

从《愤怒的葡萄》看斯坦贝克的创作价值观

■文/王翠

“一部饱含美国农民血泪、愤懑和斗争的史诗。一部在贫穷苦难中依然留存善良和希望的传奇之作。”长篇小说《愤怒的葡萄》作为美国作家斯坦贝克于1939年发表的美国社会纪实性文学作品,主要讲述了20世纪30年代美国经济大萧条时期遭受破产、逃荒、失业、压迫的农工故事。该作品在深刻反映社会现实和历史变迁的基础上也对人性、制度和环境等问题进行了深入思考,在当时乃至当下都因其经典的文学价值和深刻的社会现实意义广受关注,被称为美国文学史上最具有代表性的存在。之所以能够产生这样的影响,离不开作者斯坦贝克所坚持遵循的职业原则和社会责任感,在字里行间我们能够切身感受到斯坦贝克在创作中所秉持和追求的精神价值。

反映社会现实,主张社会公平正义

《愤怒的葡萄》一书的故事背景取材于美国真实历史事件,人物生活经历等也源自作者自身经历和社会调查。斯坦贝克的笔下,农民在战争、沙尘暴、资本家剥削等诸多因素的影响下失去土地而踏上往加州葡萄园为农场主做工的道路。作为当时时代环境下的社会底层贫苦大众,一无所有无法依傍的农工们被农场主榨干剩余劳动价值,被压低工资生活拮据,被暴力迫害和敲诈勒索……资产阶级和工人阶级之间的矛盾愈演愈烈,而付出惨痛代价后的农工依然面临着失业和压迫,不知何去何从。

斯坦贝克目睹底层贫民阶层的不幸,对资产阶级无休止的压迫剥削和索取深恶痛绝,对遭受不公和压迫的底层群众报以深切的同情和无奈,对纵容这种压迫剥削的美国社会制度表示不满和无奈。因而可以看到,斯坦贝克希望通过创作这一社会纪实性的文学作品为遭受不公和迫害的美国底层贫农群体发声,让更多的目光关注到这一弱势群体生存困境和呼声,注意到当时美国不平等不公正的社会制度所造成的

严重后果,表现出其强烈的人道主义精神,以及对平等公正和自由人性化社会的由衷向往。从《愤怒的葡萄》中我们能够透过作者饱含情感和赤诚的笔墨看到他心中对当时美国社会现实的失望和无奈,但同时他又写到身为底层群体的主人公们的逐渐觉醒,他们面对不幸并未一味默默承受,而是选择团结起来勇敢反抗和争取自身权益,始终保持对生活的希望和赤诚友善的初心。由此我们可以看到斯坦贝克对待生活和不幸所秉持的价值观,即勇敢面对,乐观看待,保持希望。这也使得《愤怒的葡萄》虽然直观反映现实无奈,却也具有鼓舞人心的精神力量。

展现人性百态,弘扬人性良善美德

善与恶,贪婪与施泽,冷漠与友善,人性的阴暗面 and 美好面在斯坦贝克的笔下得到淋漓尽致揭示和对比表达。关于人性的阴暗面,斯坦贝克描绘出了资本家、农场主无尽的贪婪和卑劣,警察和各方势力的暴力和冷漠,主人公爷爷的粗鄙狠心。关于人性的美好,斯坦贝克创作出性情耿直、讲义勇为最终的牧师,乐观坚韧且无私包容的母亲,善良赤诚的女儿。斯坦贝克通过主人公一家的悲惨经历深刻揭示了人性的阴暗冷漠,然而遭受悲惨压迫的贫苦工人们却依然乐观包容,无私友善。

“除了穷人,谁也帮不了你的忙。”斯坦贝克的笔下是尽管千疮百孔却依然愿意倾尽所有甚至生命帮助拯救他人的劳苦大众,是从无奈、愤怒到一步步觉醒抗争的底层群体。大胆揭露资本家农场主贪婪残暴的真面目,着重刻画表现劳苦大众始终如一的良善美德,斯坦贝克始终相信人性的光明美好,渴望和倡导人性真善美,并且也通过作品告诉读者,真诚友善和无私乐观的品质心态能够帮助人们面对并战胜现实生活的不幸,给予人们继续生活和奋斗的勇气力量。这也表现了作者自身友善温良的品质和崇尚美好品质与积极生活态度的价值观。他所创作出来的美

好高贵的角色同样源自社会现实,其所秉持的人性美的价值观也能给予同样身处黑暗的人们一代代表勇气和希望的光。

关注生态环境,秉承和谐发展理念

《愤怒的葡萄》故事开始便描述了漫天黄沙、干涸水井、荒凉的土地村庄,这是导致主人公失去土地走向葡萄柚农工的直接原因。然而作者在创作中所要表达的并不仅仅是故事起因,而是起因背后所反映的社会问题。战争导致美国大平原遍地棉花和粮食,棉花的大量种植致使土地日益贫瘠,水源枯竭,森林植被遭到破坏,沙尘暴席卷而来,一系列生态灾难导致农民土地减产最终被银行收走。这也是导致主人公悲剧的重要缘由。而作者在创作中所要表达的,其实是一种先进科学的生态发展理念。作者目睹快濒临饿死的大量人口,进而以此为背景在创作中揭示问题根源,试图唤醒人们对生态问题的重视,停止对土地和生态无节制的贪婪索取,进而做到人与自然的和谐相处。另外,生态女权思想也是作者在创作中所表现出来的价值观念。作品以对女性光辉的刻画讴歌凸显大地的母性和神性属性,旨在唤醒人们对大自然,对大地的敬畏尊重。

由此可见,斯坦贝克所持有的创作价值观具有鲜明的时代先进性,符合社会发展规律的规律且源于时代现实超越时代社会,从其问世之初饱受争议到如今名满世界文坛,代表着新时代人们价值观的巨大进步,也证明斯坦贝克在当时社会环境下所秉持的价值观的先进与卓越。《愤怒的葡萄》谈论阶级斗争、家庭生活、人性善恶、生态环境,从中无一不体现着斯坦贝克对弱势群体劳苦大众的关爱和对社会制度及问题的关注,体现着他高度的社会责任感和职业使命感。该作品对于当下时代社会发展和文学创作而言依然具有举足轻重的影响。

(作者系渭南师范学院讲师)

符号学视阈下新主流电影的国家形象建构

■文/王原

电影符号学由瑞士语言学家弗迪南德·索绪尔的符号学理论演变而来,索绪尔认为语言符号系统分为“能指”和“所指”两个概念,其中“能指”是指符号物质方面,即客观存在;“所指”则代表意义。克里斯蒂安·麦茨将符号学理论运用于电影中,认为在一部电影中,观众通过“能指”感知“所指”。就这一意义而言,电影符号学是将影视视作一种特殊的符号系统开展研究的一门学科,所有电影的符号系统都可以分为视觉符号、听觉符号和语言符号,观者可透过电影符号解读电影所潜藏的画外之意。近年来,新主流电影如雨后春笋般不断涌现,以《战狼》《红海行动》《长津湖》为代表的时代经典,高举社会主义核心价值观和美学理想旗帜,借助电影符号深入演绎新时代主题,不仅有助于拓宽新主流电影美学符号的新维度,而且可为国家形象建构提供新路径和新参照。

以视觉符号塑造人物群像,创设视觉场景

平民化人物群像。与以往主旋律电影“高大上”的英雄形象塑造不同,新主流电影以平凡小人物为切口折射时代大主题。个性化的平民英雄人物群像。新主流电影摒弃以往对英雄人物“神化”“脸谱化”的人物设定,将视角转向有血有肉的普通人,通过日常生活状态、有“瑕疵”的性格特征折射中国人民的形象气质和精神面貌。比如“我和我的”系列新主流电影皆以平民化视角展现“草根人物”的日常生活,他们始终默默无闻坚守岗位、为祖国建设而努力。

宏大的视觉场景。新主流电影通过选择取景地、打造视觉场景呈现不同时期中国的社会风貌和时代精神。一方面,宏大的历史场景。战争场景、牺牲场景等是革命历史题材新主流电影中必不可少的视觉符号。例如,电影《长津湖》中,以敌我双方的战火交涉、冰天雪地的战斗环境展现中国人民志愿军在艰苦作战条件下依旧坚守阵地、

奋勇杀敌的战斗精神,视死如归、保家卫国的革命精神。另一方面,祖国山河的风景美学。在新主流电影中,以风景和建筑为代表的视觉符号承载着自然、乡土、景色等多个意义表达空间。以电影《我和我的家乡》为例,通过一系列乡村风景的转换展现西北地区的黄土高坡在脱贫攻坚和新农村建设背景下重新焕发出生机,由此传达“绿水青山就是金山银山”的生态理念和农民团结一致助力乡村振兴的时代精神。

以听觉符号唱响主旋律,升华电影主题

爱国歌曲唱响主旋律。爱国歌曲是新主流电影中最常见的听觉符号,借助振奋人心的歌词、耳熟能详的旋律、浓郁的爱国氛围和民族气息服务于新主流电影的音乐美学范式,既可为电影奠定主旋律的情感基调,也可发现观众爱国热情。以《我和我的祖国》为例,该影片以同名歌曲《我和我的祖国》作为主题曲贯穿于7个不同时代,结合歌词与画面呈现新中国成立70年来取得的历史性成就,间接表达中国人民蕴藏在骨子里的家国情怀。除此之外,影片各片段的背景音乐中还穿插了《义勇军进行曲》《歌唱祖国》《五星红旗迎风飘扬》等歌曲,与中国第一颗原子弹爆炸、香港回归、北京中奥成功等历史画面相结合,向世界展现当代中国的发展图景和中国人民的爱国意识。

电影音效升华主题。电影音效作为构成听觉符号的重要元素,具有表达人物情感、烘托背景气氛的重要作用。对于新主流电影而言,恰当的电影音效不仅能表达人物内心的真实情感,从而延伸电影意义、升华电影主题,还能借助民族乐器和传统戏曲传递中华民族深厚的历史积淀和文化底蕴。一方面,特定环境中的音效可营造特定氛围,使观众获得身临其境之感。例如,影片《夺冠》通过捕捉里约奥运会中国女排战巴西女排时现场的欢呼呐喊声、观众鼓掌声、排球跌落声等音效,渲染现场激烈紧张的氛围,传递出中国女排团

结协作、顽强拼搏的中国精神,奏响超越自我、团结奋进的时代最强音。另一方面,传统乐器和戏曲在新主流电影中的融入,既可为影片注入文化内涵,也可实现中国传统文化传承。

以语言符号呈现人物对白,拉近情感距离

呈现人物对白。新主流电影借助人物符号的对话传递主流价值理念、重現民族精神。电影作为视听语言,其本身就是民族文化和民族精神的重要载体,同时也是建构国家形象、宣扬国家文化的重要窗口。在新主流电影中,人物对白是展现国家形象、传递民族精神最直接的方式。在影片《战狼2》中,冷锋和反派“老爹”最后搏斗中的对白使二人形象形成强烈反差,当“老爹”指着被困在仓库的中国同胞说:“看看,你将会为这些人而死”,冷锋则不假思索地回应:“我就是为他们而生的”。这一人物对白不仅使西方国家的个人主义和中国的集体主义形成鲜明对比,彰显出中华民族命运与共、生死与共的命运共同体意识。

拉近情感距离。方言符号是新主流电影中值得一提的语言符号。中国是多民族国家,不同民族由于自然环境、人文风俗的不同,在民族认同、文化认同方面存在明显差异,而新主流电影中不同方言符号的运用可显著增强电影的民族性和地域性,唤醒不同民族的集体记忆和民族认同。比如在电影《八佰》中,每个人物角色都被赋予一定地域属性,通过各个地区方言符号的运用拉近与观众之间的情感距离,从而有效传达影片深层次的含义。南腔北调的方言既是对个体与地域的强调,也是个体从属于集体、地区从属于国家的家国同构关系的深刻揭示。

(作者系哈尔滨石油学院艺术与教育学院副教授)本文系黑龙江省艺术科学规划项目:“我国喜剧电影如何讲好中国故事策略研究”(项目编号:2022B020)的研究成果

浅析美食类电视节目性能在美食短视频中的发展

■文/黄柯霖

大众媒介时代下,我国美食节目类型较多,通过展现美食和添加人文色彩,使得美食节目一度成为我国观众最为喜欢的电视节目类型之一。近年来,随着新媒体时代的到来,“美食”这一名片也从电视媒介过渡到短视频媒介,许多美食类短视频出现。无论是美食节目还是美食短视频,这些视听作品在性能上存在共同之处,但美食短视频又在自身平台的基础上进行了改善。

大众媒介时代下美食节目的五大性能

服务性

电视节目的服务性体现在对观众的服务上,所制作的产品能够让观众收获舒适的体验。而我国美食类电视节目的服务性,同样是基于观众需求,以介绍做菜方法、畅谈做菜体会为主要内容,集知识性、趣味性、服务性为一体。

娱乐性

娱乐性可被看作是一种通过表现喜怒哀乐,或自己和他人的技巧而与受者喜悦,并带有一定启发性的性能。美食节目中的娱乐性大致体现在:节目模式、游戏环节、名人效应、后期加工里。例如《中餐厅》中,节目通过大量“游戏”的设置,使得节目的娱乐性增加,发挥出一定的放松效果。其中,游戏化叙事的方式使得任何玩者都会经历餐厅内不同角色的扮演,构成游戏的基本叙事内容,营造一种“认同和沉浸”带来的游戏效果。

观赏性

美食节目中的观赏性主要通过视听元素来表现。这一性能是美食类纪录片的重点性能。这一类节目其画面镜头真实自然不失写意美感、朴素淳实不失鲜活生动,多通过前景景深变焦镜头、大范围的广角镜头或者是细腻的特写镜头来展现环境、刻画美食、讲述故事。例如《舌尖上的中国》,该节目充分展现食物

背后的人文美和事雕琢的自然美,散文式的解说词将人生哲理和人文诗意传递给观众,配合专门打造的背景音乐和适时的同期声,勾连大众情感,传递美食文化中中华文化带来视听的艺术享受。

互动性

互动性指的是美食节目中的各元素在与内部或外部进行交流时可以直接表达他们的需要与欲望,形成相互链条。大众媒介下的美食节目主要通过“电视”与“电话”两大媒介与观众建立桥梁,进行互动。

多元性

美食节目的多元性主要体现在节目类型、内容元素,节目分工多元等。我国市面上大多数美食类电视节目在节目类型上选择“美食+”模式(例如美食+纪录片、美食+真人秀、美食+微电影等),以此展现多元性。其次,节目参与者及分工也具有多元性,在一些美食竞技类节目中,人员个人背景多元化,不同参赛选手的身份、地域不同;出镜者的职责分工也多元化,会分为主持人、厨师、评审等。

五大性能在美食短视频中的继承发展

服务性

美食短视频的服务性,以美食节目的服务性为基础,并实现继承发展。在众多短视频平台上,美食作家王刚将服务性作为自己所产出内容的第一要义。王刚将自己定位成“一个普通厨师”,以充分虔诚和高度热情“分享一些做菜的技巧给大家”。他的菜品选目、食材选择、技法要领都朴实至极、习见实用,直至每道菜完成之后的“技术总结”,每集视频都是中华烹饪传统的虔诚遵循,也透露着对大众

需求与选择的尊重。

在继承发展了美食节目的服务性的基础上,为顺应短视频时代人们更高的需求,王刚在视频的探索上付出了很多努力,这一类美食短视频的底层逻辑较之获取速度提出了更高要求,在学习美食做法上也希望能更高效更快速的完成,而王刚满足了大家的这一需求,从而获得了很多人的喜爱。“美食作家王刚”选择展示他工作的真实一面,穿着白色的厨师服,站在摆满不锈钢厨具的厨房里,用大锅和颠勺烧出中华美食。这是真实的中餐厨房,具有烟火气。作为一个和小清新背道而驰的“硬核美食博主”,王刚正在一条非典型美食短视频赛道上以一己之力开创了“硬核美食”新流派,将服务性发挥出最大化的效益。

娱乐性

相较于美食节目用较长篇幅展现娱乐,美食短视频的娱乐性受时间的限制较大,视频需要在较短的时间内把娱乐的效果最大化。“绵羊料理”是B站平台上非常热门的教程类美食短视频。一般而言,这一类美食短视频的底层逻辑较为简单,为“菜品介绍——前期准备——中期制作——后期展示”。

在情节设计上,以“绵羊料理”为代表的美食短视频继承了美食节目的“翻车式情节”。《中餐厅》出现的翻车情节在于准备的食材错误;制作中厨具破损;成品味道出现错误等。而绵羊料理也有类似的情节存在。翻车情节有以下作用:一是让情节变得起伏,视频本身更加有看点;二是较为真实地展现了美食制作过程的不易,通过这些来与现实世界建立情感联系。“绵羊料理”在翻车情节的设计上注重结合平台调性,融入自身的文化特色。“绵羊料理”注重美食背后的

故事和探索过程,触动了味觉以外的多重感官,通过多次“翻车”情节设置,与真人秀相比更成功地拉近与观众的距离,引发情感共鸣。

在旁白语言上,“绵羊料理”利用网络热词进行积极地文字加工,再通过夸张化的字幕,人声等元素传递给观众,形成了正面效果。传播学家伊莱休·卡茨提出,在使用与满足理论的指导下,受众的媒介接触行为被认为是有意意识、有特定动机的,语言文字的创作需要利用使用与满足理论,深抓用户心理。“绵羊料理”在创作过程中深刻探究用户心理,在短视频叙事上推陈出新,以剧情式的情节安排和人物表演,激发受众想要观看事态发展的内在动力。以“绵羊料理”制作美食的过程中的旁白为例,文字上,“绵羊料理”利用音律学使文字对仗工整,再加上适当的表情包语言,网络热词词汇,让观众及时更新网络知识,同时形成一种参与感;人声上,绵羊料理通过口音和此起彼伏的语调,迅速抓住人们的听觉感官。

观赏性

纪录类美食节目(例如《舌尖上的中国》)和微电影类美食短视频都能够为观众提供视听的欣赏享受,但由于其精神内核、文化定位、选材视野等的不同,它们带来的是不同的观看感受。以《舌尖上的中国》为例,该节目在全中国范围内精心选择地域、食材、故事,以此触摸中华文化的内核,其没有过于夸张的镜头语言表现或剪辑,但正贴合了传递质朴、真实、接地气的中国故事、中国情感、中国文化的定位,在朴素中饱含诗意与美,在烟火气中有大气的灵动;而相近类型的美食短视频《日食记》在全平台打出的文化口号“温暖治愈你的心和胃”反映了治愈系文化的定位,在有限的空间里使

用各种手法打造视觉奇观,追求精致美感。但由于短视频本身制作周期等因素的限制,此类美食短视频的观赏性也只能在同类当中出彩,与美食节目仍旧存在一定差距。

互动性

美食短视频的互动性极大程度上依赖于短视频平台带来的支持,而短视频平台的背后则是互联网技术和数字技术所带有的互动属性。美食短视频有三种互动机制。

首先是短视频本身。短视频本身的互动机制存在两种模式。第一种模式是一方视频内出现另一方的内容;第二种模式是双方或多方进行某一期的视频合作。短视频平台的自由度相比于大众媒介较高,方便促成不同创作者之间的合作。双方或多方的合作在带给创作者利益的同时,也会激发起观众的期待,在观众层面掀起水花,进而有可能实现反馈,实现互动链条下的多级传播。

其次是“内容——观众”。美食短视频更注重当下使用互联网媒介的用户的观看需求,依赖于短视频的留言评论和其他视频的潮流风向,制作方会总结出具有时新性的美食内容和主题,进而进行内容制作。

“内容——观众”的互动机制实际上传播者与收受者的关系链在数字技术下的一种升级,它仍旧坚持需求至上,但互动更偏向于“我们”的身份,不再像以往的电视节目较为简单的“明星——观众”,而是“我们——我们”的模式。

多元性

美食短视频在多元性上的创新有两方面。第一个创新点在于“平台多元性”。B站、抖音、快手、小红书的用户根据不同平台的视频调性推出了不同类型

的视频。比如在时长上,B站相较于其他三个网站视频时长较长,以分钟为单位计时,其他平台以秒计数;在视频画幅上,B站以横画幅视频居多,其他三个更倾向纵向画幅;在风格上,小红书偏精致,快手更接地气,而抖音和B站追求潮流、搞笑或猎奇。第二个创新点在于“用户的多元性”即“内容创作自由度的提升”。基于手机的全年龄段普及程度和各个短视频平台的随机推荐模式以及充值增加曝光度的推荐机制下,美食视频可以被更多的爱好更不同的观众“被动”接收到,观看的观众不再是固定的一类人,而是拥有随机性变成一片人,或散点状推送到完全不同的人的首页中。

总结与反思

美食短视频在以上几大性能上进行了创新与发展,但仍旧存在部分问题。短视频服务性的“简单”使得主打此类性能的视数量过多,造成审美疲劳的同时质量良莠不齐;目前许多视听作品的“娱乐”商业利益色彩严重,过度的娱乐设计容易喧宾夺主,使人们对于短视频的讨论重心不再是“美食”,精良制作的视频给人们带来了短期的视听治愈的现象在长期看来很有可能触发人们对此类生活“可望不可及”的沮丧;短视频平台中互动机制配套的管理策略并不完善;以“美食”为主题的短视频创作自由度较松,但现有创作类型较少。

中华美食的文化已有千年之久,诗人用真切词句勾勒出美食的色香味,用文雅的方式将美食之美娓娓道来。当传统的文化碰撞新兴的视频文化,新旧的交锋是文化与文化的相互成就。因此,我国应注重继续完善美食短视频的五大性能,结合平台与时代特点,让美食短视频也能具有更为宏大的文化意义。

(作者单位:武汉大学新闻与传播学院)

《声屏世界》征稿启事

《声屏世界》是由江西广播电视台主管主办,是全国广播影视十佳学术期刊,荣获“全国中文核心期刊(1992年)”称号。《声屏世界》1988年创刊,全国公开发行人。

国内统一刊号:CN36-1149/G2
国际标准刊号:ISSN1006-3366
投稿邮箱:jxspsj@163.com jxspsj@126.com
电话:0791-85861504 0791-88316904

