与“商业化”等，由于电影、电视与网络视频的勃兴，不管是人们的日常生活还是文化生活（包括审美生活）都出现了无法阻逆的视觉转向，从而导致了新世纪的文学传播出现了从“书本传播”走向“影像传播”的递嬗。

传统意义的文学传播主要是靠作品的写作、出版、印刷、发行、阅读、评论等来实现的，而处于新世纪视觉文化语境中的文学传播更多是靠作品的改编、拍摄、播映、观看、影评（剧评）等来实现的。所以，从“书本传播”到“影像传播”，表征的不仅是文学的视觉转向，也表征的是文学的大众化、通俗化与生活化的选择。毕竟“书本传播”是读书，而“影像传播”是读屏，这既包括读电影电视之屏，也包括读网络视频之屏，还包括读移动手机之屏。在2012年中国国民书籍阅读现状的调查中，中国国民的平均阅读数还不到5本，而中国每年的电影观影人次从2006年的0.89亿人次大幅增加到2012年的4.67亿人次，年均复合增长率为36.5%；全国城市电影票房从2003年的9.3亿元增长到2012年的171亿元。可见，在新世纪，读书是一种奢侈，而读屏却是一种常识。从“阅读”至“观看”，从“读书”至“读屏”，新世纪的文学传播发生了根本性的转变。

在新世纪这个视觉文化的时代，文学传播从“书本传播”走向“影像传播”的变迁，不仅显示了影像在日常审美中对书本的挤压甚至是置换，也彰显了影像文本高于文字文本的受众缘与接受度，同时还表征着“影像传播”的绩效远远大于“书本传播”的现实。有人曾选取了一百部中外知名的、优秀的文学作品进行了一次“现代受众了解文学作品的途径调查”。这一百部作品均先后被改编成影视剧，调查对象是40岁以下的大学生、中学生及文化程度高中以上的成年人。调查结果显示，有60.5%的被调查者是先从影视或其他非文字传播媒介中了解这些作品的，其中，有18.5%的被调查者是影视等媒体上看了以后再去看原著，而其余的被调查者则是看了影视剧后就不再去看原著了。在新世纪的中国，普通大众对莫言、余华、刘恒、麦家、池莉、唐浩明、凌力等作家作品的了解与认知也多是借助于那些热播的影视剧的。比如，刘恒的《贫嘴张大民的幸福生活》、都梁的《亮剑》等，都是因电视剧的改编而成名，并得以更广泛的传播和大量出版。

在新世纪，将小说改编成影视剧播出是新世纪小说传播的“高速公路”。影视对小说的介入，既能提高作者的知名度，又可以刺激小说的流通与消费。李红秀认为：“影像阐释可以使举世公认的名著更

有‘名’，也可以拂去蒙在名著上的尘埃，展示其本来面目。换句话说，影像阐释对小说名著具有催化剂的作用。”^[5]影像改编为文学作品提供了比书籍更为迅速、更为大众化的传播形式，文学作品的生存空间更为广阔。比如，周梅森的《人间正道》、《绝对权力》、《中国制造》、《国家诉讼》等小说改编成电视剧后，他的知名度也很快升高，小说销量直线上扬。他说过：“过去我对小说改编成影视作品不太重视，有人要拍我的小说，我只是把版权卖出去就不管了，现在我感到虽然小说和影视是两回事，但是它们还是可以互动的。影视作品的影响面是很广泛的，对图书销售的作用也相当大。上世纪90年代中期以前，我的15部作品总共发行了不到10万册。而《绝对权力》至今已经发行了近20万册，《中国制造》的发行量累计达到了30万册，《国家诉讼》更是第一版就达到12万册。”^[6]再如，陈源斌的《万家诉讼》被改编成电影《秋菊打官司》，小说在市场上走红，此后，陈源斌创作了“秋菊”系列小说，比如《秋菊开会》、《秋菊打假》、《秋菊杀人》、《秋菊传奇》等。还如，池莉的《来来往往》被改编为同名电视剧后畅销不衰，到2003年3月已是第21次印刷，累计印数达30多万册，这与根据该书改编，由濮存昕、许晴、吕丽萍主演的同名电视剧的播出有密切关系。由此可见，影像改编对于提高作者的知名度和扩大小说的传播范围有着功不可没的作用，影像改编让小说文本插上了巨大的翅膀，能够“飞”得更高、更快、更远，从而形成小说与影视剧共同繁荣的局面，并进而彰显“影像传播”的正能量。

三、从“单向传播”走向“双向传播”

在新世纪，基于网络的网络文学以及基于手机的短信文学的崛起是不争的事实。新世纪文学在承受“文学的网络之变”的阵痛之时，又不得不接受“网络的文学之变”的压迫。雷达认为，网络文学从多方面颠覆着传统文学的规则和范式：约束不再，体现个性，取消意义，削平深度，以平面、时尚、随意、游戏、狂欢为特征；从传播方式而言，网络写作打破传统文学的编辑审稿出版机制，以点击率决定价值，私人话语在文化公共空间得以最大限度地释放；从接受方式来看，新一代读者以读屏的方式成为文学的读者。网络消解着传统文学文本信息意向传播以及单线型叙述的局限，呈现出双向交流、非线型叙述以及多媒体化的新特征，而且出现了跨文体、超文体写作，开创着文学新的可能性和生长点。^[7]可见，从传播方式的角度审视，网络及网络文学、手机及手机文学改变了文学的传播惯例与传播传统，即从“单向传播”走向“双向传播”、从“延宕传播”走向“即时传播”。一句话，新世纪的文学传播因网络、手机的介入而呈现一种即时互动、双向交流的传播形态。

所谓“单向传播”（one-sided communication）也称为线性传播，它是以传播者为起点，经过媒介，以受传者为终点的直线性传播过程。著名的传播学大师拉斯韦尔在《传播在社会中的结构与功能》（1948）一书中所标举的“5W模式”就是单向传播最早的理论资源。单向传播将传播者与受众看作是两个缺乏互动的分离部分，突出了传播过程中从传到受的单向的“传”的过程，强调了传播者对接受者的有意影响，没有更准确地反映传播过程中的另一个重要方面，即受众反馈的缺席。事实上，传统的文学传播，从作家的创作到作品的出版、流通，然后指向作家意向化的读者，其实都是建构在一个理想化的单向的线性流程之中，即理所当然地认为作品一定会被读者所阅读、所品鉴、所接受。读者（主要是特殊读者即评论家）的反馈、市场的反应、象征资本域的反响等，其实都没法介入到作品的建构之中。而这些也只能在延后的作家写作中才有可能得到吸纳与修正。换言之，不管是“束之于高阁”的作品还是“传之于后世”的作品，单向传播的作品还是作家主体化的那个作品，都不是他者化、受众化的复合作品。当然，在单向传播中，作家的主体性、个人性是十分显著的，从中也透出了单向传

播的傲慢与偏见。

所谓“双向传播”(two-sided communication)也可称之为互动传播(interactive communication),指存在着反馈和互动机制的传播活动。在双向传播过程中,传授双方相互交流和共享信息,保持着相互影响和相互作用的关系。一般来说,人类的传播活动均具有双向性,但这种双向性有强弱之分。对话、打电话或计算机通信、网络聊天、微博微信等属于双向性较强的传播活动,而报刊、广播、电视等大众传播活动的双向性较弱,弱到我们似乎可以视之作为一种建构在自说自话与文化霸权之上的单向传播。新世纪的文学传播,由于网络与手机等新媒体的介入,网络文学与手机文学的传播更多地体现一种即时反馈与双向互动的态势。换言之,在网络文学与手机文学的传播过程中,传播者与受传者构成一种分享信息、不断产生信息交流的关系,传播双方对信息进行解释、传递的过程中一直相互影响,角色不断互换;在信息反馈过程中,传播者(作者)成为受传者(读者),受传者(读者)成为传播者(作者)。可见,在新世纪文学的双向传播中,写作与阅读经常转换,作者与读者时常变换,它既是一种双向沟通、双向反馈,也是一种双向写作、双向阅读。写是为了读,读是为了写;一半是写作,一半是阅读;它们或者共同建构着一种文本的最终成形,或者共同推动着一个文本的开放性播撒与无限期延宕。

诗人兼出版商叶匡政曾于2006年10月25日在他的博客中发表了一篇颇有意味的文章——《文学死了!一个互动的文本时代来了!》。他说:“印刷品时代正在终结,但文学已提前咽下了最后一口气。”^[8]文学是否真的死了,这是一个值得商榷的命题。在新世纪的文化语境中,作为审美文化的文学受到了传媒引领下的大众文化的肆意围攻与恣意挤压,传统的文学确实是死了,这包括传统的文学样式、传统的文学生产方式、传统的文学传播方式、传统的文学接受方式以及影响方式,换言之,就是旧的文学体制、文学机制、文学体系的颠覆和灭亡。当然,“方死方生”,旧文学之死其实就是新文学之生,这就是叶匡政所谓的“一个互动的文本时代来了”。具体到新世纪的文学传播来说,单向的线性传播渐次弱化,而双向的互动传播渐次强化,出现了从“单向传播”走向“双向传播”的转变。

美国学者马克·波斯特认为,在“第二媒介时代”,由于互联网成为基本载体,“第一媒介”“为数不多的制作者将信息传送给为数甚众的消费者”的播放型传播模式可能被“集制作者/销售者/消费者于一体的系统生产”的传播模式所取代。^[9]这表现在三个方面:第一,前一种传播方式被称为“大众传播”,后一种传播方式的恰当称谓应该是“小众窄播”。第二,接受者与信息源之间的反馈速度极快,同时受众在信息传递过程中扮演着更为积极的角色,他们的选择性和参与度进一步加强,“他们用自己的文化滤镜来过滤信息,并夹杂进群体和个人经验等特征”。第三,信息的制作者和授受者之间实现了真正意义上的内容交互,即接受者迅速将信息反馈到信源处,制作者根据反馈的实际情况不断实时地修改信息,再把修改后的信息发送出来,如此循环往复。这中间,最能吻合新世纪的文学传播变迁的莫过于第三点,即“传授的交至与轮换”,其本质就是“双向传播”。在“双向传播”中,不管是传信主体还是受信主体,都存在着马克·波斯特所谓的“面临着主体普遍性的去稳定化(destabilization)”:“信息方式中的主体已再居于绝对时/空的某一点,不再享有物质世界中某个固定的制高点,再不能从这制高点对诸多可能选择进行理性的推算。”^[10]

“双向传播”在新世纪的网络文学与手机短信文学的传播上表现最为突出。欧阳友权认为:“互联网对物理和精神世界的迅速覆盖和无限延伸,一夜之间拆卸了文学传播的所有壁垒,以电子化传播的全新方式改变了传统的文学传播体制,使创作与欣赏成为实时交互的轻松游戏。”^[11]新世纪文学的“双向传播”,同传统文学的“单向传播”相比有截然不同的特点:一是传播主体“泛化”;二是传播速度

“迅捷化”；三是传播机制“非线性化”；四传播过程“互动化”；五是传播意义的“非中心化”；六是传播目标的“多元化”。所以，新世纪文学的“双向传播”，从某种角度来说其实既是一种“双向创作”也是一种“双向阅读”，传者与受者互为对象化，创作互动，传播互动，阅读互动。

四、从“一维传播”走向“多维传播”

所谓“一维传播”，就是指围绕着作品出版、流通、阅读、接受、评论等的径直型传播。所谓“多维传播”，就是指文学传播的途径多种、文学传播的路径多样、文学传播的主题多元、文学传播的效果多态的交互式、发散式的动态传播。新世纪的文学传播已不仅仅像传统文学那样表现为“一维传播”与“二维传播”，而是因为传播主体、传播媒介、传播方式、传播路径、传播内容、传播场域的多元化，而更多地呈现为一种“多维传播”的态势。

从传播学的角度来看，传播手段是按一定规则进行编码的符号系统，传播内容则是传受交往过程中所要传送反馈的信息。从编码的角度看，传播手段可以分为一维、二维、三维以至多维等类型。一维编码是线性的，采用一维编码进行传播的信息通常形成某种“流”；二维编码是平面的，采用二维编码进行传播的信息通常形成某种“图”；三维编码是立体的，采用三维编码进行传播的信息通常形成某种“体”；多维编码是发散的，采用多维编码进行传播的信息通常形成某种“场”。一部文学作品的传播型构，既可能是“流式”的“一维传播”，也可能是“图式”的“二维传播”，也可能是“体式”的“三维传播”，还可能是“场式”的“多维传播”。在多样媒介与多元文化并存的新世纪，传播的内容除了关注作品之外，还必须关注与作品相关的作者、读者、世界、媒介等，处于传播进程的文本不仅仅是原本文本，还有形形色色的外文本、林林总总的次生文本以及花样繁多的再次生文本。正是由于有着这样的多维建构，新世纪的文学传播不可避免地步入了“多维传播”的进程之中。

其一，从传播的信源来看，新世纪的文学传播有着与生俱来的多维性。新世纪的文学传播可以是以作品为信源辐射作者、读者、世界的网状传播，也可以是以作者为信源的辐射作品、读者、世界的网状传播，也可以是以读者为信源的辐射作品、作者、世界的网状传播，也可以是以世界为信源的辐射作者、作品、读者的网状传播，还可以是以媒介为信源辐射世界、作者、作品、读者的网状传播。以2012年获诺贝尔文学奖的莫言为例，不仅莫言及莫言的原创作品得到的广泛的传播，而且根据莫言原创作品改编的影视作品也得到了广泛的传播，甚至莫言的故乡、母校、军旅生涯、领奖的说辞以及莫言女儿的《红高粱》电视剧剧本也得到了广泛的传播，还有莫言与杨振宁的座谈《科技与人文的对话》也在散发着强劲的传播力甚至于2013年成为北京市高考作文的素材。传播信源的多维性，从不同角度共同积聚着作家作品的影响度与传播力。

其二，从传播的文本来看，新世纪的文学传播有着挥之不去的多维性。新世纪文学的传播文本，不仅有着文本、作品、产品、商品、消费品等的多维，也有着内文本与外文本的多维，还有着原本文本、次生文本、再次生文本的多维。单就某一个具体的文本来说，至少可以区别出现实型文本、理想型文本、象征型文本的多维类型，也可以区别出诗歌、小说、剧本、散文、报告文学的多维体裁，也可以区别出文学话语、文学形象、文学意象的多维层次，还可以区别出简约与繁丰、刚健与柔婉、平淡与绚烂、谨严与疏散等多维风格。例如，新世纪的类型文学就颇有多维性，这些类型至少包括诸如架空/穿越（历史）、武侠/仙侠、玄幻/科幻、神秘/灵异、惊悚/悬疑、游戏/竞技、军事/谍战、官场/职场、都市爱情、青春成长等。新世纪类型文学的多维，表征的不仅是文本的多维，还是阅读的多维、趣味的多维、出版的多维、畅销的多维。传播文本的多维性，必然会催生与凝聚新世纪文学传播的多维性。

其三,从传播的媒介来看,新世纪的文学传播有着与时俱进的多维性。新世纪的文学传播可以是物质化的书本,也可以是声音化的话本、唱本、评书、演唱、朗诵、歌颂、广播等,也可以图像化的电影、电视、多媒体视频、户外LED、移动视媒等,还可以是数字化的网络、移动终端、手机等。新世纪传播媒介的多态化与多样化,必然导致文学传播的多维性,毕竟新媒介的产生并不是以旧媒介的消失作为代价,而是新旧并峙、众态纷呈。文学可以在“读”中传播,可以在“唱”、“讲”、“吟”与“听”中传播,可以在“演”与“看”中传播,还可以在“观”与“游”中传播,甚至可以在“开发”与“用”中传播。例如刘恒的作品,普通受众也许读不懂小说《贫嘴张大民的幸福生活》的话语游戏、话语技巧与话语政治,但却看得懂根据小说改编的电视剧《贫嘴张大民的幸福生活》。同样是《尘埃落定》,一个不精通文墨的人可能读不懂阿来的小说《尘埃落定》,但是他却看得懂根据该小说改编,郑效农编剧、由闫建钢导演的同名电视剧《尘埃落定》。由此可见,正是因为影视媒介的集体出场与闪亮登场,新世纪的文学传播不仅挣脱了高难度阅读的阻隔与束缚,而且还让文字传播、声音传播、图像传播、视像传播等共同融构形成一种多维传播,并且还促使传统的小众传播为大众传播所替代。

其四,从传播的层级来看,新世纪的文学传播有着旧维日新的多维性。在泛文学的语境中,新世纪的文学传播也不可避免地有着“泛传播”的属性,有着层级的多维性,呈现出“环态模型”的构造。假如我们将基于“作品为中心”的作品传播视之为第一层级的话,那么与作品相关联的作者传播、读者传播、世界传播便是第二层级,与作者相关联的“泛作者传播”、与读者相关联的“泛读者传播”、与世界相关联的“泛世界传播”便是第三层级。以网络小说《杜拉拉升职记》为例,这部小说曾先后被改编拍成电影、电视剧,电影《杜拉拉升职记》与电视剧《杜拉拉升职记》便可视为第一层级的衍生层级,而关于小说作者李可的学习经历、职场生活、八卦绯闻、爱情事业、生平轶事、创作事迹等便可视为第二层级,而关于电影导演徐静蕾、主演徐静蕾、莫文蔚、黄立行、吴佩慈、李艾等的相关言说则是第二层级的衍生层级,至于关涉小说作者李可的朋友、徐静蕾的丈夫的叙述则是第三层级。当然,同一层级的平面传播与不同层级的立体传播,既整合又聚合,既协和又复合,合成作品的传播力,从而推动作品走向读者、走向舞台、走向荧屏、走向观众、走向大众、走向奖台甚至是走向经典。

参考文献:

- [1] [美] 阿布拉姆斯. 简明外国文学辞典 [M]. 曾忠禄等译. 长沙: 湖南人民出版社, 1987: 69.
- [2] 秦勇. 作为商业文化现象的中国当下躯体写作 [EB/OL]. 载文化研究网: <http://www.culstudies.com>.
- [3] 曹顺庆, 蒋荣昌. 从“文学研究”到“文化研究”: 世界性文学审美特征之变革 [J]. 河北学刊, 2003 (5): 96-102.
- [4] 周宪, 许钧. 文化与传播译丛·总序 [A]. [美] 马克·波斯特. 信息方式——后结构主义与社会语境 [C]. 范静晔译. 北京: 商务印书馆, 2000: 2.
- [5] 李红秀. 新时期的影像阐释与小说传播 [M]. 成都: 四川大学出版社, 2007: 347-348.
- [6] 郭珊, 贺敏洁. 周梅森: 不会为迎合影视而创作小说 [N]. 南方日报, 2003-03-24.
- [7] 雷达, 任东华. 新世纪文学初论 [J]. 文艺争鸣, 2005 (3): 6-16.
- [8] 叶匡政. 文学死了! 一个互动的文本时代来了! [EB/OL] 载新浪网: <http://blog.sina.com.cn/1253000981>.
- [9] [美] 马克·波斯特. 第二媒介时代 [M]. 范静晔译. 南京: 南京大学出版社, 2001: 3.
- [10] [美] 马克·波斯特. 信息方式 [M]. 范静晔译. 南京: 商务印书馆, 2001: 25.
- [11] 欧阳友权主编. 网络文学概论 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2008: 165.