

中国电影音乐的多元化发展

■文/樊琪

中国电影音乐发展到现代社会,从最开始的尝试,到中间的不断融合发展,直至现在的成熟,经过了百余年时间。这期间,大银幕上令人耳熟能详的音乐作品,传唱至今已然成为经典。随着现代社会的不断发展,我国电影的音乐风格也在发生着改变。这些改变不仅顺应了时代的进步,而且也满足了广大电影观众的需求。以下通过剖析中国电影音乐的多元化发展,即民族音乐的传承、流行音乐的融合、数字音乐的发展,以期促进当代电影产业的长足进步。而这些多元化的音乐元素相互交织,共同构建了中国电影音乐的独特魅力。

民族音乐元素的传承

中华传统文化赋予中国电影音乐以强大的生命力。百年发展史中,中国电影音乐通过吸收不同地区、不同民族的音乐风格,形成了自身独特的艺术特色,使得中国电影音乐在国际舞台上独树一帜,具体表现如下:

第一,对传统乐器的运用。中国传统乐器如古琴、二胡、琵琶、笛子等,在中国电影音乐中占据重要地位。这些乐器不仅能够营造独特的东方韵味,而且还能增强电影的情感表达和文化氛围。在张艺谋执导的电影《英雄》中,棋馆古琴的片段好似把观众引入了一个深邃而又浪漫的音乐世界当中,作曲家谭盾在该影片中采用古琴独奏来烘托武侠世界的空灵与禅意,尤其是无名(李连杰饰)与长空(甄子丹饰)对决时的琴剑合鸣,极具东方美学特色。二胡音色凄美,电影作品中传统乐器二胡往用来表现悲则的氛围。例如,在陈凯歌执导的电影《霸王别姬》中,京胡的高亮音乐与二胡的深沉哀婉交织运用,强化了程蝶衣(张国荣饰)内心世界的复杂与挣扎以及其悲剧性的命运。

第二,中国传统民族音乐、地方音乐在电影配乐中的广泛使用。少数民族电影《红河谷》中,西藏人民的歌舞贯穿全篇,宁静演唱的藏族祝酒歌具有典型的民族特色,观众能够从中更加深入地了解到西藏文化,进而感受到藏民们的坚韧和淳朴;电影《铁道游击队》的插曲《弹起我心爱的土琵琶》中,清脆欢快的“土琵琶”声实际上是山东南部地区人民群众用葫芦瓢自行制作的乐器所发出的声音;还有电影《黄土地》中的陕北民歌、《活着》中的秦腔、《嘎达梅林》中的蒙古族马头琴……在电影音乐中使用更多的民族音乐元素和地方音乐元素,能够让电影作品本

身更加具有亲切感。第三,传统戏曲元素被广泛使用。我国戏曲艺术历史悠久,受众较多。不仅有令人熟知的京剧、黄梅戏等,像晋剧、豫剧等地方剧种也获得了长足的发展。电影音乐中广泛运用戏曲元素,能够有效充实电影作品的文化底蕴,从而吸引更多观众。例如,被评为“全球史上百部最佳电影”之一的《霸王别姬》,全片贯穿京剧音乐元素,尤其是剧里程蝶衣和段小楼分道扬镳之后,用二黄慢板独唱的《贵妃醉酒》唱段,其唱腔既推动剧情,又象征主角的命运,表现出了程蝶衣内心的苦闷与彷徨。

流行音乐元素的充分融合

起源于十九世纪欧洲地区的流行音乐又被称为通俗音乐,直接的情感表达、直白通俗的歌词以及朗朗上口的旋律获得了大众的青睐,尤其吸引着年轻人的目光。流行音乐元素与中国电影音乐的充分融合是大势所趋,二者的有机结合是文化与艺术的深度融合,能够实现“1+1>2”的艺术效果,特别是在营造电影氛围、推进故事情节发展、深度塑造人物内心情感等方面能够发挥非常重要的作用。具体来说,流行音乐元素的主要融合形式表现为:

一方面,流行音乐在电影中被作为主题曲、插曲所使用。一首成功的流行音乐主题曲,不仅能够吸引更多的观众去观看电影本身,而且还能够有效提升电影音乐的独立艺术价值。二十世纪八九十年代,流行音乐通常被用作情绪烘托的辅助工具。例如,电影《少林寺》中的流行音乐《牧羊曲》不仅仅是电影的插曲,更成为了一代人的经典回忆。歌曲刻画了优美的自然风光,同时也表达了少女对故乡的赞美,旋律悠扬,优美动听,完美契合了电影情节。近年来,流行音乐参与到了电影的叙事中。例如,在刘若英执导的电影《后来的我们》中,田馥甄演唱的《爱了很久的朋友》与影片情感主线高度契合,陈奕迅演唱的《我们》强化离别氛围……这些成功的案例皆证明了流行音乐元素与中国电影音乐的融合是极富潜力和价值的。这些流行音乐也已经成为电影叙事的重要补充,而非简单点缀,甚至参与了电影的叙事呈现和情感表达,具备了一定的叙事功能和抒情功能。

另一方面,流行歌手参与演唱。近些年来,一些流行音乐歌手参与电影插曲、主题曲的创作和演唱,例如,周深在电影《大鱼海棠》中演唱歌曲

《大鱼》、张靓颖在电影《画皮》中演唱主题曲《画心》等等,流行歌手的参与能够进一步激发粉丝经济的乘数效应。歌手粉丝转化为电影观众,观众进一步成为音乐消费者,实现“歌手—电影—歌曲”的良性循环。

数字音乐元素的大力发展

数字音乐技术的不断发展,使得中国电影音乐面临着深刻的变革和挑战。以往的电影音乐常常需要在录音棚进行录制,而现在只需要对音源进行采样,就可以达到更加精良的音乐效果。除此之外,人工智能也逐渐参与到电影音乐的创作中来。这种科学技术的更新迭代使得电影音乐更加丰富多彩,不但对音乐制作方式产生了影响,而且还使得电影音乐获得了新的美学价值。数字音乐在中国电影中主要表现为通过数字技术创建各种音效,以此来增加电影音乐的创作手段。音乐创作不再依赖于传统的乐器和人的声部,而是通过数字技术有效识别和采集各种不同的声音,经过编辑、处理、合成之后,可以实现不同音乐风格和音乐元素的深度融合,创造出更加多元化的音乐内容,从而达到电影所需要的各种音效。例如,在科幻电影《流浪地球》中,作曲家阿鲲就运用数字音乐技术创造出独特的电子音效,从而使得整个电影叙事情节都更具科技感。此外,AI技术的不断发展,也让中国电影音乐有了新的打开方式。就创作灵感而言,AI就像超级助手,从海量的文学作品、热点话题、音乐流派、音乐风格中汲取灵感,能够为电影音乐的作曲家、配乐师提供一个大的方向,极大地提高了作曲家、配乐师音乐创作的效率。就具体的音乐创作过程而言,AI作为一个多模态音乐生成大模型,能够集成诸多算法,全方位多角度地了解音乐创作需要,深入理解电影的主旨内容,从而协助影视音乐创作者创作出更具特色的歌词和旋律。

当今时代,电影作为一种重要的文化艺术形式,在我国的文化产业中占据着至关重要的地位。作为中国电影产业中必不可少的一环,中国电影音乐拥有巨大的发展潜力。未来,要继续将民族音乐、流行音乐等不同风格流派的音乐类型与现代科学技术进行深度融合,从而有效推动我国电影音乐艺术的长足发展。

(作者系咸阳师范学院音乐学院教授、咸阳师范学院学术带头人。项目编号XSXYSDT202128)

近年来我国微电影广告的审美特征

■文/何环宇

随着互联网技术的蓬勃发展,信息传播方式、信息接收途径也日新月异,微电影广告便是应运而生的的一种新兴广告形式。它将传统电影艺术和商业广告相结合,兼顾广告话语和艺术呈现,同时追求商业利益和社会价值。一般认为2010年12月由凯迪拉克和中影集团联合出品的《一触即发》是我国微电影广告的滥觞,此后微电影广告层出不穷,逐渐覆盖多个领域。电子产品领域如苹果公司的《一个桶》《三分钟》;汉服领域如池夏汉服集团的《音容》《诺》《迟归等》;银联领域如《大唐漠北的最后一次转账》……丰富多样的微电影广告给大众带来了全新的视觉审美体验。作为一种独立的艺术形态,电影艺术有着自己的美学追求并且在百年发展演进中形成了相对稳定的美学范式。然而,兼具电影与广告属性的微电影广告在承继传统影视的美学特征的同时,必然也会因时代需求形成自身新兴的审美特征。微电影广告追求传统与时代并存的美学,遵循影像本体与传统美学,同时也吸纳时代因素与新生美学。

影像本体与传统美学

安德烈·巴赞认为,电影的本质是要捕捉完整的现实,而摄影使得影视的真实性得到了一定保证。影像本体论说明电影是对现实世界的影像复现,安德烈·巴赞在其著名的《电影是什么?》中说:“摄影机镜头摆脱了陈旧偏见,清除了我们的感觉蒙在客体上的精神锈斑,唯有这种冷眼旁观的镜头能够还世界以纯真的面貌,吸引我的注意。”尽管影像呈现的故事情节、人物形象等可能有再创造的成分,但是摄影这一技术形式会保留一部分真实性。当下的微电影广告也很少使用大量特效、动画等技术,而是更多采用实景拍摄的方式,这就在技术层面保留了影视艺术的真实美学。除此以外,微电影广告的真实美学还体现在多取材于真实事件或真实人物。《大唐漠北的最后一次转账》根据历史真实事件铺衍开来,《时间账本》《三分钟》《水灵儿》《女儿》则根据日常生活中的真实点滴改编而来,这些源自历史或源自生活的故事更容易唤醒大众内心深处的集体记忆,从而引发共鸣。相应地,基于历史真实事件或日常真实生活而创作的微电影广告,在叙事上也追求真实再现的效果,避免在情节、叙事等方面过度夸张或过度

虚构,这就让观众在观看的过程中有一种贴近生活、靠近历史的真实感。这种对真实美学的追求,既能强化微电影广告本身的感染力,也使其以一种独特的艺术表现形式而呈现出别样的魅力。

微电影广告的“微”之特性也与中华民族传统的审美心理相暗合。关于“微”的美学追求,或可追溯至《周易》一书,其“彰往而察来,而微显阐幽”,表现出“微显阐幽”的思想。后来《春秋》一书承继了《周易》的“微”之美学,讲求“微言大义”,后世人多称之为“春秋笔法”,意旨为从小中见大,由近处看远处。在我国传统美学中,不仅儒家思想推崇“微”之美学,道家美学中的“道”也与“微”密不可分。当下的微电影广告同样继承了传统美学中的“微”之追求,以微主题、微视角、微故事的形式见微知著、微言大义,表现出深刻的内涵。雪弗兰冠名的微电影广告《老男孩》设置了两位主人公,讲述了他们追求梦想的故事。他们刚出场的身份都是普通人的角色,肖大宝是一名婚礼主持人,王小帅是一个理发师。影片也从他们二人的视角出发,展现了芸芸众生相,当王小帅、肖大宝二人唱起《老男孩》时,有人在吃泡面,有人在喝酒,他们的行为也极为符合日常生活真实。以小人物的故事为核心,从微观视角出发表现人物的精神面貌,深刻地表达了梦想和现实的碰撞;梦想会被现实伤得体无完肤,但是谁也不能否认拥有梦想的人值得钦佩。再如,公益微电影广告《她最后去了相亲和》反映了职场女性的婚恋问题;还有《世界再大,大不过一碗番茄》呈现的是留学生与父母的亲情问题……可以说,国内目前大多数的微电影广告也都是将故事聚焦到普通大众身上,通过发掘百姓的经历,展现普通人的内心世界,进行艺术化的再创造,呈现的是一种自然、返璞归真式的美,从而震撼观众的心灵,而这正好契合了我国自古以来的传统审美心理。

时代追求与新生美学

相较于固守影像本体和民族心理的传统美学,微电影广告更有着与时俱进的时代美学因素。这主要体现为竖屏呈现方式造就的竖屏美学。“竖屏美学”最早由张艺谋提出,指的是以移动设备为主要载体,以竖屏方式展示内容,进而所追求的审美。一般认为,宽幅的影视画面感更为舒畅,然而竖

屏也有着自己的美学效果。

首先,竖屏能消弭距离感,更易引发共情,从而推动日常生活的审美化。观看竖屏的微电影广告只需要一部手机即可,随时随地都可以观看,竖屏的观看方式能在一定程度上排除外在环境的的干扰,而且观看的行为更加私密化,更能满足个性化的审美需求。竖屏的微电影广告更能营造出“沉浸感”。它可以通过聚焦视觉焦点以及将前景前置,打造出极为强烈的沉浸感,使视觉产生一种封闭的包围体验,进而产生凝视的快乐。构筑相对独立的观看空间,观看主体能够更有效地沉浸在微电影广告的故事中,从而与主人公产生共鸣。如上文提到的《老男孩》,即以竖屏的呈现方式细腻地呈现出主人公的生活状况与内心世界,深深地触动了沉浸于其间的受众的心弦。同时,在叙事方式上,竖屏微电影广告常常还采用幽默、讽刺、温情等多样化手法,并结合流行的网络元素和网络文化,使内容更贴近当下年轻受众的审美趣味和日常生活方式,从而增强了广告感染力。

其次,竖屏的呈现方式建构了一种垂直美学。传统的影视作品是水平视野占比很大,而竖屏的微电影广告则颠覆性地让垂直视野占据更大比例,这种呈现方式,在表现纵深空间上,和我国古典竖式山水画有相似之处,可以更好地呈现出独特之美。竖屏的微电影广告可以于有限的狭长的视野之内营造出一种前、中、后的层次感,由此而让受众能够在繁复的画面之中迅速捕捉到主体。比如华为出品的微电影广告《悟空》,其开篇呈现的是父亲打孩子的场景,父亲和孩子在荧屏中呈现的位置是一高一低的。孩子趴在凳子上,居于画面下方,站着的父亲居于画面最上方,高低有别,极具层次感,使得受众在第一时间便迅速聚焦故事人物。同时,这种全新的垂直美学,改变了受众的观看习惯,更是在审美层面上引发了深刻的变革。

总之,作为一种独特的广告形式,当下的微电影广告在审美特征方面致力于追求艺术价值与商业价值平衡,用力颇多也有一定成效。层出不穷的微电影广告以多样的叙事语言、传统与现代并存的审美特征、商业与艺术并存的价值实现了广告艺术与电影话语的双重表达,毫无疑问丰富了当下的电影和广告形式。

(作者单位:香港浸会大学文学与社会科学学院)

在“新疆舞蹈+电影”的艺术创作中铸牢中华民族共同体意识

■文/杨志刚 江晓宇

“铸牢中华民族共同体意识”这一重大论断,不仅为新时代新疆舞蹈发展指明了方向,也为我国电影艺术提供创新发展的动力和契机,更为以艺术的力量凝聚人心提供了根本遵循。

新疆舞蹈与电影艺术的融合以铸牢中华民族共同体意识为主线,深入挖掘中华优秀传统文化精髓,坚持以人民为中心的创作导向,扎根生活、汲取灵感;坚持以新时代新疆为底色的审美范式,借以电影艺术的传播力和影响力,传承并弘扬中华优秀传统文化;坚持以守正创新为机理的创作态势,将民族传统与现代审美、地域特色与国际视野巧妙结合。不仅推动了新疆舞蹈艺术的繁荣发展,促进了中国电影圈层的多元化建构,而且有效增强了各族群众对中华文化的认同感,对于铸牢中华民族共同体意识具有重要意义。

坚持以人民为中心的创作导向

文化艺术为人民服务,是马克思主义文艺观的基本主张,是中国特色社会主义文艺的本质特征,也是党基本理论的延伸拓展,与我国文化艺术发展有着密切联系。坚持以人民为中心的创作导向在当下有着十分重要的社会价值与文化意义。

新疆舞蹈与电影艺术的融合创作以铸牢中华民族共同体意识为主线,秉持“深入生活、扎根人民”的理念,始终贯穿

着以人民为中心的创作导向,其发展路径深刻体现了对人民生活的关注和对人民情感的尊重。在电影艺术中运用新疆舞蹈元素,需关注到普通民生、个体人生,认识并反映差异,理性地看待社会与文化的多样性,有机地结合民族共有的国家记忆、民族记忆和时代记忆,塑造出能够引发共鸣、互通互融的舞蹈形象,达成情感空间上的深度交流。如我国经典电影《冰山上的来客》有着鲜明的民族特色和地域色彩,影片以边防军民共同抵御外敌的历史事件为原型,充分体现了民族团结、军民一心,尤其是其中《花儿为什么这样红》的旋律与鹰舞的舞蹈形象,成为我国几代人心中的经典文化符号。近年来推出的电影《歌声的翅膀》,讲述了三个年轻人深入新疆各地进行音乐采风的追梦之旅,影片中包含了大量的歌舞场景和舞蹈形式,并在此基础上融合了现代音乐和现代舞蹈,形成了欢乐明快、节奏动感的新式民族舞蹈,让原本具有文化差异的新疆各民族歌舞构成了内在的统一,不仅使观众观赏到壮美的新疆美景,了解新疆地区别具一格的舞蹈文化,也感受到新疆各族同胞建设共有精神家园的内生动力和对国家的高

度认同,从而展现新时代新疆风貌。

新疆舞蹈与电影艺术的结合坚持以人民为中心的创作导向,用艺术语言讲述人民的故事,传递人民的情感,将人民群众的日常情感和生活体验融入电影的舞蹈之中,以求在传统与现代、民族与世界之间找到平衡点,使得每一部作品都充满生活的温度和时代的气息。“舞蹈+电影”融合的艺术形式已成为反映新疆社会现实、传递新疆社会正能量的重要载体,以及铸牢中华民族共同体意识的有效途径。

坚持以新时代新疆为底色的审美范式

我国当代艺术发展应注重讲好中国故事,传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象。党的二十届三中全会强调“必须增强文化自信,发展社会主义先进文化,弘扬革命文化,传承中华优秀传统文化”。

在电影艺术中融入新疆舞蹈元素的创作应坚持以新时代新疆为底色的审美范式,通过深入挖掘中华优秀传统文化,突出本土舞蹈文化的独特性,创作出一系列具有新疆舞蹈艺术特色的电影作品,以视听化语言揭示中国传统人文精神,展现

优秀的传统民族文化,反映中华民族的包容共生、兼容并蓄的文化认同基因,从而实现“有形、有感、有效”地讲好中国新疆故事。如歌舞故事片《不当演员的姑娘》基于新疆本土的歌舞元素,在串联情节、剧情的同时,给予新疆舞蹈艺术表演以充足的展现空间,呈现出独特的人文气息。此外,还有《吐鲁番情歌》《买买提2008》《大河》等影片,以舞蹈元素的融入向观众传达新疆各族人民的思想观念、风俗习惯和生活方式等方面,这对新疆地区的舞蹈文化传播效用直接关联于中华优秀传统文化的展现空间,呈现出独特的人文气息。增强了中华民族文化的自觉自信。

新疆舞蹈在电影艺术中的融入坚持以新时代新疆为底色的审美范式,用舞蹈与电影艺术扎根于中华文化沃土,成为展现中华民族文化自信和文化魅力的重要窗口,传承和弘扬中华优秀传统文化的重要途径,为铸牢中华民族共同体意识提供了有力支撑。

坚持守正创新为机理的创作态势

坚持守正创新的创作原则,是持续推进中华文化与中国精神与时俱进的关

键准则,也是奠定中华民族共同体“同一性”原理的基石。

新疆舞蹈与电影艺术的结合以铸牢中华民族共同体为主线,坚持守正创新为机理的创作态势,在守正的基础上进行创新,挖掘和传承中华优秀传统文化,以现代审美和艺术手法进行诠释和展现,通过运动的影像、蒙太奇手法等集中艺术性,为观众带来全新的艺术体验和深刻的情感共鸣,不仅带领观众从更专业的视角欣赏新疆舞蹈,也使电影艺术增添了更深层次的艺术性和表现力。如影片《塔克拉玛干的鼓声》立足于本土文化的现实题材,加上以原生态的纳格拉鼓声与优美的新疆舞蹈感染观众,做到了思想性、艺术性和可观性的统一。该电影的创作以当地传统舞蹈、音乐文化为载体去寻找新时代新疆影视文化创作灵感,以此更深层次地保护文化民族性,增强民族凝聚力。再如影片《你美丽了我的人生》,将新疆民族舞蹈元素进行了突破性运用,不仅借以新疆舞蹈塑造具有偶像气质的舞者形象,而且将新疆舞蹈置于现代化的都市场景之中,并将其与现代舞、嘻哈音乐、摇滚乐等元素进行糅合,使其更具时尚感和时代感。这

部影片的大胆创新没有使传统的新疆舞蹈呈现文化离散和韵味弱化,而是更加突显、放大了民族文化魅力及其所蕴含的文化精神,对于未来我国民族歌舞电影创作以及精神文化传承、实现多民族共同繁荣具有现实意义。

新疆舞蹈与电影艺术的结合,涌现出一批反映时代风貌、具有中华文化底蕴的影视艺术作品,成为观众心目中的新经典,也成为铸牢中华民族共同体意识的新载体;通过潜移默化文化涵育与情感浸润,引导各族群众深刻认识中华文明是新疆各民族文化的根脉所在,各民族文化植根于中华文化沃土,增进各民族对中华文化的认同,以艺术的跨界融合铸牢中华民族共同体意识。

(杨志刚系新疆师范大学音乐学院党委书记、副教授,江晓宇系新疆师范大学音乐学院讲师)本文系新疆师范大学教学研究与改革项目“以党史教育为重点的‘四史’学习教育融入课堂教育——以《中国红色音乐与舞蹈赏析》课程为例”建设项目(SDJG2023-70)阶段性成果;新疆师范大学2025年横向项目《舞蹈创作促进中华民族共同体意识在新疆的实践研究》(XJNUHX202519)阶段性成果。

《对联》杂志征订信息

《对联》杂志(原名《对联 民间对联故事》)创刊于1985年1月,由山西日报社主管。以教育普及、传承发展、学术研究为核心,面向社会大众,普及对联知识,提高鉴赏能力和创作水平。突出知识性、趣味性、可读性、实用性。

国内统一刊号:CN14-1389/I

国内邮发代号:22-88

定价:月刊,120元/年

订阅方式:全国各地邮局、“中国邮政微邮局”微信公众号、中国邮政报刊订阅网均可

十本以上集体订阅,直接联系《对联》期刊社

征订热线:15735155820 13269221236

广告