

数字媒体生态下电影跨媒介实践的 “附改编”现象研究

邓慧敏

(汕头大学长江新闻与传播学院, 广东汕头 515821)

摘要: 媒体融合大潮之下, 电影在与新媒体的交互过程中成了被改编之物, 电影改编产品也成了数字时代影像消费的重要内容。电影跨媒介消费的滥觞和参与式文化的勃兴推动了电影改编实践和理论的变革, 融合文化场域内的电影改编偏向于科斯塔斯·康斯坦丁尼德斯提出的“附改编”范畴。综观融合文化场域中的电影“附改编”现象, 媒介殊异性解构了传统改编模式中源文本与改编文本的从属关系, 以忠诚性为基础的改编伦理被搁置。媒介殊异性和文本互文性共塑的“附改编”机制催生了“文本—附文本”交杂的改编文本形态, “作者—用户”共栖的主体性体认, 以及“电影—新媒体”共生的融合媒介身份。

关键词: 附改编; 数字电影; 民间创造性; 深度媒介化

中图分类号: J90

文献标识码: A

文章编号: 2096-8418 (2024) 06-0114-08

随着数字时代深度媒介化的快速演进, 融合文化 (convergence culture) 无疑已经成为数字文化生态的核心组成部分。美国电影理论家罗伯特·斯塔姆 (Robert Stam) 指出, 20 世纪末以来数字革命的爆发式演进, 使得报纸、杂志、小说、电影、电视等传统大众媒体被卷入到数字化的洪流之中, 以至于数字媒体有可能将以前所有的媒体纳入一个庞大、统一的网络档案 (cyber archive), 融合文化因此走向繁荣。^[1] 电影作为一种多媒体艺术, 融合了以戏剧、绘画、音乐、小说为代表的传统艺术元素, 使得其自诞生之日始便具有内生的融合文化特征。数字媒体发展至今, 电影早已在数字空间中被多样媒体 (如短视频、播客、微博) “再书写”, 实现了贯穿大屏与小屏、公共空间与私人空间、现实场景与虚拟场景的效果。

基于结构主义互文性的理论视角, 电影文本 (及其要素) 在不同文本、语境和媒介的交互现象 (如引用、混合甚至反转) 通常被称为“改编”。当然, 跨媒介改编并非电影艺术所独有。从前现代诗歌、小说、戏剧、绘画、歌曲、舞蹈之间的故事交换到现代电影、广播、电视之间的文本传递, 跨媒介的改编实践贯穿了人类的文化发展史。^[2] 传统电影改编研究关注电影对文学 (或艺术) 文本的“再书写”。在以“灵韵” (aura) 为代表的原创艺术理想浸润下, 改编研究搁置媒介的殊异性, 而将互文性视域下的文本忠诚度视为核心切入点, 导致电影改编长期被视为原创文学 (或艺术) 的附属品。^[3]

媒体融合大潮之下, 电影在与新媒体的交互过程中成了被改编之物, 电影改编产品也成了数字时代影像消费的重要内容。伴随着数字媒体的快速扩张和观众参与度的显著提高, 融合文化场域内的电影改编独立性和创造性愈发增强。一方面, 数字媒介渠道的扩张要求电影文本自我解构以满足新媒体环境的消费需求, 从而在数字场域内重新对接多元化的观众群体; 另一方面, 观众参与度的提高使得电影文本在数字媒体环境中被反复重塑, 数字技术赋能的自下而上的改编实践深刻挑战电影文本的原初形态。琳达·哈琴 (Linda Hutcheon) 因此强调, 文本和媒介在电影改编研究中同等重要, 因为观众

基金项目: 广东省哲学社会科学规划项目“融合文化场域内的电影再生产研究” (GD24YYS09); 汕头大学科研启动经费项目“当代中国电影的数字化转型与文化重建” (STF23039)。

作者简介: 邓慧敏, 男, 讲师, 博士。

必须通过媒介感知文本的跨媒介传递，乃至参与特定文本内容的改写；媒介之于改编的重要性不应在以文本为中心的等级窠臼中被忽视，当代电影改编研究面临“媒介转向”这一重大课题。^{[2](xii)}

若如此，电影改编在融合文化场域内当被如何重新检视？其文本和媒介交互机制有何特征？数字媒介赋能的电影改编呈现形式如何？带着这些问题，本文从电影改编理论的嬗变出发，基于科斯塔斯·康斯坦丁尼德斯（Costas Constandinides）的“附改编”（para-adaptation）理论框架，探索融合文化场域内电影改编的文本和媒介交互问题。本文认为，媒介殊异性解构了传统改编模式中源文本与改编文本的从属关系，以忠诚性为基础的改编伦理被搁置。媒介殊异性和文本互文性共塑的“附改编”机制催生了“文本—附文本”交杂的改编文本形态，“作者—用户”共栖的主体性体认，以及“电影—新媒体”共生的融合媒介身份。

一、从“改编”到“附改编”： 数字时代电影改编的“文本—媒介”再平衡

据英国改编研究协会（Association of Adaptation Studies）资料显示，电影改编的系统性研究可追溯至1957年乔治·布鲁斯通（George Bluestone）的著作《从小说到电影》（*Novels into Film*）。然而，对电影改编的讨论远早于此。一个很重要的原因是，当电影语言尚未完全走向成熟之时，活动影像“第七艺术”地位的建构和维系仰赖文学的庇荫。质言之，对文学作品的改编赋予早期电影这一“新”媒体艺术的严肃性和合法性，以克罗德·奥当-拉哈（Claude Autant-Lara）导演的同名小说改编电影《红与黑》（*Le Rouge et Le Noir*, 1954）为代表的文学改编作品成为“质量的传统”（tradition of quality）。^[4]

电影和文学艺术地位的等级差异，使得叙事忠诚性成为电影改编价值的重要评价标准。安德烈·巴赞（André Bazin）认为，电影对文学作品的改编主要存在以下两种模式。^[5]一方面，文学作品赋予电影非常详细的故事梗概，电影不仅需要遵照文学作品的角色塑造和情节设置，而且需要体现出原著的气氛或诗意；另一方面，电影仅从文学作品中抽取部分人物原型和情节要素，其整体的角色塑造和情节设置与原著相去甚远，甚至超出文学作品的束缚成为独立的叙事要素。但无论何种改编模式，叙事忠诚性始终被视为早期电影改编价值的衡量标尺。^{[2](1-3)}

吊诡的是，随着电影语言的日渐成熟，以叙事忠诚性为核心的电影改编伦理既不能呼应电影艺术对更高独立性的追求，也不能满足文学作品捍卫其艺术权威性的需要——电影改编逐渐沦为“不登大雅的权宜之计”。^{[5](86)}就文学领域而言，弗吉尼亚·伍尔夫（Virginia Woolf）早在1926年就批评道，羽翼未丰的电影不可避免地将文学简化呈现为一种新兴的视听艺术产品，这种简化使得电影成为僭越文学的“寄生虫”，而文学则成为被僭越的“牺牲品”。^[6]而就电影领域而言，乔治·阿尔特曼（Georges Altman）赞扬非文学名著改编的《漫游者》（*The Tramp*, 1915）和《总路线》（*The General Line*, 1929），宣称“这才是电影”。^{[5](85)}及至1958年，法国电影俱乐部联盟主席、《电影》（*Cinéma*）期刊编辑皮埃尔·比拉德（Pierre Billard）以《四十个四十岁以下导演》（*Forty under Forty*）为题，批评20世纪50年代法国电影市场的繁荣完全依赖高投资的历史小说改编电影和好莱坞商业电影，转而鼓励年轻一代导演革新电影美学传统，以提升电影本身的艺术价值。^{[2](xxii)}可见，文学赋能的改编使得电影在艺术场域内分得一片栖息地之后，语言体系的不断完善和美学独立的自觉促使电影艺术重新审视电影改编的价值。

随着电影艺术地位的逐渐稳固，电影改编中“文学—电影”等级化的身份认知亟待被打破，20世纪中叶（后）结构主义符号学的繁盛恰好为二者关系的“再确认”开辟了道路。（后）结构主义符号学认为，任何文本均由其他文本引用、拼贴而来，文本的存在并不具有绝对的原创性和自主性。当然，此处“文本”指涉罗兰·巴尔特（Roland Barthes）所谓的“text”而非“work”——前者为开放的意义

生成结构,后者为封闭的作品实体。^[7]基于新的“文本”概念,(后)结构主义理论框架为20世纪上半叶电影改编的艺术独立性和依附性争论成功解围。

首先,任何文本在一个更为宽泛的互文场域内都是参考和引用其他文本的产物,电影改编中的文学和电影虽有“被引”和“引用”之别,但二者均是其他文本交杂的结果。文本形成机制所自带的“非原创性”使得电影与文学之间的改编关系并不意味着文学较之于电影拥有“原创”的优越感。基于文本建构机制,“原创”聚焦于符号编码的独创性,正如文学作品转变为电影作品必然经历由文字符号向视听符号、文学符码向视听符码的转变。正是这种编码的独创性使得现代改编理论认为,电影改编拥有瓦尔特·本雅明(Walter Benjamin)所谓的“灵韵”特质。其次,电影对文学的改编只是电影文本生成机制的一种,电影美学体系的渐趋成熟使得电影与文学的文本联系不足以威胁电影艺术的独立性。更为重要的是,电影的语言体系本身即囊括了多样的艺术符码,其与文学或其他艺术的文本联系具有内生性。正如符号学家克里斯汀·梅茨(Christian Metz)在《心理分析和电影:想象的能指》(*Psychoanalysis and Cinema: The Imaginary Signifier*)一书中所指出的,电影符号体系分为电影编码(cinematic codes)和非电影编码(non-cinematic codes)两个大类。它们囊括了定义电影所需的特殊编码(如“摄像机移动”和“连续性剪辑”)、与其他艺术形式共享的编码(如“小说的叙事”和“绘画的视觉模拟”)以及社会文化编码(如“性别角色”)。^[8]由此,电影改编从“叙事中心”转向“文本中心”,“文学—电影”的等级差异被打破,二者在(后)结构主义文本理论体系中实现身份平等。

自20世纪80年代数字媒体崛起和90年代互联网飞速发展以来,电影的内涵和外延逐渐被数字化所浸染,成为数字时代融合文化的重要组成部分。亨利·詹金斯(Henry Jenkins)强调:首先,融合文化并非新媒体取代旧媒体,而是新媒体和旧媒体的共存和相互影响。新旧媒体的交互生成了新的影像文本,并建构了新的影像生产、消费和解读模式。新媒体成为电影的容器,电影及其要素正是在新旧媒体间的流通过程中被改编。其次,新旧媒体的交互作用不仅基于媒介本体差异生产新文本,而且影响受众对文本的生产、使用机制。^[9]数字化使得文化生产和参与具有更大的开放性,传统“作者—读者”二分的身份认知正在参与式文本消费模式中被挑战。观众(或曰“用户”)既是电影改编的消费者,又是其参与者。最后,数字化加速了全球资本和文化要素的相互流动,而资本对文化生产、传播和市场结构的控制愈加紧密。以美国“媒体特许经营权”(media franchising)为代表的资本运作模式,自上而下将跨媒介的文化生产模式标准化、常态化;而更为松散的资本运行模式(如抖音与爱奇艺合作推出的“#抖音二创激励计划”)以更为灵活的方式推动电影自下而上的跨媒介改编。

电影改编往往具有跨媒介的特征,但传统改编研究对文本载体的媒介属性关照不多。数字时代的到来不断冲击着我们对作者身份、媒介与消费者关系、消费者与生产者关系的传统认知,它推动电影改编突破“文本中心”这一固有模式以回应数字媒体环境下的电影改编新模式。2013年,学者科斯塔斯·康斯坦丁尼德斯提出“附改编”这一基本的话语范式,用以替代传统改编研究的案例比较研究方法,并处理新媒体所承载的文化交互形式问题。^[10]“附改编”将数字技术赋能的“民间创造性”(vernacular creativity)纳入改编范畴,用以观照高端文化和产业体系掌控下的美学和经济结构之外的文化实践,即互联网时代的参与式文化(participatory culture)。参与式文化裹挟着“民间创造性”进入到电影的跨媒介改编,解构了结构主义互文性视域下电影改编理论的文本身份认知。互文性强调文本间的引用关系,鼓吹任何文本都是由其他文本要素拼接而成的“马赛克式”文本。与之相对,附文本则强调文本间的伴随关系,指涉非作者主体(如编辑、出版商和观众)围绕特定文本生产的衍生性外围文本(如标题、题词、序言、注释和后记)。参与式的文本生产打破了互文本和附文本之间的界限——以短视频“电影解说”为代表的电影跨媒介呈现形式不仅“引用”源电影的文本要素(如电影画面和原声)以重构电影叙事,而且针对电影文本及其参与主体发表“评论”。可见,互文本和附文本共同形塑了电影“附改编”的文本身份。学者杰弗里·斯康斯(Jeffrey Sconce)将这种用碎片化电影要素进行文

本“再书写”的模式称为“附电影”（paracinema）——“附电影”虽然吸纳了电影原片的文本要素，但因其文本身份和结构的混杂性不再成其为电影，而是基于电影文本生产的跨媒介视听文化产品。^[11]

综观电影改编实践和理论的发展历程，融合文化场域内的电影改编正在经历从“文本中心”走向“文本—媒介双中心”的历史性转变，媒介、文本并举的电影改编理念不仅对传统电影改编机制进行纠偏，更将矛头直指数字时代电影在互联网生态中的跨媒介生产、消费和解读样态。

二、重复、再生产及改换意图：

融合文化视域下电影改编的媒介生态和文本构建

电影文本的“附改编”揭示了（后）现代记忆的双重逻辑：文化记忆被悄无声息地重复、再生产、改换意图，以维护晚期资本主义社会的原创性神话和创造力权威。正如文化记忆学者阿斯特莉特·埃尔（Astrid Erll）所指出的那样，电影在新旧媒体间的流转即为文化记忆复现的一种方式，它能够且正在被用于缓解媒介环境变化所带来的记忆焦虑。^[12]然而，“再媒介化”却不能取代“改编”在探索电影跨媒介呈现模态领域的主导性，前者虽然集中凸显了电影改编的跨媒介性，但忽略了参与式文化对电影文本的创造性重塑。融合文化场域内的电影改编实践，其文本的重构和媒介载体的转换是同时进行的，强行分离媒介和文本有破坏对象认知整体性的风险——“改编”概念的“媒介转向”因而具有必要性。

那么，融合文化场域内电影“附改编”所服膺的媒介生态具有何种特征？

首先，数字媒介分发机制的专门化、自动化和精确化。数字化浪潮打破了传统媒体间的壁垒，并使之融合于互联网这个庞大的数字空间之内。由此，观众拥有通过统一的媒介通道同时触及多样媒体信息的潜力。然而，“伴随着智能传播技术和各类信息平台的同步繁荣，一个事实变得越来越清晰：更丰富的人际连接并不必然带来更多元的文化选择，更多样的传播渠道也并不必然意味着更高级的‘用户自主’”。^[13]常江和狄丰琳指出，如今的数字信息生产由高度分散的非专业机构或普通用户完成，信息分发活动日益与生产活动剥离，最终演变成一种相对独立的信息实践。独立的信息分发体系仰赖于数字技术赋能的大规模收集、处理和使用用户行为数据的能力，海量数据收集和处理的高门槛不可避免地带来数字垄断（或曰霸权），信息生产、流通和消费的功利性倾向也就愈加明显。与此同时，数字媒介分发机制的专门化进一步仰赖数字工具的深度介入，后者将进一步侵蚀信息制造者和发送者的信息主导权。数字工具深度介入的主要特征是信息分发的自动化：海量信息的处理已非人力所为，只有引入基于机器学习的智能推荐算法才能实现不经人力干预而直接完成对信息的分发和处理工作。“智能推荐算法以海量的数据为依托，能够超越时间、地域和人口统计学等因素的制约，实现针对个体用户兴趣偏好、消费习惯和生活需求的精准信息分发”。^[13]质言之，数字媒介分发机制的专门化早已精准侵入了微观层面的个体生活，它在数据分发维度引导和控制用户的信息生产、传播和消费行为。

其次，信息接收者身份从“大众”向“用户”流转。数字技术的深度介入，使得信息生产、流通和消费全产业链趋向平面化；而数字革命所带来的大众化浪潮，开启了数字工具人人可用的新纪元。正是数字技术的赋能使得“大众”得以参与信息生产、流通和消费等流程，“大众”成了信息生产者、传播者和消费者的集合体。此时，“大众”的内涵超越了经典5W模式和“编码—解码”框架的桎梏，成为今天广为人知的“用户”。有学者认为，数字媒体场域内“大众”向“用户”的转变，催生了“流行审美的私人化”“社会交往的原子化”和“身份认同的流动化”。^[13]在融媒体的智能内容分发网络之中，每个用户都能够接触到且被束缚于不同的审美趣味社群。此种私人化的审美经验缺少传统影视文化的统摄，审美的公共性因此在分散的社群中被解构。基于私人化的审美趣味，“用户之间‘联结’的实现则有赖于一致的审美品位，这就导致用户对视听文本所做出的情感反应成为（基于审美品位的）趣缘群体形成的基础”。^[14]显然，“支配这种交往模式的，并不是新的结构化的社会关系和社会

秩序,而是一种被互联网规则,尤其是流媒体的技术可供性所建构的原子化力量”。^[15] 尽管趣缘群体的形成依然仰赖成员相近的“品位”,但“前数字时代”群体身份的宏大指示符(如国族、阶级、性别、代际等)早已丧失其统治力。审美的私人化和社会交往的原子化强调了高度流动、异质的日常生活经验和具体的社会历史语境的重要性,使得数字视听用户身份认同的流动性极为突出。

再次,文化资本霸权下产业互文(industrial intertextuality)的滥觞。自电影诞生以来,以广播、电视、互联网为代表的“新媒体”相继挑战电影的市场地位,它们稀释电影在消费者中的影响力,又迫使电影媒体自我进化以维持其市场主导性。然而,除去电影自身形态的演变,资本在利益的驱使下亦可调和电影与新媒体的相互关系,于媒体形态之外促成视听文本在多元媒体框架中自由流转,最终实现新旧媒体的互利共荣。资本的介入出发于版权,落脚于以美国“媒体特许经营权”为代表的垄断经营模式。以好莱坞为例,特许经营权的介入使得其电影和电视节目中充斥着重复利用的故事、角色、场景;影视画面、角色也不断出现在玩具、服装、新媒体产品等消费模态中。这种受到商业利益驱动,依赖于预先测试成功的材料,通过重复、改造的过程制造新的产品以保障商业利益成功的文化生产方式即为“产业互文”。^[16]“产业互文”的资本运营模式是一把双刃剑。一方面,文化要素在强力资本的支持下得以在不同的媒介、社群、消费场景中流通,一定程度上满足不同社会群体对多元文化形式的消费需求。另一方面,知识产权保护下的特许经营权赋予特定人士或公司处置特定文化要素的权利,文化生产主体沉迷于对特定文化要素的垄断经营无法自拔,更为多元的创造力被排除在版权所有者之外。近年来,好莱坞电影的原创性在特许经营权的侵彻下遭受重创,以至于美国电影协会(Motion Picture Association of America)不得不出台“原创性评级”(“O”或“Original”),以鼓励观众和制片方接受和制作更为原创的影视产品。随着中国文化产业版权意识和执法力度的不断提升,特许经营权的运营模式同样影响着文化产品的跨媒介流转。以抖音“二创”为例,中国网络视听节目服务协会于2019年1月发布《网络短视频平台管理规范》和《网络短视频内容审核标准细则》,要求短视频平台履行版权保护责任,不得未经授权自行剪切和改编电影、电视剧、网络电影、网络剧等各类视听文化产品。^①以2022年7月19日“抖爱”(抖音和爱奇艺)合作为代表的跨平台联合,为原创影视作品和短视频“二创”间的链接打开了方便之门,但大量的短视频“二创”仍因版权问题游走于法律法规的灰色地带。

显而易见的是,无论数字媒介分发机制的专门化、自动化和精确化,还是文化资本霸权下的产业互文,电影的跨媒介改编已经成为融合文化的核心要素和重要表征。客制化的媒介分发机制细分受众群体,即使相同的影像产品也需要利用差异化的营销模式和文本形态满足异质化的受众需求;而文化资本霸权下的产业互文则依托版权垄断地位,将已经取得成功的影像IP通过不同的媒介渠道传播给多样的消费者,以期实现利润的最大化。更为重要的是,信息接收者身份从“大众”向“用户”的流转直接赋予了更为广大的社会群体进行影像生产的能力,影像文本的生产方式变得更为原子化,影像文本的呈现形态和美学表达则更为私人化。总之,三者均昭示着当今影像文本生产的“用户中心”原则,正是“用户”的多元化决定了电影跨媒介改编的快速扩张。

当下融媒体平台的内容生产早已被UPGC模式所统治,这些融媒体平台不仅帮助大众文化进行自上而下的信息传播,也推动了“民间创造性”自下而上的内容分享。就电影而言,以Youtube、抖音、bilibili乃至微博为代表的流媒体平台成为电影“附改编”的重要场所。流媒体平台用户通常缺乏资本和技术设备,因而无法像专业的影像生产主体(如“好莱坞”)那样统一地、广泛地传播他们所生产的“附电影”产品,但他们创造性的改编活动可以而且经常成为源文本的重要补充。相较传统电影改编模式,参与式文化孕育的“附改编”作为数字时代电影跨媒介改编的重要组成部分,是数字赋能下“大

① 参见网址: <http://politics.people.com.cn/n1/2019/0110/c1001-30513562.html>, 2023-10-3。

众创造性”蓬勃发展的产物。它满足了当今受众在新媒体环境中的观影需求，回应了电影在新媒体生态中拓展其影响力的现实需要，最终将电影的跨媒介改编从亚文化空间带到了大众文化场域之内。

三、参与式文化场域中的电影“附改编”实践： 激进的媒介和保守的文本

“附改编”的繁荣揭示了一个基本事实：职业媒体从业者对电影制作及其改编的垄断权利在数字时代被打破。数字赋能的现代观众已经不再满足于被动接受视听信息，而是主动参与到视听文本的创建和重构中去，以将他们的主体性带入传统的视听文本之中。杰弗里·斯康斯认为，“附改编”生产的“附电影”展现了由时尚的观众所组成的“游击队”与由专业电影从业人员所汇成的“正规军”之间的文化战争。在这场战争中，数字技术赋能的“附改编”逐渐成为电影文化中的一股颠覆性力量。^[11]与参与主体和媒介载体的剧变相对，旧媒体（电影）内容在数字媒体中被广为引用和传播，其跨媒介重复、再生产和改换意图实践呈现出明显的文化记忆复现特征。于是，“激进的媒介”和“保守的文本”共同建构了当今电影“附改编”的基本实践模式。

基于当下的电影“附改编”实践，以短视频、播客和微博为代表的拥有庞大的用户群体和便捷的数字编辑功能的新媒体平台是电影“附改编”的主阵地。在差异化的媒体平台之中，电影被“附改编”为短小精悍的视听文本、音频文本以及图文文本等文化产品，从而为不同应用场景、用户需求和媒体环境中的受众群体提供多元的数字影像消费模态。

短视频是电影“附改编”的核心视听文本形式。21世纪初，以智能手机、平板电脑为代表的移动互联网终端如雨后春笋般出现，小屏影像消费时代正式到来。2010年，4G网络标准TD-LTE正式确立，移动互联网带宽的革命性提升进一步赋能移动影像消费市场。其中，肇始于2011年的短视频平台无疑成为小屏时代大众影像消费的核心场景之一。职业媒体人和短视频用户所建构的UPGC内容生产模式，生产了庞大的“附电影”内容。从2005年自由职业者胡戈的《一个馒头引发的血案》到bilibili“鬼畜”专区，再到以抖音平台“毒舌电影”为代表的短视频“电影解说”，互联网场域内的电影“附改编”不仅摆脱了“亚文化”和“叛逆”的标签，而且进入到大众影像消费的前沿。

综观抖音短视频平台的“电影解说”，其本质仍是对电影文本叙事内容和角色设置的“重述”。当电影被缩编为几分钟至十几分钟不等的短视频作品，电影片段或原声被广泛引用，多样的非原片素材被混合嵌入，最终形成了互文本和附文本交织的短视频“电影解说”形态。与奉文本忠诚性为圭臬的传统电影改编模式不同，短视频对电影的“附改编”强行拆解原有的影像编码结构，使得影像回归到语言缺失的早期电影状态。因此，短视频“电影解说”不得不引入早期电影所依赖的第三方叙事介质——“旁白”，以保证改编影像叙事的连贯性和整体性。以抖音平台UP主“毒舌电影”改编的《大红灯笼高高挂》（1991）为例，男声旁白一边基于女主角颂莲的视角介绍电影剧情，一边分析大宅门里四位太太之间的明争暗斗。^①虽然少量电影原声被引入，但旁白主导着短视频的叙事节奏。于是，碎片化的影像成为文字视觉化的载体，最终呈现出文字大于影像的特点。可见，短视频对电影的“附改编”复兴了日本“活动弁士”（benshi）和欧美“电影讲解员”（film lecturer）提供叙事信息和针对电影故事表达个人见解的传统，将解说表演与银幕表演有机结合的早期电影放映（接受）美学重新融入短视频影像的消费生态之中。^[17]

播客是电影“附改编”快速兴起的音频文本形式。相较飞速扩张的短视频平台，中国数字“播客”平台虽然起步较早，但直到2020年才开始快速崛起。“‘播客’（podcast）概念源自广播（broadcast）和苹果音乐播放器（iPod）两个英文单词的拆解与重组，是Web 2.0时代下数字技术、音视频基础、

① 参见网址：<https://v.douyin.com/iRkKxcpS/> W@Z. MJ 03/11 mQx: /, 2023-12-3。

网络技术与深度内容融合发展的产物。”^[18]“播客”诞生于 2004 年, 2005 年便传入我国。“直到 2015 年, 荔枝、喜马拉雅 FM、蜻蜓 FM 等各类音频 App 纷纷崛起, 中文播客行业初现勃兴之态, 随着 2020 年 3 月中国第一款独立播客 App ‘小宇宙’ 上线, 中文播客元年正式到来。”^[19]

学者许加彪和梁少怡认为, 中国的数字“播客”既是一种全新的广播形式, 也指涉一种独特的数字音频文件。^[19]一方面, “播客”基于互联网、RSS (Really Simple Syndication) 架构的数字广播技术不仅重塑了广播生态的时空秩序, 满足用户随时随地的收听需求, 而且允许用户参与到内容制作和声音发布的流程之中; 另一方面, 数字时代音频内容市场细分机制逐渐成熟, “播客”与知识付费、有声小说、有声艺术、音频直播等产品共同形成了庞大的数字音频内容矩阵。

电影“附改编”是 UPGC 生产模式下“播客”内容的一种。“播客”平台的电影“附改编”是短视频电影解说的音频版本, 它同样融合旁白和电影原声, 呈现出明显的文本拼贴特征。以喜马拉雅平台 UP 主“经典国剧精讲”对《城南旧事》的改编为例, 英子在跨院找到了精神失常的秀贞, 发现她正在喃喃自语: “小贵子, 你怎么就不要妈妈了?”^① 此处, 秀贞的独白引入了电影原声。^② 从旁白到电影原声的过渡为观众指明了解说文本的拼接架构, 揭示了电影叙事和广播叙事的融合机制, 突出了播客电影解说之于电影原片的跨媒介改编特征。

微博是电影“附改编”的重要图文文本形式。就微博与电影的结合而言, 全媒体时代电影的整合营销和数字赋能的大众影评是近年来学界关注的焦点。^[20] 然而, 较少学者关注到微博作为一个文字、音频乃至视频交叉结合的文本场域, 早已为电影的“附改编”埋下了种子。2007 年, 我国的叽歪网、饭否网开辟了微博平台, 并推动微博的小众化传播; 及至新浪微博的快速崛起, 微博成为大众自我记录的平台, 并以“说说”“状态”“唠唠”“博客”等多样形式呈现。^[21] “网络技术的快速发展、网络触角的无限延伸、网络受众的全阶层覆盖, 为电影发展提供了更广阔的播映平台、更大众的艺术语境、更活跃的商业运作模式。”^[21] 于是, 电影制作者纷纷上网, 在微博平台宣传电影作品、再造电影文本和延伸电影影响力。

以金马奖纪录片导演周浩为例, 其于 2012 年 7 月 6 日至 2022 年 9 月 28 日发表了关于其纪录片作品《大同》的一系列微博, 至今可见的微博共计 17 条。^③ 考察微博内容, 导演周浩不仅转发关于《大同》的新闻报道、观众反馈和访谈活动, 而且上传了纪录片影像, 并持续追踪纪录片中角色 (如前大同市市长耿彦波、退休工人老马) 的生活或工作经历。这些离散的文字、图片和视频为纪录片《大同》提供了丰富的附文本, 观众不仅可以触及纪录片未能呈现的背景故事, 而且可以了解到纪录片完成后特定角色后续的生存经验。质言之, 微博和纪录片所共有的对现实的记录特性, 使得新的附文本要素 (如背景故事和角色经历) 不断丰富和延展《大同》的核心叙事, 它们在微博这一媒体场域内建构了新的文本叙事空间。于是, 微博的图文元素超脱了传统的宣发和批评功能, 这些离散的附文本要素通过对纪录片影像的改造和延展实现了电影文本的“附改编”。

“激进的媒介”和“保守的文本”的并置凸显了短视频、播客和微博等数字媒体的媒介殊异性。特定媒介因其技术特征而具备某些本质属性, 这些特殊属性植根于其所在的媒介环境, 并调节媒介环境与用户行为之间的互动关系。^[15] 电影作为一种多媒体视听文本, 可以通过短视频、播客以及微博等媒体平台将其视频、图像、声音和文字要素进行拆分和重新整合, 以因应不同媒体平台的技术框架和目标受众, 最终创造出与电影文本紧密相关且符合不同媒介环境需求的跨媒介文化产品。可见, 多样的数字媒体不仅催生了多元的影像文本形态, 而且揭示不同媒介环境下受众群体差异化的媒体使用行为。

① 参见网址: https://xima.tv/1_enRmpA?_sonic=0, 2023-10-18。

② 参见网址: https://www.bilibili.com/video/BV17V411775Z/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=d84daf8bf877e72005314d342bf278aa, 2023-10-18。

③ 参见网址: <https://weibo.com/u/1680894595>, 2023-10-9。

正是媒介殊异性和电影“附改编”的共栖共荣，凸显了电影改编媒介转向的当代价值。

四、结 语

融合文化背景下的电影“附改编”指涉电影改编理论从“文本中心”走向“文本—媒介双中心”的历史性转变，媒介意识成为当今电影“附改编”的关注焦点。无论数字媒介分发机制的专门化、自动化和精确化还是文化资本霸权下产业互文的勃兴，都意味着今天的大众文化生产必须把用户放在中心位置。而数字时代媒介选择的多样性则决定了大众文化产品必须能够进行跨媒介呈现，以在不同的媒体终端和使用场景对接异质化的用户。与此同时，数字赋能的用户能够便捷地消费、生产和传播数字文化产品。随着数字媒体平台的爆发式繁荣，参与式文化得以挑战专业媒体从业者的垄断地位，“民间创造性”进一步将“附改编”从亚文化空间推向了大众文化消费的前沿。

融合文化场域内的电影“附改编”平台至少具有以下两种核心特质：庞大的用户群体和便捷的视听文本编辑功能。数字媒体平台的零散用户难以跟大众媒体平台比拼优质视听产品的生产力，但却可以借由大众视听文化产品的“再书写”实现较高质量视听文化产品的生产。因此，融合文化场域内的电影“附改编”虽然聚焦于数字媒体这一全新媒体空间，但电影与数字媒体之间直接的内容交换却昭示着跨媒介内容生产的相对保守性。当然，“附改编”的这一特性无疑引发了版权危机，需要我们理性看待。

参考文献：

- [1] Stam, R. (2005). Introduction: The theory and practice of adaptation. In Stam, R. & Raengo, A. (eds.). *Literature and film: A guide to the theory and practice of film adaptation*. Oxford: Blackwell, 1-52.
- [2] Hutcheon, L. (2006). *A theory of adaptation*. New York & London: Routledge.
- [3] MacCabe, C. et. al. (2011). *True to the spirit: Film adaptation and the question of fidelity*. Oxford: Oxford University Press.
- [4] Neupert, R. (2007). *A history of the French new wave cinema*. Madison: University of Wisconsin Press.
- [5] [法] 安德烈·巴赞. 电影是什么 [M]. 崔君衍, 译. 北京: 中国电影出版社, 1987: 85.
- [6] Woolf, V. (1926). The movies and reality. *New Republic*, 47: 309.
- [7] Barthes, R. (1977). *Image-music-text*. Translated by Stephen, H. New York: Hill & Wang.
- [8] Metz, C. (1982). *Psychoanalysis and cinema: The imaginary signifier*. London: Palgrave.
- [9] Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- [10] Constandinides, C. (2013). Para-adaptation: Or how I learned to stop worrying and love convergence culture. *Adaptation*, 6 (2): 143-157.
- [11] Sconce, J. (1995). “Trashing” the academy: Taste, excess and an emerging politics of cinematic style. *Screen*, 36 (4): 371-393.
- [12] Erll, A. (2011). *Memory in culture*. Translated by Sara, B. Young. New York: Palgrave Macmillan.
- [13] 常江, 狄丰琳. 从智能分发到“审美茧房”: 数字时代的文化公共性反思 [J]. 中国出版, 2023 (14): 3-10.
- [14] Clough, P. T. (2008). The affective turn: Political economy, biomedicine and bodies. *Theory, Culture & Society*, 25 (1): 1-22.
- [15] 常江, 田浩. 间性的消逝: 流媒体与数字时代的视听文化生态 [J]. 西南民族大学学报 (人文社会科学版), 2021 (12): 137-145.
- [16] Herbert, D. (2017). *Film remakes and franchises*. London: Rutgers University Press.
- [17] Gunning, T. (1999). The scene of speaking: Two decades of discovering the film lecturer. *Iris*, 27: 67-80.
- [18] 冯菊香, 耿叔豪. 人文类博客节目的用户收听动机研究——基于喜马拉雅平台用户评论的考察 [J]. 新闻大学, 2023 (7): 101-116, 121.
- [19] 许加彪, 梁少怡. 播客复兴: 听觉媒介社交化发展的价值优势与理性反思 [J]. 新媒体, 2023 (3): 103-105, 112.
- [20] 陈旭光, 卢茜. 论 2011—2012 贺岁档影片的“整合营销” [J]. 当代电影, 2012 (4): 11-14.
- [21] 柴玥. 网络影评新形态——微博影评的特性 [J]. 当代电影, 2011 (10): 152-154.