

# 傳統文化在微電影中的 價值認同與視覺表達

■ 孫一葦、孫宇龍

中央民族大學

微電影作為網絡時代一種重要的數字媒體，在傳統文化的傳播上起了重要作用，認識並發掘微電影在傳統文化傳承上的功能與效應顯得十分迫切。

## 一、傳統文化在微電影中的視覺展現

### 1. 微電影創新形式，傳播傳統文化價值觀

微電影自誕生以來，就具有非膠片、非專業，去精英化的平民思維與網絡化敘事的數字特徵<sup>[1]</sup>，其視覺畫面不求精緻、影像語言不求專業，成為視覺表達的一種新類型<sup>[2]</sup>。微電影從平民視角表達個體對於事物的意義、評判與看法，展現傳統文化強大的生命力與廣泛的接受性。傳統文化作為微電影的內容主體，不斷豐富創新，成為喚起網絡受眾的文化記憶、價值認同的新形式。如《復活的情韻》、《回家過年》等微電影都具有這種文化功能，「滿足了人們追求個性化、互動化、感性化的網絡時代藝術表達訴求……為傳統文化藝術的視聽創作做出了有效的嘗試」<sup>[3]</sup>。

### 2. 重構網絡語境中的傳統文化價值觀

### 表達

傳統文化作為微電影的內容來源和資源寶庫，在表達和傳播傳統文化時，需根據現實社會的表達需求與認知理解。利用文化形式傳播傳統價值觀，既可從經典電影中汲取營養，又能發揮微電影獨有的美學特徵，推動微電影內容傳播與形式創

新。目前，微電影的傳播渠道呈現智能化、便攜化、移動化、微屏等特徵<sup>[4]</sup>，從日常生活中

展現大眾的觀感與思考，已不再局限於既有電影的種種

約束與限制，而是利用數字化優勢與非專業手法，拍攝、紀錄和表達，把微電影的「微」特徵發揮到極致。運用網絡思維與數字敘事對傳統文化與日常生活進行敘事重構與藝術表現，並以新媒體技術與視覺高新技術為支撐，重構傳統文化，展現個性化視覺思維，既可重新解讀傳統文化經典內容，又有對優秀文化內涵的當代轉換。

當前微電影泛濫，主要問題在話語平等權以及創作者的影像理念與感官視覺

**摘要：**網絡數字時代，微電影已成重要的文化傳播媒介，傳統文化價值觀已成為微電影的發展依據與內涵主題，微電影的傳統文化視覺表達，借用數字手段與網絡平台分發傳播，實現傳統文化價值觀的現代傳播方式與內容的轉換。網絡受眾作為傳統文化的視覺創作者與接納者，都需在轉換中重構傳統文化的價值認同感與歸屬感。

**關鍵詞：**傳統文化，微電影，價值認同，視覺表達

**運**用網絡思維與數字並高新技術為支撐，重構傳統文化，展現個性化視覺思維，既可重新解讀傳統文化經典內容，又有對優秀文化內涵的當代轉換。

的個性化表達。受電影體制與成本流程等諸多因素限制，微電影創作者便捷地利用數字技術，通過網絡表達自己的視覺評價。這是一種大眾話語權平等的表現，創作者及大眾不再被動地接受精英話語者的「視覺作品」，可以精英們平等對話表達。在前網絡時代，電影製作人自說自話的時代已一去不復返了，彼此之間的話語平等，比微電影本身更重要。微電影的創作者不同的人生體驗、認知結構更利於其發揮微電影的主觀認知性。現有模式的創作與思路的突破以及風格類型的多樣化，都可以不受電影和網絡以及新媒體的約束，可以將微電影的功能與作用發揮到極致，

**微**電影作為視覺藝術的形式補充，是以傳統文化為依托，彌補了自身的不足與缺陷，拓展了當代文化內涵與影像表意空間，傳播人文精神與傳統文化。

從而在網絡語境中賦予傳統文化新的內容與生命力。當然，微電影的文化價值觀，須遵循社會倫理道德、文化精神底線、時代潮流與視覺傳播規則，還要呈現當代社會價值。

微電影作為視覺藝術的形式補充，是以傳統文化為依托，彌補了自身的不足與缺陷，拓展了當代文化內涵與影像表意空間，傳播人文精神與傳統文化。「當今世界，需要能吸引世界和感召他人的思想理念和價值體現」<sup>[5]</sup>。

微電影對傳統文化的創意展現與表達轉換，有以下特徵：一是形式上的靈活性與多樣性。微電影紀錄當代傳統的優秀文化並具備網絡傳播性，沒有題材、內涵與國別的限制；二是以最新的視聽和網絡技術重新闡釋傳統經典，以當代語境重新解讀傳統文化，既可借鑒中國元素表達全球性人文價值觀，又可將個體的美學理念與當代視聽語言融為一體；三是創新文化傳播模式。打破國家、民族的文化邊界、突破傳統思維定式，全方位、多視覺呈現，將優秀的傳統文化價值融入微電影中。微電影需通過合適方法和美學載體，突破傳統文化局限，對傳統文化價值觀進行重構和現代表達，以適應網絡受眾的認知需求與

美學評判，賦予傳統文化價值觀以全新活力，展現時代的深刻內涵與本質。

### 3. 核心價值觀傳播的微電影話語創新

視覺表達如何傳達核心價值觀與傳統文化內涵？目前有多種爭議：一是認為微電影敘事微觀，價值表達零碎；二是「微電影藝術論」，起不到傳播文化的功能；三是微電影創新和突破了傳播的話語體系，完全可取代其他傳統文化的傳播通道。三者各有理由，但都沒有涉及到傳統文化核心價值觀傳播的話語創新。當前微電影的話語創新主要體現在以下幾方面<sup>[6]</sup>：

一是從通俗而非高深視角入手闡釋當代社會核心價值觀，既有影像的時空背景，又有概念與價值的個體評判剖析，受眾可從具體影像故事中體味核心價值觀。

二是當下社會需要話語方式的變革，微電影是立足本土俯視全球的一種視聽話語體系。傳統文化核心價值觀需要從這一話語體系裏找到傳播、分發的途徑，更要創新適合這一體系的內容，即傳統文化與核心價值觀的內容。

三是講好故事，微電影不是邏輯論文與哲學理論，要用影像講故事，講有教育意義與人生哲理的故事，故事的內核一定是傳統文化的核心價值。四是基於人類命運共同體的價值體系傳播，二〇一九年二月，《逃離地球》熱映後，類似此類題材的微電影也開始出現在網絡平台。無論是小眾傳播還是全域傳播，在意識形態與文化品性的傳播傳承上，必須突破媒體的邊界，成為一種跨文化、跨國別、跨時空的新媒介形式。

## 二、微電影的理念表達與視覺敘事

「數字化、網絡化為微電影提供了發展語境，致使微電影的思維方式、敘事結構、價值評價都有了變化。中國影像敞開了全新的數字媒體時代」<sup>[7]</sup>。目前微電影



的類型劃分有多種取向標準，但無論哪種分類，都認為將微電影放到更廣闊的文化背景中考察，更深地理解與認知微電影文化表達。

### 1. 傳統文化在微電影中的視覺表達

微電影以低成本運作、敘事微觀、平民視角解讀了傳統文化在現實生活中功用，也為微電影的文化傳承及視覺表達樹立了標杆。

一是傳統文化的符號性視覺隱喻。微電影受時長體裁制約表達必須簡練，運用「格式塔」視覺表現方式，注重視覺「文化符號」的運用。以及「網絡文化」「火星文」「表情包」等手法，微電影中的文化符號成為一種影像敘事隱喻，進而激發共同的文化潛意識，並通過網絡交互，形成價值認同與倫理評判。如微電影中的「長城故宮」符號是空間地域隱喻，「京劇水墨畫」是藝術形式的隱喻，這些手法已成為微電影一種表現「套路」，尤其是「格式塔」視覺形式的運用，影像簡潔明瞭，無需鋪墊直接講述。

二是理念與題材的網絡化選擇。微電影的平民化表達使其作品有了更多的「親切感」且「接地氣」，一般不會選擇宏大主題與抽象理念，而是從身邊的人與事出發，以具體人物為對象展現其背後的文化

語境。主要有以下幾點，首先是傳統文化的視覺表達選擇，微電影把傳統文化視覺化有多種途徑，為受眾廣為接納才是最終目標。海德格爾曾說：「世界成為圖像和人成為主體決定了現代的本質」<sup>[8]</sup>，大眾更願意視覺類型的傳統文化。其次是視覺思維習慣的選擇。視聽新技術的發展決定了人們的感官聽讀習慣，大眾更願意以視聽方式接納傳統文化內容。再次是大眾的個性化取向。當下傳統文化面臨轉型，「惡搞」「無厘頭」「囧文化」微視頻不斷，也反映了傳統文化的現實狀態，大眾以娛樂自嘲方式，戲仿、模擬、消解、顛覆現實場景，再構當下現實焦慮浮躁等眾生相。

三是傳統文化的碎片化敘事。類似網絡碎片化閱讀，微電影碎片化敘事順應了網絡時間的碎片化使用原則，又符合傳統文化微觀小視角敘事特徵。囿於時長、體裁限制，微電影很少表現如祖國、民族等宏大敘事題材，即便涉及也是從點入手。微電影多以「春秋筆法」微言大義<sup>[9]</sup>，迎合大眾思維模式和視聽習慣。因此微電影在影像結構與敘事節奏上，明顯異於影視及文本媒介的敘事形式。另外，為適應網絡傳播特性，微電影敘事也注重微時空邏輯

**把**碎片化敘事的背景放置於網絡文化背景中，共同的網絡生態環境與網絡心理讓受眾在短時間內快速理解敘事的內涵，目前流行的「抖音」視頻，其實就是微電影碎片化敘事的一種極致表現。



敘事，「極力強調影片文本與網絡文本的互文、互補、互動」<sup>[10]</sup>。把碎片化敘事的背景放置於網絡文化背景中，共同的網絡生態環境與網絡心理讓受眾在短時間內快速理解敘事的內涵，目前流行的「抖音」視頻，其實就是微電影碎片化敘事的一種極致表現。當然也有觀影心理等方面的因素。

## 2. 傳統文化的在微電影中的價值認同

中華傳統文化與核心價值是以人、以民、以德、以合為本，其特點是責任先於自由、義務先於權利、群體高於個人、和諧高於衝突<sup>[11]</sup>。孔子說「仁者愛人」，唐代韓愈認為「博愛之謂仁」。梁啟超強調公德，說的都是中國傳統文化裏最值得傳承發揚的個人私德，近代人特別提倡公德。孫中山提倡的「忠孝仁愛信義和平」，是結合社會的價值需要的公德。西方哲學家也認為，「公民的道德要求是比較低的，善人的道

德要求是比較高的」<sup>[12]</sup>。因此，微電影不僅要傳播公民道德，更要注重傳播「善人品德」尋求整個民族與國家的文化價值認同。

文化價值認同涵蓋於「文化認同」的概念之下，簡言之即文化的歸屬感。網絡時代，文化認同是國家、民族、區域文化相互交流並彼此尊重的結果。文化認

同是群體的認同或歸屬感，是人的自我概念和自我認知的一部分，與國家、民族、宗教、階層、時空或任何一種具有自己獨特文化的社會群體有關。文化認同既是個體特徵，也是同一文化背景中群體特徵，是文化價值的肯定判斷：

一是傳統文化價值的個性化認同。微電影的平民化話語敘事，是一種極具個性特徵的敘事。創作者從個體認知角度解讀當下環境與社會，其實質是對傳統文化的一種差別化個性認同。創作者生活在一定文化生態環境中，對於傳統文化的理解與認知各有差異，其創作作品所反映的價值

觀也是形色各異，但「見仁見知」都是基於傳統文化基因，略帶有個性化色彩、受時空等諸多因素影響的視覺解讀。受眾的差異化接受認同也有一定的影響。

二是傳統文化價值的網絡化認同。即視聽閱讀與思維習慣的認同。微電影的創作者，網絡受眾的視聽閱讀習慣和思維慣性都形成了一定模式。對於人類共同的公知良序、倫理道德有共同的價值評判。人類共同的核心文化與價值觀是相通的，但認知與理解接受的方式又因文化的差異而有所不同，交流尤其是網絡交流成為一種文化價值認同的方式，網絡交流可保持文化的獨立性又可求同存異獲得共同的認知感。畢竟網絡只是形式，數字化只是手段，網絡背景下的傳統文化敘事才是微電影的核心目標。

三是傳統文化的形式認同感。「文化生產者創作出來的新文化形態其主要訴求是讓主流文化重歸『前商業時代』的純粹狀態」<sup>[13]</sup>。發展中總會有這樣或那樣的問題，微電影在網絡環境下的平民化表達，也存在諸多問題，需要釐清優劣長短，適時引導，用大眾所能接受的方式傳播，這已成為當前傳統文化傳播的一個重要問題。微電影的創作、傳播雖然數字化了，在內容為王的網絡時代，傳統文化的傳播顯得極為重要。要求我們從產業與市場角度看待微電影的商業性，從網絡角度看待微電影的運營傳播模式，從內容角度看待微電影的傳統文化表達與價值認同。

四是傳統文化價值的認同時效性。微電影誕生初期率先為網絡青少年也即「網生代」所接納並認可，這時傳統文化的傳播形式已不再是書籍、報刊及雜誌，有了多樣化渠道與平台。而受眾的分層與小眾化，讓傳統文化的受眾群也分化為不同的陣營。目前網絡視聽受眾對於微電影認可度高，尤其是「網生代」電影群體與青少年群體。其他群體如中老年群體、其他領域如國學領域受眾的視覺文化價值認同還

在內容為王的網絡時代，傳統文化的傳播顯得極為重要。要求我們從產業與市場角度看待微電影的商業性，從網絡角度看待微電影的運營傳播模式，從內容角度看待微電影的傳統文化表達與價值認同。

需過程。另外，傳統文化價值的認同效果上有差異性，網絡時代的傳統文化中的懷舊、殘酷、荒誕、頹廢等題材容易傳被成長過程中的青少年所接納，並建立價值認同歸屬感。

### 三、傳統文化價值傳播的優勢應用

#### 1. 微電影在傳統文化傳播上的技術與模式創新性

近年來，微電影從視覺符號上注重傳統文化與現代技術的結合，關注傳統文化元素與數字視覺形式的融合，展示創作者個性化敘事風格。一是傳播平台與渠道的創新，國內眾多的微電影平台，雖沒有「抖音」平台火爆，但也是在不斷更新升級「流量」暴增。二展示形式創新，微電影不僅有平台「准電影」格式，也有網頁版、手機APP版格式，傳播觀看便利。三是創建國際化交流平台。目前國際以「國際」命名的微電影大賽有近二十多家，這些賽事體現了民族風格、承擔了傳統媒介的文化責任擔當與使命，又在互聯網上拓展傳統文化傳播的全球視野。

#### 2. 微電影在傳統文化傳播上的靈活性、多向性

體現在小主題、精敘事、貼標籤、重轉化、微傳播幾個面。小主題即微電影因其網絡與非精英化特性，創作的視覺關注點已超越了中華傳統文化的時空地域限制，近年一些微電影對於傳統文化主題的改編創作，已不再將創作的關注點僅停留中國區域的文化價值觀上，而是綜合平衡全球視野選擇敘事角度。精敘事，從全球視野的細小事件入手，如個人主義、人性倫理、正義伸張等主題，既能得到本土文化的認可，又具有西方文化的哲學底蘊<sup>[4]</sup>。更重要的是講好、巧講故事，樹立文化的「拿來主義」與「走出去」雙向價值觀，引發全球網絡受眾的情感共鳴與價值認同。貼標籤是用傳統文化背景符號給微電影

貼上要素標籤，近兩年，具有中國文化標籤的「長江黃河」「長城故宮」用得特別多，挪用借鑒西方文化形式「走出去」的中國標籤成功案例也不在少數。重轉化，是指題材的IP轉化，目前不少微電影創作者將各國經典題材的視覺故事，改編成易於本土接受的視覺作品，就是一種好的轉化形式，在電影創作上稱之為IP的轉化<sup>[5]</sup>。微傳播充分利用網絡平台的傳播便利，及時傳播和減少了商業流程與市場環節。

#### 3. 微電影在傳統文化傳播上內容創新

一是用大數據分析傳統文化內容創新點。微電影的創新不是簡單地停留在外在形式與技術手段層面，而是用種新形式、新技術挖掘和傳承民族精神和傳統文化及傳播時代話語權與價值觀。傳播內容的創新性要運用網絡大數據分析，精準找准微電影對於傳統文化內容傳播的創新點，以數據找依據，用數據找方法。二是傳播主體的人文素養的培育，創新最主要的因素是人。傳統文化在當代的內容創新，要以人為本，通過主體對內容進行多方位、多角度創新，內容創新其實質是人文素養的培養與創新。有學者指出，教育的目標實質就是造就有教養的人而不是有學問的人<sup>[6]</sup>。

微電影已經並還將成為互聯網時代微文化的重要力量，建構我們的時代記憶和影像話語<sup>[7]</sup>。「我們的目標是利用當今網絡技術的優勢來進一步保存我們的文化和價值觀，並在保護現有體制和塑造數字世界之間達成平衡」<sup>[8]</sup>。傳統文化價值的認同重在創作者與接納者兩方面，認同了才有一種歸依屬，民族文化才能更好地傳播與發展，國家才會有更好的明天。

[1] 夏麗麗《微電影，言眾意》，載《經濟日報》二〇一三年九月十六日。

[2] 孫宇龍《「互聯網+」時代攝影的產業模

微電影的創新不是簡單地停留在外在形式與技術手段層面，傳統文化在當代的內容創新，要以人為本，通過主體對內容進行多方位、多角度創新，內容創新其實質是人文素養的培養與創新。

微電影已經並還將成為互聯網時代微文化的重要力量，建構我們的時代記憶和影像話語。傳統文化價值的認同重在創作者與接納者兩方面，認同了才有一種歸依屬。

式及特徵》，載《中國文藝評論》二〇一七年七期，頁七七至八四。

[3] 金德龍、楊才旺、王輝主編《中國微電影二〇一四至二〇一五》（中國傳媒大學出版社，二〇一五年），頁三一。

[4] 徐瑩《「互聯網+」時代微電影的數據分析研究》，載《當代電影》二〇一八年四期，頁一四九至一五二。

[5] 胡惠林《文化「走出去」的戰略轉型》，載《人民日報》二〇一〇年九月二十一日。

[6] 韓震《社會主義核心價值觀與中國文化國際傳播》（中國人民大學出版社，二〇一七年九月），頁三五。

[7] 孫湘寓《中國微電影的類型考察》（浙江大學，二〇一三年）。

[8] [德] 海德格爾的《世界圖像時代》，見孫周興編《海德格爾選集》（上海三聯書店，一九九六年），頁八九九。

[9] 孫宇龍《微電影的敘事結構和影像表意方式研究》，載《中國作家》二〇一四年第五期，頁一二〇。

[10] 戰迪《從文藝作者到產品經理——「網生代」導演群體的文化轉型芻論》，載《文藝爭鳴》二〇一五年第八期，頁一九一。

[11] 陳來《中華傳統文化與核心價值觀》，載《光明日報》二〇一四年八月十一日。

[12] 亞里士多德著，吳奢彭譯，《政治學》（北京商務印書館，一九六五年），頁一七七。

[13] 常江《以先鋒的姿態懷舊：中國互聯網文化生產者的身份認同研究》，載《國際新聞界》二〇一五年第五期，頁一一七至一一八。

[14] 孫宇龍《微電影：生存尷尬與發展的迷惑》，載《中國作家》二〇一四年第四期，頁一四七。

[15] 孫宇龍《互聯網+：攝影的下一個機

遇》（中國攝影出版社，二〇一七年八月，頁一一三。

[16] [英] 阿什比滕大春、滕大生譯，《科技發達時代的大學教育》（人民教育出版社，一九八三年），頁九。

[17] 尹鴻《微電影：互聯網時代的藝術新形態》，載《電影藝術》二〇一四年五期，頁六七至七一。

[18] [美] 安德魯·基恩著，丁德良譯，《網民的狂歡：關於互聯網弊端的反思》（南海出版社，二〇一〇年），頁一八四。

### The traditional culture Value identification and visual expression in Microfilms

San Yulong, San Yiwei (Minzu University of China)

**Abstract:** In the digital era of the Internet, Microfilms have become an important cultural communication medium, and traditional cultural values have become the basis and connotation of the development of Microfilms, and the visual expression of traditional culture of Microfilms. Digital means and network platforms are used for distribution and communication to realize the transformation of modern communication mode and content of traditional cultural values. As the visual creators and acceptors of traditional culture, network audiences need to reconstruct the value identity and sense of belonging of traditional culture during the transformation.

**Key words:** traditional culture Microfilm value identity visual expression