

电影作品对当代大学生审美观的现代性分析

◎席小青

摘要：电影作品本身融合了艺术性与商品性的两种属性，不仅是满足当代大学生精神文化需求的重要作品，更凭借自身充满魅力的思想文化表达方式对当代大学生审美观的养成起着重要的引导和教育价值。现代性属于一种社会形态，与人们的社会生活和组织模式密切相关，且随着政治、经济、文化等不同层面而演变。在功利主义、消费主义等理念的刺激下，部分电影作品为了自身经济效益存在过度迎合大众消费的情况，使得电影作品逐渐出现“泛娱乐化”现象，严重影响当代大学生审美观的养成。因此，本文通过分析电影作品与当代大学生审美观间的内在联系，明确电影作品对当代大学生审美观的积极和消极影响，提出利用电影作品提升当代大学生审美观的路径，以深入理解当代大学生的精神文化状态，充分发挥电影作品的价值优势，切实提高当代大学生的审美观。

关键词：电影作品 当代大学生 审美观 影响及对策

电影作品是通过利用现代信息技术，将动画、声音、文字等融为一体而呈现出来的动态化视频，能够在一定程度上反映社会生活现实。随着社会经济的快速发展以及大学生精神文化需求的不断增加，电影作品凭借自身的艺术特色而广泛渗透到大学生的日常生活中，成为当代大学生消遣休闲的重要方式。电影作品既是发展变化着的时间作品，又是空间作品，尤其是其通过将民族精神、爱国情怀、道德价值等思想理念以蒙太奇方法衔接和艺术语言处理每一帧色彩、图像和镜头时，能够有效表达和传播物质世界和精神世界中的“美”，从而影响当代大学生审美情趣和审美观的养成。因此，针对当前部分大学生审美和电影作品趋于“娱乐化”的发展现状，为充分发挥优秀电影作品对当代大学生审美观的积极影响，从现代性分析角度深入研究电影作品对大学生审美观的影响具有重要作用。

一、电影作品与当代大学生审美观间的内在联系

（一）简析电影作品

电影作品是指通过一定载体将有伴音或者无伴音的画面和多种艺术材料进行整合，并借助适当的装置设备进行作品放映。电影艺术以娱乐大众为发展宗旨，凭借自身视听知觉性、高度综合性、传播的大众性等独特的表现手法以及力图表达出人类独特的审美选择和审美意识而深受大众喜爱。随着电影艺术的发展，当前电影作品有不同类型和流派之分，如有强调故事情节完整性、注重刻画人物性格、纪实报告

历史或政治事件等在内的故事片、美术片、纪录片等。

（二）简析当代大学生审美观

审美观是审美情趣和体验的总称，是指人们根据自身的审美方式和态度来对各个领域进行审美活动，但其易受个人以往生活经历、家庭教育背景以及社会大环境的影响。因此，不同时代和文化背景下，不同人形成的审美观也不尽相同，而时代性、民族性等审美特性存在于审美的现实维度中。当代大学生是重要的审美群体之一，其接受过的教育文化知识相对丰富，且已形成相对稳定的审美观，但当代大学生的审美活动不仅更具直观性，其功利性和娱乐性也更加突出。

（三）电影作品与当代大学生审美观间的内在联系

电影作品作为大众日常精神消费而存在，其通常将人类生理、心理和行为机制与社会文化相联系，以凸显人类独特的审美情趣和审美方式。审美观是在审美主体与客体之间的互动过程中不断形成的，而电影作品在表达过程中使用了较强的艺术语言将电影中的语言文字进行凝练重组，还能通过表现手段将艺术还原为现实生活，从而直接作用于人的感官，外加审美情境的特定设置以及富有逻辑的故事情节都很容易影响作为审美主体的当代大学生的审美观。

二、电影作品对当代大学生审美观的积极影响

（一）拓宽大学生的审美感知能力

新时期在信息科学技术的支撑下，电

影作品的艺术表现手法和表现形式也逐渐丰富和完善，尤其是趋于完美的特技效果，使整部电影作品更加富有感染力和影响力。

电影作品具有艺术综合性的特征，其不仅是在造型艺术、语言台词、空间表现、特技效果甚至动作手势等的处理方面更具有动态美和意境美，还能将音乐、艺术、文化、舞蹈、戏剧等多元化的元素有机融合在其中，在呈现电影作品空间化的同时又将其赋予时间的展现力，因此，多元化的信息流在很大程度上拓宽了大学生的审美感知能力。在电影跌宕起伏的情节叙述过程中，场景的烘托、感人的对白以及动听的音乐等都能有效促进大学生审美感知能力的发展。

（二）引导大学生树立正确审美观

优秀的电影作品能够凭借自身独特的艺术表现手法来引起当代大学生与其的情感共鸣，使其深刻感受到电影作品想要表达和传达的精神思想和价值文化，能够在无形中感染当代大学生，引导其以美的标准和行为来约束自我，从而促使其产生精神境界的提升以及行为方式的转变。电影作品本身含有丰富的艺术美、自然美和社会美，通过引导当代大学生观看优秀电影，不仅能够使其沉醉在电影作品经典的艺术之中，还能通过画面的意境之美来陶冶学生情操，丰富学生的精神世界，使其辩证认识不同文化之间的差异，重塑当代大学生的精神世界，并帮助其形成健康、完善的独立人格，从而引导当代大学生树立正确的审美观。

三、电影作品对当代大学生审美观的消极影响

(一) 审美趣味的媚俗性

在社会经济的推动下,电影作品作为具有商品属性的产物,已成为市场经济的伴生物。部分电影制作方过度重视自身经济效益,为有效吸引更多消费者观看、点击和转发,常以媚俗的表现手法来迎合大众口味,以追求经济效益最大化,尤其是部分过于暴力、恶意篡改历史的影片,会给分辨能力尚有待提高的大学生带来严重的消极影响,甚至直接引导当代大学生形成不良的价值观念和审美情趣。审美趣味的媚俗性会使电影制作方采用理想化的方式来进行故事情节展示,其与当代大学生的现实生活截然相反,而梦幻般的场景既会导致大学生沉浸其中无法自拔,还会导致大学生分不清现实和理想,从而影响其正常生活。

(二) 审美观念的消费性

当代大学生思想活跃,敢于尝试新鲜事物,且在各种奢侈品的使用下,导致其崇尚利用金钱来满足自身的精神文化需求,这也使得当代大学生形成了精致主义的消费观念和消费方式,注重自身的满足感和获得感,以凸显自身与他人之间的差别。正是由于当代大学生审美观念的消费性影响,电影作品为进一步引起大学生产生情感愉悦和共鸣,就会使其过度放大自身的商业性,通过用世俗化的方式和手段来消解经典艺术和文化,期望能够让当代大学生在紧张、刺激、享乐的环境中释放自身心理和需求,这就会导致电影制作过程中不可避免地涉及暴力等能吸引大学生眼球的、直观生动的故事情节,以此满足大众需求。

四、利用电影作品提升当代大学生审美观的路径

(一) 科学建设电影分级制度

针对当前大学生精神文化需求不断扩大、知识层面不断丰富的发展现状,电影行业要通过组建专业、权威的电影评判机制和专业人士团队,根据电影类型或者主线等内容来科学建设电影分级制度,将市场上现有的电影作品合理添加分类标签,

并严格设置年龄等级划分,确保大学生在选择影片时,可以选择更加适合自身身心发展需求的观影内容。这样既能满足新时期多元化学生的不同精神文化需求,为当代大学生提供更加充足、广阔的影片选择范围,又能为其营造更加干净、积极、向上的电影环境,从而引导当代大学生养成正确的审美观。

(二) 制作播放优质电影作品

在建设社会主义文化强国的时代背景下,电影作品作为具有一定引导性、宣传性、教育性等性质的艺术产品,在电影制作过程中,要提高影片内容的审核性,自觉承担起对社会历史变迁以及先进文化宣传教育的重要责任,通过制作播放优质的电影作品,积极引导当代大学生这一主力军形成良好的审美观和审美情趣。一部优质的电影作品能够在完美融合文化精髓和新文化的同时,以当代大学生喜闻乐见的方式弘扬和宣传其蕴含的思想文化,可以高效传递正能量,从而引导当代大学生养成健全的审美意识和能力,丰富其人文素养。

(三) 加强高校美育教育力度

当前电影市场发展迅速,已扩展到整个大众文化和社会消费领域,大学生作为观看电影作品的主力军之一,其依旧存在辩证认知能力发展尚不成熟、极易受外界环境因素影响的不足,这就需要高校加强美育教育力度,通过系统、科学地引导和教育来帮助大学生正确认知和观看电影作品。高校的教育目的是立德树人,在大学生精神文化需求激增的新时期,高校要充分运用校园环境、课堂讲解等方式来加强美育教育,从而提升学生的审美感受和鉴赏能力。

(四) 多元开展影视评论活动

在信息技术快速发展的时代背景下,当代大学生获取影片资源的方式大多通过移动智能终端和计算机网络。这时高校要加强对校园网络的监督管理力度,减少不良信息和负能量在校园的传播,同时科学引导大学生阅读经典书籍,推荐大学生在校园网链接中观看优质的电影作品,使其享受优质文化和艺术的熏陶。高校要结合网络媒体平台,鼓励学生多元化地开展影

视评论活动,并对优质评论进行奖励和置顶,这既能唤醒大学生的求知心理,又能提升学生的审美观。

五、结语

新时期电影作品不仅是人们消遣娱乐的工具,更承担着优秀传统文化继承与弘扬、国家先进理念推广与宣传、大学生审美观引导与教育等重要职能。因此,为高效发挥电影作品的价值优势,电影行业要科学建设电影分级制度,并制作播放优质电影作品,来满足当代大学生日益增加的精神需求。高校要加强美育教育力度,并发挥信息技术的优势,以当代大学生喜闻乐见的方式开展多元化的影视评论活动,从而引导学生养成良好的审美观和审美情趣。

参考文献:

- [1] 吴洪晓. 新媒体时代大学生审美素养提升路径研究 [D]. 西安理工大学, 2020.
- [2] 汤中秋, 熊鹰. “泛娱乐化”情境下大学生影像审美特征及引导 [J]. 学校党建与思想教育, 2020 (02): 45-47.
- [3] 李伟, 张帆. 电影作品对当代大学生审美观的现代性研究 [J]. 艺术评鉴, 2019 (12): 157-159.
- [4] 李靖靖. 浅析优秀电影文化对大学生价值观的影响 [J]. 视听, 2019 (03): 240-241.