



電影背後 文化浪潮的侵襲

2016-06-05 記者 許凱智 文

霧濛濛的天氣，走在一九九四年的臺北大安森林公園，配上喀噠、喀噠的高跟鞋聲，女主角美美，最後坐在舞台前的觀眾席，失聲痛哭。這一幕的鏡頭雖然平淡無華，但感情的張力和尾勁強烈，充分表現當時，生活在車水馬龍的都市人們，心裡的空虛寂寞。



蔡明亮的電影作品【愛情萬歲】，講述都市人的生活。（影片來源/Youtube）

看電影雖然是普羅大眾在休閒時，排憂解悶、打發時間的選擇。但就拍電影的工作人員而言，大銀幕上的故事，不僅僅是為了提供觀眾一個打發時間的去處，更是想要去反應某些事情、某些道理。不僅如此，廣告導演盧建彰還提到，拍攝一個作品，是為了解決一些問題。不論是電影、短片或廣告，在影像的背後，都有更深一層的定位。

電影背後 反映了什麼

很多藝術作品的完成，用於反映當時的文化，與批判社會的現況。就文學而言，如臺灣現代文學之父賴和，就在其著作《一桿秤仔》，反映當時社會法制的非公正；在音樂方面，民國79年，歌手林強的〈向前走〉打破傳統臺語歌曲刻板印象，「阮欲來去臺北打拼 聽人講啥物好空的攏在那」，講的就是當時年輕人離鄉背景，希望找到一條出路以功成名就的心情和企圖。

以影像的方式呈現的廣告，與文化間也有相當程度的關聯。雖然廣告是一種以推銷為目的的影像宣傳，但除了產品宣傳之外，另外一方面也涵蓋了創作者本身的文化。最成功的廣告，就是讓觀眾在觀賞的同時，也能夠融入廣告本身創造出來的文化氛圍，進而接受廣告本身的訊息，刺激消費。

而電影則以影像的方式，融合音樂和文字，在大銀幕上反映社會的寫實和故事。1983年上映的電影【兒子的大玩偶】，描述主角坤樹為了生活，從事電影宣傳的廣告工作，將自己扮演成小丑、背上電影海報，遊走街頭，這樣的工作讓坤樹必須整天化上小丑的妝扮。在電影最後，坤樹的兒子反而認不出卸下妝扮的坤樹，因此，坤樹又畫上了小丑的樣子，成為兒子的大玩偶。電影裡除了反映當時臺灣人民為了生活而努力，更帶出50年代，臺灣社會面臨轉型的影響。

【兒子的大玩偶】一方面講述臺灣人的對於生活的努力，另一方面也提及當時臺灣人對於自我認同的議題。

（影片來源/Youtube）

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 幽默人生 插畫家馬克
- 女人走味
- 牙刷小日常 轉動物聯網

總編輯的話 / 鄧涵文



本期喀報第兩百四十七期，共二十二篇稿件。包含藝文評論一篇、文化現象五篇、科技新知五篇、人物特寫三篇、照片故事兩篇、自由創作五篇及影音新聞一篇，側欄廣告為「2016哈客流行列車音樂會」。

本期頭題王 / 涂易暄



試圖成為新一代文青

本期疾速王 / 林有成



有成是我，在一個香火鼎盛和四周都是田地的地方長大，不管如何，開心的過每一天，才是最重要的！再怎麼平凡的事情，一定含有其不凡的內涵！

本期熱門排行

-  用聲音了解自己 理解他人
王廷瑄 / 人物特寫
-  音樂不夜 夢想不滅
涂易暄 / 樂評
-  女人走味
何書馨 / 自由創作
-  拍照打卡 是桎梏還是自由
張芸瑄 / 文化現象
-  1485公里外的夢想
黃佳俐 / 人物特寫

未來的預告 當下的反思

除了帶出社會的環境，再往深思考可以發現的是，電影裡所隱含的批判和反思，更是導演或創作者，透過電影語言希望傳達的問題。

電影【全面進化】（*Transcendence*）敘述研究人工智慧的科學家威爾（Will Caster），以發展高科技和永續生命的技術為目標，希望能夠創造更完美的生活環境。但在反科技的環保組織企圖殺害主角之後，主角妻子將威爾的大腦數據化，並與人工智慧結合，創造出擁有超級智慧的科技產物，不僅能侵入各種系統，接下來甚至發展出自我療癒的能力。雖然這樣的人工智慧在片中做出駭進華爾街金融系統、與政府發生衝突等等看似失控的行為，但實際上卻是為了讓世界更趨向大家「夢想」的樣子。符合所有人的理想，卻反而被所有人排斥，這個超級人工智慧在最後選擇自己結束程式運作，讓世界回歸到最原本的樣子。

【全面進化】希望觀眾以未來的角度去反思當代的議題。（影片來源／Youtube）

以科技為題材的內容並不少見，導演創造一個未來的時空，去設想未來世界可能發展的樣子，讓觀眾去反思在生活當下，怎樣的選擇會帶出什麼樣的影響。電影成音師杜篤之曾經說過：「一部成功電影所帶來的影響，需要十年的時間去證明。」由於電影擁有這樣的前瞻性，許多導演透過預告的方式，去讓觀眾反向思考生活上的細節和選擇。

同樣的方式在電影【絕地再生】（*The Island*）裡也可以略知一二，電影以「複製人」的議題，去討論複製科技的發展，與複製人的人權和立場，當科技發展到相當的程度，要如何面對並處理，甚至預防，都是電影透過大銀幕，希望觀眾能夠思考的問題。

文化與文化 衝突和侵襲

電影能夠將觀眾帶進一個思考的空間，卻也同時洗腦觀眾的思維邏輯。最明顯的現象就是美國好萊塢的電影文化傳播。

根據統計，美國好萊塢在世界電影總產量佔百分之六，但在世界播映的時間卻佔了百分之八十，可見好萊塢在電影市場裡佔有舉足輕重的地位。電影除了影像，更包含了明星演員的包裝、流行音樂的設計、視覺文化的建設等等，作為一個強而有力的傳播工具，美國透過電影，將「美國夢」、「英雄主義」等文化概念，傳到其他國家。

電影【阿甘正傳】裡傳達的美國夢精神，告訴大家，只要努力就能成功。（影片來源／Youtube）

好萊塢電影的精彩和創意，滿足了觀眾的胃口，但在世界各地播放的同時，卻也破壞了文化獨特性。這樣的現象在臺灣也明顯可見，美國的八大片商不僅掌握著臺灣電影的播映主導權，甚至臺灣自己的電影播放也需要他們的同意，這種弔詭的現象，正預告了臺灣電影文化的改變和危機

電影背後 更多的思考

人類學家愛德華·霍爾 (Edward Twitchell Hall Jr) 曾說：「不管一個人如何努力，都不可能擺脫他自己的文化，因為它已經滲透到他神經系統的根部，決定著他如何觀察這個世界。」電影一方面反映了電影創作者的觀點，一方面也反映觀眾生活的文化時代。電影背後寓含的問題和警示，透過電影語言，如何重現在觀眾面前，而觀眾在感受到電影所帶來的感官刺激之外，若能去分析和思考電影背後更深的文化意涵，便可以在觀影時，獲得更多體悟。



網紅紅什麼 粉絲追什麼

◀ 分析網紅崛起背景、特色、收入來源，及此文化現象對社會帶來的影響。

▲ TOP