

# 电影伴随文本的符号学探析

◎ 黎世珍 谭琼

## 一、电影中的普遍伴随文本

赵毅衡教授认为,任何一个符号文本,都携带着大量社会约定和联系,这些约定和联系往往不显现于文本之中,而只是被文本顺便携带着。但是在解释中,这些附加因素存在着诸多意义,有时甚至比文本本身的意义更为深远。可以说,所有的符号文本,都是文本与伴随文本的结合,符号文本是靠伴随文本支撑才成为文本。他将伴随文本分为“显性伴随文本”(副文本、型文本)、“生成性伴随文本”(前文本、同时文本)、“解释性伴随文本”(元文本、链文本、先后文本),因为伴随文本不一定是“隐性的文本”(implicit text)或“潜在的文本”(subtext)。<sup>[1]</sup>在审视和解读任何文本本身的过程中,若不能读出或忽略伴随文本所携带的意义,便无法解读出文本的全部意义,伴随文本的存在决定了文本本身必将处在一个广阔的文化背景之中。

电影文本,同样是一种非常典型的符号文本,一部电影的策划、制作、拍摄、剪辑、宣传、放映、观众评价、后期影响等一系列的过程,无一不需要伴随文本的支持,这些伴随文本一方面影响电影的意义传达,另一方面也影响接受者的判断和解读。比如电影的副文本(演员表、制作公司、配音、美术、摄像)、型文本(文艺片、喜剧片、动画片、战争片)等伴随文本对一部完整的电影至关重要,观众因为电影的类型、演员和评价去观赏电影的并不在少数。电影作为一种典型的符号文本,必然携带以上各种伴随文本,这些伴随文本为解读一部电影提供了广阔的社会文化背景,因此,伴随文本不仅仅为电影赋予应有的背景和深度,同时也给电影解读提供新的视角。本文拟从显性伴随文本、生成性伴随文本和解释性伴随文本三方面加以说明。

## 二、显性伴随文本

### (一) 副文本

副文本是文本的框架因素,如书籍的标题、题词、序言、插图、出版文本、美术的装裱、印鉴,装置的容器;服饰的标签、设计师;电影的片头片尾,唱片的装潢等等。副文本往往落在文本边缘上,某些符号文本类型,例如歌曲、交响乐、作者身份与标题等框架因素,甚至不显现于文本边缘,需要另外的媒介(例如戏单、CD封套等)来提供。<sup>[2]</sup>

每一部电影必定都有副文本,如电影的片头片尾,片头片尾中所呈现的演员、制片人、导演以及风格特征都会使电影落在一定的解释框架之内。对于电影的片头来说,它是观众对电影的第一印象,观众通过对片头音乐、图像、文字的辨识,对电影产生自己的审美与理解。精明的制片人将电影的导演、主演的名字以十分抢眼的方式呈现,对于十分在意导演和演员的观众来说,这是一种十分有效的呈现方式。

因此,索尔·巴斯说:“我对电影片头的功能的基本看法是——电影片头能营造气氛,仅仅围绕电影叙事服务,并用隐喻的方式来表达影片的故事。电影片头是电影真正开始前,引导观众的媒介,它能渲染观众的情绪,营造观影氛围。”<sup>[3]</sup>很多影片都十分注重片头的设计,因为电影团队明白第一感受的重要性。令人印象深刻的电影片头不在少数,如007系列电影,几乎每一部都融有约3分钟左右的精彩片头,这些片头里面呈现出邦德、枪、美女等与影片密切联系的元素。动态的文字、色彩、图形使得艺术与技术完美结合,技术领域的无限灵感给观众带来震撼的身心体验,由此看来,007片头几乎成为007电影独有的标志,也成为了无数“邦德迷”心中熟悉而精彩的记忆。

【作者简介】黎世珍,女,湖北鹤峰人,四川大学文学与新闻学院比较文学与世界文学专业硕士生;

谭琼,女,湖北利川人,四川大学文学与新闻学院博士,副教授。

【基金项目】本文系国家社科基金重大课题“当代中国文化现状与发展的符号学研究”(编号:13&ZD123)成果。

## (二) 型文本

显性伴随文本除了副文本之外,还有型文本。例如文学体裁分类:诗歌、小说、散文等;歌曲分类(按照演唱风格):流行歌曲、美声歌曲、民族美声、民族歌曲等;服饰分类(按照质地):棉质、丝质、皮革、化纤等。对于电影来说,则一般分为爱情片、喜剧片、家庭片、伦理片、文艺片、音乐片、歌舞片、动漫片等。细致划分,亦有按照导演划分、按演员划分、按时代划分、按题材划分等。

一部电影的型文本归属,即什么题材、什么演员、什么导演、什么时代等因素直接影响受众的理解和接受。据研究,在好莱坞电影类型和票房市场的各种数据中,2007至2011这5年间,在全球总票房、美国国内票房、美国海外票房三份票房成绩排名中,前四的席位均被奇幻片、动画片、冒险片和动作片所占据。<sup>[4]</sup>因为这四种电影具有一些共同的特征:具有震撼人心的视觉效果,在特效以及技术上的运用成熟,并且有较强的自适性和较低的文化偏向,可以在全世界拥有一批不少的受众。但是,高票房并非是优秀电影的必备因素,很多具有独特文化因子的电影虽受众面窄小,但是其存在的价值依然巨大。

## 三、生成性伴随文本

生成性伴随文本即文本生成过程之中,各种因素留下的痕迹。前文本(pre-text)是生成性伴随文本的一种。

大多电影都有前文本,这些前文本时常影响到观众对电影符号文本的解读。以陈凯歌所执导的电影《霸王别姬》为例,“霸王别姬”这一历史故事和情节最早出现于《史记》,之后,项羽和虞姬这两个人物形象被人们以各种不同的艺术形式加以重塑、评说,或搬上戏剧的舞台,或呈现于影片中。在电影《霸王别姬》中,对“霸王别姬”一词的阐释和演绎又与众不同,除了设立“霸王别姬”京剧情节之外,还加入了编剧对这一文化词语的特殊理解。影片中,程蝶衣到袁四爷家赴宴,袁四爷的下人拿了一只鸡和一只乌龟走了进来,两只动物在慢慢靠近时,乌龟咬住了鸡的脖子,下人便用刀划开了乌龟的脖子。乌龟在传统社会之中是权力、是霸王的象征,在此代指项羽,只是元代以后,龟的地位逐渐衰落,人们逐渐忘却龟的这一寓意;鸡则是代指虞姬。

实际上,前文本可以说是全部文化条件的总称。理解一部电影不仅仅依靠其中的个别词语或典故,

而是依靠整个人类文化史,《霸王别姬》中浓郁的北京特色,地道的京剧唱腔,带有时代印记的衣着等都成为电影独具内涵的因素,理解它们需要受众调动对整个文化的认知和了解。

斯蒂芬·格林布拉特(Stephen Greenblatt)将前文本称之为“联合文本”(Con-text)。具体到一部电影中,联合文本包括改编、引用、戏仿、沿袭等,甚至包括电影诞生时的社会氛围,可以说,一部电影就是一个大的社会文本,在这个文本中可以解读出很多意想不到的知识出来。

电影《红高粱》是一个很好的例证,电影根据莫言的小说《红高粱》将人物刻画得十分细致,将最真实的情感表达在观影者面前。张艺谋在情感的表达上,突破了小说只能依靠想像的现实,通过镜头来展现男女主角的张力,摄影出身的导演不仅仅给观众带来一次视觉上的体验,更是带来了一种独特的精神享受,画面、音乐、视觉的组合更是让人有一种过目难忘的体验。电影的改编与成功部分取决于导演的自身天赋与素质,部分则依靠于前文本,小说本身就是其中之一。一方面,读者对小说文本有独特的感知和认识;另一方面,电影与小说的结合又让读者产生一种全新的认识。

## 四、解释性伴随文本

显性伴随文本和生成性伴随文本在文本产生之前就已然出现,与此不同,解释性伴随文本出现在文本产生之后,包括元文本、链文本与先后文本。以下将逐一讨论。

### (一) 元文本

所谓“元”,“简单来说,就是关于X的X”。<sup>[5]</sup>以此类推,元文本就是关于文本的文本,是一个文本在生成之后接收之前所出现的评价,因此,元文本也可以称为评价文本。电影元文本就是电影在放映前,对电影及其相关因素的讨论和评价:导演、演员、电影类型、知名人士的评价等。

面对竞争愈来愈激烈的电影市场,电影宣传显得尤为重要,因为对元文本的运用会为电影博取关注度。例如《山楂树之恋》在上映前期就采用了多种方式进行宣传,如上北京卫视节目《五星夜话》,并将节目主题定位:匮乏年代,纯真爱情。电影中那些能唤起无数知青回忆的物件一一呈现一一钢笔、瓷脸盆、粮票、信封等,它们都有时代的印记,都是情怀的象征,而很多观众需要的正是这样一份情怀。

电影是一门综合的艺术,其展现方式多样,电影

宣传更是十分注重细节与质量。与前期节目宣传相比,海报呈现是一种略为传统的方式,也一直是电影整体制作中极为重要的一部分。很多经典电影在时间的流逝过程中,可能会随之淡化,慢慢被人们忘记其中的情节和故事,但是经典的海报却会一直被效仿,被引用,被阐释。举一例十分经典的电影海报:《辛德勒的名单》海报上展现的是老式照片中紧握住的两只手,一只大手和一只小手,它不仅仅代表幼儿与成人,而是启示人们战争和暴力永远无法带来幸福,理解才是人类的根基。

### (二) 链文本

链文本也被称之为超文本,是接收者在解释某文本时,主动或被动地与某些文本链接起来一同接收的其他文本,例如百度词条中的参考资料与参考链接、图书馆的分类检索等。

电影是一种综合性文本,观影者在欣赏电影的过程中,也极有可能会主动或被动地接收链文本,并且链文本有时候会超出意料地被追捧,甚至比电影本身更加受人欢迎。2015年的国产电影《捉妖记》,一上映便引发国产电影票房井喷,其引人入胜的动画效果、欢乐的舞蹈氛围、魔幻的叙事思维等因素契合了观众的各种情感诉求,影片中的小妖王胡巴更是深受观众喜爱。以胡巴形象设计的玩偶深受欢迎,观影者不仅感受到了电影的魅力,也在现实中找到了情感寄托。影片《查令十字街84号》上映以后,小说《查令十字街84号》变得更加炙手可热,这本读书人的圣经讲述了一个酷爱读书的女作家和一个书商20多年的情感,至今,小说《查令十字街84号》已经被翻译成十种文字,越来越多的人阅读此书,珍藏此书。

### (三) 先文本和后文本

与文本本身有特殊关系的文本(如仿作、续集、后传),被称为先文本/后文本。前几种伴随文本几乎任何符号文本都有,但是先后文本只有部分符号文本才有。就电影来说,因时刻追求新鲜和创新,所以无论是在剧本还是技术上,先后文本并不是随处可见。但是在日常生活之中,这种先后文本却屡见不鲜,比

如,某个时尚明星的穿衣风格会被大众效仿,有趣的幽默段子是出自影视作品之中,吸引人的店名也会被效仿或重复。

纵观整个电影市场,美国电影续集越来越多,并大多能够再次获得观众青睐,获得票房佳绩。如《指环王》《星球大战》《黑客帝国》《加勒比海盗》《碟中谍》《终结者》《生化危机》《侏罗纪公园》等,这些拥有几部续集的影片至今依然生命力旺盛。续集有如此大的盈利特效,对于投资者来说自然不愿放过这个增长利益的机会。在中国也有《古惑仔》《警察故事》《非诚勿扰》《赌神》等电影拍出续集。在成功的电影续集之中,往往还能看到前文本的影子,但是后文本的创新与重构是不可忽略的。

## 结语

电影是一种综合性的符号文本,伴随文本作为存在于其中的一部分,发挥着重要的作用。如电影宣传时的活动、海报;电影放映中的片头、特效;电影放映后的形象再现、服饰模仿、话语复制、续集翻拍。

伴随文本的存在具有合理性,但若是过分依赖伴随文本的控制作用,一部电影便随之失去它的价值。随着多媒体的兴旺和发达,演员在影片外也受到了更多的关注,观影者甚至会将剧中的幻想和场景带到现实中来,因此,演员在现实生活中的形象或多或少影响了受众对文本本身的判断。除此之外,制作特别吸引观众的海报以博取眼球;对电影演员身份进行大肆宣传;强调影片的拍摄环境等,这都是对伴随文本过于偏执造成的后果。

显然,大部分人依然没有意识到很多影片通过伴随文本控制受众的感受这一现象。生活本身向电影提供了丰富的创作素材,创作者通过精心地构思、组织和设计,并投入细腻的感情,创作出优秀的艺术作品,文本本身已经是人类最伟大的发明。因此,有时避开伴随文本的喧嚣,欣赏文本本身整体合一的美才会保持持久的乐趣。

## 参考文献:

- [1][2]赵毅衡.符号学[M].南京:南京大学出版社,2012:143,145.
- [3]Alice Rawsthorne.If There Were an Oscar for Film Titles[N].The New York Times,2011-02-20.
- [4]陈吉.当代好莱坞电影票房市场与类型关系——兼论产业化背景下的中国电影类型发展[J].电影艺术,2013(1).
- [5]赵毅衡.广义叙述学[M].成都:四川大学出版社,2013:292.