

与此同时，另一个值得重视的事实是，近些年越来越多的好莱坞作品取材于中国民间，甚至不费吹灰之力就能将很多原创性极强的民俗文化内容以影像制作的方式带回本国，甚至成为精品或冠以原创推而广之，这些知识产权的空白地带将会使越来越多的中国原创大白于天下。而我们难以想象，如果有一天一个外国观众对我们说，皮影戏“made in hollywood”是如何尴尬的局面。中国民俗文化亟待知识产权保护，电影制作相关的国际法亟待推出。

那么，这是不是就意味着我们要从此“捂住口袋”，谈好莱坞色变呢？当然不是。第一，好莱坞所谓的“全球化”，是一种眼光，更是一种文化战略，在某种程度上可以说美国好莱坞电影文化就是世界文化的缩影，是来自全球的杰出艺术家共同营造了好莱坞今日的“世界性”。洛杉矶资深影评人帕特里克斯·古德斯坦称“好莱坞电影题材的全球化是经济全球化的必然产物，而备受关注的中国元素其实就是这种全球化浪潮的一个缩影”。在这样的时代背景下，闭关犹如痴人说梦，显然是不可行的。我们似乎应该认真思考：每个国家的电影导演都在造“梦”，但是为什么好莱坞的“梦”对我们产生诱惑？2008年第四届中国国际动漫游戏产业博览会上，在承认《功夫熊猫》成功的前提下，人们提出的第一个问题是：为什么我们有丰富的文化资源，却拍不出《功夫熊猫》这样的影片，中国原创动漫何时才能突围？第二，接受美学的原理告诉我们“文本只有被阅读时才获得生命”，电影是意识形态领域的特殊且重要的产物，在宣传国家政治文化和扩大经济影响力方面都具有不可替代的重要作用，是最国

际化的媒介产业。早在上世纪30年代，美国政府就意识到电影和其他大众文化输出的巨大威力，从某种意义上说，好莱坞从一开始就在向全世界推销着美国，美国电影很早就具有国际视野。从上世纪20年代开始，美国就非常重视对中国市场的电影输出，好莱坞八大电影公司中，“环球”最先于1921年在中国设立了办事处，此后“华纳兄弟”、“米高梅”、“派拉蒙”、“福克斯”、“雷电华”、“哥伦比亚”、“联美”也都先后在中国设立了办事机构。这些机构多聘用中国人或久居中国的外国人处理有关向中国输出影片的事务。⁽⁹⁾而且，《花木兰》的制作经验更展示给我们这样一个姿态：为了能把来自中国的民间故事拍好，迪斯尼动用了七百多位动画师、艺术指导和技术人员进行合作，包括一些华裔人员担当部分创作工作，投入上亿美元，花费整年时间；而为使影片具中国韵味，迪斯尼更取法中国，派出制作组的高级成员到中国进行实地考察，在北京、洛阳、西安、敦煌等地参观美术馆、博物馆、传统建筑等等，积累了大量的宝贵资料。如此种种都告诉了我们这样一个现实：摆在我们面前的难题并不是“要不要做”，而是“如何能做得更好”，在这个“你中有我、我中有你”的消解了识别性的全球化版图中，真正值得我们忧心忡忡的应该是“如何不要失去我们自己”，以积极独特的影响力姿态展现中国民俗文化的国际化传播。

(林筠，讲师，厦门大学嘉庚学院，363105)

(9) 据萧志伟、尹鸿《美国第一份中国电影市场的官方调查报告与好莱坞全球化战略》，《电影艺术》2002年第1期，第120页。

试论我国民俗影视的流变与特征

Chinese Folk Culture in Chinese Film

文 朱健强 /Text/Zhu Jianqiang

提要：我国的民俗影视始终贯穿着鲜明的民族与民俗文化元素和精神。以科学研究、历史文献记录和社会景象展示为特征的影视民俗学是民俗影像的文化积淀。走向国际市场并取得不俗表现的新民俗电影，不仅以再造和渲染的方法重新诠释和表现了中国民俗符号，而且也将中华文化汇入了世界跨文化交流的大潮中。新生代的电影以非主流、非常规、甚至反常规的自觉取向，生动表现了中国转型社会中的新民俗生活。在全球化语境中和数字网络技术的条件下，我国民俗影像的发展正与时俱进，朝着多种形态共存和多元化的方向发展。

关键词：民俗电影 影像民俗学 流变与传承

纵观中国百年电影艺术发展史，我国影视的传承和发展，在博大精深、丰富多彩的民族文化的历史长河中，始终凸显出鲜明的民俗风格和民俗特色。

从上世纪30年代现实主义电影，到“文革”前的“十七年”新中国电影，到改革开放后80年代的新时期电影，到90年代走向国际的转型期电影，再到21

世纪,一大批具有中国文化精神的电影在国际影坛上逐渐占有一席之地。中国电影虽然在不同的历史时期,具有不同特色的主题和题材,但始终贯穿着一条鲜明的发展线索,就是在影视作品的内容和形式上独具特色的、鲜明的中国民俗风格和民俗精神。

一、电影的民俗化与影像民俗

民俗是指一个国家或民族中广大民众所创造、享用和传承的生活文化。其具有集体性、传承性、模式性,是人类各集体共同生活里具有普遍和重要性的一种社会现象。它包括民间信仰、民间文学、民间艺术、传统节日、人生礼仪乃至衣食住行等等风俗习惯,几乎涉及人类生活的各个方面,是一种母体文化,是构成整体民族文化的最基本的物质与精神事象。⁽¹⁾民俗是一个地区社会文化中长期形成的风尚、礼节、习惯等的总和,民间的风俗又称作民俗(民间风俗)。风俗包含的范围很广,可以包括衣、食、住、行、育、娱乐、宗教、岁时、生命礼节、艺术等等。

从乡村民俗电影到城市民俗电影,在我国当代电影发展的不同时期都具有一个共同的重要特征,就是始终贯穿着鲜明的民族与民俗文化元素和精神。特别是一些以异乡趣闻、蛮荒古俗、原始民风、民歌、民谣等为题材的乡村民俗电影,在大量的电影作品中占有相当比重。⁽²⁾如《乡音》(1983)、《黄土地》(1984)、《人生》(1984)、《边城》(1985)、《青春祭》(1984)、《良家妇女》(1985)、《野山》(1985)、《盗马贼》(1986)、《无情的情人》(1986)、《芙蓉镇》(1986)、《孩子王》(1987)、《湘女萧萧》(1986)、《红高粱》(1987)、《老井》(1987)、《春桃》(1988)等,不仅在这些描写乡村民俗题材作品中充满着质朴纯真的人文气息,在为数不多的描写城市民俗的影像中也处处散发着市民的生活气息。

如何界定城市民俗电影的概念,虽然在学术界和电影界没有形成共识,但相对于传统民俗电影来说,城市民俗电影大体上是以城市民俗事象和生活为主题或主要故事为主的电影。⁽³⁾改革开放以来,特别是20世纪80年代以来出品的几十部电影作品,以平民的视角素描了社会转型中的社会下层平民的常态生活和状况,如《快乐的单身汉》(1983)、《雅马哈鱼档》(1984)、《周末情人》(1995)、《小武》(1997)、《爱情麻辣烫》(1997)、《没事偷着乐》(1998)、《非常夏日》(1999)、《回家过年》(1999)、《城市爱情》(1999)、《月蚀》(1999)、《洗澡》(1999)、《呼我》(1999)、《手机》(2003)、《卡拉是条狗》(2003)、《做头》(2005)、《美丽上海》(2005)等。对市井民俗具有敏锐嗅觉的冯小刚导演,在其拍摄的贺岁片《甲方乙方》(1997)、《不见不散》(1998)、《没完没了》(1999)、《一声叹息》(2000)、《大腕》(2001)、《天下无贼》(2004)中,把民俗和民间元素更是当做电影叙事的主要元素,创

造了一种全新的民俗影像表现模式,用独特的视听语言和叙事形态,在传统民俗事象中赋予了社会发展 and 变化的新意义。

二、影视民俗学和民俗影像

在我国民俗电影的流变之中,乡村民俗电影和城市民俗电影无疑是最具代表性的,对社会的影响力也尤为显著。但是,民俗符号不仅是电影发展的重要元素,而且在以科学研究、历史文献记录和社会景象展示的影视民俗学的实践中,也产生了不可忽视的成果,它们也是民俗影像的主要组成部分。

国外较早开始的人类学和民俗学电影中,都有较强的民俗情节,在很多类似民族志的影视作品中,民俗活动也是广泛应用的事象和元素。我国影视民俗学的发展同样也取得了令人瞩目的成就。20世纪20—30年代,著名探险家瑞典人斯文·赫定率考察团对我国西北地区进行科学考察,考察的内容包括人类学、考古学、民俗学在内的七项内容。他在考察中拍摄了大量影片和照片,并于1929年在北京进行公映,取得了很好的社会反响,这是中国人参与拍摄影视民俗学影片的最早记录。⁽⁴⁾1933—1937年,我国民族学工作者开始将影视手段广泛运用于民族学、民俗学的田野调查之中。很多著名学者都在科研调查过程中使用影视拍摄手段记录下少数民族的生活。新中国成立之后拍摄的一批反映少数民族社会历史和现实生活的科学纪录片,是典型的用电影手段记录的民俗影像作品。在1956年开始的“民族大调查”中,科研学术机构与八一电影制片厂、北京科学教育电影制片厂合作,先后拍摄了16个民族、22部123本的少数民族社会历史科学纪录片,如《凉山彝族》(1959)、《赫哲族的渔猎生活》(1964)、《僵人》(1977)等。当时拍摄目的主要是为了记录在急剧变化的社会环境下少数民族社会生活的原貌,虽然带有强烈的意识形态色彩,但这些影片不仅从研究的角度详细记录了我国少数民族的生活细节和民间习俗,而且是很宝贵的纪录影片。那些朴实简单的镜头语言和客观真实的纪实画面,是我国民俗影像的重要实践。

改革开放至80年代末,是我国影视民俗学快速发展的时期。随着电视的普及,民俗影像的拍摄机构不再局限于电影制片厂,全国民族和民俗研究所、高等院校的相关院所、电视媒体也纷纷投入到民俗学电影的拍摄制作中来,以电视专题片的形式记录和展现少数民族的生活状态的影片大量展

(1) 钟敬文《民俗学概论》,上海文艺出版社1998年版,第17页。

(2) 刘继保《当代电影中的民俗化倾向剖析》,《天中学刊》1998年第1期,第57—59页。

(3) 钟大丰《中国民族电影产业的历史和现实》,《文艺研究》2006年第7期,第119—125页。

(4) 孙晓舒《从落寞到新宠:中国影视人类学80年变迁》,《中国社会科学院报》2008年第11期,第11页。

播。⁽⁵⁾ 拍摄的影片内容也更加深入,有的专门反映少数民族生活的某一个侧面,如传统节日、习俗、婚丧嫁娶等;有的全程跟踪记录民间的民俗事件和民俗活动。由于媒体专业人员的拍摄视角和手法的不同,也为了迎合广大电视观众的需要,拍摄的影片也已经超出一般影视民俗学单纯的记录目的,出现了有明显纪实风格的民俗艺术片、新闻纪录片。现今,很多新闻影视界和独立制片人也在制作人类学的或非民俗学的纪录片,他们对民俗影像充满了热情和执著,拍摄了大量的优秀民俗影像作品。20世纪80年代末至20世纪90年代中期,中国影视民俗学作品在国际上频频获奖,云南优秀民俗类纪录片《茶马古道》(2004)、《卡瓦格博》(2007)、《幸福山谷》(2008)等在国际国内屡获大奖,这些独具中国本土色彩的影视民俗学成果,不仅在影视界反响强烈,而且引起了学术界的强烈关注。⁽⁶⁾

民俗或民族志电影通常是用于记录和表达民俗生活的一种载体,作为科学研究的手段,视觉影像在民俗或民族志研究中主要局限在比较单纯的记录功能上。随着专业电视媒体人的介入,特别是在WEB2.0数字网络传播技术的支持下,视频技术快速地大众化和普及化。大量网络媒体视频网站的出现,为广大网友提供了简单、便捷的视频上/下载服务,不仅专业机构制作拍摄的民俗纪录类音像作品在电视频道上大量播出,而且网民用DV拍摄的、非专业的、甚至是幼稚的民俗、民间生活的及时性影像作品在网络上也被广泛关注,大众对民俗影像投入了越来越多的关注目光。伴随着数字技术和网络影像制播技术的平民化和大众化,草根的民俗影像作品将和进入院线的以数字、3D科技影像大片共同发展,多样化的民俗影像作品会更加进一步拓宽大众认识历史、文化、民族和民俗的渠道。

三、新民俗电影中民俗符号的再造与渲染

自20世纪80年代开始,由于数字技术的发展和国际互联网的出现,现代社会的信息传播、文化传承手段和方式都发生了巨大的变化。人们的语言、言语及口头与书面的表达方式和传达方式、媒介、媒质都与以往有了很大的不同。⁽⁷⁾ 随着我国实行改革开放的方针,确定走中国特色的社会主义市场经济发展之路,特别是在2001年年底正式加入了WTO,市场向全世界逐渐开放,我国主动加入了国际市场竞争的大格局,影视产业的情况也是如此。在以好莱坞为代表的电影市场化冲击下,我国电影的市场和环境发生了很大的变化。在好莱坞电影大兵压境的情景下,以第五代导演为代表的我国电影创作的中坚力量,在困难中开始了学习、探索和大胆尝试,力争使中国电影在国际上有一定的影响力和地位。以张艺谋为代表的第五代导演,在借鉴好莱坞的商业电影市场推广模式和中国电影几十

年经验的基础上,面对西方强势的电影文化话语环境,尝试使中国电影走向国际地位的时候,几乎不约而同地在挖掘、提炼、整合和再造民俗文化的思想观念上形成了前所未有的共识。

中国电影的早期,在郑正秋、张石川导演拍摄的《难夫难妻》中,电影镜头就通过对潮州婚俗进行了艺术加工,运用中国传统文化中家庭伦理的视角来表现民俗、民间生活的手法一直延续到随后的50年代、60年代的作品。⁽⁸⁾ 经过十年动乱,在新时期电影中,民俗又成为异常显性的文化因素而备受关注,从1984年陈凯歌描写黄土高原的电影作品《黄土地》开始,经过《青春祭》、《盗马贼》、《鼓楼情话》(1987),一直到前些年的《黑骏马》、《阳光峡谷》和《悲情布鲁克》,这些作品对传统的民俗现代观照有了新的视角。

第五代导演站在世界电影语境的西方角度,将东方文化代表的中国民族和民俗的符号进行了解构和重组,选择性地再造了中国的民俗符号,用好莱坞式渲染和夸张,强烈的视觉冲击效果,展现了一个全新的影视民俗新景象。⁽⁹⁾ 有的学者称之为新民俗电影,也有的称为“寓意式”电影。包括著名导演张艺谋执导的《红高粱》、《菊豆》(1990)、《大红灯笼高高挂》(1991)、《秋菊打官司》(1992)、《活着》(1994)、《摇啊摇,摇到外婆桥》(1995)、《我的父亲母亲》(1999),无一不是从民俗入手,对民俗文化符号的再造和渲染。陈凯歌导演的《黄土地》、田壮壮导演的《猎场札撒》(1984)和《盗马贼》、孙周导演的《心香》(1991)、吴子牛导演的《大磨房》(1990)、张泽鸣导演的《绝响》(1986)也是以民俗事象为基础创作的电影。

这些被定义为新民俗的电影,在民俗要素的符号化表现手段方面有很突出的贡献。例如张艺谋导演的《红高粱》中的“颠轿”、“野合”、“敬酒神”与《大红灯笼高高挂》中的“挂灯”、“点灯”、“吹灯”、“封灯”,这些来源于典型的中国西北民间习俗,经过重新艺术加工与艺术虚构,使影片的主题与风格在强烈的视觉环境下充满了神秘和震撼。⁽¹⁰⁾ 在这两部影片中将象征中国传统文化的红、黄两色赋予了特殊的情绪和意味,给观众带来了强烈的冲击力和视觉感受。

除此之外,其他的电影导演也纷纷重新改造中

(5) 王媛《应用影视人类学前景光明》,《中国社会科学院报》2008年第11期,第11页。

(6) 郭丽《影视作品中的民俗“在场”》,《影视评论》2006年第18期,第17—18页。

(7) [加]麦克卢汉《理解媒介》,何道宽译,商务印书馆2000年版,第33页。

(8) 范志忠《百年中国影视的历史影像》,浙江大学出版社2006年版,第21页。

(9) 许萍《作为东方奇观的新民俗》,《当代电影》2005年第2期,第125—127页。

(10) 罗雪莹《张艺谋和他的〈红高粱〉》,中国电影出版社1993年版,第62—63页。

国民俗符号,以加强电影的内容和视觉张力,如《湘女萧萧》的谢飞、《女人三部曲》的王进、《黄河谣》的滕文骥、《炮打双灯》的何平、《青春祭》的张暖忻。这些作品不仅汇集了大部分电影精英,在国际著名的电影节上也纷纷获得了很高的荣誉。面对西方对中国投来更多的关注和兴趣,电影创作者们似乎只要大胆地对中国民俗文化进行全新的解构和应用,就可以赢得国际电影界的认可。也许新民俗电影迎合了西方文化“他者”观看的心理需求,客观上消解了中西文化上的叙事差异和对视角度,或许是基于商业影片的市场效益考虑,借助新的影像手段和数字技术,创造一个令西方观者既熟悉又陌生的中国民俗新“场景”。客观地说,新民俗电影对民俗文化的大胆再造和极尽渲染成就了中国电影在国际上的形象和地位。

四、新生代电影中的民俗情节

新生代电影与第五代电影中再造表现的渲染的民俗风格不同,他们的作品大多数是对现代城市生活的叙述,对传统的电影叙事模式不感兴趣,对意识形态也没有热情。他们的作品具有明显的脱离政治的社会边缘意识和下层意识,表现社会转型期间青年的生存状态和自我意识,关注当今社会中矛盾的人性和社会冲突,试图用不太成熟的夸张的电影语言来凸显自身的艺术风格和个性。^{〔11〕}

新生代电影以表现现实社会中的民俗生活,具有非主流、非常规、甚至反常规的自觉取向为特征,以张元、王小帅和贾樟柯等年轻导演为代表的“第六代”、“第七代”新生代导演为代表,以独立制片的角色,以其表现方式上的意识形态特征而被国际上所认知。在新生代电影作品中,民俗不再是被悬置的符号,而是民众的日常生活,这种日常生活体现为原生态的生活本相。张元的《北京杂种》(1993)、王小帅的《冬春的日子》(1998)和《扁担姑娘》(1997)、贾樟柯的《小武》、时间的《天安门》(1992)、阿年的《冬日爱情》(1997)、路学长的《卡拉是条狗》(2003)。电影的第一要义和不可缺少的最终标准,就在于它是否具体而真实地反映了生活,那也是它之所以独一无二的原因。正如戈理所说,影像的功能是在表现生命本身,而非生命的理念或论述,它不指涉或象征生命,而是将它具体化,表现它的独特风貌。在此类作品中,我们不再注意那些代表民俗符号的深宅大院、黄土腰鼓、京剧皮影、婚丧嫁娶这些传统民俗符号,而把注意的焦点转移到处处渗透着民俗情感的普通民众平淡却真实的日常生活。在贾樟柯的电影作品中我们可以发现其明确地坚守民间的立场,用类似于纪实片的画面风格和镜头语言表现底层大众的原生态生活,体现电影朴实无华的艺术性,寓哲理于生活的本相之中,体现着对百姓生活的理解,更多地关心社会边缘人的生活状态,具有

独特的社会转型过程中对民俗文化的独特视角。

五、全球化、市场化下的民俗影视走向

电影产业的全球化与好莱坞的商业模式的成功有很大关系。好莱坞商业电影模式的成功得益于它的文化包容性和市场创新精神,因此其才会以强势的姿态覆盖不同文化人群的电影娱乐市场。可以说,好莱坞是一套跨越文化和市场隔阂的电影生产、营销系统的总称。近些年来,随着中国经济的成长和人民生活水平的提高,国民电影消费市场的前景被看好,好莱坞发现了中国市场的潜力。在开发中国电影市场的策略上,好莱坞采取了全新的就地取材的路线。这架电影制作和推销机器,开始从我国引进民俗原料,用好莱坞的设计和加工技术,制造出面向中国市场和全球市场的电影产品。我国不少学者对此产生了很多担心和恐慌,担心我国的民族和民俗文化遗产被盗用,从而失去中国传统文化的话语权。其实,作为商业机器,也许好莱坞会拆用我国民俗文化表面性、象征性的一些零件,也会根据其电影市场盈利的需要把我国的民间传说和民间故事搬到美国,在好莱坞的电影机器中加工重制。但是,好莱坞制作出来的商业影片,只能实用主义地抽取民俗文化表层符号作为电影商品的标签和元素,而无法融入真正的民族文化精神,最多只是民俗文化的复制品而已。

在全球化、市场化的趋势下,首先需要我们坚信以民俗文化为核心的民俗影像,只能在具有特定土壤的民族内部延续和成长的无限生命力。只要不抛弃中华民族独特的民族文化和民族精神,保持对民族文化的崇拜和尊敬,不狭隘地把民间习俗和文化资产视为私有财产,那么,民俗精神就会成为我国电影创作取之不尽、用之不竭的源泉,也会成为中国电影打开世界市场之门的一把钥匙。

其次,需要我们以正确的观念对待民族传统与民俗文化,采取与时俱进的策略和方法。以发展的态度对待民俗和传统,给民族电影一个全新的定位,不仅需要在影像作品中更多地将中华民族的文化与民俗元素融入今天的现代生活,而且需要更多地关注电影中所要表达的民族特有的精神文化。^{〔12〕}民俗是一个社会群体最生动、最本原的文化形态。影像的精神和文化底蕴往往是埋藏在社会最底层和最广泛的民众生活文化之中。不同的社会群体,由于其历史文化遗产的差异,民俗文化形态可能大相径庭。正是这种差异的文化属性,成了民俗影像最具生命力的因素。具有特定民俗情景和事象的电影也就被赋予了特定的文化色彩。对于该民俗文化圈之

〔11〕 尹鸿《跨越百年——全球化背景下的中国电影》,清华大学出版社2007年版,第16—17页。

〔12〕 韩琛《反思中国与制造中国》,《大连大学学报》2008年第4期,第98—101页。

外的“他者”而言,电影因此具有了绮丽的异域风情。

此外,还要防止影像过度商业化对民俗文化和民族精神的侵蚀和消解。我国生产的商业电影一味地模仿好莱坞市场模式,出现了民俗符号被滥用、改造和虚构的现象,实用主义地把民俗文化元素作为招牌或噱头;在貌似华丽炫目的形式下架空了我们对历史的思考,模糊了时间,以概念化的爱情故事为线索,用不可思议的特技和神秘的中国功夫为噱头,使民俗事象成为一个被肆意扩张的容器,将混杂的、没有逻辑、没有思想的虚构内容纳入其中,这不仅无益于民俗精神的传承和表达,甚至在国际化语境中附和了西方社会对中华文化的解读,强化了意识形态的藩篱。民俗电影的另外一种现象是一味地单纯模仿西方纪实电影,在民俗生活描写中,简单化地把形式作为内容,不自觉地走向了民俗底层化的误区。

我国的民俗影视经过了20世纪二三十年代的吸收引进,四五十年代的传承记载,六七十年代的封闭的意识形态,八九十年代的新民俗电影的国际接轨,

到新生代以转型社会中的民俗事象为主题的独立电影时期,我国电影逐步加入了已经不可逆转的世界大格局中。我国的民俗影视既要顺应时代的要求,与人们日益提高的物质生活与时俱进,也要顺应世界跨文化交流的大趋势,将体现中华文明的民俗文化通过有效的影视传播媒体,成为向世界介绍和反映中华民族文化的一个有效窗口。伴随着经济全球化出现的问题是社会文化交流的普及化和消费文化的同质化,民俗影像呈现出多种形态共存和多元发展的明显趋势。民俗影像具有表达民族文化本质的独特作用和意义,所以在全球化的语境中,让民俗电影走向世界,才能在经济扩展的同时争取更大的文化空间和文化影响力。这种影响力并非好莱坞那种商业利益的无限膨胀,而是要赢得不同文化背景的人对中国民族文化、民族精神的正确理解和认同。传播民俗影像是树立国家文明形象的有效手段,也是加强我国国民文化向心力的主要力量。

(朱健强,副教授,厦门大学新闻传播学院,361005)

民俗影像在手机媒体中的生存图景

The Movie with Chinese Folk Culture in Mobile Phone

文 方志鑫 / Text/Fang Zhixin

提要:本研究以民俗影像传播与新媒体技术发展的研究为基础,探讨民俗影像在手机媒体中的传播方式、特点及发展方向。电影技术发展百年,经历了无声到有声、黑白到彩色、胶片到数字技术等三次重大技术革新。在“三网融合”的推动下,手机作为“第五媒体”的条件正在成熟,“所有人对所有人”的全天候无限制传播时代正在来临。民俗影像在电影技术及移动互联网技术发展的推动下,正面临新的传播机遇及挑战。

关键词:民俗影像 新媒体 手机电影

自诞生之日起,电影就与技术的发展息息相关,电影史上获得的每一次进步无不是奠定在技术变革所带来的种种艺术可能性之上。电影史上从无声到有声、从黑白到彩色、从胶片到数字技术在电影领域的全面应用,电影业经历了三次翻天覆地的革命。⁽¹⁾现代电影的创作方式与传播方式亦相应发生变化,使得电影的生存形态不断发生变化,经典的传统电影美学观也在不断改写之中。

随着数字技术、互联网技术的成熟和发展,影像技术在向3D、互动技术迈进的同时,数字影像技术也日渐大众化、普及化,DV、手机电影、视频影像网站共享,数字影像发展的多元格局正在形成。作为个人掌上信息互动终端的手机媒体的前景

日益被看好,民俗影像在最大众化的手机媒体上以何种方式生存和传播,值得我们关注。

一、民俗影像与手机电影

(一) 民俗影像发展的技术线索

随着电影技术的飞速发展,民俗影像的创作方式与传播形式亦因时而变,可分为以下几种:

第一,好莱坞式的“高概念”电影。⁽²⁾在以好莱坞为代表的电影市场化冲击下,中国电影在借

(1)李贵成《电影的“数字化生存”——论数字技术对电影的介入及其影响》,选自上海大学2001年硕士学位论文,第1页。

(2)尹鸿、王晓丰《“高概念”商业电影模式初探》,《当代电影》2006年第3期,第92页。