



中国社会科学院报

CHINESE ACADEMY OF SOCIAL SCIENCES REVIEW

您现在的位置: [首页](#) > [往期回顾](#) > [2009年04月14日 第51期](#) >

中国电影卑贱无底线

作者: 许石林 来源: 《深圳商报》 时间: 2009-04-17

中国的“百花金鸡电影节”受冷落的原因,并非是与国外电影节相比有什么“器质性病变”。刚刚结束的香港电影节和亚洲电影大奖颁奖活动,要不是媒体的报道,几乎无人知晓。电影,这个人类工业时代的媒介、产品、娱乐和艺术,终于在信息时代,彻底祛除了人们附加在它身上的鬼魅。

电影从产生的时候起,就享受着技术神秘带来的特殊厚爱和崇拜。在意识形态的重压下,电影也曾担负着“载道”的重任。而当人类进入娱乐时代,电影快速地转型为越来越纯粹的商业娱乐,抛弃一切“载道”的负担,把一切能娱乐的都娱乐,不能娱乐的也娱乐。电影快变成了赤裸裸的圈钱工具,堕落如此之快,甚至超出了人的想象。

拿亚洲来说,香港电影衰落了,台湾电影衰落了,印度的歌舞片多年都看不到了。中国内地电影,从过去的皱着眉头讲艺术、讲意识形态,快速彻底地商业化、娱乐化——《无极》打头,到《赤壁》登峰造极,彻底清除了电影在人们习惯认知中的价值和意义,将中国电影数代人积累的无形资产一次性透支尽净。电影目前的营销方式,导致了电影是在一种极不公正的垄断方式中营销。如此形成了一个十分变态的怪圈:你不去看就不知道它的内容,你一看就是销售成功,你哪怕看了个开头就走也算是销售成功。

电影的确应该娱乐,但彻底地商业和娱乐之后,人们却沮丧地发现:电影,给你自由,你却快速地卑贱了。

[首页](#) | [机构设置](#) | [编辑风采](#) | [往期回顾](#) | [社会反响](#) | [广告征订](#) | [关于我们](#)

友情链接:

您是本站第 位访客

地址: 北京市鼓楼西大街甲158号 中国社会科学杂志社
邮政编码: 100720

总编室 Tel: (010)64076113 Fax: (010)64076113 E-mail: zbs_zzs@cass.org.cn
事业发展部 Tel: (010)64033952 Fax: (010)64033952 E-mail: fxb_zzs@cass.org.cn

版权所有©2002 中国社会科学杂志社