

中国贺岁电影的文化解析

赵慧

(河北大学 河北 保定 071000)

摘要:“贺岁”对于中国人来说有着根深蒂固的民族文化意义。每逢岁末,唱大戏、逛庙会、皮影戏等传统的娱乐文化形式粉墨登场,体现了中国人喜庆、祥和、热闹的文化传统和民族心理。贺岁电影正是迎合了大众的这种心理应运而生,有着深层次的文化因素。其一,贺岁电影迎合了大众的文化心理,喜剧的表现形式有强烈的观赏性和娱乐性,在一定程度上符合了大众对日常生活的满足感和追求幸福的文化需求。其二,贺岁电影介于“脱俗”于“媚俗”之间,和大众达成了共识。最后,贺岁电影作品叙事的都市化、大众化与大众对世俗人生的文化想象形成完美的契合点。

关键词: 贺岁电影; 文化; 大众; 心理

中图分类号: J905. 2

文献标识码: A

文章编号: 1673-0992 (2011) 04-0000-01

一、大众文化心理的满足和追求幸福的需求

电影从诞生那一刻开始就是包容百川的多元化产物,在一定程度上决定了电影是大众文化的主导者。贺岁电影作为传媒,它就是一种大众文化。贺岁电影的故事内容大多来源于生活,生活化的场景,生活化的语言等等一切,都渗透着日常生活的氛围,熟悉而有亲切,满足了观众对信息的审美需要。贺岁电影是大众文化的代表,贺岁电影下的文化是直接面对大众的传播媒介,形成了它对多种文化形式的包容性,它体现着大众文化的社会功能:通过大量的信息,借助于模式化的问题以及类型化的故事内容,体现一种生活化的气氛,从而满足大众的审美心理。

当代社会,政治功能对社会生活的影响逐渐淡化,经济和文化功能则发挥着越来越大的功效。整个社会都处于转型时期,都市的转型在社会和文化的转型中占有重要的地位。在这种大环境下,人们开始审视自己的生活,思考人生,探求美好的未来。贺岁电影就是以我们实实在在生存的都市为空间展开叙事,将大众心理同日常生活方面紧密相连。人们开始注重中国社会化的世俗生活和世俗文化,在此过程中追求幸福生活,不断寻觅所期许的幸福感,并把幸福意识的获得作为一种终极的目标。

贺岁影片的选材都以轻松、幽默、搞笑为主,老少皆宜,迎合了大众的口味,在节庆的日子里为观众送上精彩的文化大餐。贺岁电影以喜剧为的叙事基调,大多都是喜庆的大团圆结局,以日常生活中的人和事为对象,在人们日常生活的体验和感受中构造出一个个温馨的、浪漫的、美好的情感故事,或者是社会伦理故事,再加上电影独具的影像声画的魅力,带给观众心灵上的感动,满足大众对于追求幸福感的需要。

二、“脱俗”与“媚俗”的“折中主义”

贺岁电影以其独特的表现风格取胜,多年来始终风靡电影市场,那就是它平民化的选材,平民化的语言,平民化的故事内容,平民化的表现方式。这些因素如果单看一个,会觉得平凡并不能打动人心,但综合起来的力量确是巨大的,贺岁电影就是凭借着睿智幽默的、温暖人心的情节,极具亲和力与的风格,深深地打动了观众,在节日里给大家留下一个特别美好的回忆,与此同时还形成了别具风格贺岁文化和大众的节日消费理念,同时促进了贺岁影片市场的繁荣。

贺岁电影制胜的另一大法宝,则是在大众欣赏模式、文化取向和电影本身的定位和风格上找到了绝佳的结合点,是真正意义上的“脱俗”与“媚俗”的“折中主义”。贺岁电影将观众在特定时期的观影心理同电影内在艺术元素以及市场营销结合,形成一个完整的、系统的策划方案,同时也在观众心理形成一种期待、一种定位。

由于贺岁电影产生的特殊背景,决定了纯娱乐性或者是纯艺术性的电影并不能被大众所接受。另一方面,纯娱乐性的电影同样不能得到观众的好评。要想真正的赢得观众的心,就必须将艺术和娱乐完美的融合在一起,贺岁电影的取胜就要在这一点上寻求突破,力求在影片的风格上,既注重情感模式的叙述,故事的建构和叙事的完整性,又要贴近生活,体现大众文化;在艺术表现力上,做到现实主义和后现代主义的结合;在受众的层面上,做到雅俗共赏,在追求艺术性的同时,不忽略市场和票房;在文化精神领域,达到娱乐性和教育性的融合,在快乐和笑声中对人生、对生活有所审视和思考。

三、现代主义大众文化与“后现代主义”的并存

在全球化的进程中,我国经济飞速发展,伴随经济的飞跃,城市发生变革,文化领域也发生深刻的变革。这反映在电影这一艺术表现形式

上,体现在电影文本的叙事中时刻可见现代主义大众文化的烙印。表现为影片的叙事重心逐渐转移到都市上来。都市大背景下的普通大众最日常生活的情景被搬演到了大银幕上,观众在观影的过程中,不仅可以直观的感受真实生活氛围,同时还会引起观众不自觉的对现状的审视和反思,对未来的思考和探索。

我们对贺岁电影中所体现的现代主义大众文化再给与肯定的同时,不能忽略了它同时存在着消极的一方面。这表现为在电影中充斥着过多的沉迷于对日常生活和大众情感的追求,人们都只是追求个人的幸福,并未对社会进行反思,传统的享乐主义抬头,影片缺乏高度,“小农意识”的根深蒂固成为制约贺岁影片发展的瓶颈。贺岁电影作为商业电影的出现,在某种程度上衡量它成功标准在于票房的收入 and 市场的占有量,这种营销行为注定贺岁电影必须立足于大众,从大众文化中汲取营养。但大众文化中的局限性也不自觉的渗透其中,这就要求贺岁电影在顺应现代主义大众文化的需求下,能寻求影片创作主题和立意的飞跃,达到思想上的一定高度。

在这里所提到的“后现代主义”,并非传统意义上的对现实主义的批判和解构,反对以各种约定成俗的形式,来界定或者规范其主义。而是贺岁电影的文化内涵中所体现的后现代主义思潮对大众文化的冲击和影响。首先表现在影片中对于传统角色的颠覆。其次,影片的对白的设计和情节的设置上,经常拿社会现象和人们生活中的段子 and 世俗文化来进行调侃、讽刺和戏谑,形成贺岁电影独特的风格。

在贺岁电影中,现代主义大众文化和“后现代主义”的精神两者是相互渗透的,不可避免的交融在一起。大众文化中的先进性、现代性和消极性、保守性并存,贺岁电影发展的结合点在于二者的求同存异,在此前提下,不仅可以引领大众对日常生活的文化解析,还令世俗文化中的市民哲学思想能够“去其糟粕,留其精华”,在大众中得以接受和传播。

结论

通过对中国贺岁电影的文化解析,我们得出电影艺术文化新的观念,电影在一定程度上它既是作品也是产品,一部好的电影要有艺术上的内涵,同时要牢牢把住大众心理,并实现创作意义上的突破。在节日这个特殊的欢乐喜庆的氛围里,贺岁电影带给我们无限的欢乐,在轻松幽默的电影中放松心情,已经形成了一种消费需求。无论是电影创作者还是商家都应该牢牢把握贺岁文化带来的难得的机遇,不仅在作品内容上出新,还要在精神层面上有所提高。要将眼光放远不能只看到短期利益,滥竽充数、粗制滥造这样终会得到被大众所抛弃的下场。因为赢得观众和市场的真正秘诀在于将“贺岁”身份和内容的完美结合,将多元、包容的文化渗透到点滴,我相信贺岁电影的明天会更加美好!

参考文献

- [1] 蔡尚伟.《影视传播与大众文化》.成都:四川大学出版社,2005,374
- [2] 尹鸿 唐建英.《冯小刚电影与电影商业美学》.《当代电影》,2006年,第6期:50-55
- [3] 陈犀禾.《跨文化视野中的影视艺术》.上海:学林出版社,2003,77-91
- [4] 于文秀.《贺岁影视剧现象的文化解读》.《天津社会科学》,2005年,第6期:110-114

作者简介:赵慧,女,河北省石家庄人。河北大学艺术学院在读研究生,广播电视艺术学专业。