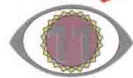


影视文化



CINEMA & TV CULTURE

2014

中国艺术研究院电影电视艺术研究所
上海大学影视艺术技术学院 编

陈林侠 此城市，非彼城市——当下城市电影海外传播的文化折扣分析

黄德泉 首部国产有声电影考辨

储双月 效果历史与现实政治的遭遇——电影史上的《武训传》

唐宏峰 文学的电影如何可能？——作为文学史而非文学的《黄金时代》

张宗伟 论文献纪录片的政治传播功能

杨乘虎 十年：中国电视综艺节目创新潮流的检视与思考

许婧 网络游戏的文本互生和现实干预

王玉明 中韩合拍片：合作模式、规则差异与发展策略

ISBN 978-7-106-04097-0



9 787106 040970 >

定价：40.00 元

《影视文化》由“上海大学戏剧与影视学·上海高校一流学科”提供资助

影视文化 · 11

CINEMA & TV CULTURE

主 办

中国艺术研究院电影电视艺术研究所
上海大学影视艺术技术学院

编委会

主 任 贾磊磊 陈犀禾

编 委 (以姓氏拼音为序)

陈犀禾 程 波 丁亚平 高小健

贾磊磊 聂 伟 徐文明 赵卫防

编辑部

主 编 丁亚平 聂 伟

执行主编 赵卫防 徐文明

编 辑 秦喜清 许 婧 赵 远 张慧瑜 储双月

黄望莉 张 斌 赵 宜 冯 凝

图书在版编目 (CIP) 数据

影视文化 . 11 / 丁亚平, 聂伟主编. --北京: 中国电影出版社, 2015.1

ISBN 978-7-106-04097-0

I. ①影… II. ①丁…②聂… III. ①电影文化 - 中国②电视文化 - 中国 IV. ①J909.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第025526号

责任编辑: 类成云

封面设计: 杨平平

版式设计: 杨平平

责任校对: 孙 健

责任印刷: 张玉民

影视文化11

丁亚平 聂伟 主编

出版发行	中国电影出版社 (北京北三环东路22号) 邮编 100029 电话: 64296664 (总编室) 64216278 (发行部) 64296742 (读者服务部) Email: cfpvgh@126.com
经 销	新华书店
印 刷	北京鑫丰华彩印有限公司
版 次	2014年12月第1版 2014年12月北京第1次印刷
规 格	开本 / 889 × 1194毫米 1/16 印张 / 15.25 字数 / 349千字
书 号	ISBN 978-7-106-04097-0 / J · 1627
定 价	40.00 元

目 录

中国电影海外传播研究

- 1 / 此城市，非彼城市——当下城市电影海外传播的文化折扣分析 陈林侠
- 12 / 中国少数民族题材电影的国际传播路径探析 李 森
- 21 / 中国电影的国际化传播与中国价值
——“中国电影海外市场竞争策略研究成果发布暨研讨会”观察 张含阳

纪念中国电影诞生110周年

- 27 / 首部国产有声电影考辨 黄德泉
- 39 / 效果历史与现实政治的遭逢——电影史上的《武训传》 储双月
- 50 / 建构“理想国”——1948年《电影杂志》的媒介政治学 刘 洋
- 56 / 战后国家电影的重建及其文化审视 林吉安
- 65 / 对香港社会的现代文化构建
——20世纪五六十年代香港“电懋”国语片分析 郑 睿
- 77 / 大陆、台湾、香港三地电影史书写的历史与现状 谈 洁

文学与电影

- 87 / 交织与互文：影像叙事中的文学改编
——新时期以来根据文学作品改编的中国电影 李 清
- 97 / 网络文学改编电影面面观——根据网络文学改编电影的六个关键词 左 衡
- 104 / 文学的电影如何可能？——作为文学史而非文学的《黄金时代》 唐宏峰
- 112 / 戏剧冲突的伦理学视角——《黑暗骑士》剧作研究 周冬莹

电视研究

- | | | |
|-------|-----------------------|-----|
| 125 / | 论文献纪录片的政治传播功能 | 张宗伟 |
| 132 / | 浅论近年来抗日题材电视剧创作及其价值迷失 | 邹韶军 |
| 141 / | 十年：中国电视综艺节目创新潮流的检视与思考 | 杨乘虎 |

新媒体语境下的电影公司研究

- | | | |
|-------|--------------------|-----|
| 151 / | 乐视影业——作为互联网时代的电影公司 | 李 春 |
| 162 / | 新媒体语境下万达集团市场开拓研究 | 刘子杨 |
| 172 / | “BAT”的新媒体电影产业分析 | 李 强 |

游戏与影视研究

- | | | |
|-------|------------------------------|-----|
| 181 / | 网络游戏的文本互生和现实干预 | 许 婧 |
| 190 / | 谈电影与游戏的融合发展趋势 | 员晓明 |
| 196 / | 从《刺客信条》和《轩辕剑》看游戏中的历史代入感 | 蔡郁洲 |
| 204 / | 从游戏到银幕的跨越——兼从玩家角度解读根据游戏改编的电影 | 朴珍妮 |

中国电影合拍研究

- | | | |
|-------|--|-----|
| 211 / | 对合拍片及中美合拍片现象中几个关键问题的反思 | 陈 瑜 |
| 219 / | 中韩合拍片：合作模式、规则差异与发展策略 | 王玉明 |
| 231 / | “CEPA”十年：从“去本土气质”到“内地化”转变
——内地与香港合拍片的文化窘境 | 康 宁 |

CONTENTS

1. This City, Not That City: an analysis of the cultural discount of the overseas spread of contemporary Chinese urban movies by Chen Linxia
12. On the International Dissemination Paths of Chinese Minority-story Movies by Li Miao
21. On the International Dissemination of Chinese Movies and the Chinese Values: an observation of *Releasing Ceremony of and Forum on Overseas Market Competition Strategy of Chinese Movies* by Zhang Hanyang
27. Tracing the First Chinese Sound Movie by Huang Dequan
39. An Encounter of History and Reality Politics: *Story of Wu Xun* in history by Chu Shuangyue
50. Construction of "The Republic": media politics of *Film Magazine* in 1948 by Liu Yang
56. On the Reconstruction of and Cultural Reflection on the Postwar Nation Cinemas by Lin Jian
65. On the Mandarin Movie by Motion Picture General Investment Co. in Hong Kong in 1950s-60s by Zheng Rui
77. On the History and Status Quo of Film History Writing in Mainland, Taiwan and Hong Kong by Tan Jie
87. Interweaving and Intertextuality: the literature-adapted films since the New Period by Li Qing
97. Six Key Words for Internet-literature-adapted Films by Zuo Heng
104. How is the Film of Literature Possible? ---*The Golden Age* as a film of literature history, rather than of literature by Tang Hongfeng
112. An Ethical Perspective for Dramatic Conflicts: a study of the playwright of *The Dark Knight* by Zhou Dongying
125. On the Political Function of Archive Documentary by Zhang Zongwei
132. On Anti-Japanese War TV Plays in Recent Years and Their Loss of Value by Zou Shaojun
141. A Decade: an examination and thinking about the new trends of Chinese variety shows by Yang Shenghu
151. Le Vision Pictures: a film company in internet age by Li Chun
162. A Study of the Marketing of Wanda Group in the Context of New Media by Liu Ziyang
172. A Study of BAT New Media Film Industry by Li Qiang
181. On the Intertextuality and Intervening of Reality of Internet Games by Xu Jing
190. On the Trend of Merging of Film and Games by Yun Xiaoming
196. An Analysis of Historical Immersion in Games: taking *Assassin's Creed* and *Xuan Yuan Sword* as examples by Cai Yuzhou
204. From Games to Screen: a study of game-adapted films from the perspective of game players by Piao Zhenni
211. Reflections on Some Key Problems in Co-production of Films by Chen Yu
219. Sino-Korean Co-production: cooperation pattern, regulations and development strategy by Wang Yuming
231. Ten Years of CEPA: a change from de-localization to localization and the cultural awkward situation of mainland-HK co-production by Kang Ning

《影视文化》编辑部

通讯地址: 北京市朝阳区惠新北里甲1号中国艺术研究院电影电视艺术研究所/100029

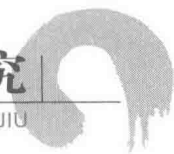
上海市闸北区延长路149号上海大学影视艺术技术学院/20072

电话: (010) 64813422 64891166转2417

(021) 56331901

传真: (010) 64813422 (021) 56331901

E-mail: ddys2009@126.com huayudianying@yeah.net



■ 陈林侠

此城市，非彼城市

——当下城市电影海外传播的文化折扣分析

提 要 中国城市化促使国内电影产业发展迅速，城市电影取代古装武侠片，成为当下最具代表性的类型。它不仅需要描述中国城市景观与生活方式、形态，更重要的是涉及如何理解、反思现代性。在电影语言已经现代化的情况下，当下城市电影面临的文化折扣很大程度上来自于内容及其观念价值。“炫富”的物质现代性成为中国电影文本最引人注目的消费元素，然而电影内部仍是前现代道德性情感。从这个角度说，当下城市电影于北美乃至海外市场存在着严重的折扣现象，这是一种具有整体性、结构性的折扣，亟待我们从内容（从物质现代性到个体现代性体验）、观念（从前现代社群经验到思辨性经验）与形式（从“求大求全”的宏大叙事到真切动人的“小叙事”）等方面作出必要调整。

关键词 青春期 当下城市电影 北美市场 文化折扣 反思现代性

严格地说，从2006年以来，与国内票房爆发式增长的情况相反，中国电影海外影响力逐渐下降，具体表现如下：一是票房市场严重萎缩，尤其是单片票房下滑十分明显；二是在重要的国际电影节上获奖明显减少，即便获奖也缺乏辐射力，难以有效地进入主流市场。^①中国电影海内外市场发生如此迥异的现象，当然存在软硬件等多种因素，但就艺术类型来说，主要是城市电影出现较大的文化折扣。

从整体上看，中国城市化架构早已完成：北京、上海、广州与深圳等构成一线城市；南京、杭州、成都等其他省会是二线城市；以及大量地市级的三四线城市。近年来，城镇化成为中国社会又一轮现代化的发展动力。正是依靠历史上从未有过的城市化，国内电影产业发展迅速（特别表现在银幕数的增长、院线的建设、城市观众的培育等方面），而且，层出不穷的城市电影吸引人们的关注，取代了21世纪初期的古装武侠大片，成为当下最具代表性的类型。从《人再囧途之泰囧》（2012）（以下简称《泰囧》）、《致我们终将逝去的青春》（2013）（简称为《致青春》）到《北京遇上西雅图》（2013）、《心花路放》（2014）^②等，均作为一种典型的消费文本，形象地再现社会形态，有效概括社会心理并释放了负面情绪。但是，影视产业硬件的发展亟待思想、观念等软件的匹配。虚构城市背景、讲述城市故事，并不意味着城市所涉及的现代性反思的成熟。当下城市电影不仅需要描述中国城市景观及其生活方

^① 如2013年刁亦男的《白日焰火》获得柏林国际电影节最佳影片金熊奖与最佳男演员银熊奖，贾樟柯的《天注定》获得戛纳国际电影节最佳编剧奖，但这几部影片不仅存在艺术上的争议，国内外市场的票房表现也不尽如人意。

^② 由于上映时间的差异，本文表格中虽没有该片，但由于它是11亿元票房，具有很强的代表性，因此，本文将之也纳入分析的视野。

式、形态,更重要的是如何理解、反思所呈现的现代性图景。从这个角度说,这种类型电影在北美市场出现大面积、大规模的折扣,意味着在现代性反思方面,我们与西方发达国家存在较大的隔膜。

一、当下城市电影在北美市场的折扣现象

当下城市电影海外折扣现象的出现,是由三个因素构成:第一,该类型在国内市场已形成消费时尚,不断刷新单片票房纪录;第二,与海外市场的表现趋势相反,票房越来越差;第三,跨文化语境造成理解接受上的差异,大面积、深层次的折扣难以在短时间内克服。就此而言,当下城市电影无疑是中国电影海外折扣最明显的电影类型。我们不妨用表格来展现目前中国电影(包括国产片及合拍片)在北美市场的折扣状况。

表:国内票房前100名的中国电影在北美市场的折扣率排行^①

折扣率名次	票房名次	片名	国内票房(万元)	北美票房(万美元)	折扣率	导演	类型	年份	折扣因素
1	36/1473	北京遇上西雅图	51909	0.6945	0.00133%	薛晓璐	喜剧	2013	社会现象
2	2/1313	西游·降魔篇	124625	1.8058	0.00144%	周星驰	冒险/喜剧	2014	文化区隔
3	13/1393	致青春	71758	1.1186	0.00155%	赵薇	剧情	2013	集体记忆
4	21/921	分手大师	66437	1.11197	0.00167%	邓超	喜剧	2014	社会现象
5	1/1076	泰囧	126473	5.7387	0.00453%	徐铮	冒险/喜剧	2013	社会现象
6	37/1270	小时代1	48349	2.3462	0.0048%	郭敬明	剧情/爱情	2013	社会现象
7	10/1109	画皮II	72649	5.0425	0.006%	乌尔善	魔幻/神秘	2012	文化区隔
8	19/1053	让子弹飞	67430	6.3012	0.0093%	姜文	动作/喜剧	2012	社会现象
9	20/1054	唐山大地震	66504	6.2962	0.0094%	冯小刚	剧情	2010	集体记忆
10	25/973	狄仁杰之神都龙王	60023	8.7783	0.0146%	徐克	动作/冒险	2013	文化区隔
11	30/795	龙门飞甲	52449	17.0276	0.0324%	徐克	动作/冒险	2012	集体记忆
12	52/831	建党伟业	41240	15.1305	0.03668%	黄建新	剧情/历史	2011	意识形态
13	26/650	金陵十三钗	59656	31.1434	0.0522%	张艺谋	历史/战争	2011	集体记忆
14	14/597	私人订制	71209	37.5786	0.0527%	冯小刚	喜剧/剧情	2013	社会现象
15	97/766	三枪拍案惊奇	26100	19.0946	0.0731%	张艺谋	喜剧/剧情	2010	消费趣味
16	63/648	1942	37050	31.2954	0.0844%	冯小刚	剧情	2012	集体记忆
17	38/572	非诚勿扰2	48250	42.6894	0.0884%	冯小刚	喜剧/爱情	2011	社会现象

① 表中,“票房名次”一栏前一数字为国内票房名次,后一数字为北美外语片票房名次。截至2014年7月6日,北美外语片市场共发行1610部。国内票房数据来自于中国电影票房数据中心:www.cbooo.cn/alltimedomestic;北美票房数据来自于www.boxofficemojo.com;“类型”一栏来自www.IMDB.com,与国内类型定位存在一定的区别;“年份”一栏指中国电影在北美市场的上映时间,往往不同于国内。折扣率是由国内票房除以北美票房得来。值得说明的是,目前用资料最丰富、信息最权威,也是全球最大的电影互联网数据库(IMDB)来确定影片的类型,已成为学术研究的惯例。如Francis L.F.Lee、henning-Thurau等人认为,www.IMDB.com的数据在确定电影类型方面相对稳定,是研究者进行数据的常用参考网站。参见Francis L.F.Lee:《文化折扣与跨文化预测:以美国电影在香港的票房绩效为例》,王建陵译,《文化艺术研究》2008年第1期。

续表

折扣率 名次	票房 名次	片名	国内票房 (万元)	北美票房 (万美元)	折扣率	导演	类型	年份	折扣 因素
18	56/570	北京爱情故事	40480	42.8318	0.1058%	陈思诚	剧情/爱情	2014	社会现象
19	81/558	狄仁杰之通天帝国	30488	45.9836	0.1508%	徐克	动作/冒险	2011	消费趣味
20	74/481	赤壁	32100	62.7047	0.1953%	吴宇森	动作/冒险	2009	文化区隔
21	87/46	满城尽带黄金甲	29100	656.6773	2.2566%	张艺谋	动作/剧情	2006	消费趣味
22	89/45	一代宗师	28780	659.4959	2.2915%	王家卫	动作/传记	2013	集体记忆

截至2014年7月6日，国内票房前100名（包括国产片、美国分账片、引进片、合拍片等）的中国电影，在北美发行的一共22部。表格反映出，与20世纪90年代和21世纪初期中国电影消费状况相比，国内市场发生了一下变化：

第一，与20世纪90年代强调民国背景和21世纪初期强调古代背景不同（均缺乏确切的时间背景），当下电影消费倾向于现代，影片多达14部（63.6%），古装片有8部（36%）且多集中在2010年前后。而且，在现代性背景中，近现代混杂民国时期的电影5部，表现当下时间段的电影达到了9部。这些数据表明，现代生活及其精神状态，尤其是当下生活的样貌与方式，已经成为国内电影主要的创作资源与消费对象。

第二，农村电影彻底退出市场。在国内票房前100名的榜单中，没有一部农村电影；城市电影作为票房黑马，往往出现在以年轻观众为主的暑期档前后，不断刷新国内纪录，往往成为引发社会关注的“现象级电影”，如《泰囧》和《心花路放》，从侧面表现出当下中国城市化程度之深。与之相应的，北美外语片市场同样关注城市题材的电影，但中国城市电影却没有一部进入该市场前100名。不仅如此，以上表格反映出，折扣最大的前5部电影，有4部属于当代城市电影；前10部电影有8部存在当代城市背景，仅《西游·降魔篇》和《狄仁杰之神都龙王》属于古代城市。这足以表明城市电影的折扣之大。

第三，“导演”一栏反映出，中年导演虽然仍是国内电影创作的主力（导演了15部作品），但青年导演（尤其是第六代之后的导演）在国内市场活跃，在票房上已然超越了前者。他们虽仅有7部作品，但平均票房达到6.829亿元，远超中年导演平均票房5.166亿元；而且，与中年导演相比，青年导演表现城市生活的优势也充分体现出来（主要表现为时尚感、青春气质和“接地气”），但是，结合国内市场与北美外语片市场来看，也恰恰是这批导演的作品最具折扣性，前10名中占据6席。

第四，从影片类型的消费上看，剧情（9次）、喜剧（8次）、动作（7次）成为最具消费力的前三种类型。国内剧情片在戏剧性（Dramatic）的“情境”与“惊异”特质方面并不十分突出^①，而在偶像、现象、段子等其他方面产生消费性。在我看来，当下国内市场的消费重点在于喜剧类型，虽然数据仅排名第二，但已经与其他类型紧密融合在一起。如在众多剧情类型的影片中（如《致青春》和《小时代1》等），其实存在

^① 关于戏剧性（Dramatic）的情境（Spectacle）与惊异（Surprise）特质，可参见[英]雷蒙·威廉姆：《关键词：文化与社会的词汇》的“戏剧的”词条，刘建基译，三联书店2005年版，第137页。

明显的喜剧元素。

第五，我们在“年份”一栏中看到，在折扣率排名前10部影片2014年2部（截至2014年7月）、2013年高达5部、2012年2部和2010年1部。这显示：一方面国内票房的发展持续向好，不断更新票房纪录，但另一方面，北美市场乃至海外市场的文化折扣现象越来越突出，折扣率最高的前五部中，2014年和2013年占据了4部。近三年来，中国电影出现了最明显的文化折扣现象，而且，这种折扣越来越大，在短时间内难以消除。

第六，“折扣因素”一栏中，出现次数最多的是社会现象（8次），而且均集中于当下城市生活。集体记忆虽有6次，但涉及不同对象的集体记忆，相对说来不够集中，如“唐山大地震”在特殊群体、城市留下特殊的记忆情感；徐克的《龙门飞甲》翻拍《新龙门客栈》激发该片及徐克粉丝的观影兴趣，等等。有意思的是，通常造成折扣的文化区隔仅4次，明显少于社会现象。这意味着，北美市场对当下中国的理解与认知模糊含混，甚至超过了古代文化的区隔。也就是说，在全球化时代，中国乃至东方的文化传统在一定程度上已被西方接受与认知，反而是当下状态与西方最具隔膜。

通过以上分析，我们认为，借助城市资本及其消费空间，电影产业得以高效地运作。当下城市电影，成为电影创作（出生、成长、受教育、工作乃至一切生活于城市的年轻导演^①）、故事诉求（城市现代性生活）、观众群体（以城市青年为主体）等多种力量交织的关键点。从故事资源、叙事策略到影像风格，这种类型已经改变了整个中国电影的面貌形态，显示了中国电影及其产业的重大变化。更重要的是，作为新世纪中国最典型也是最重要的社会文本，当下城市电影的集中出现，是当下中国城市化进程的直观反应，预示着整个社会、时代的现代性转向。它作为消费文本，流行于国内市场，同时，也作为社会文本，概括了当下社会形态。但是，中国社会这种巨大而深刻的转型并未在北美乃至世界得到普遍认知。正如此，当中国城市电影逐渐成为国内市场的消费亮点时，却在北美乃至海外市场遭遇冷落，由此成为折扣最大的类型。

二、城市电影的文本特征：从现象到喜剧

当下城市电影之所以成为国内市场的消费亮点，原因在于大大提升了文本的消费性。表中所列出的影片不同于20世纪90年代第五代具有艺术抱负的“小众化”电影，也不等同于新世纪初期诉之武打动作的古装武侠大片，而是一种主动反映社会现实、存在明确消费对象与诉求的商业电影。如《致青春》被命名为赵薇作为导演的处女作，借助赵薇作为偶像积累起的粉丝人气，加上观众对20世纪90年代学校、青春的时代记忆，斩获票房自不在话下。《1942》（2012）虽然被称为冯小刚的艺术转型之作，在宏大的历史题材、民族记忆中叙述个体的悲惨命运，似乎成为精英的艺术电影，但是，影片实难掩商业气质，和《致青春》一样，表面所凸显的个体经验及情感

^① 导演的地域背景其实是一个值得探讨的话题。如张艺谋、陈凯歌等第五代导演具有知青视野的农村背景，贾樟柯、王小帅等已然步入中年的第六代导演，存在着县城背景，或者是欠发达城市的生活背景。当下青年导演的大城市背景非常清晰，真正农村出身继而成为电影导演的绝无仅有。这很大程度上反映出影视艺术教育的层次化及其体制的封闭性。

实际上归为了集体性情感与心理，使得艺术性大打折扣。《北京遇上西雅图》渲染异国背景下浪漫的无功利的“爱情神话”，文本的商业性更加显见。概言之，当下城市电影是一种以商业性为主的消费类型。

具体说来，当下城市电影提升文本消费性存在以下路径，但与此同时，也成了北美市场折扣的原因。

第一，物质发达的城市环境。城市电影自然离不开表现城市生活。然而与20世纪90年代相比，当下城市电影更热衷于表现物质发达的城市图景，用大全景、全景等镜头表达鳞次栉比的高楼大厦，彻夜狂欢的夜店酒吧，熙来攘往的大街小巷。最典型的如《小时代1》，不顾基本剧情的合理与否而一味突出“高大上”的都市时尚（顾里等居住的宿舍环境空旷、豪华，完全不同于正常状态的校园生活及其空间），西化的生活方式、奢侈的别墅住所、成百上千的服装、众多的时尚名牌，等等。在这种身临其境的幻觉中，模糊不清的心理欲望在明确的物欲对象化中得到释放，超前的物质消费提供了一种人们可望而不可及的理想而完美的生活形态，大大提升了电影的消费程度。但这种好莱坞式的镜语表达、极度夸耀经济繁盛的



《小时代》剧照

城市影像，在北美市场显然缺乏故事卖点。对于身处全球经济最发达区域的西方观众来说，中国城市电影描绘的物质消费、现代性生活，早已成为一种已实现的常态，甚至是滞后的表达。更重要的是，发达国家电影对物质现代性已然失去了关注的兴趣。一个明显的例证是，同样作为北美市场的外语片，法国电影、西班牙电影、瑞典电影等西欧电影，很少出现为满足夸耀炫富而极力展现物质现代性的现象，即便如法国电影《无法触碰》（2011），瘫痪的贵族虽然拥有千万家产，但在其社会空间、家庭环境、日常生活中，根本没有中国城市电影所热衷展现的物质主义。可以说，外在表象的物质现代性成为当下国内市场的消费热点，但恰恰与北美市场的消费倾向错位。

第二，新的社会现象。如果说城市电影的物质现代性只是一种静态的生活表象，那么，文本所涉及社会生活的新现象，则大力渲染了当下城市的现代性气质。这是当下城市电影提升文本消费程度的重要方式：通过社会现象与艺术文本的互涉，使得观众在虚构的生活中发现身处的社会现实，从而获得观影愉悦。表格中的城市电影概莫能外。如《致青春》在20世纪90年代背景下塑造了一个独立自主却又温柔体贴的女孩形象，郑薇的野蛮率真、敢作敢为，成为时下流行“女汉子”的代名词；《北京遇上西雅图》在“国外生子”“小三”、贪腐分子的婚外家庭等社会现象的框架中，叙述了一个充满异国情调、超功利的爱情神话，正是前者赋予了爱情故事以新的消费价值；《分手大师》和《小时代1》等无疑搬演了电视选秀节目，放大了成功学培训、“男色消费”、中性化的性别消费（男性女性化）的生活现象；《泰囧》则是毫无节制地把泰国旅游、范冰冰等现实元素植入了剧情；《非诚勿扰》把“试婚”“闺蜜”“剩女”等时髦话题搬上银幕；就连突破11亿元票房的《心花路放》也津津乐道



《私人订制》剧照

于在社会新闻中时时出现的“车震”事件。当然，最明显的莫过于《私人订制》，借助三段式结构，影片分别概括了当下社会的贪腐现象、平民的清官体验、来自高雅艺术的荣誉感以及奢侈挥霍的发财梦。这种叙述虽然夸张而不合情理，但在国内，观众在虚构的故事中看到了真实的社会现象，产生熟悉而陌生的审美效果。但是，这种依靠移植、复制流行的社会现象与热点的方法，很难在北美等跨文化语境中产生效用。对缺乏中国经验的海外观众来说，故事所谓的“新”现象以及存在的讽喻功能失去了意义，反而成为观影障碍，让人失去了观影兴趣。

第三，喜剧风格。当下城市电影中，喜剧具有压倒性优势（在9部作品中，具有喜剧性的达到8部，仅有《唐山大地震》是凸显悲剧的苦情戏）。与悲剧相比，喜剧追求一种明朗健康、无伤大雅的情绪，呈现出浅显易懂、活泼轻松的审美风格，显然更具消费性。不仅如此，城市电影之所以如此依赖于“喜剧”，也是借助“不以为真”的娱乐风格，在很大程度上降低了创作难度。最明显的表现是：问题的解决过于简单。



《分手大师》剧照

如《致青春》为了解决郑薇的爱情难题，还是让她回到了陈孝正的身边；《北京遇上西雅图》叙述一个拜金主义的“小三”文佳佳，最后为了爱情不惜抛弃物质，然而这种转变如此轻而易举，不存在来自各种层面的阻力（如缺乏谋生能力、贪腐官员惩治等）。

《私人订制》的情况可谓极端。整个故事缺乏基本的情理逻辑，只是社会现象、口语、段子等粗糙地拼接，纯粹是“为喜剧而喜剧”“为逗乐而逗乐”。可以说，城市电影制造喜剧效果的方式过于肤浅化，尤以演员的自我矮化（道德）、丑化（形貌）、低能化（智力）等为主。如《分手大师》《泰囧》《私人订

制》等皆是如此。它以迎合观众为乐（观众拥有的信息量远多于人物），释放了观众的内心压力与不满情绪，但另一方面，此类喜剧过于强调观众的优越感，缺乏人物与观众之间意义、情感的交流机制。

值得指出的是，在喜剧性上，西方电影与当下城市电影存在较大差异。前者注重叙事整体架构产生的喜剧性效果，表现在情境与人物、目的与行动之间等系列错位与反差。它更倾向于内在意义，而不是简单诉之于人物夸张滑稽的外在形貌、行动、语言。如意大利电影《美丽人生》（该片自1998年上映以来，成为北美外语片市场最卖座电影，2000年后票房仅次于《卧虎藏龙》），在纳粹屠杀的集中营背景中，在死亡随时降临的境地，儿子的天真、懵懂制造出笑声，但同时带来了扣人心弦的紧张；父亲的夸张、滑稽产生了笑声，更重要的是实现了特殊的叙事功能，即，一次次化解了危机。在残忍冷酷等人性灰色的比照下，喜剧性独辟蹊径地展现了人性的高尚与美好。如《天使艾米丽》（2001年上映以来，成为北美市场最卖座的法国电影，票房排名第六），它的喜剧效果同样来自于独特的叙事效果。如果说《美丽人生》的叙事是一种典型的“举重若轻”（用轻松喜剧的方式叙述沉重的灾难、痛苦），那么《天使艾米丽》就是“举轻若重”（用严肃庄重的态度叙述本身是轻松愉悦的爱情故事）。影片用各种方式（如剪碎的相片、揭秘式的寻找等），表现了自闭症的女孩眼中的不同寻常的爱情。至于艾米丽精灵刁钻的恶作剧念头、奇怪的行为方式，只不过是主体叙事架构之外的辅助手段而已。我们认为，喜剧之所以是当下中国电影中折扣率最高的类型，并不在于其本身具有的文化区隔性，关键是过于依赖于外在的表面的元素。事实上，在缺乏叙事构架、情感交流以及意义的情况下，当下城市喜剧电影（也包括古装喜剧片，如《大笑江湖》和《越光宝盒》等）已经质变为一种庸俗甚至低俗的闹剧，而这才是喜剧折扣的根本原因；《美丽人生》和《天使艾米丽》等在叙事构架中展示美好良善的人性，强调投入情感并促使观众认同的喜剧，恰恰不具有文化折扣。

第四，爱情及颠倒的男女关系。从情感的角度来考量，当下城市电影集中在爱情。^①伊恩说得好：“优雅的爱情，在本质上是从小神对象的崇拜变为对世俗对象的崇拜的结果。”^②换言之，爱情即是近代社会世俗化的产物。它不仅以美好的文明方式修饰了自然人性及其原欲，而且，当期望值越来越大而实现的可能性也就越来越小时，电影自然成为当下观众匮乏心理的投射，提升了文本的消费程度。当下城市电影并未借此探讨爱情主题的文化内涵，而是视之为一个既定的价值目标，强调以女性为中心展示新的男女关系（提升女性地位、降低男性功能），彰显了社会文明程度及其现代性身份，但同时，文本的女性化、柔弱化也是消费性的表征。如《致青春》中的郑薇，在追求自己情感幸福方面最为主动，林静与陈孝正都是戏份偏少的次要人物；《北京遇上西雅图》中吴秀波扮演的大叔形象是软弱无力的辅助性人物，整部影片围绕着汤唯扮演的文佳佳展开叙述；《小时代1》干脆就是描述一群有着各自不同亮点的

① 当然，《泰囧》可谓例外，强调传统意义上的家庭伦理，如替母亲还愿、挽救夫妻危机等；《私人订制》在概括当下欲望时，没有爱情却表现高雅梦，在一定程度上反映出冯小刚创作时过多带有私人性，电影的公共媒介弱化，这严重影响了电影媒介的社会性与时代性。

② [英]伊恩·P·瓦特：《小说的兴起》，高原等译，三联书店1992年版，第151页。

女孩的职场与人生，宫洺、顾源等男性形象处于次要地位。

总体而言，当下城市电影以独特的文本形式，成为国内市场被消费程度较高的类型，但是局限在平面的社会现象，文本意义空洞泛化，缺乏具有一定深度的立体结构。与之相反，北美外语片市场长期以来形成的艺术电影的消费传统，更强调文本的意义消费而非现象消费。因此，当城市电影越是以表象差异增强文本消费性、提高商业化程度，就越与外语片消费的艺术传统相距甚远，市场折扣也就越来越大。

三、城市电影的现代性反思：前现代、现代主义抑或后现代

人类社会的现代化在很大程度上表现为城市化。城市电影避免不了展现城市生活形态，凸显物质现代性，但更离不开现代性反思，始终需要抽身反观的理性沉思。说起来，现代性反思在西方文化中由来已久。17世纪伴随启蒙运动的开展与工业革命的到来，现代性在平等、自由、民主、科学等理想感召下，借助阿多诺意义上的“工具理性”力量，开始了社会化历程，人类在短短的100年里创造的物质财富比之前人类历史上的总和还多。然而自19世纪中后期，当沉溺于理性、进步迷思中的现代性充分暴露出自身弊端时，现实层面的现代性与思想文化层面的现代主义产生分离。后者在启蒙与反启蒙、个人对抗集体、非理性对抗理性的对立张力中，深刻反思了这种以效益、成功、进步为核心的现代性神话。在此基础上，20世纪50年代以来，在社会全球化、信息化与商业化推进下，后现代主义思潮大肆流行开来，强调公域与私域、精英与大众、艺术与消费、边缘与主流等融合，成为反思现代主义的新形态。法国学者伊夫·瓦岱就明确指出：“从词的严格意义上来讲，‘后现代’只能是‘后现代主义’的意思。”^①也就是说，后现代主义的“后”（post-）前缀，所隐含的时间“之后”，也正是现代主义之后；所隐含的“反抗抵制”是对反现代性的现代主义的反思。可以说，后现代主义在一定程度上重新肯定了现代性，构成了西方现代性反思的重要范畴，而且在正-反-合的辩证命题上，促使现代性成为一个不断分裂又重组、瓦解又重建的综合体。如果说这种现代性反思集中在西方社会及其思想文化，那么，当90年代到来，第三次全球化浪潮把尚未现代化的第三世界国家前所未有地吸纳到全球一体化进程中，这些国家与地区伴随社会现代性迅速发展，现代性反思更为复杂，出现“多元现代性”（强调在社会现代性过程中，地域空间的多元性，如美国现代性、西欧现代性、东亚现代性以及“中国模式”等）、“复杂现代性”（强调“现代性”内涵的不同面向，如公平、正义、自由等不同延伸性的社会实践）等。^②通过以上简单地概括，我们认为，当下城市电影的现代性反思，可资借鉴的思想资源非常丰富，从启蒙主义、现代主义到后现代主义，既有藉个体真实情感、经验、理念的张力，以超越的人文精神反思“唯经济”的物质主义，也有在尊重个体差异、价值的基础上，对所谓成功、理想的社会现代性的批判，也有后现代性国家中提炼特殊的地方经验，或对

① [法] 伊夫·瓦岱：《文学与现代性》，田庆生译，北京大学出版社2001年版，第35页。

② 具体论述可参见冯平、汪行福等：《“复杂现代性”框架下的核心价值建构》，《中国社会科学》2013年第7期。

哈贝马斯意义上的“未完成的现代性”的积极建构。但是，任何一种现代性反思均存在着基于个人主义的真切体验，离不开必要的理性思辨。

说到这里，我们不妨还是以《美丽人生》和《天使艾米丽》为例来分析西方电影的现代性反思。《美丽人生》明显分为两段：首先讲述了一个超越种族、等级的爱情故事，表达浪漫但难掩空洞的现代性情感；其次，影片叙述纳粹集中营的“父子游戏”。影片的亮点在于后者。爱情故事所展现的人性美好，在庸常继而残酷的现实生活中得以延续，后者以扎实的生命意义有效补充了前者（“大叙事”）存在的空洞。在冷酷无情的集中营，“父子游戏”（懵懂的儿童视角、非理性的思维方式）荒诞却又令人信服地戳穿了现代性谎言：进步、理性、科技带来的却是死神环绕、人性灭绝。片尾时出现儿子的画外音以纪实的方式确证人性的高贵。在这种现代性反思中，影片凸显了“小叙事”/个体经验的价值。与《美丽人生》强调小/大叙事、非理性/理性、儿童/成人等对立概念巨大的差异不同，《天使艾米丽》则呈现出典型的后现代状态，以轻松有趣的方式完成了与现代性经验的和解。影片虽然叙述的也是爱情故事，但并不是用现代社会男女的亲密交往凸显自由、平等的现代性价值，而是落在艾米丽遭遇爱情时激动、羞涩、胆怯、自闭等种种复杂的内心体验。这种特殊的爱情追求及其情感表达，无论在主动、进步、理性的启蒙主义，还是极端孤独、封闭的现代主义的思路中，结局都必然是痛苦的挫折与失败。影片却在“他救与自救”的辩证中，弱者之间的“抱团取暖”合乎逻辑地使艾米丽获得了完满的爱情：自我与他我之间的决然对立被彻底取消，精英与大众的鸿沟已然被填平。这种被取消、被填平，并未带来原子式个人主义的极端孤独，相反，而是在“举轻若重”的叙事方式中呈现出人生趣味。即是说，它已从昭示社会“宏大叙事”的现代性神话、爱情神话抽身而出，用一种令人欢快的喜剧风格，充分认识、尊重并肯定边缘、弱者的个体经验与价值。这种后现代主义经验同样也是关于现代性的反思。

从这个角度说，当下城市电影在北美乃至海外遭遇的折扣现象，根本在于现代性反思及其观念价值的滞后。这种滞后倒不是说影片提供的观念价值落后于西方现代主义、后现代主义，而是指它违反了“文化不可逆”的原理，没有围绕城市影像所展示的现代性图景，从自身经验的角度反思现代性。

相反的是，它又折身重新回到了依赖于社群

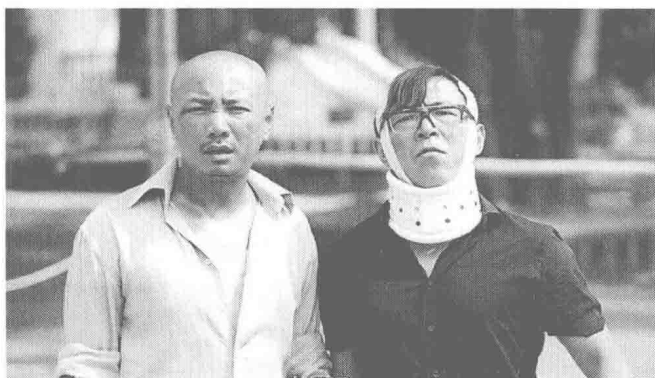


《北京遇上西雅图》剧照

普遍、共通的道德经验及其情感的前现代状态。如《泰囧》，从王宝到泰国为身患绝症的母亲祈福，到徐朗放弃授权书争取家庭的完整，用以支撑整个故事的价值话语不过是传统伦理充满道德性情感。《北京遇上西雅图》的价值体系同样以主流道德为前提，文佳佳必须摆脱不道德的“小三”身份；两人在西雅图的最后重逢，也应当是超越物质功利的两情相悦。《分手大师》虽然以极端夸张的方式批判了唐大师的“成功学”（现代性神话），大量展示了现代城市中各种不道德的“分手”，但另一方面，

影片推崇的爱情仍然是合乎传统道德规范的。正是叶晓春的纯情善良，梅远贵的孝顺体贴，成为彼此心动的原因。《私人订制》更为典型，三段故事构成了物质发达的城市生活环境（如“高大上”的别墅、住所环境、高档的百货商场、极度夸张的奢侈消费），又用传统的道德观念彻底否定了主体部分的物质现代性，甚至出现“有钱人”还不如“穷人”等自欺欺人的论调。可以肯定地说，当下城市电影在展示现代性图景的时候，并未提供一种真实的具有现实意义的反思性价值，相反，传统伦理及其道德性情感，却成为解决现代性的法宝。这显现了当下城市电影“前现代”的文化立场与身份，从而在北美市场造成了严重的折扣现象。

当下城市电影的价值观念的滞后（传统／现代的分离）造成了叙事的“不一致”现象，叙述者与人物、故事主体与结尾、人物性格与内心等出现明显的断裂。《北京遇上西雅图》在故事主体部分叙述物质女孩，炫耀物质消费的快感，结尾部分又以主流价值批判了物质消费，文佳佳如何摆脱小三身份以及拜金主义，如何能够回到西雅图，这种符合主流道德感的爱情故事显然缺乏逻辑与说服力。《泰囧》的主体部分极力夸张地叙述徐朗、高博追求事业成功的尔虞我诈，结尾部分却是两人是大学同学，轻松地握手言和，并且放弃先前视为唯一目标的事业成功，回到了夫妻和睦的传统家庭。



《人再囧途之泰囧》剧照

这种故事结尾同样缺乏转换的逻辑，难以让影片的叙事构成有机的统一体。《致青春》的文本断裂，表现在影片在渲染女孩主动追求浪漫爱情、保持自身纯洁、真挚的同时，也让她成为已被现代社会驯服、时时暴露其软弱的女人。我们认为，当下城市电影这种现代性图景与价值观念的错位不仅造成思想的平庸与经验的苍白，而且已经严重影响到电影的叙事。在更新一代的青年导演们这里，故事的短板非但没有得到弥补，相反暴露得越来越明显。

在缺乏形式逻辑的情况下，当下电影文本的结构松散、情节碎片化，完全是依赖一种“毋庸认真”“不以为然”的娱乐活动勉强地黏合起来（喜剧往往追求一种不讲逻辑性的反差效果，也是当下城市电影乃至中国电影如此依赖喜剧的重要原因之一）。这在很大程度上背离了电影作为叙事艺术的审美原则。如果说当下城市电影借助明星偶像、社会现象、喜剧风格等情节之外的因素，尚能在国内市场上赢得票房的话，那么，在北美及海外市场，当电影成为情节消费、故事消费的时候，叙事缺乏起码的逻辑性的问题就暴露出来。众所周知，逻辑是人类认知、理解事物的基本思维方式，当下城市电影一再叙述违背逻辑的故事，自然也就造成了难以理解、甚至匪夷所思的文化折扣。

综上所述，在电影语言已经现代化的情况下，当下城市电影面临的折扣很大程度上来自于其内容及观念价值。“炫富”的物质现代性，成为中国电影文本最引人注目的消费元素，然而内部辅以前现代的伦理道德，这种依赖于前现代社群的滞后经验，不仅丧失了现代性反思的个体思辨力量，而且，造成了文本结构的断裂、叙事乏

力。因此，当下城市电影乃至中国电影的折扣，是一种具有整体性、结构性的折扣，亟待我们从内容（从物质现代性到个体现代性体验）、观念（从前现代社群经验到思辨性经验）与形式（从“求大求全”的宏大叙事到真切动人的“小叙事”）等方面做出必要调整。

（作者单位 暨南大学新闻与传播学院）

■ 李 淼

中国少数民族题材电影的国际传播路径探析

提 要 本文从梳理中国少数民族题材电影的国际传播历程出发,探究少数民族题材电影的国际传播现状及其问题。在国际传播语境下,我们不能过分强调影片的国际化而忽略了电影的民族品格,同时,也不能孤立地强调民族性而忽略了电影的时代性和世界性。真正优秀的电影,都是在植根于民族文化融合具有时代精神和现代电影语言表现手法的创新之作。

关键词 国际传播 少数民族题材电影 影视文化软实力

进入新世纪,中国电影遭遇前所未有的机遇与挑战,一方面,中国经济实力的提升,国家从政策层面对繁荣发展文化事业和文化产业给予大力扶持,促进了中国电影市场的蓬勃发展,中国成为世界第二大电影市场。中国电影力图走向世界,与世界电影对话,彰显中国影视文化的软实力和竞争力。另一方面,随着全球化的逐渐深入,好莱坞电影、欧洲电影、日韩电影都在不同程度上瓜分着世界电影市场份额,而“无论是中国式商业大片,还是中小成本文艺片,以及在国内取得骄人票房的影片,在国际上都没能取得突出的成绩,从中也彰显出中国电影、中国电影文化、中国电影国际传播的乏力与软弱”^①。近年来,中国电影在全球化和消费主义的影响下,内容空泛的商业大片络绎不绝,而具有现实主义精神和人文关怀,体现中华民族独特文化内涵,既具有艺术价值又具有观赏价值的影片却乏善可陈。相比之

下,少数民族题材电影凭借其独特的影像叙事风格和对民族文化多样性的开掘,给中国电影创作带来了一股清新的艺术之风,频频在国际影展或电影节上亮相,显现出中国电影的独特艺术魅力。本文从梳理中国少数民族题材电影的国际传播历程出发,探究少数民族题材电影的国际传播现状及其问题,从而为其今后的发展提供一点有益的思考和建议。

一、少数民族题材电影的国内外电影节影响力

少数民族题材电影作为中国民族电影文化资源的重要组成部分,其地位和价值不容忽视。从世界电影传播的范围考察,电影节是电影传播和扩大影响力的重要手段。诸如美国奥

^① 许波:《中国电影创作对中国电影国际传播的制约》,《福建艺术》2013年第5期。

斯卡金像奖、欧洲三大电影节奖等,以各自不同的电影立场和评审标准,表彰了不同风格的电影创作,有效地推动了世界电影的发展和繁荣。在这个意义上,中国电影要从“输入式影响”转型为“输出式影响”,走向国际电影节就成为一个重要的途径和标志。^①

梳理中国少数民族题材电影的发展历程不难发现,其一直在进行着“输出式影响”。早在五十多年前,《边寨烽火》(1957)中的青年演员王晓棠和达奇就荣获了在捷克斯洛伐克举办的第11届卡罗维·发利国际电影节“青年演员奖”。同时,自1959年起,《五朵金花》就先后输往46个国家和地区进行隆重公映,创下了当时中国电影在国外发行的最高纪录。1960年该片还获得第二届亚非电影节(埃及)最佳导演和最佳女主角两项大奖。^②1964年创作的《阿诗玛》也在禁映十余年后,在1982年获得西班牙第三届“桑坦德”国际音乐舞蹈节最佳舞蹈片奖。可以说,这些影片在很早以前就向世界展现了中国少数民族题材电影的独特魅力。



《五朵金花》剧照

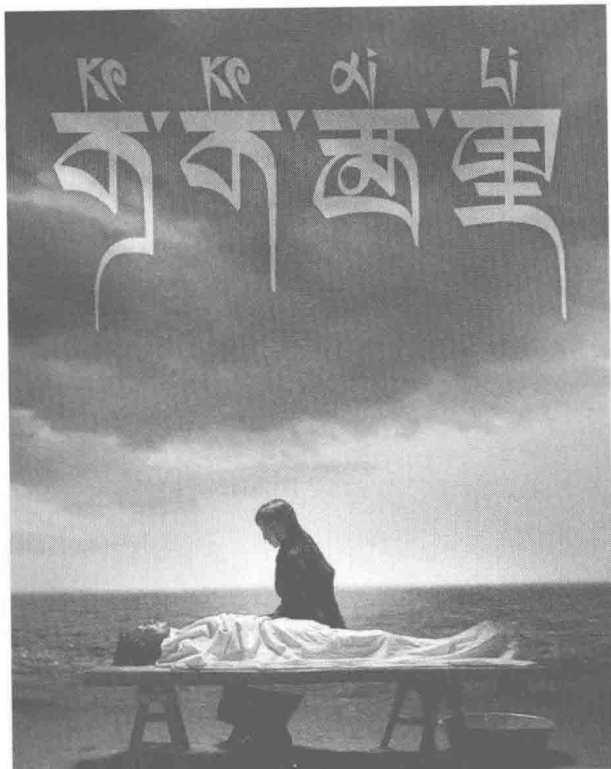
改革开放以后,中国少数民族题材电影也焕发出新的生机与活力。《孔雀公主》(1982)因在处理七位孔雀公主游泳时出色的特技效果,获得第三届中国电影金鸡奖最佳特技奖,菲律宾第二届马尼拉国际电影节特别

奖,捷克第14届儿童电影节大奖——水晶蝴蝶杯奖。谢飞执导的《黑骏马》(1995)获得第19届加拿大蒙特利尔国际电影节最佳导演奖、最佳音乐艺术成就奖。冯小宁导演的《红河谷》(1996)除斩获华表奖、金鸡百花奖等国内最高奖项外,还在1998年美国举办的“中国电影展”上引起了轰动。1996年青年舞蹈家杨丽萍自编自导自演的影片《太阳鸟》同样获得大奖。

中国少数民族题材电影真正引起国际电影人和观众瞩目,获得较大的成功和发展还是在新世纪以后。自2002年以来,有一批少数民族题材电影脱颖而出,在国内外屡次获奖并赢得极高的赞誉,展现出中国电影独特的文化艺术气质和审美追求,如:《天上草原》(2002)获第6届长春国际电影节“最佳华语故事片”金鹿奖。《可可西里》(2004)获第17届东京国际电影节评委会特别奖、第41届台湾电影金马奖最佳剧情片奖。《上学路上》(2004)获第24届金鸡奖最佳儿童片奖、最佳导演处女作奖、最佳编剧奖。《季风中的马》(2005)获得美国夏威夷电影节亚洲新人成就奖。《静静的嘛呢石》(2005)获得韩国釜山电影节新潮流电影奖。《妮玛的十七岁》(2006)获第10届华表奖最佳故事片奖。《大东巴的女儿》2006年在塞浦路斯电影节上获得了最佳服装设计奖、最佳女主角提名和最佳摄影提名。《遥远的诺邓》剧本获2006年度国家广电总局“夏衍杯”电影剧本优秀奖。《图雅的婚事》(2007)获第57届柏林电影节“金熊奖”,成为目前中国唯一斩获欧洲三大国际电影节最高奖的少数民族题材影片。《碧罗雪山》(2010)获得第13届上海国际电影节金爵奖评审团大奖、最佳导演奖、最佳音乐奖、评审团

① 范志忠、吴鑫丰:《新时期以来国际传播语境的中国电影》,《当代电影》2012年第8期。

② 饶曙光等:《中国少数民族电影史》,中国电影出版社2011年版,第86-87页。



《可可西里》海报



《静静的嘛呢石》海报



《碧罗雪山》剧照

特别嘉奖——男女主角等四项大奖。《云上太阳》（2010）在2011年美国亚利桑那州举办的第17届赛多纳国际电影节上，获得最佳外语片奖、最佳摄影奖、最受观众喜爱的影片奖等。

令人遗憾的是，尽管这些优秀的少数民族题材电影在国际国内屡获大奖，但除了小部分为观众所熟知，有很多作品都没能在主流院线与观众见面，有的就是“一日游”影片，经不起市场的考验，其传播渠道较窄，传播效果也大打折扣。

二、全球化语境下少数民族题材影片传播内容的国际化路径

从影片内容来看，少数民族题材电影可用于市场化和全球化的内容绝不亚于汉族电影。神秘、奇异、甚至原始的少数民族生活画面，可以满足人们猎奇的观影需要，而少数民族地区别样的自然景观和人文景观又会给观众带来视听的愉悦。少数民族电影最显著的一个特征就是其影视语言所表现出的浓郁地域色彩和民族风情，几乎所有的少数民族题材影片都有对少数民族地区边疆风貌和异域风光的视觉奇观展示。如《益西卓玛》（2000）、《可可西里》《静静的嘛呢石》等影片展现了青藏高原雪域山川的苍凉、隽永之美；《天上草原》《嘎达梅林》（2002）、《季风中的马》则展现出内蒙古草原广阔无垠的草原、戈壁等奇异风光；《美丽家园》（2004）、《吐鲁番情歌》（2006）、《鲜花》（2009）对新疆旖旎的自然风光和民族风情的表现；《花腰新娘》（2005）、《怒江魂》（2005）、《别姬印象》（2007）、《红河》（2009）等影片对云南边疆少数民族地区奇风异俗的再现，等等，都充分体现出中国大地幅员辽阔、风光无限，各少数民族拥有独特的风土人情的奇观景象。尤其是《诺玛的十七岁》更将这种地域风光表现提升到了一个较高的层次。



《诺玛的十七岁》剧照

《诺玛的十七岁》中的哈尼梯田不仅作为一个风景展示给观众，同时也作为剧作因素参与了叙事，它也象征了哈尼人内心的质朴和纯洁。影片中有一个动人的细节，就是“开秧门”一场戏。哈尼族的姑娘和小伙子站在梯田中，互相往对方身上扔泥巴表示爱意，他们还唱起了古老的歌谣：“秧姑娘不嫁，大田不会长出庄稼；田小伙不讨，秧苗不会结出果实。”这个段落拍摄得非常有味，把哈尼族男女勤劳、机智的生活通过一个细小的场景表现了出来，也为影片后面诺玛和阿明互相扔泥巴表达爱意作了很好的铺垫。值得注意的是，影片对诺玛这个人物的塑造是将其置身于自然的背景下来表现的，在不同的环境中诺玛呈现出来的感觉也是不同的，当她光着脚走在田边的小径上，感受大自然的美好时，诺玛和周围的环境融为了一体；当她和阿明一起为外国的游客拍照，给游客当模特的时候，诺玛和梯田一起成为一道亮丽的风景线；而当她站在阿明的照相馆里，却显得紧张而局促，不知所措。这些都很好地将诺玛的心态和情感变化通过她与周围环境的关系表现了出来，不着修饰却浑然天成，带给观众的是一种诗意的感染和陶醉。影片中展示出的哈尼梯田已超越了自然风光本身，它被赋予了一种精神象征意义，就像哈尼族人的心灵一般，在美丽、古朴与宁静中渐渐苏醒，接受着现代文明的冲击。这种既适合电影视听表现又具有较强民族特色的视觉奇观也为少数民族题材

电影赢得了较高的审美价值。

如果对新世纪以来少数民族题材电影的叙事情节和内容加以分析，不难发现深植于影片故事文本之下的文化逻辑——既表现出对西方尤其是美国文化、价值观念的显在的或隐蔽的认同，同时，又仍然强调民族性和民族认同，极力抵御全球化和现代化进程，在博弈中寻求与世界的对话和交流。在2000年以后的少数民族题材电影中，我们既能看到全球化正在改变着地处偏僻的少数民族群众的生活和心理状态，同时也能体会到创作者对少数民族身份认同的困境与焦虑。

如《花腰新娘》中的凤美，被塑造成一个中国版的“野蛮女友”，她不仅有传统少数民族姑娘的率真、朴实和热情，也有独立、自主、平等的现代意识，在她的身上糅合了全球化时代多元的文化身份特征。一方面她作为彝族花腰的一员，必须遵守族规——结婚三年不落夫家，要想成为一个合格的媳妇就必须听从丈夫和婆家的安排；但另一方面，作为一个生长在新时代的独立女性，她又不甘示弱，不愿听命于传统习俗的摆布，想要做自己真正喜欢的事情。影片正是抓住凤美身上这种矛盾交缠的内在叙事动力，成功地塑造了一个符合现代观众审美趣味的现代彝族姑娘形象。影片中还有多场戏体现出全球化的“在场”。如在凤美和阿龙新婚仪式上，阿聪送了一台29寸的彩电作为结婚贺礼，这让爱吃醋的阿龙心生芥蒂。这里的电视机不仅作为重要道具推动了叙事进程，也作为全球文化的传播载体被展现出来。当阿龙一家人围坐在一起看着电视里播放的《猫和老鼠》卡通片，发出爽朗的笑声时，古老的山村与现代都市里的人们通过电视实现了跨越时空的联系。尽管影片的叙事空间主要在云南红河地区的彝族村寨展开，但影片还是借火车、汽车等通往外部世界的现代交通工具的出现，向观众传递了这个世外桃源般的山村被纳入全球化进程的信息。“对大多数人来说，

虽然在地域的、特殊的环境里受到了全球化的意象的冲击，但日常生活形态还是地域性的东西。”^①因此，影片结尾处凤美还是回归了传统，和其他已婚妇女一样，背着孩子在田间地头劳动，羡慕地看着那些未婚的年轻女孩舞龙唱歌的身影，充满了留恋之情。这个结局也暗合了在地性与全球化的协商性关系。



《花腰新娘》剧照

如果说《花腰新娘》中全球化与地方性的关系展示还是较为表面和浅层次的，电影《红河》所体现出来的这种关系就变得深刻而耐人寻味了。首先，《红河》构建出了一个带有多元文化身份的空间环境。影片的故事发生在云南省中越边境的一个小镇，这个地方既有汉族，也有少数民族，还有越南人，体现出各种文化交错、相互影响的特点。不同的人不仅代表着不同的文化，还体现出不同的社会阶层所具有的特点。影片将各种阶层人物的生活和各种文化的交错融为一体，体现出当今时代文化交融渗透的复杂性。其次，影片在人物塑造

和情节设置上也深深刻上了全球化的印记。影片的女主人公阿桃是一个受过心理创伤的越南智障女孩，男主人公阿夏是一个市井混混型的瑶族中年男子，沙巴是一个参加过美越战争的越南军人，战后又成了贩卖走私烟的黑帮老大，阿桃的姑妈阿水则是经营按摩房的老板。从这些人物的身上，充分显示出跨越国界和地域的文化共通性。而从现实层面看，扮演阿桃的张静初，扮演阿夏的张家辉，扮演沙巴的李修贤，扮演姑妈的李丽珍都是当代知名影星，他们的明星身份在保障影片的商业收益方面功不可没，但也使影片在真实层面上有所损伤。尤其是张家辉饰演的阿夏说着一口带有港味的普通话，其外形和举止难掩香港演员的都市气质，与他所饰演的云南边境地区的瑶族人相去甚远。无疑，创作者为了迎合全球市场所做的这种选择，渗透着电影工业化生产的烙印。从创作主题来看，《红河》借阿桃和阿夏的畸恋，通过一个中越跨境的悲剧故事，完成了对社会历史转型期政治、历史、人性、爱情的深层叩问。影片中并没有关于政治的直接描写，但又似乎在以另一种方式提醒着观众，勿忘我们民族文化和历史的集体记忆。影片借沙巴在美越战争中留下的伤疤、假肢提醒人们，战争是真实存在并残酷无情的，但又反讽地通过沙巴走私美国香烟发家致富的经历，质问战争的意义和牺牲的价值。而影片中的越南元素和越南人形象，在某种程度上也反观处于社会转型期的中国社会和中国形象。当阿桃和同乡姐妹为了躲避搜查暂住证的警察四处藏匿的时候，我们仿佛看到了曾经偷渡到境外的中国人无处藏身的窘境；当阿夏雇佣阿桃为自己经营的街边卡拉OK驻唱，以一个美丽单纯的少女引诱异性赚钱的时候，物质欲望极剧膨胀之下人性的贪欲暴露无遗。《红河》用一个商业元素包装下的

^① 张旭东：《全球化时代的文化认同》，北京大学出版社2006年版，第392页。

爱情故事，融入了创作者对当下社会迷乱幻景中人的异化的忧思，这样的忧思无疑也较好地体现出全球化投射下的现代性反思。

在全球化语境下，少数民族题材电影是作为一种边缘电影和弱势电影而存在的。许多时候，它的创作不是从其自身出发作出对其自身生存困境的反思，而是从“他者”作为“被看者”条件反射式的一种反应。在对外国人形象的塑造上，一些影片用“他者”叙述确立对少数民族文化的多重认同。在“新世纪的少数民族题材电影中，外国人开始深入少数民族的心灵，并通过他们的视角，赋予了少数民族文化存在的合理性。”^①《别姬印象》通过两代外国传教士在云南彝族地区的见闻，不仅展现了20世纪20年代前后云南的社会历史面貌，民族风情和人文自然景观，也展现了西方文化进入云南少数民族蛮荒之地的过程。影片由一组云南的老照片和一本泛黄的日记而起，老照片和旧日记所具有的历史感和沧桑感，加上充满怀旧和传奇色彩的故事使影片具有了强烈的吸引力和审美张力。影片选择了一个“他者”的叙事角度，通过“他者”的视点讲述了彝族青年少冲和彝族公主诺珍充满传奇色彩、凄美悲壮的爱情绝唱，并表现出讲述者被超越种族、宗教之上的人性所深深震撼的文化认同感。可以说，这部影片为观众提供了一个重新观照民族文化的视角，即通过双向的互视——外国人与云南少数民族之间的互视，把云南的少数民族文化传播到世界，几十年后又把世界的反映带回云南。这是以前的云南少数民族题材电影未能涉足的领域，也是该片的独特之处和闪光点。

电影《大东巴的女儿》（2006）同样采用了一种文化互视的视角，塑造了来自奥地利的艺术青年杰克，主动学习东巴文化，积极投身于纳西民族文化遗产，并且帮助纳西族聋哑女孩和西寻找自我、树立信心，最终收获美好爱情的故事。影片通过和西对杰克从一开始的防备排斥到后来的心心相印，充分展现了少数民族与外来者的磨合过程。影片对杰克的身份背

景设置颇有深意，他来自洛克的故乡奥地利，洛克作为第一个把东巴文化介绍到世界的人，向世界宣告了东巴文化的存在价值和魅力，而27年后深受洛克影响的杰克，不远万里来到云南丽江重访洛克当年的足迹，并且主动肩负起传承东巴文化的重任，寓意着少数民族文化具有极大的吸引力，受到世界人民关注和传播的价值。这种将“他者”纳入少数民族文化传播的想象性叙述，与全球化在中国的逐步深入有很大关系。从这些影片中，我们可以看到，中国正以一种颇具民族自信和民族自豪感的心态迎接世界的目光，这是一个大国崛起的表现，也是一个国家走向强大的必由之路。但也有学者在评价《别姬印象》时指出，“作为一个旁观者，传教士带来的价值判断应该对影片主流价值观或做出修补作用，或形成对立和冲突，但影片中的传教士的作用并不明显，他既不是帮手，也不是敌手。从这一人物的设置可以看到电影创作者的矛盾心态，既想体现国际主义观，同时又要体现民族价值、本土价值，而影片对这两种价值观之间平衡点和分寸感的把握还有一些问题，所以传教士这一人物和某些连接的环节就稍显尴尬”。^②

事实上，《别姬印象》和《大东巴的女儿》在对外国人的塑造上，都存在失真性的问题。它们的成功和不足都折射出创作者在全球化语境下，调和东西方文化并迎合消费文化的矛盾心态。尽管影片表现出与世界对话的信心，但其对民族文化的内涵表达还是较为浅表的，仅停留在传奇叙事和民族文化展演的层面上，并没有触及东西方文化交流和碰撞中人在精神层面的深层问题。因此，这种“他者”的想象性叙述并没有真正抓住少数民族文化的精髓。

① 邹华芬：《改革开放三十年中国少数民族题材电影研究》，华东师范大学2009届博士学位论文，第36-37页。

② 裴旖旎：《“走出去”并“请进来”，开拓少数民族电影新领域——电影〈别姬印象〉研讨会综述》，《当代电影》2007年4期。

三、探索适应国际市场竞争的多元化创作格局

2002年加入WTO以后,中国电影投资主体渐趋多元化,形成了国有资本、民营资本、境外资本三足鼎立的态势,尤其是民营资本的迅速崛起,逐渐成为中国电影产业的一支主力军。作为中国电影的一个有机组成部分,少数民族题材电影的生产格局也因此而发生改变,除了国营资本继续扶持少数民族电影创作外,这个时期还大量引入了民营资本参与少数民族题材电影的生产。2005年的《怒江魂》由昆明美灿依然影视广播有限责任公司和北京新影联公司联合摄制,是云南首部进行市场化商业运作的少数民族题材电影。从影片内容的设置上看,该片融入了宝藏、复仇、爱情等娱乐片要素,同时还加入了傈僳族“上刀山”“下火海”等民俗仪式场面。而且《怒江魂》在演员的选取上也颇具商业意识,导演大胆起用了香港影星温碧霞以及因电视剧《情深深,雨濛濛》(2001)而聚集了人气的李钰这两位颇具票房号召力的女影星,同时还挑选因在《可可西里》中有出色表现的张磊担任男主角。这样,增添了影片的明星效应。在影片市场推广时,也进一步利用温碧霞的票房号召力来调动广大观众观影的兴趣。除此之外,在北京地区该片还展开了声势浩大的宣传活动:“该片的广告覆盖北京4500辆公交车车载电视、1000辆出租车车载电视、200个公交车站灯箱,甚至超过《指环王》《哈利·波特》等进口大片”。^①但影片最终并未取得预期的理想票房成绩。

新世纪以来,中国少数民族电影营销开始走出单一的影片营销模式,发展电影产业链和开发电影衍生产品成为这类影片市场化的新趋向。2005年8月,作为全国第一个少数民族地区省级区域影视产业基地云南影视产业基地的建立,标志着中国少数民族影视营销走上了一个新的台阶。云南打出“天然影棚”的宣传语,

吸引了大批中外电影人到云南取景拍摄,《千里走单骑》(2005)、《无极》(2005)、《千机变2》(2004)等影片就是在此号召力下选景云南的。

2006年由云南省委宣传部发起了“云南影响”新电影系列拍摄项目,该项目主要是以云南丰富的自然资源和人文资源作为基础,集结海峡两岸暨香港十位具有国际影响力的中国青年女导演,计划于2006年至2007年期间,在云南的十个不同地点拍摄制作完成十部标准长度的故事影片。作为“云南影响”新电影系列的影片之一,《这儿是香格里拉》(2008)由台湾才女丁乃筝导演,是大陆首个与台湾“表演工作坊”合作拍摄的电影项目。影片讲述刚刚痛失爱子的台湾母亲季玲在儿子遗物中一张纸条的指引下,来到云南香格里拉的圣山寻找答案。在寻访圣山的过程中,她重新认识自己生命的意义,并在一个藏族小孩的帮助下,解开了心结并重返家庭。贯穿整部影片的是“寻找”的主题,在影片自然清新、沉稳细腻的叙事影像中,通过一个“他者”在寻访圣山过程中的遭遇,展现了香格里拉迷人的自然景观以及当地少数民族群众睿智、热情的民族性格。与同时期内地拍摄的影片不同,台湾电影人的创作显得更富文艺气质,尽管影片也有商业性的元素,但更多地还是体现出创作者对神秘的少数民族文化的向往和关注。

2012年台湾导演魏德圣的影片《赛德克·巴莱》横空出世,再次显示华语影坛对少数民族电影创作多元化格局建立以及国际传播的关注。这部耗时12年,动用2万人进行筹备与拍摄,由台湾素人演员(非职业演员)和大量原住民参与创作的史诗性影片,以台湾历史上的“雾社事件”为蓝本,讲述了20世纪30年代,台湾被日本占领后,原住民赛德克族在马

^① 王敏:《少数民族电影路在何方?——从少数民族影片个案〈怒江魂〉谈起》,《电影评介》2006年第13期。

赫坡头目莫那鲁道带领下反抗日本统治的故事。这部电影获得第48届金马奖最佳剧情片等6项大奖,并成为第68届威尼斯影展正式竞赛片,而且它还是台湾影史上投资规模最大,票房收入最高的一部电影(获得约2亿元人民币收入)。与大陆地区少数民族题材电影的“边缘化”和低迷状态相比,这部台湾少数民族电影融合了艺术性、思想性、民族性、商业性于一身,显示出它独特的魅力。值得注意的是,导演魏德圣并非台湾原住民,但从影片筹备之初,他就多次到台南原住民生活的地区进行调查和采访,并用接近人类学者的方式对赛德克族和“雾社事件”展开研究,获取了大量一手资料。在此基础上,他起用了大量原住民演员,并对他们加以训练,使这群扮演赛德克族先民的人充分感受和领悟自己所饰演角色的处境和内心世界。在服饰、道具等方面,也尽量真实地还原事物的原貌,再加上使用赛德克族母语作为影片的主要语言,并配上富有原住民族韵味的音乐和歌曲,使得整部影片具有了浓郁的地域文化特征和民族特色。当然,这些都还是影片在表层上对少数民族文化的体现,真正使这部影片突显出区别于主流电影和主流文化的“异质性”的,是主创在影片中展现的原住民族复杂、多元的混杂文化身份和民族认同。影片设置了几个不同的赛德克人在对待异族统治时的不同态度:以莫那鲁道为首的崇尚勇武和自由的赛德克人,不能屈从与认同日本的统治,奋起反抗;以铁木瓦利斯为首的趋利避害、明哲保身的赛德克人,在面对日本统治时表现出来的摇摆立场;以花冈一郎和花冈二郎为代表的接受了日本文化教育的赛德克人,在两种文化、两种身份上所做的艰难抉择等。这种对多元的、混杂的族群身份认同的精准表述,都使得这部影片具有丰富的思想内涵。并且,“在对待历史的态度上,导演没有以历史老人或历史主人自居,没有戏说历史或将历史主流化。导演并非族群中人,但电影的视角

是从族群的内部发出来的,或者至少说导演的视角是平视的,既没有高居也没有仰望,真正的历史没有被遮蔽和扭曲,所以影片是富有质感的,是一部原生态的史诗大片……对于‘文明的冲突’这样一个永恒的主题,导演否定了简单二元对立的价值判断,否定用阻碍精神信仰的残酷压制手段进行文明的灭杀和吞并,呼唤着不同民族、不同文明之间的和谐。”^①这样一部有着深刻思想性和丰富文化内涵的少数民族电影,是值得我们加以认真分析和研讨的,它对于我们今天的少数民族电影创作无疑有着启示作用。



《赛德克·巴莱》海报

四、反思和建议

从以上的分析不难看出,中国少数民族题材电影在国际传播的路途上做了许多有益的努力和尝试,也取得了较好的成绩。但不能回避的问题是,这些影片在经济效益和传播效果上,还难以与国产大片抗衡,对海外市场的影响就更是微乎其微。中国少数民族题材电影距离真正的国际化传播和国际竞争尚有一段距离。

新世纪以来,中国社会的开放与包容已经为中国少数民族题材电影的发展赢得更广阔的空间,电影能够通过更艺术的方式寻找到政治功用和娱乐宣泄的制衡机制,如何实现电影的艺术功

① 王淳:《〈赛德克·巴莱〉学术研讨暨导演专家对话会综述》,《电影艺术》2012年第4期。

能、政治功能和娱乐功能之间的平衡，将是未来中国少数民族题材电影创作努力的方向。在国际传播语境下，我们不能过分强调走国际化道路而忽略了电影的民族品格，同时，也不能孤立地强调民族性而忽略了电影的时代性和世界性。真正优秀的电影，都是植根于民族文化，并且融合具有时代精神和现代电影语言表现手法的有意识之作。全球化带来的既是反思现代性和民族性的启示，也是如何更好地利用和表现民族文化的思

考。对少数民族题材电影而言，维护少数民族创作的本土化才是根本，本土化的根本性在于它为文化的价值实现寻找到了自身的根源和原动力。只有充分尊重少数民族文化，发掘少数民族文化资源，实现对内的凝聚力，才有可能提升其对外传播的影响力，从而提升中国影视文化的软实力和竞争力。

（作者单位 云南师范大学传媒学院）

■ 张含阳

中国电影的国际传播与中国价值

——“中国电影海外市场竞争策略
研究成果发布暨研讨会”观察

2014年10月18日，由中国艺术研究院电影电视艺术研究所主办的“中国电影海外市场竞争策略研究成果发布暨研讨会”在北京召开。来自国家新闻出版广电总局电影卫星频道节目中心、中国传媒大学、北京电影学院、上海交通大学、北京新影联院线公司、中国电影评论学会、《人民日报》社、文化艺术出版社等多家机构的十余位知名专家学者，就2013年度国家社会科学艺术学重大项目《中国电影海外市场竞争策略可行性研究》阶段性成果《大电影的拓展——中国电影海外市场竞争策略分析》进行深入研讨。该成果由首席专家丁亚平主编、文化艺术出版社2014年8月出版，全书近40余万字。与会专家充分肯定课题组的成果，认为在中国电影的国际化转型中，积极开拓中国电影的海外市场，完成中国电影的国际化转型是提升中国电影及国家文化的海外影响力的重要组成部分，今后课题组应当努力学习贯彻习

近平总书记在文艺工作座谈会上的讲话精神，用以指导今后的研究工作。部分该课题的课题组成员参会，研讨会由子课题负责人、影视所副所长赵卫防主持。

中国艺术研究院电影电视艺术研究所所长、项目首席专家丁亚平研究员向与会专家介绍了一年以来课题组的研究情况。中国艺术研究院所承担的2013年度国家社会科学艺术学重大项目《中国电影海外市场竞争策略可行性研究》，是目前为止国家社会科学艺术学重大项目中唯一的电影方面的题目。自2013年6月获得立项以来，课题组紧紧围绕着中国电影海外市场竞争策略这一核心主题，多次展开学术研讨和调研活动。在全国艺术科学规划领导小组办公室、中国艺术研究院院领导的指导下，经过课题组全体成员的共同努力，在2013年完成了阶段性成果《大电影的拓展——中国电影海外市场竞争策略分析》。这份研究成果由六大部

分组成，分别是《中国电影市场竞争的现状 & 外国电影竞争力的启示》《国际化转型与内容生产策略、海外市场受众心理》《大电影、业态转型与中国电影海外竞争》《中国电影海外市场投融资与推广模式》《华语电影的合作与融合》和《中国电影海外市场政策及国家战略发展》。

本阶段性成果不仅详尽分析了2013年度中国电影国际化的现状及问题，而且提出许多针对性的对策。近些年，中国电影海外市场



《一代宗师》剧照

推广取得了一定成绩，但依然没有改变中国电影海外市场竞争的弱势地位，造成这种现象主要有以下几个原因：第一，政府在中国电影海外市场推广中缺乏清晰的政策和战略；第二，电影文化产品缺乏明确的中国价值观和国际市场竞争意识；第三，中国电影产业缺乏品牌意识和产业带动性。基于此，课题组提出了提高国家战略和政策的执行力、反思文化产业发展的规律、打造具有国际竞争力的电影产业链和文化品牌、努力培养中国电影国际贸易人才等对策建议。习近平总书记目前在文艺工作座谈会上的重要讲话，对今后文艺创作及繁荣发展做出了明确指示。而中国电影“走出去”是这

一伟大战略的重要组成。随着中国电影产业崛起，开辟中国电影的海外市场就成为从电影大国迈向电影强国的重要途径。电影产品是中国形象、中国故事、中国核心价值观的承载者，实现中国电影的国际化传播，中国的价值观才能赢得全球的尊重和认同，才能提升国家文化软实力，实现民族复兴的中国梦。

北京电影学院陈山教授指出，《大电影的拓展——中国电影海外市场竞争策略分析》一书提出了一个很重要的问题，就是中国电影怎么

在海外进行有效的传播，提升中国文化在国际上的影响力。这本书有几个突出的特点：第一，对学术研究方法和科研方向有重要的启示。无论是研究电影史，还是电影理论，在原有的框架下进行的技术研究、应用研究，大多是一种经验性研究，研究成果不能直面错综复杂的国际国内电影业的发展现状。这本书做得比较好，既涉及应用、实践，又有理论的融入和建设；既有理论性的分析，又有数据性分析；既有世界各国电影业的分析，又有中国电影类型分析。这是对原来电影研究的突破，值得肯定。第

二，课题组成员分工明确、密切配合。这是一个集体性的研究项目，有二三十位研究者，基本上充分发挥了每个人原有研究的长项，这保证了研究的质量，并且资深研究人员与青年学者搭配在一起，也能起到传承的效果。第三，紧跟电影最新发展现状。现在互联网电影、大数据等都是很热的话题，这本书中也有所涉及。传统电影已经遭遇到巨大的挑战，互联网将改变电影的生产模式和传播模式，甚至院线电影也会被改变。这些电影业态的巨大变化，值得深入探讨。第四，提出政策建议。这本书针对当下中国电影的问题，提出了大量的政策建议，比如国家整体的战略规划、如何调动市

场走出去的积极性以及在融资、推广等方面借鉴互联网思维，这些对推动中国电影“走出去”都是至关重要的。

国家新闻出版广电总局电影卫星频道节目中心副主任陆弘石研究员，认为这本书有很多非常新鲜的思维。他认为，中国电影为什么走不出去，确实是业界很焦虑的一个问题，大而广之是中国文化的整体焦虑。因此，这个重大项目的重大意义不言而喻。从学科建设的角度来说，国家在海外传播方面也做了不少工作，有政府行为，也有市场行为，但这些行为比较缺乏学理上的研究，这本书正好填补了这方面的空白，具有开拓意义。其中，有两个东西结合得非常好，第一是基础性工作。这本书对中国电影海外市场竞争的基本情况做了详细的描述，包括数据、各个国家的情况介绍等，这为我们了解这方面的情况提供了指南；第二是站在世界看中国的视野。我们经常习惯从中国看世界，缺乏从世界、从人类的角度看中国，从海外市场的角度反观中国电影，会看到很多从中国电影内部看不到的东西。

目前，中国电影的对外传播主要有四个渠道：第一是竞赛型渠道，就是参加国际电影节；第二是中国政府搞中国电影展；第三是进入海外的院线市场；第四是用电视媒体传播。到现在为止中国电影频道在北美、法国、马来西亚和中国香港地区都有落地频道，当地以付费的方式来收看，可能用户数不是特别大，但还是有几万户，播的所有片子都是国产片。2013年广电总局抓了一个“1052工程”，就是一年在海外播出10部电视连续剧、52部电影。在非洲一些国家的黄金时段，一周播一部中国国产片；还有就是在戛纳电影节举行了五年“中国电影之夜”活动；在美国和当地团体联合举办两个电影节，规模越来越大，影响也越来越大。

这些年，国家在对外文化传播上有一个口号，是“中国立场，国际表达”。这句话应该



《卧虎藏龙》剧照

辩证地理解，一方面文化传播应该用好国际表达，这样外国人才能接受和看懂，另一方面采用国际表达的过程中也要有中国立场，如果放弃中国立场也是不对的。落实到中国电影上，就是故事求异、价值求同，形式求异、主题求同。只有这样才能用国际化的语言讲中国故事、传播中国精神。

北京新影联院线公司总经理周铁东译审结合自己从事中国海外市场推广十多年的经验指出，近些年中国电影“走出去”可以说是“举步维艰，任重道远”。目前在文化上，西强我弱，西方文化是绝对主导，中国电影想走出去不容易，中国能走出去的电影类型还是古装武侠片，这里面有各种各样的因素。首先，要搞清楚中国电影的国际坐标，比如这本书对伊朗电影、印度电影的海外推广工作都做了很好的研究，这对中国电影来说有重要启示。其次，对国家战略的反思。任何国家电影走出去都只能是国家行为，这方面法国做得比较好，印度也不错，值得中国借鉴。再者，电影的商业输出很难。法国每年四百多部电影在国外放映，但票房只有8亿欧元，他们是国家出钱免费供给海外频道播放，扩大法国电影的影响力。这是中国需要完善的。

中国电影评论学会会长章柏青研究员对课

题阶段性成果的出版表示祝贺，认为这本书写得很扎实和认真，思路也很清晰。这本书有几个突出的特点：首先是理论与实践相结合。现在搞电影创作的人与搞电影理论的人不交流，这对双方都是不利的，这本分析了很多具体的电影创作，这对电影生产者也是有帮助的。其次，回顾历史，对与中国电影海外传播有关系的电影史也进行了反思，以史为鉴也是影视所电影史研究的专长。第三，与当下中国电影发展现状结合得很紧密。现在电影产业发展很快，这本书也及时地关注到最新的状况。

中国传媒大学文学学院院长周靖波教授认为，电影是一门现代工业艺术，从诞生之时就涉及市场化、国际化的问题，这跟文学戏剧音乐等其他艺术不同。从国家层面而言，开拓中国电影海外市场是为了输出价值观。从电影史上可以看出来，在20世纪三四十年代中国电影市场中除了本土电影以外，还有美国好莱坞电影，当时上海电影市场是美国好莱坞电影市场的一部分。到了1949年以后情况变了，在话剧《霓虹灯下的哨兵》里面可以看到两张海报，一张是好莱坞电

影《出水芙蓉》，另一张是解放区歌剧《白毛女》，随着剧情的发展，后来《出水芙蓉》海报不见了，预示着无产阶级和资产阶级在南京路上第一次交锋，无产阶级胜利了，暗示着中国电影的海外市场也消失了。改革开放以后，好莱坞电影重新进入中国，中国电影也开始走向国际。电影毕竟是文化产品，这就涉及讲述中国故事的问题。80年代中国电影在国外获奖，基本上是用西方视角来讲中国故事，到90年代很多艺术家都是揣度西方人的心理进行艺术创作。这就是文化后殖民的问题。随着中国崛起，我们更强调用中国的方式来讲中国故事，立足于中国传统，来传递中国价值。当然，西方视角和中国视角也不是截然对立的，像好莱坞的《功夫熊猫》在反映美国价值观中也融入了中国的价值理念。其实，中国和美国、中国和西方的价值观也不是截然对立的，应该能找到共通和融合的方式。我们要铸造中国梦，要以一种健康的心态面向世界、走向世界，而不是展示我们的苦难。像人与自然的主题、环保主题，都是人类共通的主题。

上海交通大学电影电视系主任李亦中教授



《功夫熊猫》剧照

指出，中国电影票房很高，但在国外的影响力却有限，就像冯小刚的电影、徐峥的电影，都很难实现跨文化传播。中国电影推广要着重两点：第一是国家行为与公司行为结合，国家要出政策、公司也要积极参与，毕竟海外市场对国家、对公司都有利；第二是，海外市场要有区分，对于中国电影来说，东亚市场相对容易些，就像吴宇森的《赤壁》虽然在国

内有争议，但在韩国、日本的票房还是不错的，因为“三国”文化在他们那里也很有影响，相反到了美国就很难有票房，因为西方人根本不知道“三国”是怎么回事。另外，非洲也比较喜欢中国文化，比如中国的电视剧在非洲很流行。这些都是具体的国际化策略。

《人民日报》文艺部理论评论室主任刘琼指出，课题组具有扎实的学风和文风，有国际化的视野和坐标。文化海外传播是特别复杂的问题，既涉及理论，又涉及具体的实践。文化“走出去”也不是一个新话题，关键是文化要有自己的核心竞争力和影响力，首先要占据中国市场，要让中国老百姓喜欢看，这本身就是很大的市场；其次是进行海外交流，交流的方式也有很多，有政府的、市场的、民间的等。中国电影“走出去”也不是一个今天出现的问题，以前中国电影尤其是武侠电影对东南亚市场有很大的影响，包括90年代的香港功夫片、动作片对好莱坞也产生过影响，这些都值得当下的中国电影人借鉴。另外，我们往往更重视文化“走出去”的数量，而忽视质量，这也是不对的，作品本身的质量是不是过硬，直接关系到作品的传播效果。这些都需要我们的文艺工作者做出长期的努力。

文化艺术出版社副总编辑李世耀从出版



《中国合伙人》海报

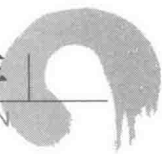
的角度谈了中国文化国际推广的问题。他认为，中国现在经济上是大国，文化上要走出去还有很长的路要走。现在国家也很重视出版行业走出去的问题，鼓励国内出版社去国外参加书展，虽然效果不是很好，但也是走出了第一步。第一，文化输出需要国家从战略高度来推动，有顶层设计，毕竟文化是国家的软实力，是国家形象。“二战”之前，美国的大众文化很难进入欧洲，因为欧洲文化有优越性，但“二战”后美国凭借着马歇尔计划，搞文化输出，现在美国文化在欧洲也是强势文化。第二，文化产业要有创意和新意，不能只靠山寨，要有本民族的特色，就像法国文化、日本文化都有很鲜明的特色，包括近些年韩国文化输出做得这么好，也是因为用现代手法传递民族的文化。文化艺术出版社编辑谢阳作为本书的责任编辑，认为互联网已经改变很多文化行业，包括电影、出版，以后数码文化产品会越来越多，而且各种文化形式会更加整合起来，比如一个数码复合产品，既包括影像、视频，又包括文字，对文化传播的形式和效果会产生很大影响。

子课题负责人、中国艺术研究院电影电视艺术研究所高小健研究员谈了研究过程中的困惑。首先，文化输出时要注重潜移默化、水到

渠成，不能太具功利色彩，国家层面的工作是最重要的；其次，文化有差异，但文化价值观念可以求同，这对中国电影走出去也很重要；最后，中国电影自身也存在一些矛盾，价值观和票房经常是不协调的，票房高的电影口碑不好，口碑好的，票房又不成功，确实和好莱坞电影、印度电影还有一定的差距，这又涉及中国电影的评价体系和标准的问题。子课题负责人、中国艺术研究院电影电视艺术研究所秦喜清研究员也认为中国电影走不出去与中国缺乏

稳定的、清晰的价值观有关。近些年，互联网对中国业态的影响很大，比如腾讯、阿里巴巴都进军电影业，实际上已经改变了传统电影业，把传统电影整合到互联网产业中，极大地改变了电影的生产和发行环境，是很值得关注的问题。另外，中国电影海外传播是一个系统工程，涉及政策、法律、知识产权保护、盈利等很多环节，需要通盘来考虑。

（作者单位 中国艺术研究院）



黄德泉

首部国产有声电影考辨

提 要 “明星影片公司的《歌女红牡丹》是中国第一部有声电影”之论断似乎早已成为定论而毋庸置疑，然而也许事实并非这样，因为它不是片上发音之有声电影，而且即使是从所谓的蜡盘发音之“有声电影”而言，它也不是第一部。既然如此，那么首部国产有声电影又究竟谁属呢？有鉴于此，本文在就有声电影的国内外相关历史事实作了一番梳理之后，又对各相关影片进行了考辨，结果是：明星影片公司摄制的《歌女红牡丹》无论如何也称不上是中国第一部有声电影，而华光片上有声电影公司出品的《雨过天青》则或许可当之无愧。

关键词 有声电影 国产影片 第一部 考证

“明星影片公司的《歌女红牡丹》是中国第一部有声电影”之论断似乎早已成为定论而毋庸置疑。何以如此？因为五十年来一直被奉为“权威”的《中国电影发展史》就作了这样的认定。该书如是说：“这部影片于1931年3月15日在上海新光大戏院首次公映。因为是中国的第一部有声片，它当时不仅轰动了全国各大城市的观众，同时也吸引了南洋的侨胞。”到底《歌女红牡丹》有没有资格被称为“中国的第一部有声片”呢？有鉴于此，本文拟从有声电影的相关历史事实表述入手就首部国产有声电影究竟谁属之问题进行考辨。

有声电影发明及其在上海之首映

经过科学家和艺术家们至少三十年的努力探索与试验，有声电影的研制最终于1925年在美国获得成功。在有声电影的发明过程中，先后出现过三种不同的有声方式，其中只有片上发音的有声电影得以最后胜出，并迅速被推广流行。这三种不同的有声方式分别是：

（一）最初的有声电影——不过为电影机和留声机的连络工作。当在摄影片时，同时以留声机收音。其片与平常唱片亦无异，惟直径较大，可供较长时间的歌唱。于影片及声片之上，各有起点。在开映时，摇动影片，同时因杠杆的连络，留声机亦开始旋转。因影片与声片之速度有一定之比例（通常影片每分钟一百英尺，声片三分钟

一百转），故声与影完全互相符合。但此种装置只适用于连续不断的歌舞。若起点弄错，则声与影更无法符合。更且发音在看众背后，不能同银幕上如出一口。凡此种种缺点，故已淘汰不用了。

（二）过渡时期之有声电影——维太风（Vitaphone）——维太风的结构，同上相仿：不过用电把声音传至幕后。当声片转动时，因针头的振动，发生强弱不同的电流，通到幕后，经真空管的扩大，在幕后之喇叭中放出。幕上更有许多小孔，盖使其音类似出于剧中人之口吻。机内又装设减声机，以减去由针头与音片摩擦之嘈杂声。

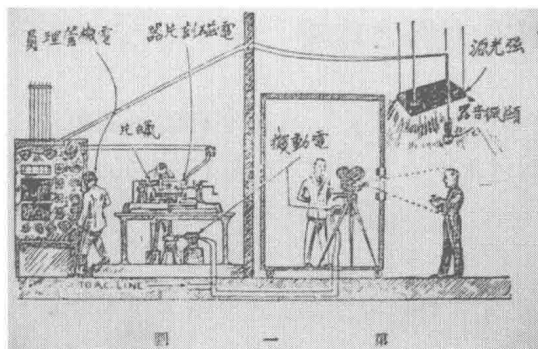
（三）现在的有声电影——慕维通（Movietone）——因音与光变换的发明，因此有声电影也圆满地造成了。在摄影的时候，由电的作用，把声音波浪变成疏密强度不同的光波：由摄影机摄入。其形状为黑白相间的条纹，有疏，有密。这种音波片子，附着在影片的旁边。在开映的时候，光线射过影片，同时也射过声带，而达光电器上（Photo electric cell）。使其还原而成音浪。此种类似大灯泡之光电器，能依受光之强弱，而发生大小不同之电流，再经真空管之扩大器，而达台后之喇叭而放出。

现在的有声电影，都是第三种。原理是非常简单，但是由音变光，由光变音，□的二个光电器的制造，却非常复杂。^①

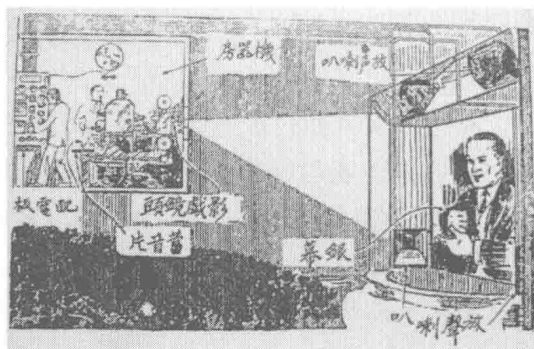
上述三种不同的有声方式，它们的发明经过及其工作原理如下：

在电照管未发明以前，虽然也曾有过发声影戏，大都是勉强作为的。最初是爱迭生，他很早就想发明这个。他的方法是将蓄音片和影片，以同速度使其动作，互相应合。可是不久就受淘汰。因为他有很大缺点：就是蓄音片的面积很小，所蓄的音分量不多。且有时影片偶然中断，那蓄音片中所发的音，也就难和影片的动作符合了。迨至一九二四年，虽有狄法勒氏创制一种Phonofilm，及贝尔电话研究所所制成Vitaphone，一时博得科学界的欢迎，但是终不离爱迭生所创的方法，因而仍免不了相同的缺点。

Vitaphone的 如第一二两图。当制影片的时候，由传音器所收得的声音，化作电的振动，传到制蓄音片的场所，把电能放大了，直接刻在蜡片上。因为摄影及制蓄音片两部分，各用同速度的电动旋转机器，所以所收得声和影的速度，一概相同；至演映时，则将蜡片装于映片机之旁，也用同速度电动机使影片和蜡片旋转。



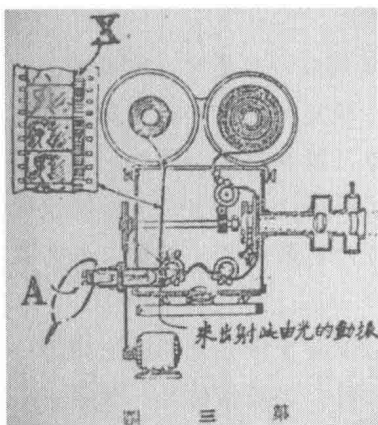
图一



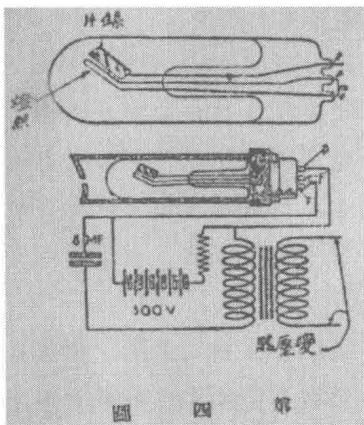
图二

① 见1932年8月1日上海《申报》本埠增刊（一）“有声电影”一文。

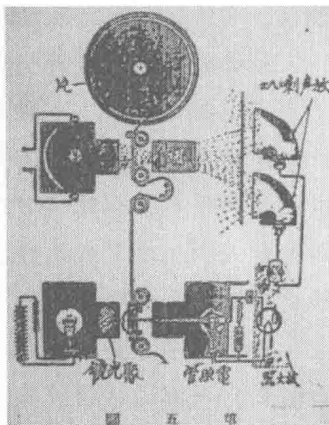
最新式的发声影戏名做Movietone，是在一九二五年由许多艺术家和科学家联合在美国Fox Case Laboratory研究出来的。摄影场系特别建筑，四周围以双层隔绝声浪的墙，以使外界的声浪完全隔绝。其余尚有种种特殊布置，现在暂且不提。演员于表演时，奏乐或谈话的声浪，感到显微音器。因声浪的振动，使其中的电流也发生振动，再把那振动的力放最大，另用一种特殊的发光器，使振动的电流变成振动的光，射到影片上，就描成了有粗细深浅的条纹，附在影片的旁边，如第三图X就是记声的地方。



图三



图四



图五

这发光器名AEO管，形状如第四图，管中含有镍片及灯丝，因为灯丝上有硷土金属氧化物（Alkaline earth oxide）附着灯丝上所发的光，光化力极强。这管装置于摄影机之后，（第三图A）由显微音器所传达的声振动，化作电振动，使AEO管的灯丝发出振动的光，直接照在感光片上。那粗细深浅的条纹，就是由声的振动所变成的光的记号。

当这片开演的时候，作用正是相反，如第五图所示，系于普通机器之外，增加一变声器。另用一光源装于片后，使其焦点聚集在一条细缝上。因光记号的片，其条纹有粗细深浅的分别，所以透过的光线，也就有久暂明暗之分，这光线射到电照管上忽强忽弱，电照管的金属片，就发生电子，成为电流，或大或小，或多或少，经过放大器，就能使喇叭发出巨大的声浪。这喇叭装在银幕之后，所发的声音好像是由银幕上的人发出来的一般。这种影戏去年曾在上海开演过了。^①

在以上三种有声方式中，后来的人们虽然早已把第一种“最初的有声电影——不过为电影机和留声机的连络工作”排除在有声电影之外了，但是却依然把第二种“过渡时期之有声电影——维太风（Vitaphone）”与第三种“现在的有声电影——慕维通（Movietone）”相提并论，认为它们都是有声电影。

有声电影发音之方法，略言之，可分二种。一为使用留声机唱片相同之唱片发音，使其回转时与放映机相伴，此谓之维太风Vitaphone。一为在片边上之光条所发音，谓之慕维通Movietone。

维太风于一八九四年由美国怪杰爱迪生氏发明，其音收于零外之圆片上，在戏院放映时，用电留声机发音，同时扩大其音，以电线通于银幕后之喇叭，于是再由喇叭

① 林履彬：《发声电影及电传形象发明的经过》一文，载《东方杂志》第24卷第15号，商务印书馆1927年版，第53-55页。

内放出音响言语等声。此法之麻烦处即收音与摄影之时间，须配之极准，即在戏院放映时，亦须预先试正。转电留声机之小马达，与转片之马达，必须快慢适当，务使声音与动作相吻合。倘若双方不合，或片中断去数尺，则我人见剧中人之唇已动，而音语未来；钢琴盖未开，而音调已锵锵出，以致弄得笑话百出。此为维太风之弱点，其他如声音之不清楚，并有蜡片旋转时之杂声，或多映数次后音片上之细纹刻平而使音糊涂，皆令观者不满。沪上所映之《歌女红牡丹》即此维太风发音。然万事必有进步改良，今风行一时之慕维通即可免此弊矣。

慕维通为美国人特福勒斯De Forest博士所发明之方法制成，当是时，欧洲各国对于有声电影之机械亦有种种之发明，但最须向之致谢者，即发明将音波摄为照片之波纹之路麦罗氏。今能使有声电影更进步者，则为光电池与三极真空管。无论何种有声电影皆须用此，以增其效用也。光电池可使音波变为皱纹而摄于片边上；三极真空管即如吾人所见之无线电收音机中之真空管，当收音与发音时皆需要之。以上二器为慕维通中最重要之机件。

收摄有声片时，声音与光线有同样之重要。演员之动作与言语亦须同时注意。一面摄影，一面送话器收音。送话器即如无线电播音用的相同，但较精细耳。音语一入此器，再由增幅器扩大之。（此器蜡片收音时亦用之；即放映时亦不可缺此；又无线电放送接收之机中亦用增幅器。）

音波经增幅器后所成之电流，即送入一能使光源生变化之电泡中，因此电泡中光度之变化强弱粗细，乃感影于影片之旁边，成短而横的条纹。其条纹甚细时，则音高而尖；甚粗时，则音低而钝。放映时，此摄成之片须通过光电池之前面，由光电池所来之电流，通过增幅器而增大之；然后再通至增幅器中，而送于银幕后之喇叭中，传入观客之耳，观客目中所见之表情，亦与音语符合，此即慕维通胜过维太风之要点也。^①

上述引文把蜡盘发音的维太风和片上发音的慕维通都当作是有声电影，而不认为最初用留声机发音的电影是有声电影。殊不知，如其所称，维太风实质上仍旧是“用电留声机发音”的。既然可以把最初用留声机发音的电影摒弃在有声电影之外，那么理所当然的，也应该把维太风蜡盘发音的电影排除在有声电影之外了。

在有声电影的发明过程中，各种有声方式的试验成果都曾比较及时地出现在上海出现过。兹把它们在上海的首映情况分列如下：

最早的所谓“有声电影”曾于1913年12月29日在上海礼查饭店楼下的戏院首映，并在此持续放映一周，随即又在维多利亚戏院和东京活动影戏园相继连续公映近二十天时间。此后一年间，此种“有声影戏”又多次上映于一些戏院，如夏令配克影戏园和民兴社等。据当时的开映广告所称“美利坚国博士伊地臣君始创电话及头等画片配置衬声机器”一句可知，估计其即为上述第一种有声方式——不过为电影机和留声机的连络工作。

至于上述第二种和第三种有声方式，即过渡时期的“维太风（Vitaphone）”蜡盘

① 乃微：《有声电影》，载1932年4月3日上海《申报》本埠增刊（一）“大众科学”栏目。

戲影聲有到新

演開夜日起號九念月二十歷陽於準

目價	半息戲白號特福充同國首者加工可界凡畫臣美
三二頭	每院渡起茲伏智胞銀境與以誠贈時滑片君利
等	晚日日橋即擇希羅及約此心琴爲出事稽配始堅
等	九二夜禮星於一又時直項悅師空神均飽置創國
等	時時開查期本惠得行接新日樓前入可情鑲電博
五	至半演飯一月顧無樂運甚不聲絕化傳戰聲嘉學
一	十至星店假二掃上既來均當同後巧形爭樹及士
元	一四期樓座十徑之可凡由身演之贅傳及器頭伊
角元元	時時休下外九以眼瞋我美歷閱技天聲世舉等地

影院为新生事物有声电影所做广告

发音方式和真正的有声电影“慕维通 (Movietone)”片上发音方式^①，因其发明的时间间隔不过一年而已，且其主要发明者又均为美国电学家特福莱特博士 (Dr. Lee De Forest)，所以当1929年上海的影院开始流行有声电影放映之初，此两种有声方式曾同时在上海出现一段日子。如1929年9

月7日光陆大戏院重新开幕时，所安装的有声放映机器就是“维太风 (Vitaphone)”，而大光明大戏院则“不惜重金·特向美国购得最新式最完备之慕维通Movietone与维他风Vitaphone有声机二座·组织极为繁杂……装置时工程浩大·费时一月……此机之装置·在上海影戏院中为开山鼻祖”^②，并于1929年9月3日首映维他风Vitaphone蜡盘发音之《荡妇愚夫》电影，又加映慕维通Movietone片上发音之《蒋介石主席演说三民主义夫人宋美龄女士演说妇女责任》新闻片。

尽管蜡盘发音的“维太风 (Vitaphone)”要比片上发音的“慕维通 (Movietone)”早问世一年，但是“慕维通 (Movietone)”却捷足先登到上海，于1926年12月18日至23日在百星大戏院连续上映六天，突破预定期两天。有关这次有声电影的公映活动，上海《申报》等各大报纸均有连续报道及广告介绍，而且还有“悬奖一千元”活动，说是谁能证明该影片不是片上发音的有声电影便可得奖，其用意当然在于告知观众此影片的确是片上发音之有声电影。

轰动全球之科学新发明有声影戏、由百星大戏院向美国以重价租运来申、开映以来、已有二天、每日每次无不满座、昨日天雨、终日人数依然未减、尤以科学界及教育界人为多、盖该院对于此项有声影戏、绝对公开、观众倘欲参观映机影片及扩音器等、莫不竭诚招待、详为解释、间有一二未知科学原理者、以为此神秘之新发明、绝非事实、仍以为用留声机辅佐者、故该院特悬奖一千元、倘能证明该声非由影片上之深淡色纹感受光度之强弱、发为声浪、再以电波传布于扩音机使全院均能详细闻见者、或欲留声机辅助者、当如数奖给、想电光声学及影戏各界莫不争先往观、闻开映尚有二天、即须运往外埠云^③

因此，“……有声影戏的到中国来、恐怕便以这次在百星开映为第一次、不过这次所开映的、一张片子、并不是有系统的一部影片、全片一共有十七个节目、其中关于音乐和跳舞的、却占了大部、当在银幕看见奏乐的时候、我们的耳鼓中、便有音乐的声调、从音波中传了来、一时观者掌声如春雷、虽说是由于少见的关系、但是当时

① 在没有实物的情况下，仅从字面上区分是蜡盘发音方式还是片上发音方式的影片，其简单的方法之一就是从其品牌名称来分辨：若其英文名称中有后缀“-phone”（汉译或中文后缀为“风”）的，则基本便是蜡盘发音方式，如华纳公司的“维太风 (Vitaphone)”、百代公司的“富托风 (Photophone)”、百代公司与明星公司合作的“百明风”等等；而凡是英文名称中有后缀“-tone”（汉译或中文后缀为“通”）的，就是片上发音方式，如米高梅公司的“米曲罗通 (Metrotone)”、福克斯公司的“慕维通 (Movietone)”、明星公司的“四通达 (Startone)”、石世磐发明的“爱丝通”、颜鹤鸣与苏祖国发明的“颜苏通”，等等。

② 见1929年9月1日上海《申报》头版“大光明开映有声影戏宣言”广告。

③ 见1926年12月20日上海《申报》本埠增刊（六）“有声影戏悬奖一千元”消息。



《飞行将军》在广告中宣称是“中国第一次公映有声电影”

声电影”，但不过是院方的自吹自擂罢了。

夏令配克影戏院所放映的所谓“有声电影”至少在1929年上半年的时候也只是“富托风Photophone”之蜡盘发音方式而已。

何以见得呢？有当年隶属于孔雀影片公司的夏令配克大戏院所声称自己是“中国独家开映富托风有声电影之影戏院”之广告为证。



故事片和慕维通Movietone片上发音之《蒋介石主席演说三民主义 夫人宋美龄女士演说妇女责任》新闻片之后，慕维通Movietone片上发音有声电影才开始迅速在上海的首轮影院中流行起来。

国产有声电影之创制

当1929年底上海的首轮影院盛行放映外国有声电影之时，创制国产有声电影的实践也随之开始了，而且在不到两年的时间里，可称得上是国产片上发音之有声电影便公映了。

国产有声电影的创制历程，勉强而言是从上海语的方言电影开始的。而这些上海方言的所谓“国产有声电影”早在1930年1月30日（农历春节）起便在新爱伦大戏院公

的盛况却可见一斑了”^①。

虽然1926年12月18日至23日在百星大戏院所放映的有声电影并非故事片，但是它的的确确应该是有声电影在上海乃至中国的第一次公映。

而至于1929年2月9日（农历除夕）起在上海夏令配克大戏院所上映的《飞行将军》有声片^②，虽也号称是“中国第一次公映有

① 哀夫：《观有声影戏记》，载1926年12月20日上海《申报》本埠增刊（六）。

② 《中国电影发展史》误把1929年2月4日上海《申报》等所刊发的该片广告日期当作了该片的首映日期。

映了。据1930年2月5日上海《申报》头版的一则题为《请看新爱伦大戏院新发明国产有声电影》的广告宣称：

窃自有声影片输入沪埠以来 各大小戏院咸争先恐后陆续开映 惟其所用均属外国影片 至于国产有声影片则闻无所闻 利权全为外人所垄断 殊堪痛惜 本院主人谭君有鉴于此 特聘沪上名剧专家多位 费尽数月心血将国产影片用上海方言编成对白影片 开空前未有之记录 且所映各片均沪上著名影片公司之出品尚未一映入沪埠人士之眼帘者 其名贵可想而知 现由废历元旦日起特将在沪初次出现 本院首先开映之大东海滨长城等公司名贵出品 美人劫 大侠张汶祥 风流督军 大闹摄影场等片先行试办 门票售价一律照旧 承蒙 各界光临指教 曷胜荣幸

据不完全统计，自1930年1月30日起至5月31日止，在新爱伦大戏院上映的“上海语对白国产有声电影”有近40部，这些影片包括：《战地鸳鸯》《江湖十四侠》（复旦）、《金岛魔王》（暨南）、《上海一舞女》（大中华百合）、《混世霸王》《寻父遇仙记》《漂流侠》《雪中孤雏》（华剧）、《大人国》《江侠士刺虎》《大破高唐州》《武当山大侠》《夜光珠》《侠盗一枝梅》（长城）、《汪洋大盗》《百劫鸳鸯》《续关东大侠》《续王氏四侠》（大中华百合）、《聪明笨伯》《隐痛》《昆仑盗》（沪江）、《九美夺夫》（复旦）、《银枪盗》《小侠客》《女剑侠》《父母的希望》《奇侠救国记》《战海精忠》《两矮争风》《秘密宝窟》《山东镖客》《铁血红颜》《江南女侠》（长城）、《大侠张汶祥》《红蝴蝶》（上下集）、《大闹摄影场》（长城）、《美人劫》《风流督军》（长城）等。

究竟“新爱伦大戏院新发明上海语对白国产有声电影”的有声方式是怎样的呢？据当时看过这种“国产有声电影”的一名观众所记：

几个月前。给一家影戏院的诱人广告所动。说“开映国产有声片”。跑去一看。不禁失望。原来依旧是无声影片。不过用了两个活人依照片中演员所说的话来说一遍罢了。这一件事。实属滑稽得很。据说。在当时电影检查会因其意图蒙混。曾经去函警告。到现在。果然已经不见。但于此我就感觉到中国真正的有声电影之应时而产生。实是一件必须的事。^①

如此看来，这最早出现的一批所谓的“国产有声电影”，其有声方式原来是在放映无声影片的过程中利用活人进行现场配音。而这种由放映机构主持而无制片公司参与的既不是留声机发音，也不是蜡盘或片上发音的有声方式，亦可谓有中国特色。它虽然“滑稽得很”，但毕竟开启了国产有声电影创制的序幕，而可能正是由于受此刺激，上海各大小影片公司似乎都对国产有声电影的创制跃跃欲试，其中下列一些影片公司的实践可谓争先恐后。兹按各公司所出品影片的公映日期之先后顺序概述如下。

首先是民新影片公司的尝试及其出品。当“上海语对白国产有声电影”在新爱伦大戏院的开映落下帷幕之时，由该公司代理摄制的《野草闲花》影片正准备着手后期制作。为了“开国产有声影片之先河”，作为该片出品方的联华影业公司决定仿效美国最初的蜡盘发音之有声电影制造方式——片中一部分为真音唱歌，一部分为配声，

① 北宫：《中国的有声电影》，载1930年8月26日上海《申报》第17版“自由谈”专栏。

其余则特聘音乐名家配以中西音乐，而并非对白声片——进行国产有声电影的试验工作。半年之后，这部由大中华唱片公司收音的号称“中国第一部配音唱歌有声巨片”的《野草闲花》于1930年12月3日在北京大戏院首次公映。

虽然《野草闲花》严格来说还称不上是有声电影，因其仅仅是一部分配音的，而且还是蜡盘发音方式的电影，但也总算得上是中国有声电影在创制成功之前的一个实实在在的先声。

继《野草闲花》之后，暨南影片公司出品配音歌唱有声片《白雀寺》于1931年1月4日起在中央大戏院公映，其有声方式与《野草闲花》一样也是部分配音。

至于号称是“中国第一部全部对白歌唱有声百明风影片”的《歌女红牡丹》则于1931年3月15日在上海新光大戏院首映。该片由民众百明风国产有声电影公司出品、明星影片公司摄制、百代唱片公司收音，为全部对白歌唱之蜡盘发音有声方式。本片约六个月的摄制始告竣工，又月余后才公映。不料，该片在公映近三个月之时，却因其有辱国体而被当局的内政教育两部下令禁止出口。在《歌女红牡丹》之后，该公司出品的另一部蜡盘发音有声方式的电影《如此天堂》又于1931年9月10日同样在上海新光大戏院公映。

虽然几乎与《歌女红牡丹》同时告成，由一鸣有声电影公司出品、友联影片公司摄制的《虞美人》却直至1931年5月24日才在夏令配克大戏院公映。该片虽然同样采用蜡盘发音的有声方式，但是除了歌唱对白有声之外，还配有音乐，号称：“这才是中国真正成功的完善有声片”。

而号称是“中国第一部片上发音全部对白歌唱声片”和“中国有声电影片上发音的开山鼻祖”之《雨过天青》则随后于1931年7月1日起在新光大戏院正式公映。该片是华光片上有声电影公司在日本东京租用一个美国摄影师的摄影机器和收音机器来摄制完成的，其摄影与收音同时同步进行。虽然本片的主创人员除了摄影师K.HENRY和收音师等是美国人外，均为中国人才，但是由于其是在日本东京摄制完成的，又加上后来日本发动了全面的侵华战争等原因，于是该片在“九一八”之后备受国人抵制，甚至其国产影片资格亦遭质疑。

与《雨过天青》稍有不同，1931年10月29日起同样在新光大戏院正式公映的《歌场春色》有声电影完全是在上海摄制完成的。该片由天一影片公司出品，采用当时最新式的“慕维通（Movietone）”片上发音有声方式制作，号称“是中国第一部真正的



《野草闲花》在宣传中被称为“中国第一部配音歌唱有声巨片”



各大电影公司争相出品有声电影

定应该容易被接受，不过这里需要明确的是，影片的试映不可当作公映。

至于“国产”的界定可就困难多了。按《现代汉语词典》（第5版）的解释——“本国生产的”。^①然而，什么样才算是“本国生产的”呢？其中最关键的就是要对“本国”进行界定。那么何为“本国”呢？该词典查无此条目，于是按百度百科的释义——“指自己的国家”。那么“自己的国家”又是何指呢？难道是当事人的国籍所属或是所在国之区域或是其他吗？看来，如此追索释义并非好办法，不如自定义来得干脆简单。因此，本文所谓的“国产”，尤其是“完全国产”之概念的界定应该至少满足以下两个方面的条件要求：第一，该影片的生产者属于中国（即主创人员及其所服务机构也就是影片的摄制及出品方的所有者或掌控者之国籍为中国；摄制及出品机构的总部之注册地为中国；摄制影片的资金为中国国家或其国民资本）。第二，该影片是在国内（即中国实际或法定管辖区域内）摄制完成的，并由中国官方相关机构予以审查通过后公开发行放映。

相比于“国产”的界定，“有声电影”也同样麻烦。目前所见国内最早对“有声电影”的定义是这样的：“有声电影即不用字幕去说明剧中所表演的。而同时有演员真真的语声。在适当及需要的时候发出来说明剧中一切的电影。”^②按照这样的解释，似乎电影的有声方式并不重要，也就是说不管是活人现场配音或奏乐，还是用留声机蜡盘发音，抑或是片上光学发音的电影都可以称作是有声电影。显然，这是不够确切的。就像在胶片上进行人工颜料着色的电影不能称之为彩色电影，而只有片上光学（感光）彩色的电影才是彩色电影一样，活人现场配音或奏乐，以及用留声机或蜡盘来发音的电影也不应该被称为有声电影，而只有片上光学发音的电影才是有声电影。因此，所谓“有声电影”只能是片上光学（感光）发音的电影，不管其是同期录音还是后期配音，也不管其是完全有声还是部分有声。

由以上对相关概念的界定，于是便可以综合序列出来所谓“首部国产有声电影”的八项参照标准条款了：影片的有声方式必须是片上发音；影片第一次公映的时间最早；影片摄制及其出品单位的总部在中国；摄制及出品机构的所有者或掌控者之国籍为中国；完成影片所需的资金全部为中国国家或其国民资本；影片最初的出版发行和放映由中国官方的相关机构予以审查批准；影片的摄制是在中国境内完成，即产地在中国；影片主创人员的国籍全部为中国。在这八项条款中，“片上发音”和“公映最早”是必备条件，至于其他六项的“国产”条款，如果都具备的话则可称为接近“完全国产”，否则其国产属性就要打折扣了（其折扣多少按上述“国产”条款排列顺序递减）。由于电影这东西原本就是舶来品，所以它在中国的发展就有一个逐渐国产化的问题，因此也可以套用“国产化率”的概念，于是，某影片的生产，其符合“国产”条款的项目数越多、国产属性权重越大则国产化率越高，反之越低。而只有当该影片的制作完成，其国产化率怎么样也得达到八成以上时，它才有资格被称为“国产”。

① 中国社会科学院语言研究所词典编辑室编：《现代汉语词典》（第5版），商务印书馆2008年版，第519页。

② 沈浙声：《美国之有声电影》一文，载1928年9月15日上海《申报》第21版。

有了以上八项的参照标准条款，便可以把前述在国产有声电影创制过程中所出品的影片与之作逐项比对了。为了直观起见，不妨把相关影片与有关标准条款的比对制成表格如下：

影片名称	《美人劫》	《野草闲花》	《歌女红牡丹》	《虞美人》	《雨过天青》	《歌场春色》
有声方式	现场人声	蜡盘发音	蜡盘发音	蜡盘发音	片上发音	片上发音
公映时间	1930.1.30	1930.12.3	1931.3.15	1931.5.24	1931.7.1	1931.10.29
机构总部	中国上海	中国上海	中国上海	中国上海	中国上海	中国上海
老板国籍	中国	中国	中国	中国	中国	中国
资金来源	国民资本	国民资本	国民资本	国民资本	国民资本	国民资本
影片产地	中国上海	中国上海	中国上海	中国上海	日本东京	中国上海
审查权属	中国当局	中国当局	中国当局	中国当局	中国当局	中国当局
技师国籍	未知待考	未知待考	未知待考	未知待考	美国	美国

（说明：因为有声电影的关键技术是否“国产”主要在于摄影和录音人员，于是表格中权且把“主创人员国籍”简略为摄影和录音的“技师国籍”以代替；表格中“机构总部”包括摄制机构和出品单位的总部；表格中“国民资本”指中国国民资本；表格中“老板国籍”指摄制及出品单位所有者或掌控者之国籍）

根据以上所列表格，在比对了是否为“片上发音”有声方式之后，仅华光片上有声电影公司出品的《雨过天青》和天一影片公司出品的《歌场春色》这两部影片有资格参加争夺“首部国产有声电影”称号的角逐。这两部影片因摄影及声音主创人员均为美国籍而致其国产属性均有所失，因此它们都不能接近“完全国产”；但就公映时间而言，《雨过天青》明显在先；而拿国产化率高低来说，因《雨过天青》的摄制成片之地是在日本东京，又使其相比于《歌场春色》而稍逊一筹。不过，尽管如此，但是二者的国产化率或说国产属性权重均比较高，估计都有八成以上，也就是说它们还是有资格标榜为“国产”影片的。于是，两相权衡之后，《雨过天青》应该可以被冠以“首部国产有声电影”，亦即“中国第一部有声电影”之称号。

行文至此，似乎可以结尾了。然而总觉得有些意犹未尽，于是再补充说明两点如下：

第一，《雨过天青》有“国产电影”资格之确认。

《雨过天青》是中国的影片公司在海外摄制的有声电影，其之所以可视为国产影片，就像外国的影片公司在中国摄制的影片也被当作是该外国影片一样。举一个例子，1929年3月8日，美国福克斯影片公司约请蒋介石夫妇在南京拍摄的有声电影就是美国电影，而不是中国电影。据当时上海《申报》电讯：“蒋主席八日下午一时、应美国法克司有声影片公司、请在总部后花园、举行讲演收音摄影、讲题为中国国民党之意义、历二小时、蒋演词毕、由王正廷用英语翻译、次蒋夫人继续用英语讲演、经久始散、”^①该影片即前文提及的于1929年9月3日在大光明大戏院随片加映的慕维通

Movietone片上发音之《蒋介石主席演说三民主义 夫人宋美龄女士演说妇女责任》新闻片。如果该影片因其是在中国摄制的而被当成是国产电影的话，那么本片岂不成了“首部国产有声电影”乎？如此看来，要确认某影片是否为中国的“国产电影”，其最关键的一条就是要看该影片的最初版权所有单位的国家属性（即影片初始版权单位的资产构成及其所有者之国籍和总部注册地等）是否为中国。

第二，《歌女红牡丹》不是“中国第一部有声电影”之理由。

《歌女红牡丹》之所以没有资格成为“中国第一部有声电影”，首先因其不是片上发音方式的电影，故它就不是真正的有声电影，顶多只是国产有声电影的试验品而已；其次，退一步来说，就蜡盘发音方式的电影而言，它也不是第一部，因其之前已有同样发音方式的《野草闲花》公映了^②；最后，再退一步来讲，如果蜡盘发音方式的电影也可以称作为有声电影的话，那么最初的留声机发音方式和活人现场配音方式的电影难道就不是有声电影了吗？如果这样的电影也算是有声电影的话，那么《歌女红牡丹》就更不是中国第一部有声电影了！

（作者单位 中国电影艺术研究中心电影史学研究室）

① 见1929年3月9日上海《申报》第八版“蒋在有声影片讲演”电文。

② 《野草闲花》与《歌女红牡丹》以及《虞美人》三部影片同属蜡盘发音方式的电影，它们的区别在于：前者为影片歌唱部分有声，而《歌女红牡丹》则为影片歌唱和全部对白部分有声，后者除了歌唱和对白有声之外，还配有有声音乐，可谓全片有声。所以它们没有本质的区别，不过是“五十步笑百步”而已。

■ 储双月

效果历史与现实政治的遭逢

——电影史上的《武训传》

提 要 《武训传》关于武训的评价问题构成了一种反讽。它预先已知武训的历史局限性，却在新中国语境下以指向“进步”的后设性叙述视角，映寓原国统区文艺工作者对新意识形态话语的理解，追求时代与艺术结合的强有力的思想倾向。武训的效果历史的复杂性和多义性存在，让电影《武训传》在批判运动中更深地陷入了无力辩驳的处境。

关键词 效果历史 疏异化 视域 历史与当下的沟通与应用

共和国初年的社会语境要求电影的历史叙事不能只关注历史人物本身的真实呈现，更要注重这些历史人物在历史发展进程中产生的实际效果。历史人物不能视之为纯客观存在，而是本身和他者的结合体，或一种关系，在这种关系中同时存有历史人物的实在以及历史理解的实在。效果历史意识不唯在新中国电影的历史叙事中得到呈献，而且，在新中国成立之初的电影《武训传》批判中被史无前例地凸显出来。

武训的意义：时代和艺术

每一个历史人物“在传统与有待根据他自己的意义清楚敞开地看待的历史之间的朦胧地带中被引发出来时，都必须要求这种效果历史的态度”^①。这种要求使得文艺家在理解和创作一个与自己有时间距离的历史人物时，必须要综合考量历史的各种客观效果。新中国初年倡导马列主义唯物史观的研究路向，实质上就是要求电影从为工农兵、无产阶级政治和社会主义建设服务的立足点出发去进行历史叙事。对历史人物的效果历史进行反思、判断与把握，是历史叙事的基础，也是历史叙事的意义所在。

按照新中国初年主流意识形态对文艺的要求，历史叙事不是孤立和封闭的，而是开放的，需要文本的主题适合于讲述时的具体境况。创作者在履行历史叙事的应用任务过程中，要注重服务的形式，并思考如何服务于主题的有效性，正视并解决历史人物和历史事件在时间流逝中所遭遇的意义的疏异化问题。电影《武训传》文本外的效果历史，不同程度上给该片的主题造成了难以明晰界定的多义性和含混性。

① [德] 汉斯-格奥尔格·伽达默尔：《效果历史的原则》，甘阳译，《世界哲学》1986年第3期。



《武训传》剧照

武训出生于清朝末年贫苦农民家庭，因三十多年如一日行乞兴学的奇迹而被光绪帝授予“义正学”封号，赐予“乐善好施”牌坊与黄马褂，成为中国历史上以乞丐身份进入正史记载^①的特例。到了民国时期，一些北洋政府和国民党军政的高官和许多仁人志士、英杰贤达对武训极其推崇，以赠送匾额、题词、立传、创作诗文、召开纪念会等各种形式颂扬和传赞这种精神。他们褒扬武训的顺民本质和献身精神来维护执政者的统治秩序，或从教育救国、文化救国的思想宣传角度出发将武训树立

为民国助学的标杆。前者显然是为了庇护统治者的利益，后者则是用于反对当时政府采取的愚民教育的政策。令人感到诧异的是，虽然两类人的动机和出发点大相径庭，结果却是殊途同归。关键原因在于，武训生活在中国社会最底层，不属于任何一个党一个派，是中华民族中最普通的一员。这种身份使得武训精神在旧时代具有普遍的适用性，适用于不同政治身份的阐释者非常自如地借助其来表达某种思想。换个角度来说，伴随接受语境变迁而出现的不同立场的多元化阐释，也使得原本视修义学为唯一人生目标的武训蒙上了复杂的历史面纱。历史人物作为一种可被利用的资源，他对阐释者自身具有怎样的现实价值和意义常常主导着他的解释原则。

鉴于向民众做宣传之需，同一历史人物往往会因意识形态不同而有不同的解释。对于某种意识形态来说是“进步”的历史人物，在另一种意识形态那里极有可能是“落后”的。武训在历史诠释中被不断改变，电影中的武训也改变了历史上真正的武训。虽然新中国上层政治在《武训传》批判运动中视武训“不足为训”，清朝政府与北洋政府、国民政府的执政者出于道统观念却对武训几乎如出一辙地将其尊为“圣人”。某种特定意识形态中的异化程度于此可见一斑。在中国文艺泛政治化日益明显的趋势下，早年人们那些不被共和国初年主流意识形态认可的评价，对电影《武训传》的主题与其理论正当性造成了阐释逻辑上的分裂和脱节。时任中央电影局艺术委员会副主任委员陈波儿认为，“作者孙瑜先生以七年的岁月紧紧拥抱着武训，然而武训也是满清政府、国民党反动派和日本帝国主义所拥抱着的人物。作者为什么不立刻从中区别开自己呢？这种模糊的思想状态，就是思想敌人的阴影，若不注意，到一定时期，它将统治了自己的全部头脑。”^②这一质问指出，孙瑜为何不去检验过往时代统治者的视域，并根据现实政治需要来形成和把握自为的现在视域。

当一个历史人物浮现在电影创作者的脑海中时，时间距离和处境会赋予一种历史意识，会意识到某种不同于自己的他在性，从而将传统的视域与自己的视域区分开来。电影创作者在历史叙事时需要进行历史视域的规划，这样才不会简单地让自己被

① 武训事迹被编入《清史稿》列传二百八十六“孝义”一节。

② 陈波儿：《从〈武训传〉谈到电影创作上的几个问题》，《新电影》1951年第1卷第7期。在1944年的日据上海，“华影”的岳枫执导了一部讲述武训乞讨办学事迹的影片《乞丐》，于是武训就成了“日本帝国主义所拥抱着的人物”。

过去意识同化，而是以自己现在的理解视域取而代之。依循陈波儿的推理逻辑，文本外那些中国革命对象对武训欢迎和极端赞扬的历史事实，与影片中武训主动挨打下跪、兴义学终被封建统治者利用以及对太平天国农民运动持保留态度等表现，构成了一种互为因果的关系。

这种屈从于因果解释概念和效果历史的阐释，将不可避免地导致如下的结论，即选择怎样的历史人物纳入历史叙事完全由现实政治需要来决定，而且历史人物的实在是我们自己改造过的实在。添加意识形态话语且多番修改过的《武训传》事与愿违地向构成物转化，而这一构成物就是武训对旧时代统治阶级投降的不抵抗主义。歌颂一个与农民起义和阶级斗争相违和的历史人物，与我党开创的农村包围城市、武装夺取政权的道路理论产生抵牾，当然也就偏离了国家意识形态和权威叙述的轨道。

电影创作者在历史叙事时需要将自己的历史意识置于各种历史视域中，深入思考存在于历史人物认识中的同一性和重新评价历史人物所必须要有的变迁境况及认识之间的对立关系。“我们的历史意识所指向的我们自己的和异己的过去一起构成了这个运动着的视域，人类生命总是得自这个运动着的视域，并且这个运动着的视域把人类生命规定为渊源和传统。”^①在当时的国家意识形态看来，《武训传》对武训的歌颂，就是对其效果历史的认可，而不是对传统中的异己性存在的彻底摒弃。在理解和评价历史人物的过程中，往往能够反射电影创作者自己与他们所要表达的观点、愿望处于内在关联的这样一种处境。《武训传》情感上还是肯定了知识、文化启蒙对于受剥削的沉默的中国民众翻身做主的重要性，而承担这一重任的知识分子无论在历史上还是对于新中国的建设都有着举足轻重的作用。影片也适合电影创作者发现自己，并对自己的处境，以及作为知识分子的身份、政治抉择进行一种间接阐释。在这里，电影的历史叙事显然成为了解电影创作者视域的一种手段，通过公映，影片自然而然地实现了从手段到



《武训传》剧照

目的的一种意义暧昧的过渡，使本来只是手段的东西变成了一种目的。这同时也意味着，对历史人物的效果历史能否进行深刻反思和精确判断，也指向并揭示知识分子自身作为历史存在的本质，取决于他们自我认识的完成程度。显然，《武训传》遭受的批判，说明了电影创作者与当时国家意识形态对知识分子的认定有所偏差。

效果历史、《武训传》及其建构与调和

电影《武训传》的拍摄经历新旧时代，先后缘起于陶行知、郭沫若、周恩来等重要人物不同程度的支持或重要意见参考，他们的评价是武训的效果历史的重要组成部分

① [德] 汉斯-格奥尔格·伽达默尔：《真理与方法》，洪汉鼎译，商务印书馆2013年版，第431页。

分。陶行知、郭沫若在抗战时期是武训行乞办义学的赞同者，也是电影《武训传》的积极促成者。陶行知深知民办平民教育之艰难，因而最为推崇和倡扬武训兴办义学的精神价值。他在重庆创办育才学校后，从1943年起每年都为武训举办纪念会。1945年12月，他主持了由社会各界爱国仁人志士参加的为期六天的“武训诞辰107周年纪念大会”，会上讲道：“假使四万万五千万人，人人都有成为武训先生之可能，那末不但是普及教育干得成功，而且在二三十年内创造出一个独立自由平等幸福进步的新中国也并不太难。”^①为了宣传教育救国、知识救国的主张，陶行知倾其热忱地将武训作



《武训传》剧照

为一位全身心为普通人办教育的平凡而伟大的老百姓推至前台，提倡大家争做“集体的新武训”。民主主义战士陶行知与义丐武训办教育的旨趣还是有所区别的，他并没有如武训那样屈从于旧势力，而是与旧势力积极抗争，拉起纪念武训的大旗其实是为了掩护自己反对国民政府施行愚民教育政策的真实意图。因此，陶行知所宣传的武训精神本质上就是改头换面的陶行知精神。由于孙瑜所推崇的社会变革途径是实业兴国、教育救国，与陶行知心有戚戚焉。早

在1944年夏，陶行知专程拜访孙瑜，赠送由段绳武主编、孙之俊绘画的《武训先生画传》，并希望其“有机会时能够把武训一生艰苦办义学的事迹拍成电影”^②。由于德高望重的人民教育家陶行知的大力举荐，以及《武训先生画传》中所描述的“他终身卖艺讨饭，为穷孩子们办不收费的‘义学’那一种鞠躬尽瘁、死而后已、艰苦卓绝的奋斗精神所感动”^③，孙瑜很快就初拟了剧情梗概。

经过多次修改的《武训传》于1951年上映之后，“场场满座，上海、北京和各地的陶行知学派的教育工作者又在报刊上对此片作了许多过高的评价，这就引起了党中央和毛泽东的注意”^④。“新民主主义的教育工作者应当以武训为旗帜”，“要按照陶行知教育思想办教育”，甚至有人言过其实地提出：“新民主主义教育思想是毛泽东和陶行知共同创造出来的。”^⑤将武训与陶行知、陶行知与毛泽东联系在一起颂扬、等量齐观，呈现出社会上某种被陶行知的教育救国观念所支配的趋势。这种现象意味着对历史人物的理解不再是一种简单的主体性行为，“而是被认为是一种置自身于传统过程中的行动，在这过程中过去和现在经常得以中介”^⑥。1946年去世的陶行知，曾得到毛泽东和朱德类如“为人民教育，为民族解放与社会改革事业奋斗不息”的褒扬，

① 陶行知：《把武训先生解放出来》，《民主》1945年第10期。

② 孙瑜：《影片〈武训传〉前前后后》，《文汇报》1986年12月23日。

③ 孙瑜：《影片〈武训传〉前前后后》，《文汇报》1986年12月23日。

④ 夏衍：《〈武训传〉事件始末》，《文汇报电影时报》1994年7月16日。

⑤ 转引自笑蜀：《“民族魂”陶行知在新中国的不幸遭际》，《炎黄春秋》1999年第1期。

⑥ [德] 汉斯-格奥尔格·伽达默尔：《真理与方法》，洪汉鼎译，商务印书馆2013年版，第411页。

周恩来也给予“党外的布尔什维克”的赞颂。五年后，时过境迁，在国家意识形态看来，陶行知的教育救国思想并没有真正促动社会经济基础和政治制度，属于不提倡阶级斗争、反对武装夺取政权的资产阶级改良主义的思想范畴。它对当时的领导人阐述的“暴力革命和阶级斗争是推动历史前进的根本动力”这一亟需证实的政权合法性叙述构成了一种威胁。于是，已逝的陶行知与电影《武训传》《武训画传》的头上都戴上了资产阶级改良主义的大帽子。

出于对陶行知的敬重，深受其表彰武训的影响，郭沫若对武训也是赞誉有加。他在1945年那场纪念大会演讲时，夸张地把武训比作为“中国的菲斯泰洛奇”，高度评价他“博施于民而能济众，必也圣乎，尧舜其犹病诸，此与修己以安百姓之功夫同等”^①。时任文化工作委员会主任的郭沫若，对孙瑜于1944年送来的电影剧本大纲表示赞许。1949年秋冬，他又帮助孙瑜解决了最为关键的贷款、审定剧本问题。他还于1950年8月为李士钊编著的《武训画传》题写了书名，在题词中肯定武训“靠着乞讨，敛金兴学，舍己为人”的难能可贵，同时也指出“那样也解决不了问题”，“作为奇迹珍视是可以的，新民主主义的社会里面，不会再有这样的奇迹出现了。”对于武训这样一位在旧社会备受不同立场的上层人物一致尊敬、交口赞誉的义

丐，组织和领导文化教育事业的国务院副总理郭沫若在新时代对这一历史人物已持过时论，但题词行为本身就是一种肯定，而且赞成影片的摄制。毛泽东在公开批判中痛心疾首地指出“资产阶级的反动思想侵入了战斗的共产党”^②，这让一直以特殊党员的身份与中共领袖保持密切联系的郭沫若受到强烈震动。他代表着共产党阵营里出现的“这样一种对他者的异己性的承认”^③。武训屈服于封建阶级统治的异己性作为客观认识的对象，无疑宣告了郭沫若对自己作为无产阶级革命战士要求的一种基本终止。郭沫若从当初对武训趋时的拔高到后来因《武训传》被批判而发生的急遽转变，都因为其立场和视域受到了最高权威的质疑。

如果说陶行知对武训舍己为人的苦操奇行和人格理想的赞扬是《武训传》中歌颂面的主要思想来源的话，那么，周恩来有关增添意识形态内容的指导意见则为影片对武训的新时代定位及其历史局限性评论提供了重要支撑。与长期在国统区文化界从事革命工作而后成为政府部门领导的郭沫若相比，周恩来则显得更为审慎、理智。周恩来对1949年7月来京参加首届文代会并请孙瑜说道：“听说武训年老时一共办成了三个



《人民日报》刊登《应当重视电影〈武训传〉的讨论》

① 冯锡刚：《“文革”前的郭沫若（1949—1965）》，中央文献出版社2005年版，第61页。郭沫若的发言后被选入1948年华东新华书局出版的《国语文选》。

② 《应该重视电影〈武训传〉的讨论》，《人民日报》1951年5月20日。

③ [德] 汉斯-格奥尔格·伽达默尔：《真理与方法》，洪汉鼎译，第430页。

‘义学’，但后来这些‘义学’都被地主们拿过去了。”除此之外，还对电影创作提出三条指导意见：“（一）站稳了阶级立场；（二）武训成名后，统治阶级即加以笼络利用；（三）武训最后对兴学的怀疑。”^①周恩来虽对“义学”提出种种疑问，但并没有否决影片拍摄，而是要求剧本根据国家意识形态的要求和规范进行修改。1949年秋冬，电影剧本提交中央电影事业管理局审查之前，周恩来无暇审阅但提了两个建议：一、要他们到武训家乡去实地考察，究竟人民群众对武训是怎么看的；二、要他们把电影剧本和人民群众中流行的关于武训的传说有摄制价值的，对照一下，哪些符合，哪些不符合。^②周恩来关于摄制组实地考察和下乡体验生活的建议，对于赵丹塑造武训形象颇具建设性，让其得以在现实生活中增进角色的理解。

剪成一集的《武训传》于1951年2月21日在中南海放映。朱德看完后认为“很有教育意义”，周恩来也持肯定意见，只是提议将张举人的两个手下残暴踢打武训的镜头剪短一些。周恩来对原剧作提出了新意识形态的时代化、大众化的改造，赋予影片教育价值，也得到了《武训传》摄制组和昆仑编导委员会及上海文化局领导的积极回应。他们决意采取“歌颂结合批判”的叙事框架，但同时又为影片的历史叙事带来了动机与效果、目的与手段、理性与情感等维度上的断裂。

显然，《武训传》的建构以至重构，是将旧时代教育界、文化界进步人士对武训的认识、评价与原国统区文艺工作者所理解的阶级斗争话语进行一种嫁接与调和，依旧保持着原有的思维惯性，而不是彻底的破旧立新。对武训这一历史人物的理解受到效果历史的种种影响，与解放前小资产阶级观念、文艺形式还有着内在的千丝万缕的联系，没有与之彻底决裂并进行全新的改造，影片也就因此可能没有满足国家意识形态建设所需要的焕然一新的洗心革面并达到为现实政治服务的要求。这种半旧半新的过渡或改良形态使其存在罹难的极大风险。

历史修辞：国家话语和艺术话语的错位对接

历史人物传记片在某一境况里对历史人物进行阐释、评价，包含一种旨在与过去和历史进行沟通、对话的具体应用。《武训传》对历史人物武训的艺术表现、重构和应用，与国家话语之所需非但未能实现视域融合，甚至出现了南辕北辙的趋向。这主要表现为以下三个方面。

一是为了趋时应景，违背历史事实，虚构了传主武训与他者（周大）的关系。一文一武的情节结构，不但削弱了原剧作主题的圆融性，还触犯了国家意识形态的禁忌。影片增添流散的太平军军士周大杀贪官除恶霸的武装斗争的副线，是为了加强影片的反抗色彩，映衬主线上武训兴义学的幻灭和失败。而武训和女教师对周大道路选择的怀疑和否定，以及对历史上此起彼伏的农民运动的大胆草率概括，客观上造成了农民起义在以阶级斗争为纲的意识形态下需要具有的神圣性和崇高性在历史叙事中的

^① 孙瑜：《影片〈武训传〉前前后后》，《文汇报》1986年12月23日。

^② 参见戴鹿鸣、陈世英：《对电影〈武训传〉的批判的再评价》，中共中央党校党史教研部：《中国共产党重大历史问题评价》（第三册），内蒙古人民出版社2001年版，第1448页。

荡然无存。进一步说，孙瑜凭空虚构出一个自己并不熟悉的农民起义军首领形象，单向度显示其破坏力，却未能展示出其人格感召力和精神影响力，或多或少地损害了历史人物传记片应有的史学价值和认识价值。

二是将传主武训置入一个阶级矛盾异常尖锐的时代，从国家意识形态和民族思想出发表现其阶级合作与革命意志不坚定的一面。影片对封建统治末期不同阶级、阶层的人物形象做出“判断”“创造”时，并没有使用一贯到底的阶级分析法。既极尽能事地表现了封建势力的残暴、腐朽、伪善与堕落，又描述了当地开明绅士对武训兴建义塾的支持和赞助。更为重要的是阶级压迫的叙事背景却未引发传主的暴力反抗，兴义学反被统治者利用的悲剧描述带来了政治倾向的模棱两可问题。

三是对武训的理性批判流于叙述形式，情感上的肯定和赞扬占据主导地位。影片贯穿了“用今天的观点对武训加以批判”的女教师视角，结尾处却以歌词和影像画面将武训推崇至救人民于苦难之中的伟大先驱。尤其是将武训带领地狱中的人们向天堂



《武训传》剧照

飞升的场面与解放军入城仪式的场面、武训画像与毛泽东照片并列在一起，似乎昭示着武训行乞兴学与共产党领导人民翻身解放、当家作主的宏大事业有着某种承继和渊源的关系。根据毛泽东《在延安文艺座谈会上的讲话》所阐明的“社会实践及其效果是检验主观愿望或动机的标准”^①，动机效果统一论让历史上的武训兴义学和电影创作行为本身彻底失去了从主观愿望和动机上为之辩解的可能性。

显而易见，《武训传》影像叙事加强的部分是阶级矛盾造成的苦大仇深，但在这一叙事逻辑下武训与封建势力之间应有的暴力对峙和武装对抗不但引而未发，反而将非暴力形式的兴学作为一种反抗方式来加以突显，以“掩盖其奴性本质”。特别是还把不彻底的修义学提升到一种“为人民服务”的无产阶级的思想自觉，这当然会被视为不恰当以至造成不能接受和反感的重要原因。影片对传说中武训改变的部分，就是把他从超人气派的圣人和心理变态的怪人中解放出来，还俗为普通劳动人民，却又因此遭受国家意识形态对武训的阶级属性重新界定的责难。被侮辱与被损害的、被统治但能保持意志品质的劳动人民，是影片对武训形象的本质规定性把握：“他不是一个怪人，不是一个超人，更不是立云的高不可攀的‘神’和‘圣’，尤其不是什么变态心理的畸零人物，而他——武训，仅仅是一个普通的农民，一个被侮辱被压迫的劳动人。”^①《武训传》在将武训行乞兴学的一生进行情节化的过程中，自觉持有了陶行知的民主主义立场。“每一种意识形态都是一种特定的历史及其过程的概念”，“每一种历史观也伴随着特殊而确定的意识形态蕴涵”^②。电影创作者又赋予历史记述的形式和添加的部分一种新的意识形态蕴涵，两种立场相互纠缠、背道而驰。如果电影创作

① 毛泽东：《在延安文艺座谈会上的讲话》，《毛泽东选集》（第3卷），人民出版社1991年版，第868页。

者把武训单纯地置于一个底层劳动人民的处境之中，不与意识形态方面刻意描摹的虚构情节发生关联，那么武训的塑造就不会在处境与可供选择道路的逻辑关系衔接上发生偏差和失误。

《武训传》试图在新的语境和新文化视野中织补旧时代普通百姓忘我兴学的先进事例，以呼应知识分子在新中国建立初期定位为脑力劳动者，唤起新政权对其人民身份的认同，隐喻在新中国建设中同样可能做至关重要的积极性的发挥。国家意识形态着意突出反帝反封建是近代中国历史的主题，以中华民族的共同体信仰来集聚和召唤人民群众大无畏的革命精神。它通过个体对民族独立、人民翻身解放达成的共识而将大家团结在一起。虽然《武训传》创作团队相信“理性地”和“科学地”研究历史具有可能性，但他们对于那些以理性和科学自居的唯物史观应该包含的基本论述未甚了然于心，与国家意识形态存在不一致的观念亦未尽体察。艺术话语



《武训传》剧照

关注历史发展中的特殊性事物，国家话语则寻求历史结构与历史进程的普遍性规律。

“历史”的意义依赖于解释历史事件和评价历史人物所采取的范式，而解释范式又是在某种意识形态框架中被揭示或表现出来的。出自两种不同话语编码方式，影片的能指与所指构成错位几成必然。《武训传》因未持彻底的国家意识形态立场带有明显的柔性维度而遭受批判，但在放映初期，教育界陶行知学派还对电影创作者给予武训某种刚性维度的否定略有不满意：“历史上的任何一个伟大人物和伟大事迹，如果拿今天的革命成就比较衡量，恐怕都有被否定的可能。但是只要在历史上称得起伟大的人和事，我们就应该从那个人代表的精神和那件事完成的过程，以及人与事在当时发生的影响，特别是在今天还应重视与继续发扬的某些优点，作肯定的介绍，似乎不应该用今天的尺度作否定的结论。”^③从中不难看出，在教育界陶行知学派看来是左倾的《武训传》，在国家意识形态范畴中却是犯了改良主义的右倾错误。

《武训传》虽然不是一次成功的国家意识形态话语实践，但还是创造了武训这一鲜明、生动、逼真、感人的艺术形象，故事情节一波三折，引人入胜。这在当时一度被肯定为具持艺术性和观赏性的电影创作，《大众电影》将其列为1950年10部“最佳国产影片”之一。这鼓励和刺激私营的昆仑影业公司为解决当时经营上的燃眉之急

① 赵丹：《我是怎样演武训的》，《大众电影》1950年第9—15期。

② [美]海登·怀特：《元史学：十九世纪欧洲的历史想象》，陈新译，译林出版社2009年版，第27页。

③ 董渭川：《由教育观点评〈武训传〉》，《光明日报》1951年2月28日。

的困难，去大力推广《武训传》。当然在政治话语不断推高的语境下，作为商品来出售，和透过曲折生动的故事情节与丰满感人的人物形象去吸引、打动观众未尽完全一致，也许“政治正确”才能从根本意义上产生良好的商业收益。

后来的批判者以毛泽东提出的“内容愈反动的作品而又愈带艺术性，就愈能毒害人民”^①的观点来深挖、言明影片的危害性，这在事实上其实是反向地肯定了影片所具有的艺术话语魅力。公映初期的口碑载道也证实了这一点：“孙瑜的编制手法和赵丹的演技都有特殊的成就，观众在影片进行中，始终燃烧着对封建社会的愤怒的火焰，始终寄予武训以无限的热爱和同情。”^②电影的商业情感效应取决于它的感染力，

《武训传》触发了观众丰富的情感体验，而这主要归功于孙瑜和赵丹充分发挥自己的艺术想象力和艺术表现力进行加工和创造。孙瑜是一位1928年开始独立编导、30年代以浪漫写实风格称誉影坛的“诗人导演”。他深受西方文化的浸染和熏陶，对欧美剧作艺术有过专业学习，而且对好莱坞电影类型片模式进行过深度考察，因而善于捕捉观众的审美敏感性，调动他们对文本的情感参与，以激起他们的愉悦、憎恨、悲痛与怜悯。影片生动揭示了张举人、地保明目张胆地欺诈和迫害武训的罪孽，也暴露了山东抚台利用武训收揽民心、清廷对周大和武训两人“剿抚并施”的阴险伎俩，这构成险要的戏剧情境和对峙的人物关系，使观众始终处于紧张和期待之中。再加上英雄美人的感情戏叙事模式，充分展示了孙瑜对中国伦理情节剧传统和好莱坞通俗情节剧



《武训传》剧照

运用得渐次成熟。另外，影片中抱着孩子的妇女叫魂、衰草寒烟、孤坟残照、桃花蝴蝶，以及武训梦中彻悟“念书救穷人”的场面，寓情于景，富有诗情画意，沁透着感伤情调、浪漫气息或理想主义激情。这种孙瑜独具的浪漫主义创作风格，因不符合“文艺为工农兵服务”的要求而被批判为“西方没落的资产阶级创作方法”。事实上，正是这一诗性本色让孙瑜电影从一般的伦理情节剧和通俗情节剧中超脱出来，有所升华。

《武训传》浸润着对底层人民疾苦的真忧伤、真关切和真同情，让人感受到生命的顽强和人道主义的亮色。这与赵丹充满激情和炉火纯青的表演密不可分。赵丹于1945年从新疆军阀盛世才的五年冤狱脱险回重庆养病时阅读了《武训先生画传》，为清朝的山东同乡武训含垢忍辱、终身艰苦修“义学”的事迹感动得痛哭流涕，立即接受孙瑜合作主演的邀请。地主阶级对贫苦农民的经济剥削、政治压迫和文化上的愚民

① 毛泽东：《在延安文艺座谈会上的讲话》，《毛泽东选集》（第3卷），人民出版社1991年版，第869页。

② 蒋星煜：《〈武训传〉与中国封建社会》，《大公报》1950年12月30日。

政策，让武训在痛定思痛中产生以行乞兴学来改变政治、经济地位的迫切愿望和强烈要求，而武训的苦操奇行则让赵丹获得一种殉道者的身份认同，即为了追求高尚的理想信念而勇于牺牲自我。“只有我才能完全地了解他，只有我才能真实地看见那些地主恶霸与盛世才之流的‘心既黑，脸既厚’的陷害人的残酷面貌。只有我才能切切实实地体味得到，当一个人硬被迫害，虽是真理掌握在自己的手里但却无处申诉时的痛苦之深刻。也更只有我才知道：当一个人傻气地为着真理、正义进行某种事业，而不被人们所了解，反之或加以诋毁讥讽时的心里的凄楚和寒冷的滋味啊！那确是无法告人的。武训初行乞办义学时，人们都叫他疯子！”^①武训时乖命蹇的坎坷一生与赵丹在戏里戏外都融为一体。在表演过程中，赵丹将自己与武训同为被迫害者的心灵融入角色诠释，又将下乡体验生活时从朴实、淳厚的庄稼人身上培养劳动人民的气质，并以30年代卓别林、安特烈夫的《吃耳朵的人》，雨果的《钟楼怪人》等批判现实主义艺术形象作为饰演忍辱负重的武训的创造参考。此外，武训这一艺术形象还反映出赵丹表演中惯有的喜剧风格，以生活化、趣味性强的动作细节进行人物性格塑造和内心世界表现。赵丹形神并茂地塑造了破钵百衲、脊背佝偻地在清末荒村、街头踽踽独行的武训形象，既饱经人世风霜又满含生活热爱，朴素、单纯且执着地将修义学作为他非



《武训传》剧照

品中的人物似的。

现在看来，写实、浪漫与奇幻结合的表现手法，跌宕起伏的戏剧冲突以及赵丹富有感染力和情趣性的艺术表演，为影片赢得了直观的形象性。不可否认，艺术诗意性、幻想性的加工为影片带来轰动性的观赏潮，同时也因人为添加的意识形态话语突显了历史修辞与所指错位对接后产生的悖论。在批判者看来，武训选择的是一条以乞讨兴学改变穷人受压迫命运的人生道路，既无力承担起宏大庄重的历史主题，也不能画蛇添足、不适合时代形势的需要地质疑农民起义的历史作用和地位。《武训传》的历史阐释立场与影片生产时代的意识形态话语实践不相吻合，后者不允许有多义性阐

暴力反抗的人生理想。这是赵丹扮演的最成功的一个角色，也是他从影以来克服知识分子的习惯性格进行的一次最为彻底的大众化改造。但后来有批判者认为“各种思想无不打上阶级的烙印，人的一举一动都有个无产阶级和资产阶级思想的区别”^②，仿佛因阶级属性之故，表现知识分子形象的演员和导演先需去学习政治与国家文件然后才有资格艺术把握作

① 赵丹：《银幕形象创造》，中国电影出版社2005年版，第67页。

② 转引自赵丹：《银幕形象创造》，中国电影出版社2005年版，第77页。

发的弹性空间，而要求统一为一元的、权威性的、自成一体的历史叙述。原国统区文艺工作者的初衷是为了寻求政治方向正确，考虑到“武训行乞兴学，那种个人的、悲剧性的反抗斗争方式在刚刚解放的中国的火热革命胜利情绪中显得不够积极”，才着力“把解放前反动政权压制下许多不准说的对话和不准明显表现的革命行动明朗化起来”，却要因此承担未被国家话语认可且遭受批判的政治厄运。

在电影的历史叙事过程中，追求历史真实性不再是创作宗旨，而是将国家话语设定为一个潜在性的文本，坚持和利用一切通俗化和民族化的形式和技巧进行高调地“重复”，这即为福柯所论述的“以我们只有在现时才能占有的真理的名义去评判过去的问题”。与德国诗人莱辛的观点恰恰相反，占有真理显然比追求真理更宝贵，历史认识无必要继续扩展和深化，而只需按照国家意识形态的逻辑来演绎即可。不言而喻，这是由一种与历史叙述相关联的意识形态蕴涵模式来巩固和加强的，正是意识形态蕴涵模式赋予了文本以一种独断专行、固执自信的权威逻辑。因《武训传》触犯国家意识形态的禁忌而掀起的一场大规模的批判运动，目的是使文化艺术界、教育界更易于接受执政党（人民代言人）诠释历史的合法性、权威性。这种公开的、坚固的独断论对艺术话语、文本所做的示范性解读与规制对创作者和观众的理解构成了一种文艺新导向。

（作者单位 中国艺术研究院电影电视艺术研究所；本文为2011年度国家社会科学基金艺术学青年项目“中国当代电影的历史叙事研究”（批准号11CC091）的阶段性成果）

■ 刘 洋

建构“理想国”

——1948年《电影杂志》的媒介政治学

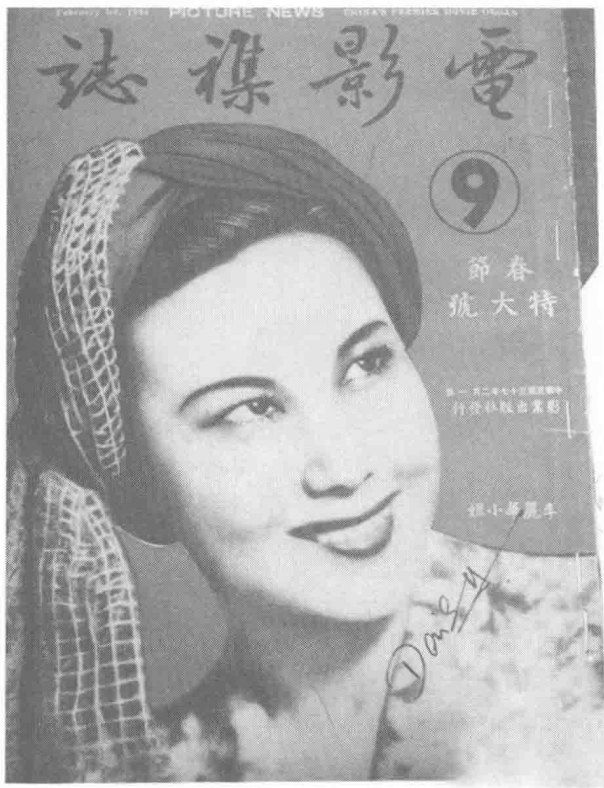
提 要 在1948年特殊的历史年份下，卢蒨白主编的《电影杂志》可以被看做现代媒介传播下独特的“意识形态表述”。通过大量文字撰写、排版设计、广告刊登的形式，卢蒨白以介绍中外明星，尤其是好莱坞电影明星银幕上下的生活，而建构了一个浸透了自己作为主流知识分子责任心和文化抱负的“电影理想国”。在这份刊物中，现代美国的物质文明以一种乐观、进取和向上的姿态出现在国人眼前。利用《电影杂志》，好莱坞电影的影像和好莱坞明星的生活被翻译成了带有摩登都市体验和新国族认同的“民国梦”。从这个角度看来，《电影杂志》可谓是大时代下文化生态研究的一个小缩影。

关键词 卢蒨白 《电影杂志》 媒介政治 好莱坞电影

1948年是中国历史年表上的一个“大关口”之年，在全国范围燃起解放战争的遍地硝烟之外，上海作为整个东亚地区的国际化大都市，仍在有限的和平环境里，在大转折之前，度过摩登时代“声光化电”的最后岁月。这一年是中华民国的最后一年，也是国际化资本流通和欧美文化西风东渐的最后繁荣之年。在此之后的几十年里，中国的文化生态即将发生翻天覆地的变化。于是，1948年的上海文化，也就成了中国文化标本中的一次永恒的铭刻。在这最后的“声光化电”中，以好莱坞电影为媒介，现代化的生活方式几乎深入到政治伦理、消费经济、社会休闲和市民趣味等方方面面。如果按照西方学者米莲姆·汉森关于“白话现代主义（Vernacular Modernism）”的阐释，好莱坞默片作为一种视觉化的影像文本，穿越了语言的阻碍，成为了全球观众之间共通的一种白话体验。^①那么在1948年的中国，几十年来好

莱坞电影和中国电影的互文已经使得中国大都市中的现代文化范式在这一年产生了这样一种变奏：经过了本土化及在地性的移植之后，好莱坞电影已经被“翻译”为一种中国式的表达方式，一种符合中国人表述形式的生活趣味及消费趋向的“现代语境”。而中国电影及各种其他文化媒介，则成为了这种新型意识形态转型过程中的具体“践行者”。自抗战胜利以后，随着影院建设趋于饱和及《中美友好通商航海条约》的签订，美国影片以倾销之势遍行于上海滩各埠，上千部美国影片和几千万的观众总量，使得一大批的电影刊物得以诞生。从传播学角度看来，这批大量涉及、介绍和引介西方电影的刊物可谓应运而生，得逢其时。然而深入研究就会发现，这批电影刊物的媒介属性又极具典型性和复杂性，从一

^① 详见〔美〕米莲姆·汉森：《堕落女性，再升明星，新的视野：试论作为白话现代主义的上海无声电影》，包卫红译，《当代电影》2004年第1期。



《电影杂志》封面

个侧面表现出了上海都市文化生态的诸多面向。根据麦克卢汉“媒介就是信息”的观点，电影刊物的媒介属性无疑透露出了特定时代背景下，特定阶级话语的丰富意涵。而由具有主流及官方背景的卢蒨白先生创办的，《电影杂志》无疑就是这样一种颇具典型性和独特性的现代刊物，在《电影杂志》中，电影成为了媒介属性下的一种工具化的存在而被“书写”为现代生活中的方方面面。从这一点看来，《电影杂志》似乎也就成为了我们回望大时代的一扇“小天窗”。

从某种程度上看来,《电影杂志》可以看作是卢莒白“一个人的杂志”,在1948年一年之内的编辑者中,署名始终只有卢莒白一人,而每期的编辑者言中,他个人的思想和文笔风格也一直贯彻始终。可以说,研究《电影杂志》,首先就需要了解卢莒白的身份背景。从1930年“不怕死事件”^①,到1932年组织发起“中国教育电影协会”^②,再到1935年与潘公展等人创立中国电影教育用品公司,卢莒白一直

以主流社会知识分子的身份主动或被动地参与到了电影相关意识形态的工作之中。作为一个社会工作者，他深入到学校和影院，举办民众教育电影会、摄制教育影片和新闻片。作为一个电影刊物从业者，自1934年起，他又开始参与编辑了2期《戏剧与电影》月刊，6期《电化教育》月刊。同时，在编委会主任陈立夫的支持下，他又是煌煌200万字《中国电影年鉴》的5位编撰委员会成员之一。作为中国教育电影协会下属全国教育电影推广处的主任，他更专注于理论，撰写了《视觉教育的史的研究》《提倡国产影片的研究问题》《美国之合作教育电影库》《影片损伤之普遍原因》等文，这些文章既有批判性，也富含实践经验总结，充分显示出了作者扎实的业内经验和从业背景。回顾中国教育电影协会的组成情况，其中间偏左的人员构成不但很大程度上消解了国民党党派的官方立场，同时其专注公益和社会教化的性质也使其成为了一个各派势力都能接受的温和社会组织。在这样的情况下，卢蔭白依靠着自己专业的电影知识、丰厚的人脉及多年积累的文字工作经验，于1947年10月1日创办了综合性的电影刊物——《电影杂志》。从名字看来，卢蔭白的愿景不可谓不大，在创刊号《牟言》中，他写到：“电影史继诗歌、绘画、舞蹈、雕刻、戏剧、音乐、小说而兴的第八艺术，它蔚然扼着动静两性艺术的汇流，它能够作为多方面之表现，给予人类最复杂深刻的享受，在它艺术本身固然有极崇高的估值，即在一般企业上，亦占有极重要的位置，所以本刊之发行，不但发扬第八艺术真正精神，并且报导电影事业确实消息。”可见，他的确将电影工作看成了自己甘心为之奉献的事业去做，而不仅仅是牟利的工具而已。

① 1930年好莱坞电影《不怕死》经卢蒨白翻译后引进上海，上映后却引起了辱华抗议的浪潮。

② 1932年7月8日，教育部及金陵大学相关人士发起成立中国教育电影协会，卢蒨白成为其中的常委，次年在上海成立分会，卢蒨白以骨干身份承担教育影片说明及字幕工作。

發展中國運 航空 貿易對外 促進

局招商營國

七十五週年紀念

竭誠服務社會 歡迎各界批評



七十五週年來之進展

年份	數量	噸位
民國成立前四十年 (約1840年)	1 艘	
民國元年	29 艘	
民國二十六年 (抗戰前)	53 艘	
民國三十四年 (抗戰勝利年)	28 艘	
民國三十六年 (去年五週年)	466 艘	

總行：上海（南京路二〇四號） 電話：二六〇〇—二六〇一

分行：上海（四川路一〇四號） 電話：二六〇二—二六〇三

辦事處：上海、廣州、漢口、香港、天津、北平、濟南、青島、大連、長春、哈爾濱、西安、重慶、成都、昆明、貴陽、昆明、貴陽、昆明、貴陽

《电影杂志》中的广告

的优雅女子，里侧桌子上摆着一瓶鲜花，将商品的质量与时髦女性的优雅气质相融合，配合广告上竖排小字的电影评论，也可谓别有一番韵味。在此之后，距离下一则“金星自来水笔”的广告，相隔了18页内容，此后在页尾各页面，才刊登了香烟、口琴等广告，可见，卢荫白在办刊时，主要精力是放在了对内容的撰写上，广告作为盈利工具，必须让位于杂志内容。而在大量生活用品和香烟等广告的刊登上，又暗中配合了《电影杂志》主力介绍的好莱坞电影及好莱坞式的生活方式，表现出消费深入生活场景后转化为意识形态书写的现代化刊物发展趋向。

《电影杂志》的独特性不但表现在编者卢

- ① 丁珊珊:《纸上光影:电影刊物与早期中国电影史书写》,《文艺研究》2013年第5期。
- ② 丁珊珊:《抗战后上海电影刊物的形态特征,以〈电影杂志〉为例的考察》,《当代文坛》2012年第5期。
- ③ 卢蔚白在第7期《编辑者言》中曾说:“本期因为广告篇幅的严格限制,我们得到了大量的文字地位,足以满足爱文字的诸位;同时,在图画方面我们亦扩大了画面的篇幅,以享我们爱好明星照片的读者。”

蒔白对杂志版面设计、内容质量和图片印刷方面的用心，从业经历及传统文人的教化思维，使得卢蒔白更注重读者需求，设置“影迷信箱”“读者信箱”“编辑者言”等栏目加强与读者的互动。同时，出于对“教育电影”观念的秉持，他以刊物为平台充分发挥其宣传功效，积极参与社会公益活动。在1947年末的最后一期中，他详细刊登了时任上海市长吴国桢和社会局局长吴开先合作推动的西片义演的信息，此后又在每一期都专门开辟版面，在“吴市长主办”的标题下，为义演的影片造势宣传。在报道好莱坞电影时，他一反30年代的八卦轶事类描述，而是突出其先进现代和美好的方面，用轻松和乐观的态度描写好莱坞电影、好莱坞影人和好莱坞生活，这不但与当时“中美友好”的国民党政府的官方态度相吻合，也为曾经断裂化的“摩登体验”找到了一面“修复的镜子”，将上海繁华现代的都市消费场域连通到战后好莱坞富足快乐的“镜像之城”。

实际上，《电影杂志》作为一本市民趣



《假凤虚凰》海报

味和卢蒔白个人理想寄托相统一的杂志，处处都可以显示出其媒介整合性及背后透露的意识形态。在1948年的春节特大号中，为配合中国传统节日，封面由元旦（西方节日）特大号的女明星琴速罗杰士（今译金吉·罗杰斯）和第8期的琳达黛妮儿换做了因《假凤虚凰》而声名大作的中国女明星李丽华。但是，在李丽华的大头照中，却佩戴了一个非常西式的大头巾，下配以Daisy（香港时期使用Teresa Li）的英文名。翻开杂志，在第一页目录下面的《听到·见到·想到·写到》一栏中，专载中国影坛新闻，紧接着第二页和第三页的好莱坞情报，则专门刊登好莱坞诸明星的生活琐事，大量的文字信息，使得中外影人的一个个小故事仿佛发生在读者身边的家常轶事，同时，琐碎的信息罗列和大量的文字阅读，也为读者提供了一个沉浸式的体验语境。其中既有“刘琼，徐立，也于上月中旬离沪，香港一地将因‘永华’之开设，而成为东方的好莱坞。”^①这一类产业预言般的新闻，也有“王丹凤和韩非之传说，渐趋白热化，有说王丹凤会气走柳和清而挽韩非出游，此说如属可靠，则王韩大有更进一步之可能。”^②这类生活报道。转翻下一页，喜爱好莱坞明星的读者也可以发现如“吉姆史都华（James Stewart）在芝加哥拍廿世纪新片‘Northside 777’外景时，每晚九时入睡，清晨五时起身，给当地人士对于大明星的生活另一种影像。”^③在这种卢氏“电影文学”或报道、或传闻、或评论的信息中，读者也在沉浸式的阅读体验中，将中国影坛和好莱坞影视合而为一，以电影之名，将编辑者的生活态度和价值判断转述为中外影坛的海量信息。按照明星学创始者理查德·戴尔的看法，公众的兴趣之所以一直围绕在明星的私生活和浪漫逸事周围，

① 《听到·见到·想到·写到》，《电影杂志》1948年第9期，春节特大号。

② 《听到·见到·想到·写到》，《电影杂志》1948年第9期，春节特大号。

③ 《好莱坞情报》，《电影杂志》1948年第9期，春节特大号。

就是因为明星将工作展现为一种休闲和享受。明星的工作就是玩乐，这是经典好莱坞时期造型的一大要素，也是他们超于凡人的一种外在证明。^①正因如此，《电影杂志》把主要内容都聚焦在了明星报道之上，“电影明星与电影媒介一样，也被认为具有意识形态宣传效果。”^②卢蒨白显然是找到了市民趣味和个人理念衔接的最佳工具，在一期杂志中，就有诸如《白杨的转变》《刘琼的二个时期》《丽泰海华丝——未完成的事物（Rita Hayworth）》《白蓓兰史丹尼^③（Barbara Stanwyck）》《最近逝世的制片巨匠——玛克海林格》《问秀兰邓波儿》



《电影杂志》上刊登的芭芭拉·史坦威克

《英国影星介绍——贝德采萝》等围绕着电影明星的大篇幅专门性文章。通过这些文章，编辑者其实传达了如《论国产影片文学的路线（连载）》^④（共7期）一样严肃的刊物精神，即传播、发扬真善美，在生活细节和消费习性的细微之处突出“主旋律”和“正能量”。

在署名童光鉴的文章《传奇式的好莱坞》一文中，作者首先列举了很多好莱坞传闻，例如明星身着六件以上的水貂皮大衣，千元一只

的雪茄和离婚告终的好莱坞式婚姻等。但紧接着，他笔锋一转，说道：“在好莱坞苦干的人，对一般误解好莱坞抱这类荒谬绝伦的观念，实是大惑不解，他们不知道这些传说是从哪儿来的。”^⑤此后，作者更以历史和现在的对比，展开谆谆教导，以专家的身份来教育读者，扭转对好莱坞的负面观点。在作者看来，“好莱坞并不如外间所传的教育水准低落。实际上，人民的百分之七十四，都受过大学教育！……好莱坞也是一个特别文明的地方。对投票选举，态度异常认真……”^⑥。在作者不厌其烦的诸多批驳中，一个“理想国”般美好的好莱坞被勾勒了出来。熟悉好莱坞歌舞片的读者的脑海中，或许还会浮现出弗莱德·阿斯泰尔和金杰·罗杰斯^⑦共舞时的美妙乐章。在这一类的评论文章中，以及《电影杂志》中大量介绍和分析的好莱坞电影、好莱坞明星及好莱坞生活中，卢蒨白实际上为读者们描绘出了一个积极进取的“好莱坞王国”。结合大银幕上的好莱坞影像，《电影杂志》的大量文字找到了一个最为理想的社会模型的彼岸。在杂志的世界里，积累的文字描述使得银幕上的好莱坞生活化了，成为了中国社会和上海都市生活的一种榜样性的存在和进取努力的动力。以好莱坞明星和中国明星间杂的报道中，卢蒨白始终以同一种价值观和世界观去描述，仿佛中国影人也一如好莱坞理想国之影，存在于一个没有“左右之争”“路线斗争”的“桃花源”中。然而，卢蒨白的办刊理念却并不是他自己的一厢情愿，他从都市文化的消费趣味入手，以电影为手段，发扬自己电影教育者的文化责

① [英] 理查德·戴尔：《明星》，北京大学出版社2010年版。

② [美] 张英进主编：《民国时期的上海电影与上海文化》，苏涛译，北京大学出版社2011年版，第242页。

③ 今译芭芭拉·史坦威克，因好莱坞影片《双重赔偿》《星期五女郎》等彪悍女性角色成名。

④ 《论国产影片文学的路线》（连载完），《电影杂志》1948年第9期，春节特大号。

⑤ 《传奇式的好莱坞》，《电影杂志》1948年第9期，春节特大号。

⑥ 《传奇式的好莱坞》，《电影杂志》1948年第9期，春节特大号。

⑦ 好莱坞歌舞片中的黄金搭档，经典好莱坞时期歌舞片主要内容都是遇到事业困难的主人公如何通过乐观的精神重获希望的故事。



《电影杂志》的“听到·见到·想到·写到”栏目

任感，在家国离乱、遍地烽烟的大时代，为读者们提供了一个心灵港湾。在这一电影乐园中，卢荪白并不简单地从国民党官方宣传的角度办刊，而是坚持其自由派思想理念，通过倡

导乐观积极的生活态度和现代化的生活方式来修复都市文明中断裂异化的摩登体验（如30年代上海小报中对好莱坞的攻击批判及观众对好莱坞电影的疯狂迷恋之间的反差）。在卢荪白看来，既然中美修好，美国又是战后世界第一强国，以好莱坞电影为影像体验，配合《电影杂志》的文学书写，大都市的电影观众们正可以树立一种更为理智进取的国族意识，通过模仿好莱坞的优秀案例，现代化的消费荣景或许可以为民众建构一个折衷于新儒教伦理和美国物质文明之间的都会文化生态。然而，卢荪白的一腔热血却敌不过大时代风卷残云一般的碾轧，他虽抱着期许“我们要维护这代表中国电影刊物，在国际间占有地位的立场。”^①1949年4月16日，距离上海解放还有一个多月的时间，在第38期《电影杂志》出版以后，这本优秀的、有抱负的电影刊物还是逃脱不了被封存为“时代标本”的命运。对待这份呕心沥血为之付出的刊物，卢荪白或许只有默默无言，发出时不待我的哀叹而已，在历史巨大的阴影下，留下自己苍老的面孔的无奈回望。

（作者单位 中国艺术研究院研究生院）

① 荪白：《陈琇薇自传》编辑导言，《电影杂志》第5期。

■ 林吉安

战后国家电影的重建 及其文化审视

提 要 战后中国电影的重建是在多重社会力量相互博弈、相互角逐的过程中展开的，并由此形成了纷繁复杂的产业格局和多元化的创作取向。同时，它也对战后民族国家精神的建设起着重要作用。

关键词 民族国家电影 正统电影 进步电影 商业电影 战后重建

经过八年苦难岁月的磨砺与抗争，中国人民终于迎来了抗战的最后胜利。尽管面对的是满目疮痍的战后现实，但当最后胜利来临的时候，国人还是欢欣鼓舞，各地民众纷纷举行了盛况空间的胜利大游行。^①在举国欢腾声中，社会各界民众满怀对未来的美好憧憬与希望，积极投身到战后中国社会的重建中来。中国电影也在这百废待兴的“惨胜”背景下，开始了战后重建工作，开启了一段“充满艰难困苦却又不乏勃勃生机的产业复兴和艺术探索”^②之路。

一、多重力量角逐下的电影产业格局

抗战胜利后，国民政府作为当时中国唯一的合法政府，在政治合法性的授权下，以国家的名义展开了对日伪在华资产的全面接收，其中自然也包括电影。由于在沦陷时期，上海、北平、东北等地的电影产业均沦落敌手，成为

日伪控制下的宣传机器，带有强烈的被殖民色彩。因此，在取得民族国家的独立后，国民政府必然要对其进行一番“去殖民化”改造。这种改造的过程不仅包括对电影资产的接收和国营化改组，而且也包括对其创作及出品的意识形态诉求，甚至包括对创作人员的清洗，从而将其重新纳入国民政府的“意识形态国家机器”（阿尔都塞语）的管理体系中，以服务于其专制统治。

这种“去殖民化”的改造首先便体现在对日伪电影资产的接收和国营化改组方面，而作为国民党官方电影机构的“中制”“中电”和“中央电影服务处”自然也就成为这场接收中的主角。它们在陆续从大后方迁回南京或上海

① 当时有民谣《哈哈笑》唱到：“哈哈笑，胜利到，唱凯歌，放鞭炮，士兵吹起胜利号。哥哥喜，妹妹跳，爸爸妈妈同欢笑；街头挤满男和女，大大小小看热闹……”。参见周勇、任竞：《抗战大后方歌谣汇编》，重庆出版社2011年版，第640页。

② 李道新：《中国电影文化史》，北京大学出版社2010年版，第125页。

后,便根据行政院于1945年9月20日公布的《管理收复区报纸通讯社杂志电影广播事业暂行办法》的“训令”^①,展开了大规模的接收活动,其中台湾的日伪影业则交由台湾省行政长官公署宣传委员会直接负责接收。^②经过这场接收狂潮,国民党官营电影机构不仅实力大增,拥有了全国2/3的电影制作设备,而且还控制了绝大部分的影院和放映网络,资产相当雄厚,从而为其控制电影生产和服务意识形态宣传需要奠定了基础。

而随着资产的被接收与被改造,对那些有“附逆”嫌疑的电影人的道德与司法审判也陆续展开。1946年5月,上海电影戏剧家协会成立了由田汉、潘子农、史东山、顾仲彝等人组成的“检举附逆影人特种委员会”,并制定了七项检举原则^③。在6月23日公布的结果中,就有包括张善琨、岳枫、张石川、李丽华、陈燕燕、周璇、严俊等在内的共155人被检举^④,他们基本上都是由于在沦陷时期曾在日伪的“中联”或“华影”工作过并参与了那些被认定的所谓“汉奸电影”(如《春江遗恨》《万世流芳》等)的拍摄而遭受谴责。同年10月8日,曾任伪“华影”董事长的林柏生更是被判以汉奸罪处决。这种对“附逆”影人的追究不仅使得张善琨、朱石麟等电影人避走香港,进而创作队伍得以大清洗和大换血,主要被大后方的电影人所取代,而且也为战后的上海电影注入了强烈的民族主义话语,为重建民族国家电影扫清了道路。

然而,国民政府的这种“去殖民化”的努力,却在战后遭遇了美帝国主义霸权的巨大挑战,并于1946年11月4日,被迫与美国签订了《中美商约》。战后初期,由于上海电影市场一时面临青黄不接的局面,美国电影(包括新片和旧片)便乘机大举侵入中国,并迅速占领了绝大部分市场,严重阻碍了中国民族电影业的复苏。据统计,仅1946年上海“首轮影院”放映的美国影片就多达352部,占全年上映影片

总数的92%,而中国影片仅有13部,平均每月才上映一部国产影片。^⑤《中美商约》签订后,美国八大电影公司甚至在上海联合组织成立了影业公会,一举垄断了上海影院的西片放映业务。美国电影的这种大规模倾销与垄断既是对中国电影市场的抢占,同时也是对文化空间的争夺,而这无疑对战后中国民族电影业的复苏与发展提出了严峻的挑战。

除了影业资产的接收和创作队伍的重组,国民政府还通过电影检查机构和制度的建立来规范电影生产,从而为确立国民政府官方意识形态的正统地位所服务。由于战争的影响,战时国民政府的电影检查制度分崩离析,沦陷区电影(包括上海)基本上脱离了国民政府的管控。而随着战后国民政府重新收复上海,作为战时电影检查机构的中央戏剧电影审查所^⑥也很快就在上海设立了办事处,并于1945年10月15日宣布从次日起对收复区电影进行审查,“全国统一的电影检查制度由此得以恢复”^⑦。这也意味着上海等地的电影重新被纳入国民政府的意识形态控制体系之内。与此同时,为进一步

① “训令”规定:“敌伪机关或私人经营之报纸、通讯社、杂志及电影制片厂、广播事业一律查封,其财产由宣传部会同当地政府接收管理”。转引自程季华:《中国电影发展史》(第二卷),中国电影出版社1981年版,第146页。

② 随着台湾的光复,台湾的日伪电影制作机构如“台湾映画协会”和“台湾报道写真协会”,以及十多家日产电影院也一并被接收,并在此基础上成立了台湾电影摄影场,直属于台湾省行政长官公署宣传委员会,摄影场初具规模,为其后台湾电影事业的发展奠定了初步基础。

③ 这七项检举原则包括:一、曾与敌伪合组电影或戏剧之机构,(影片公司戏剧社团影剧场等)为重要主持人者。二、曾在敌伪或电影戏剧机构内工作,凭借职务之便利,欺压同业人员者。三、曾利用敌伪势力或金钱,压迫破坏或阻挠我影剧界对敌伪之不合作运动者。四、曾与敌人共同制作或演出有利于敌伪宣传之电影或戏剧者。五、曾在电影或戏剧工作之外,有其他附逆罪行者。六、曾在后方利用敌伪影片毒害民众借以图利者。七、曾有上述六项以外之附逆罪行者。转引自李建华:《电影〈春江遗恨〉与上海抗战后对附逆影人的审判》,载《南京艺术学院学报》(音乐与表演版)2013年第1期。

④ 李建华:《电影〈春江遗恨〉与上海抗战后对附逆影人的审判》,载《南京艺术学院学报》(音乐与表演版)2013年第1期。

⑤ 程季华主编:《中国电影发展史》(第二卷),中国电影出版社1981年版,第162页。

⑥ 后来由于机构的重组,于1946年1月29日改称为中央电影检查处,隶属于行政院,同时受国民党中宣部指导。8月13日,电影检查处又被改隶于内政部,并成立了“内政部电影检查处”。

⑦ 汪朝光:《战后国民党政府的电影检查》,载《南京大学学报》2001年第6期。

控制电影事业，国民政府还对民营影业采取了一系列排挤、压制和钳制政策，如严格控制外汇，致使民营影片公司难以购买新式器材和胶片设备等，^①而对于香港的粤语电影，国民政府更是明令予以禁演，企图通过语言的规训来强化大一统的国族意识。

然而，国民政府所推行的这一系列旨在强化意识形态控制的举措，却遭到了来自社会各界的反对声音，其中既有来自知识分子对自由、民主的呼声，也有来自电影业界（尤其是民营资本和进步影人）的反抗和抵制，甚至还有来自中共以及其他民主党派的批评声音。例如，就在1946年的政治协商会议期间，电影戏剧界的阳翰笙、洪深、曹禺、宋之的、马彦祥等50余人发表了《致政治协商会议各委员意见书》，提出要求“废止对话剧、电影、旧剧、新剧的一切审查制度”，“保障戏剧电影业的营业自由”等主张。^②甚至参加会议的中共代表团也在提交的《和平建国纲领草案》中，提出了要“立即无保留地废除一切新闻出版，戏剧，电影及邮电等检查制度”^③的议案。另外，对于“中央电影服务处”这一垄断发行和影院的官方机构，也同样遭到了进步舆论和民营资本，以及外国公司（特别是美国电影公司）的强烈反对。

面对社会与民间的这种反对声音，国民政府迫于压力做出了部分妥协，如“中电”就于1947年4月改组为名义上“民营”的中央电影企业股份有限公司，而“中央电影服务处”也被迫撤销并入改组后的“中电”，成为它的业务部。然而，对于更实质性的诉求，如电影检查制度，国民政府并未放弃，而是不顾各方的反对对于1946年2月修订公布了《电影片检查暂行标准》，并成立了“内政部电影检查处”。随后，随着和平的破产和内战的爆发，国民政府更是加大了对电影检查的力度。1947年5月，内政部还向“电影检查处”发出要“依法予以严格检查，以符功令”的“训令”^④。据统计，自1945年10月到1948年9月，3年间送审的162部影

片，遭到删剪的就有48部，接近三分之一。^⑤

然而，尽管由于国民政府在战后实行各种垄断政策，对民营影业（尤其是进步电影）进行打压和钳制，再加上外片（尤其是美国影片）的大量倾销，使得民营影业公司陷入了举步维艰的艰窘处境，但在民营资本和民间力量的推动下，广大电影人仍努力冲破重重阻难，取得了令人欣慰甚至堪称辉煌的成就。其中，最鼓舞人心的便是联华影艺社（及其后的“昆仑”）和文华影业公司的创立，它们就像一对双子星座插在了战后中国影坛，引领着战后电影的创作潮流。另外，柳氏兄弟创立的国泰影业公司，以及其他如“大业”“中企”“综艺”“新时代”等一些小影片公司的创立，也同样为战后民营电影力量的崛起做出了重要贡献。更重要的是，民营资本的注入以及众多影片公司的客观存在极大地刺激了战后中国电影的复苏，而它们多样化的电影实践更是大大地丰富了战后中国电影的创作面貌，为战后中国电影的发展提供了日益宽广的创作空间。

此外，由于国共两党的政治斗争，在广大的西北、华北和东北地区，形成了历史上所谓的“解放区”。在这片区域内，尽管条件极为艰苦，物资极度匮乏，但共产党仍在接收“满映”的基础上建立了东北电影制片厂，同时还成立了延安电影制片厂、晋察冀军区政治部电影队^⑥等电影机构。这些机构虽然规模有限，但

① 1947年第3期的《电影杂志》发表了题为《电影制片业之窒息问题》的社论，文章指出：“自经济紧急措施后，输入限制甚严。制造影片需要之器材，基本者若胶片，若冲洗之化学用品，若水银灯，若灯泡，皆无国产代用品，皆不得不仰给于舶来。而胶片之输入限额，微乎其微。”随后文章又对电影制片的耗材成本进行了详细统计，得出结论——以“输入衡之，仅得百分之六弱，如之何不感窒息？”为此文章提出了严正抗议，呼吁政府改变政策。详见《电影杂志》1947年第3期，第2页。

② 载1946年1月31日《解放日报》。

③ 载1946年2月2日《解放日报》。

④ 见1947年5月22日《内政部防止电影过分讽刺政府并实施严格检查训令》，转引自汪朝光：《影艺的政治：民国电影检查制度研究》，中国人民大学出版社2013年版，第187页。

⑤ 转引自程季华主编：《中国电影发展史》（第二卷），中国电影出版社1981年版，第158页。

⑥ 最先是准备在张家口成立一个电影制片厂，但由于正逢国民党军队大举进攻，以致计划破产，而于1946年10月15日在河北省涞源县张各庄成立了晋察冀军区政治部电影队，并于1948年改为华北军区政治部电影队，简称“华北电影队”。

对共产党而言有着特殊的文化和政治意义，它不仅是在其建立电影文化阵地的重要举措，同时也是在国共斗争过程中对文化领导权的争夺。

可以说，战后初期中国电影的重建，既是对电影资源、人才和机构的重组，同时也是各种社会力量之间的相互博弈与相互竞争，以及对文化空间和话语权的争夺。它既代表着中国电影在历经战火后的一种新生与多样化存在，也是战后电影迅速崛起的重要基点，同时还开启了中国电影一段新的发展历程，并蕴藏着巨大的生长潜力，甚至对1949年后中国电影的发展格局产生了重要的深远影响。

二、多元繁复的创作取向与美学风格

在上述多重社会力量的相互角逐下，战后中国电影形成了一个多元、繁复的创作面貌，这不仅仅是指国统区电影、解放区电影和香港电影这种区隔分立的电影格局，抑或是官办和私营这种经营方式的对立，也不仅是指正统电影、进步电影和商业电影这三种互为交叉、补充和对话的电影形态，而是包含了更为丰富、复杂而又交汇互渗、或对立或协商的创作现象。

战后电影的这种多元繁复首先便体现在各电影机构不同的创作取向和意识形态立场上。例如，作为官营的“中电”由于政治的诉求，往往立足于官方正统立场来展开叙事，其出品主要以宣扬国民党官方意识形态为目的，代表着官方的权威政治话语，在影片中贯穿着强烈的国家意识形态诉求，因而这种电影也被称之为“正统电影”，如《忠义之家》《天字第一号》《黑夜到天明》等；而联华影艺社（及其后的“昆仑”）则由于知识分子的人文诉求与激进倾向，往往立足于底层大众，其出品具有鲜明的社会现实指向和政治批判意识，勇于揭露社会的黑暗与丑恶，将批判的矛头直指当权者，而向底层民众投去温厚的同情与人道主义



《一江春水向东流》剧照

关怀，因而这种电影也因其思想的激进而被称之为“进步电影”，如《八千里路云和月》《一江春水向东流》《乌鸦与麻雀》等。

具体到电影创作中，这种创作立场的对立鲜明地体现在了《忠义之家》与《八千里路云和月》这两部影片中。其中，“中电”出品的《忠义之家》（1946，吴永刚导演），不仅鲜明地歌颂了传统尽忠报国的忠君思想，试图以儒家的忠孝观念来感召民众，而且还通过老者的一番忠告直接宣扬了官方正统立场：“这八年的苦难换来的胜利，我们像是在漫漫的长夜里走完了一条遥远的路，放下了一副沉重的担子，可是为了要建设一个未来的新中国，我们还要负起更重的担子，踏上更遥远的长途，要把敌人破坏了的旧山河重新建设起来……这是我们的责任，你们的责任，这一代的责任，是每一个中国人的责任。”^①在这里，创作者显然是替官方发声，向民众宣扬一种崇高而富有道德感召力的民族国家话语，旨在将受众“呼唤”为建设民族国家的“主体”，从而将其纳入国民政府所规定的意识形态体系之中。然而，我们只要将其与《八千里路云和月》中江玲玉（白杨饰）对接收大员周家荣的那番血泪

① 程季华主编：《中国电影发展史》（第二卷），中国电影出版社1981年版，第177页。

控诉^①稍加比较一下,就能清晰、明了地发现它们各自截然对立的立场。史东山在这部影片中,将抗战演剧队在战后的悲苦命运与国民党接收大员的贪污腐败构成鲜明对比,对战后中国社会的种种不合理现象,尤其是国民政府的腐败罪恶进行了深刻的批判:抗战期间逃避责任、苟且偷生的达官显贵,在战后靠着接收特权大发横财,而于抗战有功的爱国青年却过着生活无着、有病无医的悲惨生活。这一强烈的对比使影片的批判矛头直指战后国民党的黑暗统治,而片尾的那个问号更是引发人们思索:究竟是什么原因造成了这样的悲剧呢?显然,导演在此要表达的是对国民党“劫收”丑剧与罪恶的强烈控诉,鲜明地体现了联华影艺社(及其后“昆仑”)的现实主义风格与社会批判传统。

而与上述强烈的政治诉求(宣扬或批判)不同的是,以“国泰”为代表的众多影片公司则更多地生产一些不问政治、只求票房商业电影,它们的制作主要从商业利益出发,采用类型片的叙事策略,表现一些恐怖、凶杀、间谍、侦探、情爱之类的娱乐性题材,以此来迎合小市民的观影趣味,如《钗头凤》《龙凤



昆仑影业公司部分员工合影

花烛》《假面女郎》《玫瑰多刺》《欲海潮》等。而在香港,这种娱乐之风更是盛行,甚至为了经济利益而粗制滥造,其中尤以粤语片为甚。它们往往是“用三天、七天这样短促的时间,手忙脚乱地完成”,“似乎很少有人去

考究一个健全的台本”^②,因而影片质量的低劣也就可想而知。

即便是同属“进步电影”阵营,联华影艺社/“昆仑”与“文华”的创作取向也有很大差异。相比“昆仑”的鲜明政治倾向性和左翼激进色彩,“文华”在政治上则温和许多,它既不与国民党沆瀣一气,但又与共产党保持一定距离,其出品更多的体现出自由知识分子的人文关怀和艺术气息。因而,“文华”的出品虽然没有联华影艺社/“昆仑”影片那样如匕首般地锋芒毕露、针砭时弊,但却在平凡的生活琐事中,如家庭伦理、婚姻爱情、人生命运等,流露出更为温厚、浓郁的人文主义气息,蕴含着丰富的人生哲理与情思,散发着淡淡的而又令人回味无穷的艺术魅力。也正因为如此,

“昆仑”影片往往被称为“社会派”电影,而“文华”影片则被称为“人文派”电影,它们都可以算是对20世纪30年代新兴电影运动的继承与发展。在“昆仑”影片《一江春水向东流》中,它主要把家庭作为省察社会的窗口,不仅鸿篇巨制地勾勒了十多年的抗战波澜,而且全景式、史诗化地展示了那段内忧外患、战乱频仍的苦难岁月,表现了整个社会、时代和历史的悲剧。正如影片在宣传广告上所说,它“是一阵强烈的风暴,是一曲人间的哀歌,是一首抗战的长诗,是一部生民的血史”^③。而相比而言,“文华”的出品则格局更为狭小,没有那么大开大合,它的《太太万岁》《假凤虚

① 江玲玉对接收大员周家荣厉声斥责道:“这个世界,都像你们这样搞下去,还成世界?明敲暗诈,强夺民产,人人都在切齿痛恨你们,个个敢怒不敢言。人家被逼急了,稍发几句牢骚,你们就把黑帽子、红帽子套在人家头上,常常一个一个人被你们不知道拖到哪里去了!你们就不想一想,一个人欺侮了人家,还不许人家诉一声苦,这是多么野蛮残酷的事!这简直连人性都没有的了!你居然也嘴上挂着什么‘民主’、‘自由’,你简直是在糟蹋这两个名词!……你们这样无法无天,时局怎么会不乱!你们再这样搞下去,祖宗传给我们几千年的基业都要被葬送的了。”她还对周家荣帮腔的姨父姨母说:“我但愿你们两位先明白:这是人的世界,永远这么不拿别人当人,永远这么人吃人,这个世界是永远不得太平的,你们这种福是享不长久的!”

② 蔡楚生:《关于粤语电影》,《大公报·影剧》周刊,1949年1月28日。

③ 《一江春水向东流之天亮前后》的宣传广告,《电影杂志》1947年第3期。

《风》《哀乐中年》《小城之春》等影片大多聚焦于家庭内部的生活琐事与人伦情感，它既没有前者波澜壮阔、大起大落的情感震撼与戏剧冲突，也没有它那对苍生苦难、民族国家的忧患意识与宏大叙事，而更多地关注日常生活的家长里短、人情纠葛与人际关系。当然，“昆仑”和“文华”也并非截然对立，相反，它们在很多方面均互有交叉、互渗和共通的现象。例如，它们都立足于平民化的叙事视角，致力于以艺术家的良知去叙写民众的疾苦，替底层发声，表现出浓厚的平民色彩与人道关怀，这既鲜明地体现在“昆仑”的《万家灯火》《乌鸦与麻雀》，也同样体现在了“文华”的《夜店》《我这一辈子》等影片中。

此外，战后电影的多元繁复还体现在同



《夜店》剧照

一电影机构的内部复杂性，甚至矛盾性上，呈现出多面向的创作取向。例如“中电”虽然由于其自身的官方属性，主要以生产正统电影为主，但由于机构的庞杂和内部各派系之间的矛盾，特别是一些民主进步人士如张骏祥、陈鲤庭、汤晓丹、沈浮、蓝马、赵丹等人的参与^①，使得“中电”系统也出品了一些具有民主进步倾向，甚至是直接批评和谴责国民政府的影片，如《还乡日记》《遥远的爱》《追》《天堂春梦》《松花江上》《幸福狂想曲》等，它们要么同情民众疾苦、揭露社会黑暗，要么就直接批评国民政府贪污腐败、官商勾结，使其在官营机构的出品中独标一格。另外，出于商



《还乡日记》剧照



《裙带风》剧照

业票房的诉求，“中电”还出品了一系列迎合观众观影趣味的商业电影，如《莺飞人间》《天罗地网》《青青河边草》《郎才女貌》《终身大事》等。这种多元、复杂甚至相互对立的电影创作，使得“中电”在维护正统意识的同时也具有了相对的进步性，成为一个矛盾的存在，以及多种意识形态相互博弈、相互冲击甚至相互对峙的“角斗场”。即使是在致力于走商业电影之路的“国泰”公司，为了改变过去“国华”^②粗制滥造的不良倾向，也先后聘请了应云卫、周伯勋、田汉、于伶、洪深等

① 他们之所以能进入“中电”，原因之一就在于当时“中电”急需创作人员。例如“中电”三厂在描述自身处境时，就曾提出公司面临着“导演荒”“演员荒”和“剧作荒”等问题。参见“中电”三厂宣传室编印：《中电三厂周年纪念专刊》，1948年10月版，第31页。

② 柳氏兄弟在上海“孤岛”时期创办的影片公司，其人员大都是原明星影片公司成员，曾出品了《歌声泪痕》（1939）、《董小宛》（1939）、《乱世英雄》（1940）等系列影片，太平洋战争爆发后，于1942年初“国华”宣告歇业。



《忆江南》剧照

进步影人，使其在出品《月黑风高》《湖上春痕》等商业电影的同时，也出品了《无名氏》《忆江南》《裙带风》等少量进步影片。另外，由于生存环境的险恶，“国泰”为了在残酷的市场竞争中求得生存，还邀请了张道藩、潘公展等国民党高官做公司董事长，从而为公司寻求了官方的保护伞，进而维护自身的经济利益，实现政治与商业的共谋。

由此可见，在多重社会力量的角逐下，战后中国电影标示了各种不同而又相互影响、相互交叉的创作取向，同时各电影机构的创作也并非铁板一块，而是在多重利益诉求下呈现出不同的创作面向，使得战后中国电影成为一个复杂多元的存在。

三、历史、现实与民族国家精神

无论是作为产业实践，还是文化艺术形式，电影都是一个国家民族文化的重要表征。它不仅体现着国家民族工业的发展水平，更是成为大众文化的重要组成部分。另外，它还可以通过精神的共享将散落在各地的普通民众扭结成本尼迪克特·安德森所定义的“想象的共同体”^①，从而对本国民众凝聚起共同的民族情感和国家认同。

这种对民族国家精神的建构也鲜明地体现

在了战后电影的重建过程中，它不仅包括电影作为一种民族实业（不管是官营还是民营）在战后的崛起，并以此对抗以美国好莱坞电影为代表的西方文化霸权的侵袭，更是体现在电影在建构民族记忆、凝聚国家认同、促进民族情感等方面的重要作用。事实上，经过抗战期间对电影宣传教育作用的深刻体会，国民政府已充分认识到电影在建构民族国家精神方面的重要作用，不仅将其视为“教育工具”，甚至提升到“建国要策”的国家层面，认为电影“实负宣扬文化，普及教育的两重任务”^②，可见其重视之程度。为了让更多的学生和工薪阶层进入影院接受“教育”，政府主管当局甚至还专门管制电影票价，让票价保持在一个较低水平。^③

从产业的角度来说，战后中国电影的重建，一方面是建立在对日伪影业资产的接收基础之上，另一方面也是伴随着民营资本的注入，民营电影机构逐渐建立而发展起来的。可以说，战后中国电影是在国家力量与民间力量、国营资本与民营资本的共同助推下所实现的产业复兴。尽管过程极为艰难、曲折而又充满摩擦与斗争，但作为民族国家的电影实业仍稳步地建立起来了，为民族国家电影的发展提供了产业基础与发展平台。然而，它的生存发展处境却是极为艰难的，这不仅是由于战后国民经济凋敝、社会动荡不堪，更是由于美国好莱坞电影的大规模涌入，极大地挤占了国内有限的电影市场和生存空间，为战后中国电影产业的发展提出了巨大挑战。于是，在振兴国产电影、对抗好莱坞霸权、提升市场占有率等方面，国营电影与民营电影便负有了共同的责任。

当然，民族国家电影的重建不仅仅停留在

① [美]本尼迪克特·安德森：《想象的共同体：民族主义的起源与散布》（增订版），吴叡人译，上海人民出版社2011年版。

② 转引自汪朝光：《战后上海国产电影业的启示》，《电影艺术》2000年第5期。

③ 汪朝光：《战后上海国产电影业的启示》，《电影艺术》2000年第5期。

产业层面,更是体现在电影的内容生产层面。尽管由于创作取向和意识形态立场的不同,战后中国电影存在着多元复杂的创作面貌,但在建构民族国家精神方面却是一致的。其中,作为国家意识形态传声筒的正统电影,在宣扬国家观念、凝聚社会力量等方面,自然是不遗余力的。而进步电影虽然对政府表达了强烈不满和抨击,但这也正是因为爱之深才恨之切,因此从影片的批判声中,我们可以鲜明地感受到创作者内心对建设美好家国的热切盼望与拳拳爱国之心。换言之,正统电影主要是从建构的角度自上而下地进行道德感召和意识形态宣扬,以民族共同体来召唤民众参与到社会重建秩序中来,而进步电影则更多的是从批评的角度对当权者进行敦促与鞭策,从而推动国家社会的进步。另外,对于商业电影而言,它们虽然艺术水准不高,但却“以抚慰与诱劝的策略”^①精心营造出一幕幕悲欢离合的感人故事,给战后民众的苦难生活增添了一丝情感的慰藉与宣泄。可以说,正是在这点上,无论是正统电影,还是进步电影,抑或是商业电影,均达成了文化的共谋。也正因为如此,在1947年10月上海文化运动委员会举行的“中正文化奖金电影奖”评选^②活动中,才看到既有“中电”系统内部出品的具有民主进步倾向的影片,也有“昆仑”“文华”“国泰”等民营电影出品的优秀影片,可能说涵盖范围十分广泛。这种政府奖项的设置与评选在某种程度上也说明了社会各界(特别是官方)对电影在建设民族国家精神方面的高度重视,同时也对国产电影的发展起到了激励的作用。

对于民族国家而言,国族认同既与共同的民族记忆、情感结构和伦理准则有关,更与缔造共同的现实生活、追求美好的未来前景有关。法国思想家Ernest Renan在其名篇《国家是什么?》中曾指出:“国魂或人民精神的导引,实际由可以合而为一的两个要素形成的。其一是与过去紧密相连,其二与现在休戚相

关。前者是共享丰富传承的历史,后者是今时今世的共识。大家一致同意共同生活、同心协力、坚定意志、发扬光大传统的价值。”^③无论是对历史的回顾与反思,还是对现实社会的关注与批判,战后中国电影都力图在“国魂”的建构与“精神的导引”等方面发挥力所能及的作用,并展开富有建设性的对话。

而由于民族国家的“自我界定总是建立在与‘外部’的关系之上,带有强烈的内部同质化和外部异质化倾向”^④。因此,对于一个国家而言,过去所经历的苦难,尤其是外族入侵与反抗的历史,往往成为激发民族主义和凝聚民众力量的绝好素材。对于战后中国电影而言,刚刚逝去的抗战历史便成为建构民族国家认同的丰富素材库。在这一时期的《松花江上》《遥远的爱》《八千里路云和月》《一江春水向东流》等影片中,我们也可以真切地感受到历史的回声。尤其是影片《松花江上》更是成为中华民族惨遭日本帝国主义侵略和奴役的民族血泪史,以及在此家丧国亡之际民众奋起反抗的民族寓言。而观众在回顾曾经的苦难记忆时,也再次感受到了强烈的民族体认,并在民族反抗的寓言中重新意识到对民族国家的忠诚与奉献。可以说,这种反抗外族侵略的民族主义寓言,正是凝聚民族力量、构建国家认同的重要策略。

① 丁亚平:《影像中国:中国电影艺术1945—1949》,文化艺术出版社2005年版,第118页。

② 从10月22日至11月20日,在文化会堂展映了11个电影公司参展的22部影片,并特邀了上海市电影专家、大学教授以及党政军名流等300余人观看并评选,结果以评分方式评出以下10部影片:1.《一江春水向东流》(昆仑出品)91.22分;2.《裙带风》(国泰出品)83.46分;3.《母与子》(文华出品)83.37分;4.《八千里路云和月》(联华出品)83.35分;5.《遥远的爱》(中电二厂出品)81.64分;6.《玉人何处》(大中华出品)81.43分;7.《春残梦断》(中企出品)81.08分;8.《天字第一号》(中电三厂出品)81.07分;9.《中国之抗战》(中制出品)80.36分;10.《松花江上》(长制出品)80.10分。参见中国电影图史编辑委员会编:《中国电影图史(1905—2005)》,中国传媒大学出版社2007年版,第203页。

③ 转引自许纪霖:《共和爱国主义和文化民族主义——现代中国两种民族国家认同观》,《华东师范大学学报》(哲学社会科学版)2006年第7期。

④ 汪晖:《现代中国思想的兴起》(上卷,第二部,《帝国与国家》),生活读书新知三联书店2004年版,第686页。



《天堂春梦》剧照

除了建构共同的民族记忆外，战后中国电影还将镜头直接聚焦于现实生活，反映民生的疾苦，揭穿俗世的丑恶，并在此过程中蕴含传统的伦理道德与民族心理。例如，在《还乡日记》《天堂春梦》等影片中，就对战后社会民众居无定所的苦难现实表达了不满，在批评声中暗含了创作者对建设一个人人安居乐业的

“新中国”的梦想。而在《一江春水向东流》中也在表现苦难现实的同时，鲜明地塑造了素芬（白杨饰）这样一个吃苦耐劳、善良温厚的劳动妇女形象，体现了中国劳动妇女优良的传统美德。而《小城之春》更是在“发乎情，止乎理”的传统伦理道德中演化了一个耐人寻味而又意味深长的感人故事，鲜明地表现了一种中国传统式的婚姻爱情观念。这些影片虽没有强烈的民族主义色彩，但却通过一种民族化的表达与想象，建构了一种共同的民族伦理与道德规范。

可以说，战后中国电影的复苏与崛起，既是作为一种民族实业对好莱坞电影文化霸权的反抗，同时也是作为重要的文化艺术形式凝聚着共同的历史记忆和民族情感，对建构民族国家精神起着不可忽视的重要作用。

（作者单位 中国传媒大学戏剧影视艺术学院）

■ 郑 睿

对香港社会的现代文化构建

——20世纪五六十年代香港“电懋”国语片分析

提 要 20世纪20世纪中期，香港电影开启了现代化进程，陆运涛的香港国际电影懋业有限公司在这一时期登陆香港，并与同时期的邵氏兄弟（香港）有限公司、长城电影制片有限公司、凤凰影业公司等左派电影公司构成香港国语电影三足鼎立之势。“电懋”所生产的国语影片为当时的香港观众描绘了中产阶级生活方式的美好构想，影片中所关注与展现的重点是刚刚开启现代化进程的香港社会。“电懋”影片对构建香港现代社会的消费文化起到重要作用，与此同时，影片所涉及的现代女性等诸多问题，至今看来仍有重要意义。

关键词 “电懋”国语影片 消费社会 女性问题 现代香港

20世纪中期，香港社会开启了现代化之旅，包括电影在内的娱乐产业也开始了现代化转型。随着“光艺”“邵氏兄弟”“电懋”等现代化大型企业登陆香港，新加坡、马来西亚等东南亚地区的资金注入香港电影业，香港电影的主流形态发生了很大的变化。在香港所登陆的三大现代化的大型电影公司：陆运涛的香港国际电影懋业有限公司（简称“电懋”）、新加坡何启荣的光艺影业公司，以及邵氏兄弟的邵氏兄弟（香港）有限公司（简称“邵氏兄弟”），这三大公司在香港的登陆，意味着整个香港电影业渐从“上海派”转为“南洋派”。而其中的“电懋”于1956年成立，它的前身为创立于1951年的“国际影片发行公司”，是新加坡富商陆运涛的国泰机构下属的一个电影公司。“电懋”生产多以国语影片为主，生产大量品质优良的电影作品。“电懋”国语电影通常是以现代都市题材为主，走的是“中产阶级”路线。这些影片所表现的通常是

现代的、上层的歌舞升平的生活。同时期香港国语电影中，“电懋”“邵氏兄弟”与“长城”“凤凰”等左派国语公司形成了三足鼎立的局面。其中，“电懋”与同为电影巨头公司“邵氏兄弟”在这一时期展开的竞争最为激烈。随着1964年“电懋”董事长陆运涛及“电懋”高层遇难，1965年9月该公司改组为国泰机构（香港）有限公司。1971年国泰机构（香港）有限公司宣布结束，“电懋”退出香港电影的历史舞台。

“电懋”国语影片通常以儿女情长、婚姻爱情为主要题材，主要的类型范式可以粗略划分为喜剧片、时装文艺片、歌舞片。由于“电懋”向来以构造中产阶级的“现代的”“都市的”生活为目标，因此，“电懋”所生产的影片从不同层面、不同角度、不同程度涉及现代社会所面临的相关问题。这些问题也恰恰是正处于现代化都市化进程的现代香港所遇到的，不可避免的问题。因此，“电懋”影片可以作

为研究当时香港现代化进程中的重要文本，从中我们既可以窥测到当时香港在现代化进程中面临的诸多问题，又可以考察出“电懋”影片中与众不同“电懋特质”。

一 “电懋”的喜剧片： 消费社会与现代香港

“电懋”喜剧片作为当时喜剧片重要组成部分之一，完善着整个香港喜剧电影的类型。

“电懋”喜剧片主要以“南北”系列喜剧和都市风情喜剧为主。由于“电懋”惯有的中产阶级立场，因此其出品的喜剧片多数表现的仍旧是中产阶级的爱情、婚姻问题，致力于为观众描绘一幅中产阶级美梦，虽然有时片中描绘的生活与当时香港的现实社会状况完全脱离。

“南北”系列喜剧：消费社会中的文化冲突

“电懋”生产的“南北”系列喜剧片是当时喜剧片的重要分支。该系列喜剧片始于1961年宋淇编剧、王天林导演的《南北和》，后“电懋”又专程聘请张爱玲编写了同系列的《南北一家亲》（1962）和《南北喜相逢》（1964）。该系列电影反映了现代社会在跨文化交流中不可避免的重要问题：文化冲突。由于香港独特的社会历史文化环境，特别是20世纪中期以来，多种文化都在香港交汇，发生一系列碰撞。“南北系列”影片主要反映了移民香港的“外省人”同本土广州人之间的文化冲突，将“外省人”同“广州人”的矛盾冲突作为影片叙事的主要驱动力，同时两种文化冲突也是造成喜剧的重要因素。

在《南北和》中，“南”指的是演员梁醒波饰演的张裁缝，他向来讨厌北方人。“北”则代表着刘恩甲所饰演的李裁缝，而他对广东人也颇有微词。而正是这样一对冤家，却在同一栋楼里开了裁缝店，还住在同一所寓所里，可谓是“不是冤家不聚头”。更让这对“欢喜冤家”哭笑不得的是，张裁缝的女儿却爱上了



象征“南”的一方演员梁醒波



象征“北”的一方演员刘恩甲

地地道道的北方男子，也就是李裁缝的儿子，李裁缝的女儿却想嫁个南方丈夫，又是张裁缝的儿子。子一辈为了争取个人的幸福，与父一辈斗智斗勇。同样在《南北一家亲》里还是由梁醒波和刘恩甲饰演的两个冤家充当一南一北两个餐馆的老板，还是对手，起初两家的商业竞争只不过是普通的商业竞争，发展到后来逐渐演化成不良的恶性竞争，这种竞争的最后结果只能是两败俱伤。最终子女的联姻解决了“南”“北”老死不相往来的难题。

影片中的大量笑话都来自于“南”“北”的文化差异和生活差异。首先，在“南”“北”文化差异中，饮食文化差异是个永恒不变的话题。比如，北方女儿为了取悦她

未来的丈夫，主动说“北方菜既咸又油腻，我们以后都吃粤菜。”似乎这还不够，说，“我最爱吃桂花鱼”。与此同时，南方姑娘也急忙宣称自己喜欢吃北方菜，甚至“我最爱吃臭豆腐！”臭豆腐和桂花鱼是南北菜系中最为极端的两个菜，喜欢的爱到骨子里，讨厌的人深恶痛绝。影片利用这两个菜极致化地表现出“南”“北”的饮食文化差异。影片有一个细节：在父一辈就“南”“北”饮食文化孰高孰低争得面红耳赤之时，聪明的儿女们已经开始选择另一种文化形态作为暂时的“庇护所”：现代的、都市的、西方的、消费文化。例如在《南北和》中，两对情侣并没有在“南”餐厅或者“北”饭馆共商对付各自父亲的“大计”，而是巧妙地选择了咖啡厅或者是西餐厅这一既非“南”也非“北”的文化地标，从而回避了“南”“北”水火不容的文化矛盾。相类似的，在《南北一家亲》中，子一代的情侣们见面地点都是在西餐厅，最后双方父母达成一致是在一家日本餐厅。各种外来的、现代的、都市的文化等，只要是非“南”也非“北”的文化，都能成为“南”“北”文化激烈冲突的暂时庇护所。这一方面能表现出当时香港这一文化大熔炉中各种文化杂糅的显著特色，另一方面从影片中我们不难发现其实香港社会已经逐渐形成自己的都市文化，现代的、西方的生活方式以及文化形态已经进入当时的香港，从影片中出现冰箱、日本料理、咖啡馆约会、空姐等等具有时代特色的元素中可见一斑。

此外，两种文化冲突还表现在方言的文化。“南北”系列影片中最为突出的特质就是粤语、国语同时存在，粤语演员说粤语，国语演员说国语。两种不同语言的对话也能增加影片的喜剧色彩，而这两种方言的对话又能给观众“鸡同鸭讲”的听觉感受。香港的文化本来就具有多元性，南来北往的人多，在当时的香港几乎可以听到中国各地的方言。虽然当地居民基本上讲的是广州话，还有部分来自福建等省份的人讲的是客家话、闽南话，且在当时特定历史时期，大

量的内地人从上海、山东等地移民香港，他们说的方言更是与当地的广东方言有所不同。在影片中，南下移民的方言被一律处理为“普通话”。在《南北一家亲》中南方的男子为了讨好未来的山东岳父，极力掩盖自己的南方身份，谎称自己是山东人，却被自己根深蒂固的方言出卖——南方口音中分不清天上的“日头”，地上的“石头”，和口中的“舌头”，分不清“日”“石”“舌”这几个音节。影片利用方言文化增加了影片的幽默效果。

“南北”系列影片名的翻译都颇为有趣，“the greatest civil war on earth”（南北和），“the greatest wedding on earth”（南北一家亲），从翻译中也不难发现其中的幽默意味：将“南”与“北”的差异称作世界上最伟大的内战，将“南”“北”的联姻成为世界上最伟大的婚礼。文化冲突的激烈性以“最伟大内战”的夸张的手法表现出来。无论文化之间差异与鸿沟有多大，“电懋”的“南北”系列片最终还是在“一团和气的‘最伟大的婚礼’”中结束，相异文化之间即便有着强烈的冲突与隔阂，矛盾终将在“最伟大的婚礼”里被化解。无论这个矛盾是“南”文化与“北”文化之间的矛盾，还是子一代与父一代之间的矛盾，矛盾冲突的双方最终都能在最大程度上达成一致。“南”“北”文化终究会走向融合，虽然他们来自不同的地域，有着不同的文化背景，但这丝毫不影响不同文化在香港这片特殊的土壤中共同发展。久而久之，他们的价值观念、生活方式、甚至他们对世界的看法愈发相似。他们对外来文化、外来事物，对整个现代化进程的接受程度较高，以非常积极的态度面对异己的文化、文明，是难能可贵的。

都市风情喜剧：消费社会的现代爱情观

除了“南北”系列喜剧，都市风情喜剧也在“电懋”国语片中扮演重要角色。“电懋”的都市风情喜剧讲述的多为现代社会的青年男女的爱情，比如《青春儿女》（1959）、



《南北和》剧照：“南”与“北”的和解——儿女的婚姻

《长腿姐姐》（1960）、《情场如战场》（1957）、《香车美人》（1959）《太太万岁》（1958），等等。这些喜剧的戏剧冲突都源于男女之间的个性、兴趣爱好、爱情的误会等，最终也都是以大团圆结局收场。其中所表现的生活乃至体现的爱情观、婚姻观、价值观都与当时进入消费社会状态的现代香港相契合的。

其中，《青春儿女》《长腿姐姐》是典型的青春喜剧，描写的都是轻松愉快的少女生活或者校园生活。比如《青春儿女》中，孙锦霓（林翠饰）和李青萍（葛兰饰）两个姐妹花，一个是运动健将，一个是文艺能手，两个都是学校里的风云人物。而两人的男朋友都是与她们志趣相异，李青萍的男朋友牛迈爱好游泳、划水，对音律一窍不通，孙锦霓的男朋友侯子健对运动不感兴趣，却和李青萍志趣相投，爱好歌舞。正是这样，两对情侣之间产生了矛盾。姐妹花之间产生猜忌，嫌隙更深，一度反目成仇，在宿舍大打出手，后来雨过天晴，和气收场。“电懋”国语片一直走在时代尖端，《青春儿女》可谓佼佼者，50年代粤语片男女老幼还是忧柴忧米的劳苦大众，“电懋”国语片的俊男美女已经不愁衣食，可以上大学，忙

着社交，不论真假，为观众编织了一个无忧无虑的梦。值得注意的是，影片中男女主角已经开始过上了非常摩登而现代的生活，跳水、跳舞、喝咖啡都是现代生活中重要的消费方式。

《长腿姐姐》也同样如此，叶枫饰演的是恨嫁的“长腿姐姐”，虽然美丽却少了点风情，一直单身。王莱饰演的母亲积极张罗参加各种舞会，企图让女儿钓上金龟婿王公子。却不料叶枫对修理工小王（乔宏饰）一见钟情，两人情投意合。调皮捣蛋的妹妹（林翠饰）、生性豁达的父亲（刘恩甲饰）、加上行动迟缓的胖母女一直在插科打诨。影片上演一出出让入忍俊不禁、笑料百出场景。电影里的主角并非是高清美丽的“长腿姐姐”叶枫，反而是活泼顽皮的林翠饰演的妹妹。学生情人林翠剪了一头tomboy的短发，穿起了校服演中学生，没有一点破绽。她在舞会中古灵精怪的样子，让人想起了罗伞裙下偷偷脱掉高跟鞋的公主奥黛丽·赫本。最终修理工小王被证明是真正的富贵公子，长腿姐姐终于觅得良婿，一家人皆大欢喜。

这两部影片非常突出地表现出当时“电懋”影片中现代特质，呈现出的生活是都市的、时尚的、现代的。在消费社会中，奢华消

费的生活方式是社会形态的主导。这些影片为我们展现出“有钱阶级”和“有闲阶级”的生活方式：舞会、派对、高档汽车、咖啡馆、西餐厅都是生活必需品，连休闲方式都是非常西化的。《青春儿女》中的休闲是跳舞和划水，《长腿姐姐》中的休闲方式是野炊和露营。表现出“有闲”阶层的闲适生活，给观众呈现出标准的中产阶级生活的美梦。在以上影片中，通过对消费方式的呈现来表现不同的阶层和等级。消费是区分等级的，并不是所有人都有相同的消费能力一样，购买力随着社会经济的发展，贫富差距的增强，区分度也越来越大。在消费社会中，无数的新的需求为消费者们提供各种消费的可能。这种盲目的、无理智拜物的逻辑就是消费的意识形态。这种消费的意识形态在“电懋”的都市风情喜剧中乃至所有的现代题材的国语片中一直存在。



《长腿姐姐》：欢乐的舞会、都市摩登生活是影片着重呈现的内容

“消费社会”使消费行为成为纯粹的象征行为。鲍德里亚认为，在后现代社会中，所有的消费品，当它们被人们消费时，都不再是生产的产品，而是一系列的象征着某种声誉、地位、欲望的符号系统。人们消费的不再是物的使用价值，而是符号赋予的意义，特定的消费体系成为一种特殊的编码系列。消费一种产品就是消费它象征的意义。在“电懋”的此类型影片中，舞会、派对、休闲方式所代表的富足的、充裕的、有闲阶级的生活方式意义远远大于它们自身，为观众营造了一种想象式的“美好生活”。

以上这些都市风情喜剧片，都是以浪漫爱情为主题，以男女之间的误会冲突作为矛盾，最终以男女双方的婚姻达到调停矛盾冲突的目的。在这些浪漫喜剧中，通常突出影片中“都市女性”的形象，影片中所塑造的“都市女性”开始积极主动地追求自己的幸福，有自己的事业，最终也能获得属于自己的幸福。这些都市风情喜剧中的女性虽然仍旧以爱情和婚姻为主题，但是在爱情观、婚姻观上表现出完全自主、完全独立的现代青年的态度。影片中男女根据自己的情感倾向做出选择，女性也不再是被动的被追求的对象，开始大胆主动地追求属于自己的爱情和婚姻。从这一点上看来，“电懋”都市风情喜剧片呈现的是都市人现代感十足的爱情观和婚姻观。

至此我们应该看到，无论是“南北”系列喜剧还是都市风情喜剧，它们的时尚化特质都非常突出。在“电懋”的这些喜剧中，无论是琳琅满目的都市生活，还是日常生活中的衣食住行，都成为消费文化的重要组成部分。影片通过对现代生活方式、消费方式的展现，使得文化中心成了商业中心的组成部分。城市化的增强和现代都市的发展，带来了都市消费群体需求的扩大，购买“冰箱”“豪车”需求的增加也是“电懋”喜剧中人物的重要特质。这类影片中展现的是中产阶级的生活方式和价值

观,许多冲突矛盾也是由此而来,显得非常时尚新颖。而新兴的现代消费模式同传统的消费模式必定会产生矛盾,这种矛盾也同样成为影片剧情发展的重要驱动力。

我们知道,“商品丰盛的物化社会和大众消费被公认为进入消费社会的显著标志。这里的商品丰盛的物化社会指的是人们生产产品的主要目的不再是生存,或者用经济学的术语来说不再是为了克服短缺经济,商品的生产远远超出了人们的基本需求,商品成为一种标示生活质量的文化和物质的混合物。人们不再像过去那样被人包围,而是陷入商品的包围。大众消费则指的是一个社会的消费品不再主要为少数人或统治集团所占有,而是以大众为消费对象。如果一个社会开始以消费为主导,并且消费品的生产主要以大众为消费对象,大众具备了一定的购买力和休闲时间,同时整个社会开始树立起消费文化,那么一个社会就具备了消费社会的基本特征。”^①“电懋”的一系列影片为当时的观众展现出“消费社会”的景象,而与此同时,电影也作为消费社会中最具代表性的大众文化,为当时的观众打造了一个“有钱有闲”的消费社会的美好蓝图,成为当时香港消费社会消费文化的重要组成部分。

二“电懋”影片中的女性问题

与同时期的“邵氏兄弟”一样,“电懋”公司通常侧重对女明星的开发和宣传。尤敏、葛兰、叶枫都是“电懋”公司重要的女明星,因此“电懋”也生产大量的都市女性题材影片。这些影片涉及很多现代女性的诸多问题,影片也可以作为重要的文化分析的文本。

“电懋”推出《曼波女郎》(1957)、《野玫瑰之恋》(1960)、《星星·月亮·太阳》(1961)、《四千金》(1957)、《空中小姐》(1959)、《雨过天青》(1959)、《六月新娘》(1960)等女性影片。这些影片

多以表现女性生活状况为主,其中涉及很多女性进入现代社会后的诸如女性与历史、女性与身份、女性与工作、女性与香港身份问题,至今看来仍然具有重要意义。

《星星·月亮·太阳》:历史中的女性身份问题

在“电懋”众多女性题材影片中,最具史诗气质的莫过于由叶枫、葛兰、尤敏三大当家花旦和张扬出演的《星星·月亮·太阳》(上、下),影片以星星、太阳、月亮分别比喻男主角一生中出现的三个女子,以徐坚白的角度讲述徐坚白与这三个女子相识、相知、相恋的曲折故事。这三个女性与男主角徐坚白的爱情恰好构成了一段战火纷纷的历史。虽然这段历史虚化了具体的时间、空间,但仍然可以看做是中国近代抗争史的一个缩影。与以往的战争题材电影叙述有所不同,三个女性开始由以往战争电影中“后方女性”的形象逐渐走向前方战场,甚至最后锤炼成“女英雄”。将现代女性身份问题引入历史的广度中,从而获得前所未有的意味。

“星星”“月亮”“太阳”三个女性角色,实际上也可以被看做女性身份角色在历史进程中的变化可能性:女丫鬟(阿兰)——女学生(秋明)——女战士(亚男)。在这一变化中,我们可以看到,女性角色中的传统女性气质愈来愈淡化,性别界限被逐渐模糊,女性角色越来越呈现出男性化的倾向。

首先,阿兰最富有中国传统女性的特质莫过于“星星”。她痴情专一看似柔情似水却又坚韧。阿兰所代表的过去的、旧式中国社会处于封建家庭压迫的“待被解放女性”。在这种旧文化的体系下,女性是被视为贱民,没有自主地位,只能凭借婚姻获得命运的转机。因此在传统中国文化体系下的阿兰期待着男主角徐

^① 吕维克:《20世纪20年代美国消费社会研究》,山东大学2007年硕士学位论文。

坚白的解救与启蒙，这种剧情安排在诸多影片中屡见不鲜。而颇为有趣的是，在“电懋”的这部史诗作品中，拯救阿兰的并非是男主角，而是另一女主角秋明。

要想全面透彻地理解秋明这个人物，必须要事先了解与阿兰完全对立的亚男。“亚男”同阿兰是截然相反的女性，她独立、自主、自强，自己的命运自己做主，不为任何外因而改变，实际上，亚男非常具有男子气概。“太阳”亚男的形象设置和中国电影中的“女英雄”的形象设置有诸多的相似之处。可以说，一身军装的亚男实际上是“花木兰”式的女英雄，她虽然披着女性外衣，但在具体的内在人物品质上与男性形象、男英雄别无二致。亚男在挣脱了历史给予旧女性的羁绊的同时，也失去了自己的精神性别。在她真实地参与历史的同时，女性的主体身份也消失在一个非性别化的“男性”的假面背后。女英雄亚男是个以国为家的女战士，她从来不将儿女私情放在眼里，无视徐坚白的示好。在与徐坚白的爱情关系中，亚男更像是个男性，徐坚白一路寻找、追随亚男，甚至为了见她一眼出生入死。女英雄亚男却丝毫不为之所动。在救亡的危难之际，女性进入历史的唯一的、必然的道路是由努力去除自身的“女性”属性，成为去性别化的战士。亚男不是作为女人，而是作为战士与男人享有平等的、无差别的地位。在影片中，亚男是深明大义的启蒙者、战士、并且完全淡化了个体的情感诉求，完全以国家存亡为己任，有着强烈的集体主义和家国情怀，极具英雄气质。这样看来，看似与旧文化中阿兰截然相反的亚男实际上

仍旧是无所不在的父权按照对男英雄的期许描绘塑造出的，只是披着女性外衣的形象。父权制度再次成了女性至高无上的权威。

因此，在阿兰与亚男这两个人物角色形成鲜明对比的同时，“月亮”秋明这个形象也格外值得重视。一方面，她受过教育，不再是传统意义上的女性，另外一方面，她不再像阿兰那样，只是被动地接受，在面对爱情与婚姻的时候，秋明大胆而热烈地对徐坚白展开追求。从这个意义上说来，秋明可以选择的余地或者说主动做出选择的余地非常多。与此同时，她并没有抛弃该属于自己的女性特质。影片最值得一提的是秋明解救阿兰这一举动，女性在失去爱情之后仍然可以通过自己的力量获得幸福。在徐坚白离开秋明和阿兰之后，秋明却和阿兰成了好朋友，秋明出面解救阿兰，鼓励阿兰独立自主乃至参军。通过对阿兰遭遇与体验的深入了解，秋明和阿兰们表达自己在生活中特定的体验、经验与困惑。这些影片中的女主角已经不再只是功能性或者符号性的女性形象，而是开启了男性成长故事模式之外新的女性心理成长的叙事模式。尤敏所饰演的女性角色开始了自我质疑、自我陈述甚或自我否定，并开始对自己精神性别进行深度确认，并且对自己现实遭遇及文化困境进行深入的反思。

影片最后，徐坚白重新从战场回来，秋明、阿兰、亚男都在“娜拉式出走”之后走向了不同的方向。阿兰走向了死亡，亚男也因为自己身体的残缺而拒绝了坚白，秋明的个性也发生了改变。秋明不再是以婚姻家庭作为目的



“星星”阿兰



“月亮”秋明



“太阳”亚男

的女性，同时也没有完全抹杀自己全部的女性气质转而成为另一个亚男，她在自我质疑、自我陈述甚或自我否定中困难地开始了对自己深层次身份认同的探索和确认。最终，秋明走向了宗教，这一看似消极的选择背后总算透露出秋明独立后的“光明的尾巴”。

《星星·月亮·太阳》作为“电懋”影片中，将三个极具代表性的女性形象置于影片中，勾勒出女性的史诗叙述。“女丫鬟——女学生——女战士”的发展脉络，也构成了历史中女性身份的无限可能。由历史来反观现在，对当时现代香港女性的身份认同有着重要的作用。

女性与工作：“电懋”影片中的现代女性与职业问题

当时的香港，现代工业社会的发展模式初见雏形。而“现代工业社会的发展导致了劳动场所和家庭的相分离，女性加入经济活动的比率越来越增高。由于传统核心家庭在经济过程中面临的压力，迫使女性不得不寻找一份有薪劳动，此外，这种女性劳动也同样是满足个人成就的欲望，响应了现代社会妇女运动的好找劳动是当代社会的中心，就业是过上一种独立生活的先决条件”^①。

“电懋”的影片中的女性通常是职业女性，她们都有自己的工作，可以自食其力。她



《空中小姐》剧照

们试图走出家庭，以获得一种有薪劳动，她们为了获得独立生活走向了现代社会。她们不再局限于家庭生活中，她们开始接受现代教育，拥有现代职业，“电懋”的多部影片中女性都从事空中小姐这一职业，如《空中小姐》中大多数女性角色，如《四千金》中的四妹，《南北和》的李翠华等角色。



《空中小姐》剧照

最具代表性的就是《空中小姐》。在20世纪五六十年代，航空业是刚刚兴起的行业，很少有人有机会坐飞机。空中小姐是当年香港女孩最为向往的职业，因为这一职业既时髦又高贵，既新奇又刺激。因此，“电懋”公司竟然敢为人先地选取了最为新奇的“空中小姐”的这一题材。影片中的葛兰被塑造成一个全能的“新女性”的形象：通晓多国语言、能歌善舞、形象好、气质佳。从剧情上来说，《空中小姐》似乎并没有多么精巧的剧作和紧凑的剧情。而该片难能可贵之处是将空中小姐这一相对神秘的职业以电影的形式呈现在观众眼前。影片里充满了冗长的空中小姐的培训过程：从选拔到日常训练到演习，空中小姐的训练过程甚至成了景观式的表现，以满足当时的观众好奇心。空中小姐是最为时尚的女性职业，代

① [英] 安东尼·吉登斯：《社会学》，李康译，北京大学出版社2009年版，第641页。

表着新的技术、现代教育、现代礼仪。林可苹可以用国语、粤语、英语、法语和上海话说“你想喝一杯茶”吗，来显示她作为一个国际化人才的一面。现代精神重要特质就是主体性的确认，通过对自我主体，特别作为失语的女性身份的确认。不同于她母亲那一代的女性，婚姻不再是这一代现代女性最终追求。林可苹的未婚夫以取消婚姻为威胁，劝她放弃工作，可是她并不为之所动。林可苹在影片中更为强调是“自己的事业”“自己的梦想”，这种强烈的自我意识，是现代女性除了外在的摩登生活之外内部特有的现代主体精神。“电懋”国语影片中，具备这种现代主体精神的女性非常多。葛兰、尤敏、叶枫、林翠所饰演的角色都是如此。而在所有“电懋”女明星中，葛兰所塑造的女性角色的主体意识最为强烈，最具备“现代特质”，而这一都市女性的独立与个性，更多是其职业所赋予的。

同样，改编自张爱玲编剧的同名电影《太太万岁》（1959）也很好地将女性与职业的问题。《太太万岁》是乐蒂加盟“电懋”后主演的唯一一部时装喜剧，此种故事题材是“电懋”的强项。《太太万岁》讲述的仍是上班族小夫妻闹别扭的故事，太太总是美貌动人精明能干，丈夫再不服气，也只是病猫注定被耍得团团转，乐蒂饰演的王瑞娟入得厅堂下得厨房，从容不迫，端庄温柔，不必故作强悍，



《太太万岁》：摩登且独立的太太，入得职场，下得厨房

却叫人俯首称臣。这样的现代的都市太太能在职场女性和家庭主妇之间的身份切换自如。

虽然以婚姻和爱情为主题，同都市风情喜剧不同，此类影片也不再是以嬉笑怒骂为主，还是深层次地将现代都市女性的生存状态描绘出来。通过对这一系列“现代女性”或者“都市女性”的塑造，不仅仅从外表上塑造了都市的、摩登的女性形象，更赋予了这些都市女性形象更为深刻的精神内涵。

《野玫瑰之恋》：“电懋”歌舞片中的现代女性

“电懋”公司长期以来面向年轻的中产阶级观众，定位于都市化、时尚化的创作，除了喜剧片、都市文艺片之外，还推出了歌舞片这一类型电影。从内容层面来看，这些歌舞片所关注的仍然是女性问题，而歌舞片的形式又强调了女明星能歌善舞这一特质。“电懋”歌舞片中的女性同样也是极富现代特质，女性独特的现代气质通过歌舞片这一类型表现得尤为精彩。

在诸多的“电懋”歌舞片中，最具解读深度的莫过于《野玫瑰之恋》（1960）。“《曼波女郎》推出后三年，出现了最令人怀念的歌舞片，也是最佳的国语歌舞片之一”^①，“这尽管是香港歌舞片彩色时代的一部黑白片，却是承前启后的重要作品：承前的意义在于，它再次激活了一度被‘乡村女’和‘曼波女郎’所取代的歌女形象，并带动了《不了情》（1961）、《何日君再来》（1966）等影片。”^②

《野玫瑰之恋》中，最为经典的莫过于葛兰饰演歌女“野玫瑰”邓思嘉形象，邓思嘉野性泼辣、性感妖娆、敢爱敢恨。这一形象是完全不同于传统女性的现代女性形象。影片中，“野玫瑰”在夜总会遇到音乐教师梁汉华，两

① 张燕：《香港歌舞片：亦中亦洋，亦梦亦幻》，《当代电影》2013年第10期。

② 张燕：《香港歌舞片：亦中亦洋，亦梦亦幻》，《当代电影》2013年第10期。



《野玫瑰之恋》剧照

人相恋。后汉华为邓思嘉伤人入狱，出狱后两人生活潦倒，思嘉为摆脱困境重回歌舞厅唱歌。思嘉被梁汉华误会为水性杨花，一时冲动将她勒死。

本片作为成功的香港歌舞片，某些唱段在今天看起来也极富感染力，很多唱段也成为电影史上的经典。比如电影一开场，随着音乐响起，舞场入口的阶梯上，在暗黑的氛围中，葛兰饰演的邓思嘉口衔玫瑰，随着音乐的节拍灵活地扭动着身体，妖冶而性感的魅力扑面而来。直到她在夜总会的舞台上开口唱出比才歌剧《卡门》曲调，并伴着节奏边舞边唱，才全面解开“野玫瑰”的神秘面纱，掀起了第一个高潮。电影并没有直接拍摄歌舞厅里邓思嘉的表演，而是借助张扬所饰演的人物角色汉华带入，摄影机跟着汉华来到了“坏女人”所在地——歌舞厅。有趣的是，在进入歌舞厅之前，汉华与其未婚妻有段对话，她的表现也是非常精彩的：先是边弹吉他边唱歌，而随着音乐节奏的变强，邓思嘉边舞边唱。邓思嘉的唱法不同于西洋歌剧唱法，大耍其特色花腔，“爱情”一段连唱了四次，每回腔调都有变化，或媚或妖或酥，最后一次野兽嚎叫般唱出“爱——情”“男——人”，那种强烈的性感令人窒息。她在台上还掀裙摆，大跳特跳大扭特扭，就像是《卡门》中的“坏”女人卡门，那种野性的横泼的风情，充满舞厅的每一角落，连与此氛围格格不入的男主角张扬也情不自禁被她迷倒。

思嘉的形象类似于卡门的形象，《卡门》是法国现实主义作家梅里美创作的短篇小说里的人物，它讲述了吉普赛女郎卡门一系列冒险经历。她除了自己的丈夫，还有众多情人，引诱无辜的士兵，后又移情别恋爱上了斗牛士。最终她拒绝牺牲自由，因而难逃悲剧命运，死在情郎的剑下。《野玫瑰之恋》对卡门形象的挪用，不仅表现在开场舞上用了《卡门》的舞曲，整个剧作以及人物设置上都和《卡门》有类似之处。邓思嘉这一人物将“卡门”形象本地化抑或说是香港化了。而且两者有很多相似之处，特别是在对待爱情上，她们都是积极主动，敢爱敢恨，开场舞唱的虽是《卡门》，说的却是思嘉自己。思嘉主动追求男主角汉华，上演了一出“女追男”的好戏。思嘉看似游戏人生，甚至在对待爱情上，也是和同事比打赌在十天之内把男主角追到手。思嘉对自己所爱展开主动追求，此外，就人物性格而言，思嘉平时行为举止也无拘无束，充满野性，所以被称为“野玫瑰”。但是影片中的中国“卡门”邓思嘉并没有卡门风流成性甚至轻浮的缺点，而是被塑造成一个充满魅力的专情女性，特别是在和男主角汉华在一起之后，不再贪恋歌舞场上的虚荣，一心想和心爱的人隐居，过平凡夫妇的日子。因此，从内在上来说，思嘉不同于卡门，卡门最终追求的是自由，而思嘉最终只是“坏女人”外表，内在还是一个专情的中国式好女人。

思嘉风情万种之外，仍然有一颗善良的心。她乐于助人，打抱不平，为帮助同事老王，不仅与经理据理力争，甚至还同经理的情妇李美美大打出手。虽然看起来风情万种，思嘉却并没有真正浪荡成性，她为数不多的一次不良记录，即陪王胖子出去吃夜宵，也是为了帮助老王家。此外，不仅具备“心地善良”这一重要特质，在同汉华相爱之后，思嘉毅然决然地退出夜总会这种鱼龙混杂的地方，转而变成了中国式的贤妻良母。影片后半段主要表现的是思嘉的善良、纯情

忠贞，甚至有了某种忍辱负重的气质。思嘉的外在野性和内在专情非常自然的结合，这种形象塑造是以往的香港电影中很少见的。这种独立女性主体的塑造同样也是符合“电懋”通过影像塑造现代女性标准。

女性与现代香港身份：尤敏和她的“香港三部曲”

“香港三部曲”是由日本东宝公司与“电懋”公司合作完成，曾在日本轰动一时。“香港三部曲”包括《香港之夜》（1961）、《香港之星》（1963）、《香港·东京·夏威夷》（1963）。“三部曲”中的女主角都由尤敏饰演，男主角均由日本影人宝田明饰演。“三部曲”讲述都是这对跨国恋人动人的跨国之恋。

《香港之星》讲述的是香港少女王星璇（尤敏饰）与日本青年长谷川透（宝田明饰）相识、相知、相恋的故事。该片将尤敏作为“孤女”的身世之悲同她个人的爱情悲剧结合在一起，在最为悲情的时候戛然而止，悲情色彩到达了极致。

同样的爱情悲剧在《香港之夜》中再次上演，不同的是女主角吴丽红（尤敏饰）变成香港的药店店员，吴丽红无微不至地照顾生病的日本记者田中弘（宝田明饰），几经曲折的有情人终于要喜成眷属的时候，男主角突然离世，让人无限唏嘘。该片也延续了《香港之星》的悲情色彩，在吴丽红和田中弘的感情之外，安排了吴丽红寻亲的线索。吴丽红的“孤女”的形象设定不仅成为这个人物角色的性格设定，甚至影响到了她的婚姻选择。

直到“三部曲”的最后一部《香港·东京·夏威夷》，这种悲剧色彩才得以缓解。影片辗转东京、香港、夏威夷三地，影片中迷人的风光，吴丽红和田中弘浪漫轻松的爱情使得该片即便在现在看来也十分轻快明朗。虽然吴丽红仍旧是“孤女”，却一扫之前影片中忧伤的气质，影片中的尤敏活泼、可爱、现代，甚至还有点调皮，她与田中弘的爱情也不再是此

情可待成追忆的悲剧，而是有情人终成眷属的大团圆。在世界各地风光的展现之外，影片也不再是悲情的爱情片，而是更多地凸显出爱情轻喜剧的特质。

“香港三部曲”有更为深广的人文和社会深度。首先，要深刻了解“三部曲”，不得不将其置于当时的香港进行观照。在当时而言，香港是一个现代的国际的重要港口。因此在这个城市生活的“香港人”并不是牢牢地固守于这片土地，而是流动辗转于世界各大城市之间。实际上，居住在香港的“香港人”除了土生土长的香港人以外，还有很多来自东南亚的海外华人。“三部曲”中吴丽红也同样是这种语境下的“香港人”。这种辗转于城市之间的“香港人”实际上也都处于一种离散状态。

“‘离散’（diaspora）由希腊语中的‘dia’和‘sperien’组成。词头‘dia’的含义是‘跨越、穿越’，词根‘sperien’的含义是‘播种’”^①。这一概念出自公元前3世纪的犹太人被迫离开巴勒斯坦地区并开始流徙的史实。主要指离开自己民族—国家或者原生地的人们，在迁徙后定居到一个新的国家或土地上。具体到当下的语境中，“离散”（diaspora）概念不仅指被迫的移民行为，也包括积极融入新的社团、集体，积极主动地进行文化融合。影片中的男女主角不再是局限在某一地点的固定身份，他们的身份通常是复合而多元的，不能以一个地域来定义其身份。“三部曲”中的主角通常是华侨或者旅居国外的“香港人”，他们并不是局限在香港本地，而是辗转日本、欧美、乃至整个新马地区。他们的香港意识极其涣散，在他们潜意识中，香港似乎只是一个临时港，这里没有过去，有的只是现在和未来。“三部曲”中的尤敏饰演的角色代表的是处于现代社会离散语境下“现代香港人”。此外，她会

^① 聂伟：《泛亚视域中的家国模式与离散叙事——谢晋电影〈最后的贵族〉的个案意义》，《杭州师范大学学报》（社会科学版）2009年第1期。



《香港之夜》电影海报



《香港·东京·夏威夷》剧照

多种语言，在不同文化间游刃有余，以一种宽容乐观的态度对待异己的文化。她虽然身着旗袍，会说汉语，却始终是富有智慧和理智的现代女性。

值得注意的是“现代香港人”自我身份认同问题。影片中的尤敏所饰演的角色们始终没有表现出特别强烈的国族身份归属感。无论是王星珽、吴丽红还是吴爱玲，都被塑造成对日友好的中国少女形象。影片有意无意规避了中日之间由于历史原因造成的尴尬而复杂的矛盾关系，甚至有意遮蔽了日本侵华这一段不愉快历史给两国人民带来的阴影。尤敏所饰演的角色之间和宝田明饰演的角色之间的爱情从未因为两国之间的沉重历史受到过任何阻碍，个人的爱情和沉重的民族国家的政治命题没有任何交集。这多少也体现了东宝和“电懋”两家公司的制片倾向：歌舞升平，莫谈国事。

最后，值得我们注意的是“香港三部曲”中娱乐至上背后有意无意体现南下港人复杂的心境。尤敏所饰演的角色虽然被塑造成快乐天使的形象，与日本爱人宝田明所饰演的角色辗转不同地方上演浪漫爱情，可是影片中总是透露着难以抹去的些许悲凉，这些悲凉恰恰是和

女主角最终命运息息相关：《香港之星》中王星珽失去了父亲的同时，又错过了自己的爱人；《香港之夜》中的吴丽红在婚礼前夕接到了爱人离世的噩耗；《香港·东京·夏威夷》中吴爱玲早就知道自己的无父无母的身份，试图千里寻亲后最终决定回到原来的生活。最有意味的莫过于《香港之夜》中的吴丽红，她遭日籍生母抛弃，所以不愿意接受来自日本的田中弘的示爱。最终在田中弘的帮助下，吴丽红找到自己的生母，这一心理阴影最终得以解决，两人也即将终成眷属。造化弄人，此时田中弘遭遇不幸，意外身亡。吴丽红的悲剧作为暗线贯穿影片始终，女主角的“孤女”困境并未因爱情获得真正解救。

从以上“电懋”的影片中我们可以管窥20世纪中期香港的各个层面。其丰富多彩的都市影像，为我们勾勒出开启现代化进程的香港社会的大致轮廓。从其影像中我们也能体会到当时镜头内外港人面临现代香港时遭遇的种种心态，也为当时的香港观众构造了一个“中产阶级的美梦”，这些影片通过影响一代港人，从而无意识地对当时整个香港社会的意识形态产生影响，直至构成现代香港文化的重要组成部分。

谈 洁

大陆、台湾、香港三地电影史书写的历史与现状

提 要 在中国电影长达一百一十年的发展进程中，电影史的书写分别在大陆、台湾、香港这三个地区和不同的历史阶段，呈现出不同的面貌。在中国电影早期发展阶段，电影史的研究与书写主要是在大陆完成的，其书写的主要对象与主体内容也均围绕大陆民族电影的发展来进行。新中国成立后，电影史研究开始形成三地各自书写的格局，在意识形态的作用下出现了“一种历史，三重叙述”的特征，电影史研究更多地表现为政治的电影史。至八九十年代，三地的电影史研究转为“自我主体，互相关注”，重要的电影史书写都是围绕本土来进行自我描述的，充满了强烈的本土关怀。进入新世纪，在新观念、新方法、新理论的多重检视下，“重写电影史”与三地电影史研究趋于融合成为主流。

关键词 中国电影史 电影史研究 台湾电影史研究 香港电影史研究

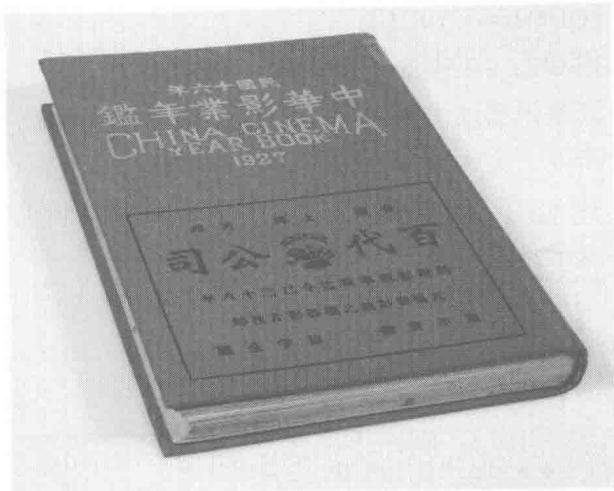
电影史是关于电影历史的书写，其以时间和空间为基本向度，以记录人类电影艺术发展进程为主要内容和重要使命，把电影放在艺术范畴内进行研究和总结，描述电影的发展轨迹，揭示电影的历史发展规律，阐述各种电影思潮、风格、流派的传承与变迁及其相互之间的联系。在中国电影长达一百一十年的发展进程中，由于历史、政治和经济的关系，电影史的书写分别在大陆、台湾、香港这三个不同的地区，不同的历史阶段，都呈现出不同的面貌，有认同也有分歧，有传承也有断裂，有对立也有融合，这都使中国电影史增添了更多的丰富性与多样性。笔者拟从四个历史阶段来考察大陆、台湾、香港三地电影史书写的成果和方式，探讨每一阶段的特征，从而试图描绘出一条三地电影史研究与书写经历裂变、交叉与再融合的过程。

一、早期发展

中国电影史写作可以追溯至20世纪20年代，正值中国民族电影工业在上海由萌芽走向初兴的时期。与此同时，电影史的书写也逐步以上海为中心展开，一些初具形态的电影史著作相继出版。

1925年，周剑云编纂的《中国电影年鉴》在上海出版，这是中国第一部电影年鉴；^①1927年1月30日，上海的中华影业年鉴社出版了程树仁主干（主编）的《民国十六年中华影业年鉴》，印有我国最早期影星、导演及影业巨子珍贵图片共188幅，及很多20世纪三十年代前的电影宝贵资料（包括各类统计资料），其中程

^① 参见温别庄：《百年上海电影大事记》，<http://www.dfxj.gov.cn/dfxjw/dfxj/node2831/node2863/node2881/userobject1ai46132.html>，《上海电影志》对此亦有记载。



1927年出版的《中华影业年鉴》

树仁所撰写的《中华影业史》一文，对“新式影戏由洋人输入中国之时期”与“中国人自行经营新式影戏事业之时期”两方面的问题进行了细致的考辨归纳，还旨在阐明“影戏之造意原始于中国考”^①。该书出版之后三个月，徐耻痕编著的《中国影戏大观》于上海合作出版社于1927年4月出版，由大东书局印刷，本书的编者徐耻痕，是当时《新闻报》的编辑。书前有所做的序言及其照片，序中言：“编者原定计划拟搜罗全国影戏界事实轶闻，汇为一编，名曰大观。嗣以国内发生战事，交通阻滞，所托外阜友好代为调查之各种稿件多未能如期交到，而本书又急促初版，不及待，故所载悉上海一隅之事，顾名思义，殊觉未符幸阅者谅焉。”^②可见，该书搜罗整理的大量影业资料大多为当时上海的电影资料，其中包括，上海的“明星”“天一”“国光”“友联”“大中国”“长城”“民新”等23家影片公司的创办经过，90位电影企业家、导演、编剧、演员的简历，发行机构六合影戏公司和8家影戏院的情况，12位通俗文学界的作家与电影编剧的活动、各公司出品的影片目录和12种电影书刊的调查及各公司出品影片一览。可以说，《中国影戏大观》不仅保存了中国无声片时期很多重要的史料，还为此后中国电影的历史撰述奠定

了十分重要的基础。

有学者认为，从这一时期的专业性电影报刊以及1927年出版印行的《中华影业年鉴》与《中国影戏大观》，可以看出“在开放的心态与比较的视野中，通过影戏溯源考、影业发展论与电影进化史等撰述形式，在把电影当作一种集社会改良、民众娱乐、艺术追求与商业竞争于一体的新兴实业的前提下，秉持着一种民族主义立场与历史进化观念，20世纪20年代中国电影的历史撰述，拥有一个不同凡响的起点与较高水平的开端”^③。

30年代先后出现了两本学术形态上更为完整的史述著作，分别是1934年谷剑尘为《中国电影年鉴》所著的《中国电影发达史》，由中国教育电影协会出版，以及1936年郑君里所著的《现代中国电影史略》，良友图书印刷公司出版。这两本著作中由“自摄影片的发端与起续”“中国第一个摄制影片的公司”展开讲述，都以1913年的《难夫难妻》为中国电影的开端。

由于战争的爆发，动荡的时局对中国电影工业产生了极其重要的影响，民族电影制片业的中心从开始上海向外转移，一些影人纷纷南下，在此动荡不安、内外交困的大环境下，电影史的书写难以实现，因此至1949年，大陆都未能再有较完整的电影史著作出现。在香港地区，虽然南下的一批进步影人带动了香港电影的创作与研究，但是他们关注的焦点是粤语片的改革，核心内容是如何将三四十年代上海左翼进步电影所形成的社会改良主义传统及文艺道路移植到香港电影中来，使香港电影更具有时代性和历史责任感。因而出现了大量的批评和“集体影评”的文章，电影史研究领域却

① 程树仁主干（主编）：《民国十六年中华影业年鉴》，上海中华影业年鉴社1927年版，第二部分第1—15页。

② 徐耻痕：《中国影戏大观》序言，上海合作出版社1927年版。

③ 李道新：《中国电影：历史撰述的开端》，《当代电影》2008年第1期。

一直未能开垦。在台湾地区,早期台湾电影成为日本殖民统治下的政治宣传工具,由于受到种种政治上的限制,除了电影发行、放映体制的建立以及逐步完善之外,台湾电影作为一个地区的电影,在形式和艺术风格上也没有得到真正的发展。直到1949年国民政府进入台湾岛内,台湾电影才进入一个发展的新阶段。

所以,在中国电影早期发展阶段,电影史的研究与书写主要是在大陆完成的,其书写的主要对象与主体内容也均是围绕大陆民族电影工业的发展来进行的。而与此同时,香港和台湾地区的电影史研究几乎是一片空白。

二、1949年至20世纪70年代末期

新中国成立后,中国的电影工业在大陆、台湾、香港三个地区分别发展,电影史研究也由此开始形成三地各自书写的格局。三地电影史研究和书写的对象具有唯一性,即早期中国电影的发展史是共通的,但由于电影被政府赋予重要的意识形态使命,在国共对峙的政治格局和世界范围内的冷战背景下,三地电影史的书写取得了较为丰硕的成果,出现了“一种历史,三重叙述”的特征,在这一时期,电影史研究更多地表现为政治的电影史,建立了以国家政治为核心价值的电影史研究、写作的思路与框架。

在大陆,电影史研究最为重要、最具有代表性的成果是1963年2月由中国电影出版社出版的《中国电影发展史》,由程季华主编,程季华、李少白、邢祖文共同编著完成。从1950年准备资料,1958年动笔至1962年完稿,全书历时十数年,近80万字,是一部由政府支持的工程浩大的研究专著,亦可称之为中国电影史著作中的“经典”。他们历经十多年的辛勤耕耘,在浩如烟海的史料梳理和研究中,分两卷三编,“中国电影的萌芽和发展(1896年—1931年)”“党领导了中国电影文化运动

(1931年—1937年)”“进步电影运动的新阶段和人民电影的兴起(1937年—1949年)”,完整地描述了20世纪上半叶中国电影的创作、产业、美学以及重要人物等历史发展的基本的脉络、流变和特点,奠定了中国电影史学的基本研究框架、领域和范式。

《中国电影发展史》的出版在海内外影响深远,其史学成就至今仍难以超越,“从某种意义上说,该书是一部官史,承袭了当时主流的意识形态,它以阶级(无产阶级/资产阶级)和政治(进步/反动,革命/反革命)的两分法描述和分析了1949年以前的中国电影历史”^①。正是该书所体现出的“革命电影史观”,成为后来许多电影史研究者们修正《中国电影发展史》的切入口,如学者所言“《中国电影发展史》中的革命电影史观是建立在更大的理论建构——中国革命史观的基础之上的,而这一中国革命史观具有两重性。一方面,它在中国近百年的反帝反封建斗争中建立了它的合法性;另一方面,它又和毛主席晚年的‘无产阶级专政条件下继续革命’的思想密切相关。而这种以阶级斗争为核心的革命观念是我们在建立新的电影史观时应该反思的。”^②

台湾地区的电影史研究,伴随台湾的电影工业在六七十年代走向繁荣,系统的电影史研究成果也相继出现。但由于特定的历史与政治原因,台湾的电影史书写站在意识形态立场上,表现出跟大陆电影史叙述针锋相对的特征,在对同一历史时期、历史事件、人物和作品的叙述和评价上,大陆与台湾往往出现相互对立的观点。台湾电影史专著,旨在建立一套有别于大陆政治意识形态的电影史学叙述,树立“中国”(电影)文化与历史的“正统”身份。

1965年钟雷编著的《五十年来的中国电影》

① 陈犀禾:《中国电影研究学术发展史纲》,《上海大学学报(社会科学版)》2010年第4期。

② 陈犀禾、齐伟:《革命电影史观的历史命运——从〈中国电影发展史〉出版后的命运说起》,《当代电影》2012年第10期。

一书，由（台湾）正中书局出版。全书分为“中国电影初期的开创发展”“抗战及胜利后的影业概况”以及“复兴时期的台港电影事业”三个部分，编著者使用“公营制片”和“民营制片”的概念对中国的影业生产进行划分。

比钟雷编著的《五十年来的中国电影》影响更大的是台湾学者杜云之在20世纪七八十年代相继出版的关于中国电影史方面的书籍^①，研究对象也是以1949年前的内地电影为主。其中，1972年台湾商务印书馆发行的杜云之著《中国电影史》（全三册），记载七十多年来“中国电影”之发展。第一册自清末电影传入中国始，至1937年“七七”抗战；第二册自抗战到1950年；第三册自1941年到1971年（介绍自由电影界）。书中对影业变迁，自早期拍片活动到现在各公司情况，主要出品、著名编导、演员之代表作品及风格，均有评述。著者搜集电影史料，分访电影界前辈，聆听口述回忆，作成笔记，考证研究，内容力求丰富详实，但在电影史料上不及程季华主编的《中国电影发展史》。

香港地区的电影史研究在这一时期也逐步发展起来。50年代初期，电影史的初生形态是以讲故事的“史话”出现的，相对于两岸针锋相对的“官修史”，香港电影史研究更像是书写一部“野史”。进入六七十年代，关于电影史和电影理论的出版增多，系统性开始增强。中国电影史的研究与书写由于香港地区的加入，无疑是给早期中国电影史研究提供了相对客观、中立的第三方视角。

50年代香港出版了第一本电影史著作，即1954年由香港世界出版社出版的杨村著《中国电影卅年》。这本关于早期电影史的著作以讲故事的形式整理出对于中国电影早期诞生发展的记忆，分为早期的中国电影、中期的中国电影和抗战时期的中国电影三个部分。内容较为丰富，书中提及众多的数字统计资料和引用文献，可惜采用的一手资料比较少，没有附来

源，因而学术性不够，观点上比较接近郑君里为代表的左派电影史，强调电影的社会教育。这部第一本在香港诞生的电影史有以下特色：首先是立足于整个中国电影的历史和发展，把香港纳入中国电影艺术工业发展的版图；其次在香港电影起源的问题上，与早期国内大多数人认同的说法（起步于1909年）不甚相同，但与现在考证出来的结果十分接近，如摄影师万维沙的研究很多地方是吻合的；再者著者比较重视公司、制片、发行，宣传等方面，而非一般侧重于电影导演与作品的电影艺术史。

1961年公孙鲁著《中国电影史话》在香港出版。该书约共三十多万字，分上、下两册，以各时期极具代表性的人物及电影公司为纲，描述了中国电影六十多年发生的一系列的重要历史事件。该书收集的电影史料十分丰富，很多材料都是作者收集的第一手资料，除现有的材料之外，作者还遍问与电影史上重要事件有关的人和熟悉其内幕情形的旁观者，很多关于早期中国电影及香港电影的内容都是作者与黎民伟、林楚楚、张善琨等人直接交往，通过谈话记录下来的东西。作者收集的电影史材料在成书之前曾刊登于《天天日报》，时间是1960年11月至1961年12月31日，这些材料被各种媒介连续转载传播。

可见，公孙鲁著《中国电影史话》是一本严肃的中国电影史著作，其真实性 and 权威性得到了认可，虽然在系统和规模方面比不上程季华等人主编的《中国电影发展史》，但其出版比《中国电影发展史》早了两年。较为可惜的是公孙鲁缺乏一定的整体电影史观，简单地以电影公司作为时间脉络，文字内容上接近讲故事的史话，但仍不妨碍《中国电影史话》成为香

^① 台湾学者杜云之在20世纪七八十年代相继出版的关于中国电影史方面的书籍有：《中国电影史（全三册）》（台湾商务印书馆，1972年）、《中国电影史》（台北商务印书馆，1978年）、《中国的电影》（台北皇冠出版社，1978年）、《中国电影七十年》（民国电影图书馆，1986年）、《中华民国电影史》（上、下）（台北行政院文化建设委员会，1988年）。

港地区最为重要的一本中国电影史著作。原因有二，它是香港地区对于“中国电影”史学研究获得的最高成就，进入80年代，香港地区的电影史研究已经将重心与框架由泛论“中国电影”图谱更多地转移到香港地区的电影发展史、“香港电影”的发展历史，或者是以香港为原点散发开去的华语电影发展史。更重要的是公孙鲁治史与以程季华等人编撰《中国电影发展史》为代表的中国内地治史，和以杜云之《中国电影史》为代表的台湾地区治史皆有所不同。公孙鲁治史不偏倚左右，也不推崇欧洲和好莱坞电影贬低国片，他从电影制作和作品出发，表达较为公正客观的观点和评价，比如在看待张善琨的电影事业问题上，公孙鲁肯定了张善琨作为大制片家的才能，赞赏他尊重导演，尊重电影艺术同时又有电影企业家的野心，也指出了张善琨出品的影片较为突出的地方。

这一时期海峡两岸暨香港的电影史研究除了上述的“一种历史，三重叙述”体例完备的电影史研究专著外，香港和台湾还出现了一些比较重要的影史著作，本土电影史也开始受到关注。

台湾地区，杜云之的《中国电影史》第三册中对70年代以前的台湾电影进行了回顾和梳理。其中他对60年代出现的具有一定数量、质量较好的影片尤其是健康写实电影作出了较高的评价。台湾学者吕述上在1961年出版的《台湾电影戏剧史》中，对台湾电影的最早形态和发展轨迹进行梳理，研究的时间跨度为20世纪初期一直到五六十年代，尤其是书中提供的1949年之前的珍贵历史史料，为台湾电影的历史研究奠定了基础。

香港地区还先后出现了两本回忆录性质的电影史著作。一本是由香港广角镜出版社1976年出版，关文清著的《中国银坛外史》。关文清先生是中国电影的拓荒者之一，中国电影史上很多的“第一次”都是他亲身经历和直接参与的。《中国银坛外史》是关文清的回忆录，

该书虽然是以回忆录的形式书写，但其中讲述的一些细节都为后来人研究早期电影史提供了重要的一手资料和线索，他所提供的中国电影在美国的放映情况更是十分具有电影研究价值的材料。另一本是程步高的《影坛忆旧》。程步高是中国20世纪三四十年代颇有影响的电影编剧、导演之一，在上海、香港两地长期从事电影导演工作。60年代任职于香港《文汇报》时在报纸上陆续发表回忆文章，都是关于中国电影开创时期的第一手资料，之后结集成册发表。《影坛忆旧》虽在香港发表，但并未涉及香港电影发展情况。值得一提的是1978年沈西城编著、翁灵文校订的《香港电影发展史初稿》（1946—1976），载《观察家》杂志第2、3、5、7期，是第一本专注于书写香港电影发展的影史专著，但仅叙述了战后至50年代初期的影业风貌便中辍。

三、20世纪八九十年代

20世纪70年代末至80年代初期，海峡两岸暨香港的社会政治和经济发展出现了重大的转折。“文革”结束，1979年中国内地开始改革开放，而香港和台湾的经济也开始腾飞，跻身亚洲前列。电影创作在这一历史时期也出现了重大发展，香港电影新浪潮、台湾新电影和大陆“第五代”接踵而来。海峡两岸暨香港的中国电影研究也进入了一个蓬勃发展的新阶段，学术思想更为现代，在电影史书写方面也是成果迭出。纵观这一时期海峡两岸暨香港电影史研究的特征，可以用“自我主体，互相关注”来概括，一方面，内地、香港、台湾重要的电影史研究主要都是围绕本土来进行自我描述的，其中香港、台湾两地的电影史研究得到跨越式的发展，充满了强烈的本土关怀；另一方面，由于三地电影互动越发紧密，电影史研究也加强了彼此关照。

在内地，由于特定的历史原因，伴随着80

年代大量西方现代思潮涌入,这一时期最重要的电影学术发展主要是集中在对中国传统的电影本体论的反思,“第五代”、市场化与娱乐片、主旋律电影,以及在现代性思潮的影响下对于“谢晋电影模式”的辩论等关键问题的讨论上,电影理论和批评方面得到长足的发展,收获颇丰。相对而言,内地的中国电影史研究的成果并不突出。80年代中国电影史研究最为重要的成果是陈荒煤主编的《当代中国电影》。该书以新中国(内地)电影35年(1949年到1984年)的发展历程为研究对象,共分为八编^①,在时间上衔接了程季华主编的《中国电影发展史》,延续了中国电影史学研究的传统,并达到了相当的学术成就。但是由于当时历史条件的限制,该书也存在一些明显的偏差。

进入90年代,内地还陆续出版了一些规模较小的电影史著作。如郦苏元、胡菊彬合著的《中国无声电影史》,是一本专门研究中国无声电影的专著,围绕制片业和电影创作的发展,比较全面地反映了中国无声电影事业发展的历程。此外,还有钟大丰、舒晓明合著的《中国电影史》;陆弘石编著的《中国电影史》;丁亚平的《影像中国——中国电影艺术:1945—1949》;以及90年代较早的将台湾和香港电影纳入整体历史框架中的胡星亮、张瑞麟主编的《中国电影史》。这些影史著作规模不一,均从程季华主编的《中国电影发展史》中汲取了丰富的养料,在前人史料的基础上做一些新的探索和观点阐释。

台湾地区的电影史研究在八九十年代取得了较大的进展,主要研究成果集中体现在三本重要的电影史著作中,他们的共同特征都是都将焦点对准台湾电影并自成一体。其一是台湾学者陈儒修英文原著、罗颇诚译《台湾新电影的历史文化经验》。该论著将电影发展的历史与同时代的语言、社会历史背景联系起来,在电影与社会文化语境的互动关系中,考察了台湾电影从日据时期开始的历史,勾勒出一个清

晰、完整的台湾电影历史变迁的过程。其二是李天铎的《台湾电影、社会与历史》。作者由台湾的社会环境和政治背景入手,分别从殖民与殖民后、光复、威权体制、反挫与苍白局势、国族顿挫、威权体制崩溃、大众消费文化、威权体制后等随时间演变的历史背景来研究台湾电影的变迁。其三是卢非易的《台湾电影:政治、经济、美学(1949—1994)》。作者在翔实的史料基础上,以台湾历史为线索,从政治、经济、美学等角度精细梳理各个历史阶段台湾电影的发展和变化,是对台湾电影的一次深度且全面的总结。

另外值得一提的是,1978年台湾“行政院新闻局”与民间共同集资成立的保护电影文化资产机构——“国家电影资料馆”(全名财团法人“国家”电影资料馆),该馆在90年代通过“国家电影资料馆”口述电影史研究计划,搜集、整理、出版了很多本土电影史资料。而台湾电影史研究者叶龙彦则在90年代至新世纪初期陆续出版了一系列台湾电影史著作^①,但他的研究远不及陈、李、卢三人的电影史写作在海峡两岸暨香港产生的影响。

香港地区在八九十年代电影研究获得了巨大的推动力,这主要得益于70年代以来香港电影中武侠片和功夫片的兴起引起了国际注目,因此香港当局政府在1977年起开始主办香港国际电影节并于90年代建立香港电影资料馆。由于香港在80年代还没有自己的电影史的书写,香港电影研究者就借助香港国际电影节的平台,每年推出一个主题,集合众人之研究出版一本香港电影回顾特刊,由香港市政局出版。林年同、罗卡、李焯桃等人先后都担任过电影节的节目策划,每年特刊的主题都要经过反复

^① 第一编:蓬勃上升时期的故事片创作(1949—1959);第二编:曲折发展时期的故事片创作(1960—1965);第三编:“文化大革命”中的故事片创作(1966—1976);第四编:新时期的故事片创作(1977—1984);第五编:新闻纪录电影和科学教育电影;第六编:美术电影和译制电影;第七编:电影理论和电影教育;第八编:电影发行放映、国际交往和电影技术工作。

讨论,因为不仅要考虑单个专题的研究价值,还要考虑这个专题是否符合回顾特刊的整体构思,是否能体现出香港电影发展的时间线索,即香港电影史的脉络。2000年以前出版的香港国际电影节回顾特刊,基本上已经全面涵盖了香港电影发展历史上的重要时期和主要的电影类型,本土电影史研究体系与框架自此建立了雏形。

虽然香港至80年代末期仍未有较完备的香港电影史研究的书籍出版。但一直有人在整理资料,有“香港电影史研究第一人”之称的余慕云从60年代后期到70年代一直在做资料搜集整理的工作,也在刊物零星发表。1996年在香港艺术发展局的资助下,余慕云先生的这些研究才得以系统问世,在1996年至2001年间先后出版了《香港电影史话》^②五册。余慕云先生整理的香港影片目录在90年代后期经由香港电影资料馆加以完善出版《香港影片大全》系列,每卷按年代罗列香港出品的故事片和纪录片的资料,翔实珍贵,成为研究香港电影的重要参考资料。此外,余慕云先生还著有《香港电影八十年》,余慕云先生对香港电影史的编撰工作做出了巨大的贡献。

这一时期,大陆、台湾、香港在以自我为主体的电影史研究中,都在不断书写和完善着本土独一无二的电影历史与经验。与此同时,香港回归和两岸开禁促进了电影研究的交流与互动。1988年,中国电影出版社出版了陈飞宝编著的《台湾电影史话》。全书探讨台湾电影1895—1985年间产生、重建、发展、繁荣、衰落的过程,同时还关注到了大陆影片与台湾影片之间的互动影响。中山大学的周承人、李以庄从80年代起深入研究香港电影史,奔波穗港两地近30载,主力修撰香港电影史,其早期香港电影史研究成果《早期香港电影史(1897—1945)》在2005年后才得以出版。其他还有中国电影资料馆为纪念香港回归推出的《香港电影图志(1913—1997)》,蔡洪声、宋家玲、

刘桂清主编的《香港电影80年》。台湾学者梁良的《论两岸三地电影》一书分别讨论了“中国电影,从默片至90年代”“台湾、香港、内地电影的互动关系”“香港新浪潮与台湾新浪潮”,并认为中国电影是台湾、香港和内地三个部分共同组成的。而以林年同为代表的香港电影学者,对三四十年代上海电影和50年代末内地电影进行了深入的研究。

三地的电影研究者们不仅彼此互相关注的,还在电影史研究领域引发了浓厚的研究兴趣。随着海峡两岸暨香港电影工业越来越紧密的联系,以及20世纪末“华语电影”概念的提出,三地的电影史研究以交叉融合的态势迈入新世纪。

四、新世纪以来

进入新世纪以来,随着新的电影史料不断被发掘和发现,在新观念、新方法、新理论的多重检视下,已有电影史中的诸多缺陷,如电影史观的正确性、电影史料的准确性、电影史述的合理性和电影史研究方法单一等都遭到各种质疑。在中国电影诞辰100周年之际,内地电影史学界提出了“重写电影史”的口号,在这一口号倡导下,十几年来中国电影史研究领域掀起了一股从华语电影的视角对百年电影史进行重新梳理的趋势和潮流,先后出现了一系列新的电影史专著。所以,这一时期的海峡两岸暨香港电影史研究的主要特征可以归纳为重写(构)与融合,以内地取得的成果最为丰富,一方面,内地积极探索重写(构)新的电影史的可能性,从不同角度和层次进行尝试,

① 分别有:《光复初期台湾电影史》,台北“国家”电影资料馆1995年版;《台北西门町电影史1896—1997》,台北行政院文化建设委员会、财团法人“国家”电影资料馆1997年版;《日治时期台湾电影史》,台北星月书房1998年版;《七十年代台湾电影史》,新竹市立影像博物馆2002年版;《八十年代台湾电影史》,新竹市立影像博物馆2003年版。

② 余慕云:《香港电影史话》,香港次文化堂,全五卷本,分别于1996年、1997年、1998年、2000年、2001年出版。

而香港在对早期中国电影史研究中全面参与了与内地的讨论,一些重要发现不仅改写了香港早期电影史,甚至为早期中国电影史的重写提供了依据和参照;另一方面,亟待重写的新中国电影史必然是包含海峡两岸暨香港的整体格局,随着三地电影工业的合作越来越紧密,合拍片越来越多,电影研究也出现更多的相互关注、交流与合作,三地电影史研究“融合”也已成为常态。

大陆电影史研究在新世纪以来取得了重要进展,电影史的研究内容更加细分,研究方法更为多样,断代史、理论史、批评史、类型史、公司(制片厂)史、文化史、产业史等各种史学范式均有成果问世。影响较大的有:李道新著《中国电影文化史》,以中国电影一百年的发展历程作为观照对象,在框架上力图整合中国大陆、台湾和香港电影的整体面貌,对中国电影的精神走向及其文化蕴含进行了阐发,而他的另一本著作《中国电影批评史》则是第一本中国电影批评史专著。郗苏元著《中国现代电影理论史》将1949年以前的中国传统电影理论的发展做了全面的论述,而同年出版的胡克的《中国电影理论史评》则以理论思潮为脉络,对中国电影理论的考察从早期一直延伸到了当代。周星的《中国电影艺术史》对中国电影各个历史时期的重要艺术潮流和现象进行了概要和论述。

类型电影发展史方面,中国电影艺术研究中心编撰的“百年电影研究书系”中包含了如《中国武侠电影史》(陈墨著)、《中国喜剧电影史》(饶曙光著)、《中国战争电影史》(皇甫宜川著)、《中国动画电影史》(颜慧、索亚斌著)、《中国纪录电影史》(单万里著)等多本以类型为主导的电影史著作。此外,还有《中国戏曲电影史》(高小健著)。断代史方面,以丁亚平著《中国当代电影史》(I II)为代表,是中国第一部关于改革开放三十余年来的中国当代电影发展的通史著作。其他历史时期,如

“十七年”的中国电影史也较为受研究者关注。公司(制片厂)史方面,以黄望莉著《海上浮世绘——文华影片公司初探》为代表,包括“联华”“昆仑”“新华”“明星”“天一”“民新”“大中华百合”等在内的早期电影公司都个别进行了深入的研究。港台电影史方面,赵卫防著的《香港电影史(1897-2006)》,宋子文编著的《台湾电影三十年》以及孙慰川的《当代台湾电影(1949-2007)》都是较为成熟、系统的研究成果。

值得注意的是:内地和香港的研究者在早期电影史研究方面共同做出了很大的努力。内地学者黄德泉就一些早期电影发展中的存疑问题进行了考证研究,在期刊上陆续发表了一些早期电影史研究文章如《电影初到上海考》《戏曲电影〈定军山〉之由来与演变》《上海商务印书馆初创活动影片考》《举证〈中国电影发展史〉中之“史实”错误——先以该书第一编所谓为限》等。2004年,香港学者罗卡与法兰宾(Frank Bren)合著的香港电影史著作英文版初版^①,作者通过大量的资料查证,着重论述了20世纪60年代以前的香港电影,阐述了西方电影输入中国的起源、香港电影事业的发展以及和内地、美国、东南亚各地早期的交流关系,把香港电影看做是中国电影史中突出显要的一个分支。罗卡与法兰宾的考证研究使得香港电影的起源问题有了更清晰确凿的结论,是香港电影史和中国电影史研究的重大突破。2009年,香港电影资料馆与香港大学香港人文社会研究所合办了“中国早期电影历史再探研讨会”,会上不仅将“香港电影之父”的争论推向了高潮,而且从学术上基本确立了1914年的《庄子试妻》为香港电影的原点。来自海峡两岸暨香港以及海外的学者在会议上对电影史研究进行了深入的讨论。这次讨论不限于香港

^① 该书中文版于2012年在内地出版。名为《香港电影跨文化观》(增订版),刘辉译,北京大学出版社2012出版。

电影诞生的问题,而是重新审视中国早期电影的历史书写,论文结集出版《中国电影溯源》一书,可视近来早期香港电影史、中国电影史学最有价值的收获之一。而口述史方面,海峡两岸暨香港都对电影口述史学研究十分重视,大陆的中国电影资料馆,台湾的财团法人“国家”电影资料馆以及香港电影资料馆都有相应的成果出版,^①三地都从各自的优势和特点出发,互为补充,这些珍贵鲜活的历史资料将来有可能改变中国电影史的格局,对未来的电影史研究起到重要作用。

内地虽然在新世纪以来出现了近百种的各类电影史研究著作,但在通史的写作上一直未能有突破性的进展。反观台湾和香港地区,都各有电影通史出版。台湾影评人黄仁和王唯编著了《台湾电影百年史话》(上、下卷),徐乐眉著《百年台湾电影史》;香港学者钟宝贤的专著《香港影视业百年》,均较为成熟、影响较大。鉴于多年来中国电影史研究处于各自为阵、缺乏有效整合的状况,近年来,学者饶曙光和陈墨力图整合中国电影资料馆的学术力量编撰一套包括香港和台湾在内的完整意义上的《中国电影通史》。他们设想“在新发现的史料及近几十年中国电影史研究成果的基础上,调整电影史观念,扩大电影史视野,修订电影史学规范,将中国电影史资料的抢救、收集、保存与学术研究融为一体,使其学术成果能够体现中国电影史研究的最新成果,为电影文化教育提供最权威的《中国电影通史》”^②。

除了上述文中提到的三地电影史书写的实践与成果,新世纪以来众多内地电影研究者还就如何重写电影史,如何深化中国电影史研究,中国电影史写作的走向等一系列中国电影史写作的问题纷纷发表观点。电影学界两大核心期刊《当代电影》和《电影艺术》都开辟了“重写电影史”和“封面人物”等栏目。2007年,《电影艺术》举行了一个“关于中国电影史学研究的谈话”。2009年,《当代电影》第4期的“重写电影史”专题,集结了电影史学研究学者就中国

电影史写作的问题发表各自看法。2012年,纪念《中国电影发展》出版50周年学术研讨会召开,来自全国四十余位电影史学专家学者重新审视《中国电影发展史》,追述和探讨中国电影史学研究的历史、现实与未来发展。这些学者们对于电影史研究与写作的思考,^③不仅加深与拓展了电影史研究的理论建设,更为新的电影史写作奠定了扎实的理论基础。

结语

中国电影诞生已有110周年,而电影史书写的历史也近90年,不仅旧的历史需要发掘和完善,新的历史也正在发生。现如今,电影史研究与写作的环境较从前已有了深刻的变化。首先,新材料不断被发现,一度被认为已经失传的中国早期经典默片《盘丝洞》(1927)在挪威国家图书馆的电影收藏库被发现,阮玲玉经典作品《恋爱与义务》(1928)被修复后重新放映。其次,史料的整理更加丰实,如20世纪20年代至40年代70余种主流电影期刊被原色影印出版,上海图书馆与国家图书馆出版社编《民国时期电影杂志汇编》,是研究中国电影史不可或缺的一手文献。再者,随着三地电影

① 在内地,由中国电影资料馆和电影频道节目中心联合筹建实施的“中国电影人口述历史项目”的文字成果《中国电影人口述历史丛书》(4卷本),2011年由民族出版社出版。在台湾地区,财团法人“国家”电影资料馆开展了“影人口述历史”工作,2000年至今先后出版了5本《电影家系列》,分别是何非光、童月娟、沙荣峰、龚弘、潘垒。香港电影资料馆研究组进行的“香港影人口述历史计划”,2000年至今先后出版了6本《香港影人口述历史丛书》。

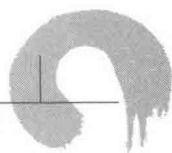
② 饶曙光:《关于深化中国电影史研究的断想》,《当代电影》2009年第4期。

③ 关于重写电影史与电影史研究思考的文章,主要有:丁亚平《论中国电影史研究的嬗变及其新走向》,陈犀禾、刘宇清《重写中国电影史与“华语电影”的视角》,李道新的《重构中国电影——从学术史的角度观照改革开放以来的中国电影史研究》《史学范式的转换与中国电影史研究》,郇苏元《新电影史的理论与实践》《关于中国电影史写作走向的思考》,饶曙光《关于深化中国电影史研究的断想》,周斌《关于中国电影研究的若干问题之思考》《中国电影史研究的新课题与新拓展》,高小健《对中国电影史研究的思考》,赵卫防《中国电影史的史学传承》《港台电影研究:中国电影史研究的瓶颈》,虞吉《“开放的电影史观念”主导的路径标识》,秦喜清《体系建构:反思中国电影史研究》,李道新《重建主体性与重写电影史——以鲁晓鹏的跨国电影研究与华语电影论述为中心的反思和批评》等。

工业合作的不断加深，三地间电影研究和交流越发频繁，高校电影教育和学术研究机构也培养起一批年轻的电影研究者，电影史学研究队伍正在逐步壮大。同时，一些海外学者对中国电影史的研究频频国内引起反响，海外中国电影研究也成为一门显学，对国内电影学界带来

了不可多得的参照和启发。三地的电影史家们不仅需要禀赋新的电影史观和新的电影观，还需要不断面临新的机遇与挑战，从而使电影史研究与书写在将来会更加生动和丰满。

（作者单位 复旦大学中国语言文学系）



■ 李 清

交织与互文：影像叙事中的 文学改编

——新时期以来根据文学作品改编的中国电影

提 要 本文通过对新时期以来根据文学作品改编为中国电影的探讨，指出文学性、商业性、电影性是电影改编的重要原则，不同时代有不同的改编动机和策略。随着消费文化和视觉图像新技术时代的到来，电影改编领域呈现出新的时代文化景观。如何让源远流长的中国文学给中国电影补充营养，注入新的血液，这是中国电影人面临挑战的一个课题。

关键词 文学改编 影像叙事 中国风 后现代消费时代

引 言

毋庸置疑，在所有艺术中，电影和文学关系最为密切，几乎从诞生伊始就相伴相生，相互交织互动着向前发展。同样作为叙事艺术，电影不断地从文学这个具有数千年的丰盛历史和深厚底蕴的艺术中汲取养分，并将许多文学作品改编后搬上银幕，数量蔚为可观，几乎占据了所有电影的半壁江山。

在世界电影史上，根据文学改编是一个长期的传统。因为优秀的文学作品往往忠实地反映了社会发展期及时代转折关头的人间众生相，塑造了脍炙人口的典型形象，是时代精神的缩影；它们有着巨大的读者群，被搬上银幕后能产生强烈的影响，使广大观众产生很大的兴趣。事实上，那些各个历史时期的代表性作家的代表作品，都曾被改编搬上过电影银幕，有的作家作品还不止一次、一部。据统计，对于大文豪莎士比亚的作品改编或者依托其创意的作品，至少有400部左右；列夫·托尔斯泰的一部《安娜·卡列尼娜》就被改编达13次之多，普希金的作品被搬上银幕也达五十多次。好莱坞也非常重视文学作品改编，据美国学者林达·赛格统计的惊人数字：有85%的奥斯卡最佳影片是根据文学作品改编的作品；45%的电视电影是改编作品^①。同样的，亚洲也有改编名著和文学作品的传统，日本黑泽明名满天下的《罗生门》就是从芥川龙之介的小说《筱

^① 张冲：《文本与视觉的互动——英美文学电影改编的理论与运用》，复旦大学出版社2010年版，第18页。

竹丛中》改编成的；川端康成的《伊豆的舞女》也曾改编过若干版本。

与世界电影发展同步长达一百多年的中国电影历史，更是一部和文学改编难解难分的交缠绮梦。可以说，中国电影史上许多的第一，乃至几次影响较大的电影风潮，都是由文学改编引领的。而1949年之后的当代中国电影中大部分优秀的、质量上乘的影片都是来自文学改编，即使是在“戴着政治镣铐”舞蹈的“十七年”时期，电影工作者们仍然尽量坚持自己的创作个性，在政治和艺术的裂隙中，留下了不少经得起时间磨洗和历史考验的作品。特别要指出的20世纪80年代的“思想解放运动”，也就是“文革”结束后的“新时期”，是中国电影极为重要和辉煌的一个阶段，在电影史上具有重要的地位和影响。由于特殊的历史际遇，这时期中国电影的老中青三代导演同时在影坛上大显身手，通过创作释放积郁多年的文化饥渴和表达在饱尝人世沧桑后的人生思考，兴盛一时的文学作品是他们创作的宝贵资源。第五代导演初出茅庐就频频在国际上拿奖，令世界影坛瞩目，他们的“新电影”，在美学和意识形态方面都呈现出和传统电影迥然相异的特征，可以说是由文学世界牵引下进行创作的一个特殊群体。

20世纪80年代后期，随着市场经济体制试行，中国社会进入转型阶段，电影作为一种商品，一种对市场有着很大依赖性的文化产业，不可避免地也被纳入了市场化轨道。21世纪初，中国正式加入WTO，中国经济被进一步纳入了全球化的轨道。在全球化浪潮的席卷下，世界各国的经济、贸易、商业、旅游、体育、传播等越来越倾向于一体化，伴随着全球化的经济交往与信息传播的飞速发展，跨文化传播日益频繁，全球化语境成为中国电影置身其中的宏大现实语境。2000年，广电总局和文化部印发《关于进一步深化电影业改革的若干意见》，制定了包括组建企业集团、试行股份制、推进院线制等若干规定，电影被明确定义为“可经营的文化产业”。“把电影置于文化产业的本位上，是民族电影为适应电影的市场化和国际化所作出的一次自我调整，也是民族电影参与民族/国家的全球化进程所必须经历的一次大换血。电影本体的这种变化，一旦成为社会共识，必然会导致政府管理、影片摄制、市场运作、评判尺度等诸多方面的根本性变化。”^①在这样的社会/文化语境中，电影的生存环境和生产方式发生了深刻变革，这种变革改变了人们的审美经验，也改变了人们的文化经验，中国电影就是在这一切改变中悄然转换了审美机制。

如果说当代中国电影从1949年后一直作为政治的“晴雨表”，传播的是主导意识形态的权力话语，那么当下的中国电影，则是折射的“全球化”浪潮席卷下，消费文化全面侵袭后中国社会所呈现的猝不及防的令人目眩的斑驳色彩。

21世纪，电影与文学的关系更加宽泛，更加多元，电影改编在消费文化语境中，扮演着较之从前更加举足轻重的角色。当社会经济发展进入消费时代，一种商品是否被市场接受，技术与功能不再是关键因素，而更多地取决于商品的品牌及其知名度。这就是为什么进入新世纪后，中国乃至世界的影视界都掀起了改编和重拍经典名著的热潮。在这个比任何时候都注重品牌和知名度的消费时代，一部经典作品就是一个著名的文化品牌，一个烙在公众心里的文化符号记忆，一个更加快捷有效的广告，它有

① 颜纯钧：《全球化与民族电影的文化产业》，《福建论坛》2006年第3期。

着商品以外的文化传奇，能有效地诱发消费者进行消费的欲望。

一、变奏时代：文学改编引领下的影像叙事

“文革”结束后的新时期，中国电影出现了前所未有的繁荣景象与勃勃生机。探寻原因，会发现一个基本事实，那就是文学的繁荣发展及电影人对优秀文学作品的成功改编。“文革”结束后，文艺界的复苏最先体现在文学上。伴随着“拨乱反正”和改革开放的历史进程，当代文学先声崛起，众多作家在不同向度上的艺术突围成就了新时期的文学辉煌。新时期电影创作深受文学影响，这是因为“文革”结束之后，电影艺术遭受重创，这一现状使它急需借助文学的力量来发展自身。同时，新时期电影和新时期文学还面临着共同的历史情境：它们都是从“文革”的废墟之中重新拓展起步，共同的命运加上共同的使命，共同经历了政治事变、思想解放及经济改革的历史，从而形成了共同的文化潮流。因此，复苏的新时期电影首先选择在社会上有着广泛和重大影响力的文学作品，将他们搬上银幕，从而引发了全社会的共鸣。这时期虽然影坛上活跃着老中青三代导演的身影，但三代导演在文学改编的影像叙事上，呈现出迥然相异的思想探寻和美学追求。

1. 名著改编与伦理化表述的主流电影

当代中国电影向来有改编名著的传统，“十七年”时期，夏衍、水华等改编的名著《祥林嫂》《林家铺子》《早春二月》等，都是公认的中国电影史上的彪炳之作。新时期的名著改编应该是中国电影史上数量最多的一个阶段，艺术家们在改编风格上各领风骚，独辟蹊径，从而形成改编题材样式渐趋丰富繁荣的局面。第三代导演是这时期名著改编的主力军。这时期，除了鲁迅、曹禺、老舍、茅盾等大师的作品纷纷被搬上银幕，另有一些由于种种原因在新中国成立后编写的现代文学史教科书上被冷落的几个大家的作品，也引起了改编者的兴趣，并被搬上了银幕。这些作家有沈从文、许地山、李劫人、艾芜、张天翼、郁达夫等。而第三代导演艺术家水华、凌子风、谢铁骊等在这方面做了卓越探索。其中凌子风对沈从文的代表作《边城》改编的电影，在营造湘西小城纯朴民情民风方面，取得了极高的艺术成就。曾有评论家评论小说《边城》是“现代文学史上最纯净的一个小说文本”，它能让浮躁的人心慢慢沉静下来，干净起来，敞亮开来。沈从文描写一个撑渡船老人的孙女翠翠和当地掌水码头的团总的两个儿子之间的爱情，向人们讲述了一个纯美的“世外桃源”的故事。凌子风改编的电影《边城》则把小说的含蓄美发挥得淋漓尽致，他凭着对原著精神以及对人性的理解，重现了作家笔下优美绝伦的画面和动人的故事，是难得的一部电影精品。

这时期对名著的改编基本是遵循夏衍所倡导的“忠实原著”的改编原则，无论人物塑造还是情节设置都遵从原著精神，任何“僭越之举”的改编都会遭到观众和评论者的“非议”。比如凌子风改编曹禺的话剧《原野》，塑造了一个惊世骇俗的蔑视礼教、放纵情欲的女性形象，引发了各方的争议和探讨。当然这个文本出现在1984年，也和当时在政治和道德层面对“文革”反思，呼唤人性回归的语境密切相关。

第三代导演的代表人物谢晋所取得的成就，使他成为新时期最有影响力的导演。



《芙蓉镇》海报

他改编自几部当代小说的电影，也就是被称作他“反思‘文革’的三部曲”的《天云山传奇》《牧马人》《芙蓉镇》，都引发了当时的观影热潮，在文艺界和思想界有着重大反响并引起了热议。当时有学者用“谢晋模式”来概括谢晋80年代的几部电影，认为其模式包括这几样特点：“好人蒙冤”“价值发现”“道德感化”“善比胜恶”。^①当然在今天看来当年空前规模争议的“谢晋模式”的某些论点也还是合理的，问题在于，所谓的模式未必就没有价值，甚至模式是一个电影大师所具备的风格化特征。谢晋电影和中国电影史上的伦理电影传统有着传承关系，并将伦理电影的创作发展到了一个新的高度。他的“反思三部曲”创造了他自己电影创作史

的高峰，这几部电影同时也是中国电影史上的经典影片。

2. 突围中滑落：第四代导演的文学改编

在20世纪繁荣的新时期创作中，第四代导演是电影改编的中坚力量。他们在创作上借鉴和吸收文学思潮的精神内核，从选材主题、人物塑造、审美风格等方面与之相呼应，并随着文学思潮而变更。20世纪80年代中期，文坛一度在创作上出现了一股寻根热，这就是所谓的“寻根文学”。“寻根思潮表现了中国文学界在一个对外开放的条件下，就文学的世界性和民族性、现代与传统等具有时代特色的问题，进行积极主动的思考，表现了文学精神的自觉，也表现了文学自我认识的觉醒，并且第一次把‘文化’作为一个基本视角引入中国文学的理论与批评中。”^②影坛上，第四代导演是这股“寻根热潮”的积极践行者，他们通过影像叙事，试图去触摸这个民族积淀了数千年的文化心理结构和思维定势，并由此对国民文化性格中的缺陷和弱点进行反思，对民族文化的精髓进行弘扬和礼赞。其中吴天明改编自郑义的同名小说的影片《老井》，以及谢飞改编自沈从文的短篇名作《萧萧》的电影《湘女萧萧》，是其中的代表性佳作。值得一提的是，80年代思想解放运动之初，巴赞和克拉考尔的电影本体论和物质现实复原论都被引介到中国。借助他们的理论，第四代导演们掀起一场“纪实美学”运动，理论研究也出现热潮，如白景晟呼吁《丢掉戏剧的拐杖》，张暖忻、李陀撰写了长文《谈电影语言的现代化》推崇巴赞、克拉考尔的电影本体论“是人类对电影认识的重大成果和不可逾越的阶段”，倾诉了第四代导演渴望电影回归本体，呼吁中国电影的改革与创新的心声。虽然这场风潮对巴赞和克拉考尔的理论有着片面的

① 朱大可：《谢晋电影模式的缺陷》，《文汇报》1986年7月18日。

② 杨劼：《改革开放以来中国文学观念演进一瞥》，《艺术评论》2008年第12期。

理解，“长镜头与纪实美学”在西方已经过时，但对于国门初开，久为戏剧传统束缚的中国电影来说，却有着振聋发聩的积极意义。这篇文章在后来被称作“第四代的艺术宣言”，并很快反馈到创作界，对应着出现了改编自文学作品的《小花》《城南旧事》《如意》《沙鸥》《青春祭》《野山》等一大批具有“散文化”和“生活流”特征的探索电影。

20世纪80年代末90年代初，迅猛兴起的商业化浪潮，使中国电影的发展被纳入了商业性的轨道。在中国社会急遽转型的新历史文化语境中，文学思潮对电影的影响也逐渐减弱，电影对文学作品的选择无论是题材还是思想内涵和表现手法上都有了很大不同。作为新时期初期整体创作进入黄金期，并用他们的创作实践建构了新时期电影审美范式，和其他几代导演共同创造中国电影辉煌时代的第四代导演，在中国电影体制的转型期，也面临着新的挑战和困境。20世纪80年代末至90年代，只有少数的第四代导演还在坚持拍摄电影，他们在这个彻底改变中国电影创作环境的商业大潮中，虽然主动寻求转型，但最终“突围中滑落”的悲壮姿态在影史上定格。

3. 荣耀与陷落：文学世界牵引的一代群体

中国第五代导演指的是集结了陈凯歌、张艺谋、张军钊、田壮壮、黄建新、李少红、周晓文等“文革”后电影学院首届毕业生为骨干的这个导演群体。他们毕业后经过数年的艰难挣扎，终于以崭新的电影语言和实验性的探索，在中国影坛崭露头角，而他们频频在国际上拿奖又令世界开始对中国影坛瞩目。他们最先从“命题作文”开始，拍摄革命战争题材影片，但以全然不同的叙事模式和影像美学，解构了父辈的神话，昭示着自己是“叛逆的子一代”。这场没有预谋的集体无意识的艺术行动，却掀起了中国电影的新风潮，宣告了一个与世界电影文化发展同步的中国电影新时代的开始。将文学作品作为他们改编蓝本，是这个群体的艺术标志之一。以陈凯歌为代表的初期第五代电影所具有的先锋性和前卫性表现在思想内涵和美学两个层面，一方面他们应和了20世纪80年代初如火如荼的“思想解放运动”，表达了对传统文化历史话语的质询，对个性与秩序关系的理性反思，将文化反思引向更深远的境地；另一方面，他们通过对造型和空间的强调，用陌生化的电影语法颠覆了戏剧化电影的叙事模式，拓展了中国电影的美学空间。20世纪80年代后期，随着计划经济向市场经济的逐步过渡和转型，中国社会/文化语境也发生了根本性的变化，中国电影的娱乐片大潮方兴未艾，作为新电影运动旗帜的第五代影人的探索之旅逐渐走向尾声，已有偃旗息鼓之态。曾经担任过多部第五代影人早期探索电影的摄影师张艺谋，首先敏锐地意识到了中国电影发展的暗流涌动，因此在他执导的首部电影《红高粱》中，他放弃了第五代探索电影反常规反戏剧化的叙事模式和陌生化的影像空间，拍摄了叙事流畅的西部爱情片，其中镶嵌了一个民族抗日的故事，这种以展现东方浪漫风情和构造民族寓言为策略的影片，进入西方人的视野后即触及他们的兴奋点。张艺谋电影在国际上的成功，意味着以陈凯歌为主导的前第五代时期结束，而以张艺谋为主导的一种契合市场的文学的电影改编主潮，成为后第五代时期的标志。在这个时期，第五代影人几乎都采用了同样的电影策略，拍摄了众多符合西方人想象的东方“宅院寓言”和“民俗奇观”的电影，而这些电影大多都改编自当代文学作品。比如张艺谋接连拍摄的《菊



《霸王别姬》剧照



《红高粱》剧照

豆》《大红灯笼高高挂》《秋菊打官司》《活着》《摇啊摇，摇到外婆桥》等，陈凯歌在《边走边唱》失败后，拍摄了《霸王别姬》等，还有黄建新的《五魁》、何平的《炮打双灯》、李少红的《血色清晨》《红粉》等，这些影片都纷纷踏上了征服国际电影节的旅程，同时也在国内外市场取得了成功。一方面，这些电影呈现出严重的同构现象，使得第五代影人的作品丧失了初期的思想内涵和视听层面的原创力，陷入了相互临摹的重复循环之中，他们选择改编的文学作品，也多是描写旧时代家族故事的题材，描写封闭式的“宅院”故事，规避社会现实；另一方面，这些电影致力于展示人性多向度的空间，挖掘人性的深度和复杂性，颂扬感性生命力，对专制秩序的反叛，具有人文主义价值观色彩。他们不再恪守“忠实于原著”的传统改编模式，而是对原著进行大幅度的删改，任意选取其中的元素为他们创作所用，这种改编体现了电影和文学新的合作前景，也为电影改编拓展了很大的空间。

第五代影人是中国电影发展史上一个特殊的群体，他们为中国电影的发展和走向国际舞台，筚路蓝缕，做出不可磨灭的贡献。他们的荣耀铭刻中国的影史，而他们作为群体也最终难逃在自己亲手创造的荣耀光环中滑向陷落的宿命。

二、大片时代：打造“中国风”视觉流

在消费社会里，电子传媒和高科技给人提供了一览无余的声画世界，让追求刺激和欲望满足的现代人带来极大的感官享受，也给处于焦虑和困惑中的人们以虚幻的精神抚慰。英国电影理论家劳拉·穆尔维认为，20世纪80年代以来，电影再次经历了某种深刻的转变。这种转变主要体现为电影中叙事因素的日益弱化与减少，和视觉因素的日益强化与增多。^①电影模式的转变是一个象征：它标志着视觉之维在我们的文化生活中所占有的支配性和主导性地位的确立。最典型的是好莱坞这些年所热衷的大片制作带来的视觉冲击、声像效应、电脑制作、电脑特技、三维动画等新的电影理念，使得电影的观看日益走向强烈的感官刺激追求。当今世界，以“视觉为中心”的图像时代愈演愈烈，为电影提供了更大的发展空间，一部大制作电影往往是一部突出影音造

① 周宪：《视觉文化语境中的电影》，《电影艺术》2001年第2期。

型的“景观电影”，一场提供给观众感官满足的“视听盛宴”。所谓“大片”，通常是指影片的明星阵容、宏大题材、壮观的场面，惊心动魄的动感和影像奇观构成的视觉冲击。美国大片的高额投资+明星阵容+奇观化的大场面+电脑特技，这些是好莱坞占领世界市场的法宝，“因为大片所产生的重大文化影响和经济效益，使它无疑成为电影市场的主要杠杆，也是商业电影的一种主流形态，以致整个电影的王牌、压轴戏、担纲之作、支柱产业。”^①中国观众对西方大片的认识始于1994年，当时中国引进了第一部进口分账大片《亡命天涯》，曾经持续低迷的国内电影市场竟为之火爆。此后《真实的谎言》《泰坦尼克号》《狮子王》《黑客帝国》等陆续在中国创造出骄人的票房成绩。这些好莱坞大片在中国刮起的猛烈旋风，给刚刚开始商业之旅的中国电影人很大震撼，但从全球电影市场来看，无论是电影产业的实力，还是运营的经验以及占有的市场份额，美国大片都有着绝对的优势，是当时中国电影难以望其项背的，也是任何国家的民族电影难以与其相抗衡的。

新世纪初，李安重拾武侠旧梦，改编了20世纪30年代王度庐的著名小说《卧虎藏龙》，这部电影的美学追求已和昔日的武侠片迥然相异，它以“文化认同和共同的文化想象之路”为叙事策略，加上美国大片化的豪华制作阵容，打造了一个令西方目眩神迷的“中国风”视觉奇观。很快的，张艺谋、陈凯歌、徐克、冯小刚、吴宇森等华语大导演紧随其后，巨资炮制了一批以好莱坞商业大片叙事模式建构的、西方视野中“中国风”影像的大片，如张艺谋的



《集结号》剧照

《满城尽带黄金甲》《金陵十三钗》，冯小刚的《夜宴》《集结号》，吴宇森的《赤壁》（上、下）等。这些大片大部分都祭起了名著或畅销小说改编大旗，纷纷借来文学大师名著之壳，以名著品牌效应，进行“中国风”视觉流的再铸造。如2006年，中国电影给世界观众奉送了两部以经典戏剧改编的古装大片冯小刚的《夜宴》和张艺谋的《满城尽带黄金甲》。前者剧情改编自莎士比亚的千古名剧《哈姆雷特》，后者则改编自在现代文学史上有“中国莎士比亚”之称的曹禺名剧《雷雨》。两部影片无论是在人物形象的设计，还是在故事情节的安排以及思想主题的设置上都因袭了原剧中的内容。这两部改编自中外两部名剧、出品于同一年的两个中国大导演分别导出的古装大片，恰如一母所生的同胞，有着令人惊异的相似：不仅故事发生在同一历史年代，而且还有同样的叙事架构：宫闱乱伦；同样的命题：受压制的女性欲望与象征父权秩序的权势之角力；同样的结局：僭越的女性欲望无情地被剿杀；甚至在影片叙事中，都同样的采用一场奢华叵测的宫廷晚宴将故事推向高潮。冯小刚曾说过，他的

① 吴小丽、徐生民：《90年代中国电影论》，文化艺术出版社2005版，第38页。



《金陵十三钗》海报

《夜宴》“拒绝本土化，要古典主义”，一句话揭秘了中国古装武侠大片要“以东方的视觉奇观杂糅西方故事”来换取东西方文化认同的策略。2011年最引人瞩目的电影，当属张艺谋导演的最新力作《金陵十三钗》，这部电影以南京大屠杀这段惨痛的战争历史为背景，改编自严歌苓的小说，投资高达6亿元人民币，打破了中国大片的投资纪录。而这部电影几乎完全地做了“去中国化”处理：从主演、布景、叙事、情感（甚至念白）上完完全全的西方视角，这是值得关注的问题。

三、后现代消费时代：宏大叙事/历史消解、碎片与拼贴

20世纪90年代后期，伴随着商品消费社会的到来，当代中国人对世界的体验和自我的体验也都发生了变化，人们既往的价值观念、行为准则也发生深刻变化，一种具有后现代消费文化观念开始萌现，从而直接引发文化秩序和审美机制的改变。后现代消费文化的特点是追求短暂、即时性的审美趣味，消解历史的深度，摒弃对永恒价值的追寻，等等。而这些特征在近年来的文学改编电影中体现尤为突出。如李安的改编自张爱玲小说的《色·戒》；张艺谋根据畅销小说改编的几部电影：《我的父亲母亲》《山楂树之恋》《归来》；冯小刚的《唐山大地震》；侯咏的《茉莉花开》；关锦鹏的《长恨歌》；根据麦家畅销小说改编的电影《风声》《听风者》等。这些电影无不以宏大历史作为背景，但却总是很快将电影故事改写成动人心魄的爱情或亲情的追寻，或以感官视觉刺激为主旨来建构电影的影像叙事。如电影《色·戒》也是以抗日救国的宏大叙事开场的，但李安很快将全片的叙事驱动转移到汉奸易先生和王佳芝的感情纠葛中，以他特有的细腻以及从容的笔调将这场乱世激流中的畸恋叙述得无奈而凄美、委婉而悸动。影片在探究幽深的人性人情的主题覆盖下，把一段有关国家危亡的大时代历史记忆置换成了有着“后现代文化症候”的关于个体生命的、复杂微

妙的个人情感私语和一场离经叛道的、关于情欲与理性的爱情故事。2014年，以“文革”为背景的电影《归来》，也被张艺谋修改成了摒弃现实时空的唤醒失忆爱人的中年爱情剧。我们看到，在这些关于历史的影像叙事中历史只是符号，但并不意味着历史的灰飞烟灭，历史的幽灵转化为历史的类象，在平面喧嚣的文化空间里来去徘徊。当历史转化成被消费的对象后，“历史”表面上消失了，它拥有的那些深度感、距离感消失了。但“历史”的类象却以更为勃兴的姿态显现于各类大众文化文本间。

后现代消费文化还热衷于表现肤浅化、表面化的冲突，展示欲望与感官的满足，营造不切实际的梦幻，碎片化拼贴等。2013年，郭敬明根据自己畅销小说《小时代》改编的同名电影，可以深切感受这部电影折射出的个体和周边时代的关系。正像片名一样，影片中的人物只存在于自我中心的“小时代”世界中，既虚幻又超验。他们在这个自我营造的非关真实的世界中，得意洋洋地追逐着个人的欲望，赤裸裸地展示对感官的迷恋。对郭敬明作品的争议和赞誉都聚焦在这里，但《小时代》确实契合了后现代文化的“短暂性、平面性、即时性”等的审美趣味和时尚潮流。

结 语

以上主要通过从新时期开始中国电影的文学改编梳理，简要回顾了近几十年来中国电影和文学交织互文的发展历程。从90年代开始，在市场经济大潮中，电影改编开始自觉迎合电影产业化，文学和电影同时开始纳入商业化轨道，那些兼具市场潜力和时代文化品格的文学作品成为改编的首选。文学性、商业性、电影性三者的关系呈现出较为复杂的态势。新世纪以来，在消费文化新历史语境和视觉图像新技术时代到来，越来越多的文学作品被改编到银幕上，“其视觉冲击和视觉效果重要性越来越超过内容本身”^①，电影改编领域则呈现新的时代文化景观。剧本策划机制的出现，以及作家成为



《归来》剧照

① 张冲：《文本域视觉的互动——英美文学电影改编的理论与应用》，复旦大学出版社2010年版，第303页。

剧本创作新生主力，这使得电影和文学关系、电影改编呈现出多元和复杂态势。

中国是一个有着悠久历史文明的大国，其丰厚的文学资源能给中国电影源源不断地补充养分，今天全球化已成为中国的现实处境，无处回避不可阻挡。近年来文学改编再次成为热潮，这与消费社会注重品牌效应有着很大关系。然而过度迎合市场，急于追求时尚和商业利益，将会带来的种种弊端却无法回避。如何让源远流长的中国文学给中国电影补充营养，注入新的血液，这是中国电影人面临挑战的一个课题。

（作者单位 中国艺术研究院电影电视艺术研究所）

■ 左 衡

网络文学改编电影面面观

——根据网络文学改编电影的六个关键词

提 要 本文围绕着新世纪以来网络文学改编电影的核心问题，从媒体融合、消费主义、伪造的大众、类型化尝试、道德要求等角度来分析网络文学与影视业互动的关系，指出网络文学改编电影有助于商业电影、类型电影的发展，但也需要注意一些问题。

关键词 网络文学改编 媒体融合 消费主义 类型化

网络文学从论坛和早期的文学网站兴起，经历大型网站小说类型化的阶段后，占据了通俗文学的半壁江山，逐渐展开外延，融入到社交网络的交流之中。在技术革新的互联网浪潮冲击下，网络文学又面临着正当化的机遇与挑战，如越过传统出版行业，直接进行电子书发售，或能摆脱“低俗小说”式的保守心理定势，成为“电子书革命”的一个部分。

它与影视业的互通有无并不比自身初兴更晚，早在2000年，被誉为“中文网路文学第一人”的台湾作家痞子蔡的爱情小说《第一次的亲密接触》便由台湾导演金国钊搬上银幕，开启了网络文学改编华语电影风气之先。但在新世纪的头一个十年，这一现象始终细水长流、不温不火，直到《甄嬛传》（2011）等改编影视剧热播后，才像是横空出世一般成为无法回避的话题。网络文学范围极广，形式、文体富于差异性，其中比重最大的是连载类型小说，



《杜拉拉升职记》剧照

就这点而言其更适合作为电视剧的改编蓝本。电影所选用的则多为以网络为依托的传统模式小说以及具备电影化意识的作品。尽管如此，电影与电视剧时常还是双轨并行，一个故事出两套作品，如《恋爱前规则》（2009）、《杜拉拉升职记》（2010），电影也常常采用电视化的视听风格，难免令人有为了上院线而拍电影的怀疑。这当然是出于商业效益考虑，但我们也不能抹杀互联网、影视界对可行范式孜孜不倦的探索。网络文学改编电影一方面为商业

电影、类型电影的发展提供了一条康庄大道，另一方面，这条路该如何走、将通向何方都尚未未知。

笔者面对此命题自然也难以得出有效的解答，本文试图以关键词的取巧形式分门概述这一现象，希望这六个宽泛的特征也能组架出一个网络结构，契合并不明晰的现状，为理解当下局面、预估未来发展提供几分影影绰绰的灵感。

一、媒体融合

随着网络在社会生活中位置的不断演进，“网络”一词在网络文学改编电影中也衍生出不同的意味与不同的功用。

在《第一次的亲密接触》的原著故事里，痞子蔡与轻舞飞扬的爱情从网上走到网下，从生离走到死别，网络是一层面纱让人们在自我



《第一次的亲密接触》海报

保护的安全线内挥洒青春展现自我，聊天室的情感现象提供了一种新的对话文体，承载的还是传统模式中的绝症爱情故事。电影则为讨论网络的社会学意义设置了更多的戏份，人们在聊天室里彻夜聊天，寻找玩伴、知己与另一种面貌的自我，同时又质疑着网络感情、网络身份的真实性。片中心理学研究生（张震饰）论文题目为《网络上的虚拟社会》，而初时不屑虚拟实境的痞子蔡（陈小春饰）最终转而向虚拟实境寻求慰藉。

对于此时的创作者与观众来说，网络是生活中一项极速壮大的元素、一个新生的现象，刚刚开始了对普通群众社会生活的入侵。台湾作家关注爱情故事，香港制片则向社会中逐渐与网络接轨的年轻群体投以目光。网络为年轻人提供了一种新颖的交流方式，但尚未完成其作为媒介、人际关系载体以及麦克卢汉所说“人的外延”的转变。这样的判定从影像实践上就可以得出，如影片中除了几台笨重的台式电脑之外，没有数字生活的展示，虚拟实境是具有象征意义的奇观，网络作为叙述的客体被展示和讨论。此时的网络是非专业文学爱好者的发声渠道，或具有自发性、民主性，但媒介本身的特性还没有被生产出来。

网络文学与电影的媒介交锋、融合越演越烈，从后来的现象级案例《杜拉拉升职记》及《失恋33天》（2011）可见一斑，两部电影的片头都有极强的包装痕迹并采取了直接引用原著的旁白与碎片化的叙事方法，铺开两位女主人公及其所属群体的生活状态，网络成为她们的肢体外延，结构出一个外在的世界，具体到《杜拉拉升职记》，是都市职场的竞争与纠纷，于《失恋33天》则是现代青年的分手模式。红极一时的英剧《神探夏洛克》（2010）中手机信息的图像化设计令人津津乐道，这在今日的影视中颇为常见。此处讨论的包装感却不仅仅是时尚形式或者必要信息的传达方法，在网络文学改编电影中屡见不鲜的此类设计，很大程度上是在匹配网络文学本身的特性，比如日常生活的主观想像中的变异、叙事人的倾诉心理与情景性发散思维，而网络本身作为视听、叙事元素的参与正在经历着逐渐退位的过程。

二、消费主义

网络文学特性的被保留，最显见的就是原著文本直接被电影引用，其文学语言本适配于网络环境，充斥着流行段子的思维方式与语

言结构，正迎合时下观众的喜好，如《失恋33天》最为强调的卖点——刻薄、机敏的调侃与生动、浅白的社会现象解读。经典台词的流行程度与小说的风靡程度直接挂钩，导向庞大的受众基础，他们不一定是带有崇拜性质的粉丝，却一定是影像化产品的话题传播者与潜在消费者。在“粉丝电影”大行其道的当下，这样的小说作品就是产业在寻找改编材料时的首要选择。改编网络小说不同于改编经典名著，这些作品具有极强的时效性、话题性以及数量庞大的读者群体，如同明星一样先于影片构成了一种新型的制片价值。

这一前提提示出根据网络文学改编的电影作品首先是一种商品，是消费主义商品化的产物，甚至是互联网的延伸产品。观众成为用户，观看体验转向了综合的消费体验。观众走进电影院消费电影时，不单希求着情感的共鸣、审美的满足，还需要实现对谈资的获取、压力的释放以及可供认同与模仿的对象的获取。这种对象可以是价值观，可以是情感模式，更可以是生活方式。连《山楂树之恋》（2010）这样的历史爱情作品，也要保持视觉上的、人物造型上的小资情调。对于都市题材电影，制造并贩卖时尚更是不可或缺的一环，从《小时代》（2013）到《后会无期》（2014）无不如此。《杜拉拉升职记》中杜拉拉随着职位升迁衣着妆容不断变化，由《穿普拉达的女王》（2006）的好莱坞顶级造型师打造，生了气就去分期付款买了辆跑车，白领观众见此励志故事自然兴奋不已。《失恋33天》看似提出了反拜金的情感宣言，却与《杜拉拉升职记》结尾男女主角均离职而去相聚泰国一样，是新一代更具有物质安全感的青年自我形象的塑造倾向，平凡大姐黄小仙工作性质文艺清新，恋爱狂躁浪漫，男友劈腿后有中性化、最入时不过的男闺蜜接班，连富有客户都为其“真性情与心思复杂”吸引，也是当下观众变更过的期许了。



《失恋33天》剧照

这些特征或来源于社会风气时代精神，“工业社会发展后的通俗艺术不是为了制造出来而流行的，而是为了流行而制造的”^①。由网络文学改编电影因为极大地受到自上而下的资本力量的影响而表现出了更强的商业性，因此也更直白裸露。植入广告的使用也是如此，品牌立牌、日常用品、商家店铺在这些都市电影里不加掩饰地频繁出镜，营造出一个纷乱离奇的人类聚居环境，人变得无限小又无限大，他们永远是镜头的中心，却又总是被并不相协调的、喧宾夺主的广告胁迫着。观众甚至可以直接感受到，他们并不是摄像机真正欲望的客体，与商场里挂着商品的假人模特相比，只是关节更灵活罢了。

三、伪造的大众

网络文学本是起于草莽，理所应当是大众制造的大众文化、草根阶层的发声载体，是一种真实市民生活与民众心理的反映。如果这种说法成立，这一关键词大概应该领衔全文，将网络文学改编电影视为一场打破了艺术阶级的现实主义胜利，但事实并非如此。

这需要从文学的生产与影像的生产两个步骤分开描述。

检视现已搬上银幕的网络文本，可见只有《浮城谜事》（2012）所依据的天涯论坛热帖，称得上是无自觉意识的创作，具有真正的

① 戴锦华：《电影：雅努斯时代》，《电影艺术》1988年第9期。

发声需求。相较之下，同为网帖形式的《失恋33天》，虽然也承载于这种看似非虚构的形式，其创作者却是经受过专业训练的编剧从业者，借助网络之力发表、推红了自己的作品，其间区别有如民歌与流行歌曲，前者发声于自然体悟，后者却是产业模式的出品。其他的一些网络文学作品，则往往出于知名网络作家的笔下。随着电影成为青年生活重要的一部分，新一代网络作者更为自觉地将个人创作与电影化相联系，主动成为可供改编的剧作蓝本，这一类文本与通常意义上由盛大文学支撑起来的网络文学更加区别开来。

在改编生成影像的过程中，文本本身的特征往往也再次消隐，有时是因为部分作品的连载特点与章回结构不适合直接纳入影像中，有时是因为两方创作者趣味与意图大相径庭。如《杜拉拉升职记》原作具有复杂多样的结构：叙事中穿插工作文件、博客记录、书信来往，职场生涯记叙中包含着工作经验、专业知识的分享传达，这种职业故事是网络都市小说中重要的一类，而到了徐静蕾手里，小说只是为她提供了一个庞大的粉丝基础以及形形色色的人物形象来构成一则都市爱情童话，杜拉拉在五百强外企中举步维艰的竞争攀爬过程变得相当顺利，仅靠个性的展示就获得节节高升，同事间的龃龉、公司等级中的冷酷荡然无存。



《山楂树之恋》剧照

这次大刀阔斧的修改不无买椟还珠之嫌，原著独到、精辟之处所剩无几。《山楂树之恋》的作者艾米对张艺谋的改编也并不满意，但转制环节中影视公司越过传统出版社与作者直接对接，作者亦无足够的社会地位来谋求尊重，这二点是网文改编的常态，使得文本只是被选择为剧作的基础，其本身的理念意图被影视作品彻底忽略了。

网络文学的文体特征与媒介特征都并不被它们的改编者关心，这体现了电影产业缺乏自我价值要求的倾向，将选择权交给了面对海量失去出版社过滤、良莠不齐文学创作的网络读者，现今的创作风气不单抛弃了艺术书写，也忽略了好莱坞之所以长盛不衰成为大众文化的代言。其并非以大众代言大众，仍然是通过精英自发地下落来匹配社会环境，引导生产属于大众的文化产品。

因此，在双重非知性前提下建构出的社会图景是浅陋、平面的，所谓“城市文化”“青年文化”格外稀薄，只是一个抛出来的幌子，是空有意向、未能捕捉的时代气质。这一系列的电影都试图营建一个逼真的现代城市空间：现代的家居、餐厅、办公环境与高楼林立的中央区，但城市的核心仍旧在于人的生气，缺乏智识洞见与感性观察的生活场面，只会令观众先感到了熟悉，继而却是加倍的失望。

四、类型化尝试

网络文学改编电影的现象看似从2000年《第一次的亲密接触》开始，却直到2010年前后才开始爆发性出现，尤其在2011年滕华涛导演的《失恋33天》以营销的极度成功成为票房黑马后，引来业界的强力关注。不多的成功案例自然导向了类型化的尝试，企图为剧本原创能力严重不足的电影创作困境寻找一条可行之路。都市爱情、青春校园、恐怖惊悚三种类型率先得到定性，即将投入拍摄的剧本计划，如

《匆匆那年》《鬼吹灯》等亦无出其外。

都市爱情顾名思义是发生在现代都市中的爱情故事，在女性观众占主导地位的票房市场中，爱情片总是最为炙手可热的样式。《恋爱前规则》《杜拉拉升职记》《失恋33天》是这一类型的代表片目，三部作品的爱情线索看似大不相同，却都包含着两个统一的母题：占据主动的女性形象、商品社会中的情感关系。依循此类症候，可见陈凯歌导演2012年的作品《搜索》、滕华涛导演即将投拍的根据豆瓣热文改编的《我的朋友陈白露小姐》也可以纳入此列。所有的爱情故事仿佛都发生在北京，而从王珞丹、徐静蕾到高圆圆、白百合，北京女孩也成为了这种新女性的典型，笼罩于消费主义的阴影中，寻求着自我存在的正当性。最终，她们看似走向了一段感情，自我的补全却半途而废。可见这一类型样式虽然诞生于现实社会的心理结构，却因缺乏内在、自觉的思考，未能提出有效质询，也没有为观众提供一个情绪与压力的出口，转而以轻巧、虚妄的煽情掩盖了实在的空缺。

青春校园或可与都市爱情合并，归类于情感题材，但相较而言，其类型范式更为独立完



《那些年，我们一起追过的女孩》剧照

整，代表作如《那些年，我们一起追过的女孩》（2012）、《致我们终将逝去的青春》（2013）等，也普遍得到更为广泛的称赞。网络作者与当下的消费者在年龄上相去不远，这种故事类型的创作本身又包含着一个真实的回忆行为，

这一行为投射到文本之中，就产生了天然的移情优势，只要时代回忆的重塑与少年心理的重演达到一定的准确程度，引起观众忆旧情怀的感性共鸣，影片的成功就已保证了一半。

在类型定位与我国文化政策的双重桎梏下，恐怖惊悚电影在国内市场始终处于边缘化、特殊化的位置，在院线不乏身影，却少有进入文化视野。迄今为止，改编为电影的惊悚小说以蔡骏作品最有声势，自《地狱的第十九层》于2009年被香港女导演黎妙雪改编为《第十九层空间》取得不俗的票房成绩之后，其悬疑作品就大受影视界欢迎，“荒村”系列被接连改编为《荒村客栈》（2008）、《荒村公寓》（2010）等影片。蔡骏身为“国内悬疑小说第一人”本有雄厚的群众基础，其心理悬疑与灵异恐怖的复合方式又为当下环境中的创作提供了改编空间，是一个较难复制的例子。李少红导演改编另一位恐怖小说家周德东《三岔口》为电影《门》（2006），则做出了更为严肃的尝试。

恐怖惊悚是一个狭窄的范围，盗墓小说的盛行为影视提供了新的材料，从《鬼吹灯》《盗墓笔记》的投入拍摄可以预估此后奇幻诡谲流派的网络小说会成为更多中国式大片的基石，从这一类型范式转向更广泛的奇幻、神怪类型。

剧本原创能力的不足决定了业界需要向通俗文学、类型小说寻求帮助，而网络文学正是当下通俗文学的主题，兼备价廉物美之优点。在电影工业整体地向网络文学抛出橄榄枝之时，一线导演也并未回避、退守。早在2001年关锦鹏的《蓝宇》即改编自网络小说《北京故事》，2007年张艺谋将艾米的《山楂树之恋》搬上银幕，而后是陈凯歌的《搜索》，这部电影聚焦于网络舆论的“杀人”事件，将“网络行为”现象化后与都市情感大戏作了个整合。2014年，王家卫又购下了新兴网络作家张嘉佳的短篇小说《摆渡人》，一线导演的加入无疑

将进一步推动局面的演进。

五、道德要求

在《第十九层空间》中，手机游戏成了恶魔仪式的载体，陷入游戏的人需有绝对的良善和勇气才能生存，反之，心中有鬼的人都将永陷地狱。在邪教教义里，这趟历经十八层地狱的冒险是一个通向圣灵的净化过程（称之为“淘汰”或许更为合适），这显然包含着道德审判的意义。但本可以进行深层讨论的道德命题，却并没有在这部电影中得到展开，“道德审判”沦为一个单纯的情节，只是粗暴地为人物安插上命运悲剧式的具体罪行，并无对人性善恶、时代道德观的涉猎。

在当下“拒绝意义与价值”^①的主流创作中，网络文学改编电影道德基础的普遍缺乏仍然表现得格外明显。人物行动于一种隐藏的道德真空之中，却始终对自身合法性持以肯定态度，他们执掌着话语权柄，居高临下地要求观众的认同。

这一现象部分缘于网络文化的特性，网络被视为“书面文化和抽象哲思的颠覆者”，是因为“人们在网络世界与虚拟世界里摇摇晃晃，不断地重构自我又丢失自我，失却了哲学思维所需要的主体稳定性和艺术专注性”^②。当互联网在人们生活中占据越来越重要的位置时，哲思或许就悄悄地从人们的意识活动里离开了，正如灵光离开艺术。在具体的情景中，我们也可以察觉到依附网络的创作者的思维方式是如何受到互联网的多方影响，在虚拟世界里，他们首先得到了扮演的机会，继而得到了虚构的权力，却又因此在发声之时无法回避“他者的噪音”的干扰，以及被聆听与被认同的强烈欲望。“电子文化促成了个体的不稳定身份，促成了个体多重身份的连续过程”^③，当创作主体在跨越网络与现实进行身份切换时，其本有的道德体系自然发生了松动。

假使对照原著文本与改编电影，我们可能会对相近的缺口产生大不相同的态度。面对文本时，读者与创作者同为互联网上处于非稳定状态的独立个体，在平等的叙述、对话中，一方对自身合法性的突出强调是可以被理解的，作为非严肃文学的创作者其个人局限也可以被容纳。但当文本被搬上银幕“去主体中心化”时，这个故事由伪私密倾诉转为大众媒体的传播产品，它的姿态就发生了变化，作为社会主流文化的载体对观众进行诱导与传教。大众媒体既然拥有这样的身份，就应当有相应的自觉与自持，但这一要求并非指向道德教化功能，如陈凯歌导演的《搜索》以媒体暴力为题材，似乎有较强的社会批判意识，甚至是作为受害者的斥诉，故事逻辑却显得有些淡薄；他是期望我们能将电影从纯感官刺激、视觉奇观的泥潭里拉出，逐渐重构相对清晰的意识形态，为时代文化积蓄出精神内核来。莱昂内尔·特里林那句“知性乃道德职责”于此十分匹配，当下电影中的道德难题，不是话题缺失，也不是品德败坏，而是知性的欠缺。

六、在别处

网络文学改编电影在我国海峡两岸暨香港都作出了不俗的成绩，既体现出不同地区创作者不同的创作心理与观众心理，也在谋求内地票房市场过程中映现了三地电影的融合发展。

网络文学改编电影最初便是从香港启程，学者电影有限公司联合台湾导演金国钊改编了台湾网络作家痞子蔡的爱情小说，而香港导演关锦鹏选中的则是一篇《北京故事》。虽然香港业界并未现象化这一行为，却不懈开拓，为模式的建构与补全提供了前沿的经验，同时也

① 戴锦华：《社会文化面临整体坍塌》，《北京青年报》2014年10月31日。

② 胡潇：《论网络文化对哲学思维的解构》，《学术研究》2013年第10期。

③ [美] 马可·波斯特：《第二媒介时代》，范静烨译，南京大学出版社2001版，第85页。

引导着内地的创作行为，如率先发掘出蔡骏的心理恐怖小说。2014年传出王家卫拟拍《摆渡人》的消息之后，又有数家制片公司买下了张嘉佳同一短篇小说集中其他的作品。

相较而言台湾的创作更具有在地性，他们的模式更倾向于将网络作家吸收进电影产业，直接作为编剧、甚至导演参与影片的创作。九把刀自然是其中的代表人物，在《那些年，我们一起追的女孩》之后，他连续创作了《变身超人》《我的情敌是超人》《等一个人咖啡》多部剧本，其作为导演的另一部作品《功夫》也在拍摄之中。

网络文学改编电影作为概念的被突出或可称为是华语电影圈的一个独特行为，少有可以直接对照的他国经验案例。欧美或亚洲诸国并非不存在网络文学及其改编现象，但因网络文学本身的概念真伪、范围宽窄不得定义，改编现象亦极具差异性，使得这一行为未成风潮，也少有得到讨论。西方近年热播的《暮光之城》系列电影原著小说就是首先线上发布，再转至线下实体出版，同时还在网络上衍生出大量同人小说，其中一部后来改续为另一畅销系

列《五十度灰》，这部作品的电影版本也已经投入拍摄。如此，好莱坞的相关案例总是经过网络文学到畅销小说、畅销小说改编电影的两重转换。日本导演村上正典2005年的作品《电车男》改编自真实事件的当事人亲撰的连载热帖，这个关注网络时代宅男群体情感方式的故事曾先后搬演到舞台剧、电视剧、电影中，算得上是社会热点现象的文化艺术映像。

正如老生常谈的，中国电影现今的处境并非只是同轨地落后于世界上的其他电影大国，如美、法，而是中国电影几经风雨，着实处于一个特殊，同时也是亟待超越的阶段，作为一个文化生命体，并不能沿着某一条他人行过的路前行。此时，向各方探寻真正属于中国电影的可能性就至关重要。

网络文学改编电影在互联网行业与影视行业打得火热的当下，时常被视为一剂强心针，但配方该如何、剂量该如何、对于国内的产业与市场究竟能起多大的作用，都还需要靠理论探讨与创作实践的互相磨砺来寻求答案。

（作者单位 中国电影艺术研究中心电影文化研究室）

■ 唐宏峰

文学的电影如何可能？

——作为文学史而非文学的《黄金时代》

提 要 本文以电影《黄金时代》为例探讨了文学的电影的可能性。文学的电影不是指文学故事的影像化，或者单纯的诗意电影，而是文学本身的电影化表现，它需要怎样的手段？《黄金时代》严格依据文学史资料拍摄萧红传记，却依然不是优秀的文学电影，问题就在于“写作”与“文字”在影片中的消失。电影刻画具体的而非抽象的书写动作，在影片中直接使用文字呈现，注重诗的声响、丰富影片的声音形象，这些手法有助于电影表现出文学的质感，呈现书写的过程与书写的结果，将原始的文学阅读召回到电影中来。唯有此，影片才能由作家的传记片提升为文学的电影。

关键词 文学电影 《黄金时代》 “他们在岛屿写作” 间离 声音形象

作为一个热爱萧红、也喜爱许鞍华，做现代文学研究、也从事电影批评的研究者看过《黄金时代》之后，一个问题萦绕心中：文学的电影如何可能？不是文学故事影像化（文学改编）的电影，不是单纯诗意的电影，而是文学的电影，到底怎样才是可能的？《黄金时代》从现代文学史的浩繁卷帙中摘用语句，但“文学”在电影中依旧是缺席的，它呈现的是文学史而非文学。在影片中看不到“写作”本身，看不到“文字”的形象，听不到现代白话文的独特的声音，影像只是文字故事的外化，而非文字内部之情绪、隐喻与抽象凝集的形象。在影像－文字－声音的联结关系这一文学电影的核心问题上，《黄金时代》没有多少贡献。相比而言，“他们在岛屿写作”这一台湾文学家电影系列，在使用影像表现文学世界方面，表现出超凡的创造，遗憾的是，《黄金时代》并未从中汲取的应有的营养。

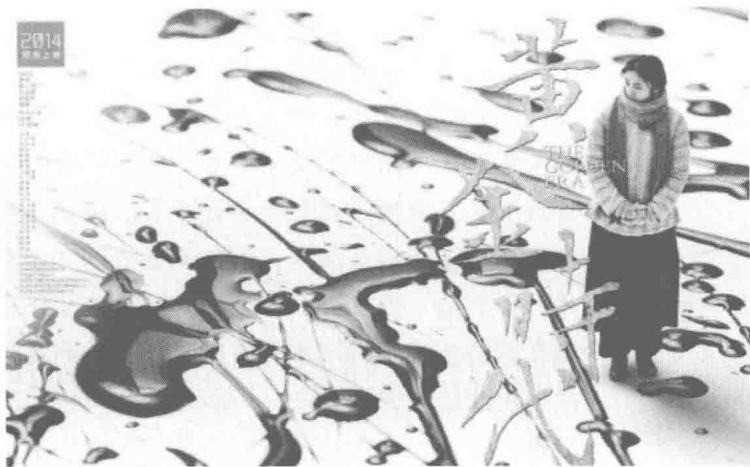
一、文学史，而非文学

创作者将《黄金时代》做成了一部以萧红为线索的现代文学史资料汇编。文学史学者杨早称其为“一篇被史料压垮了的论文”^①，我深以为是。影片严格按照萧红自己的著作和朋友的纪念文章来铺展故事、组织画面和设计台词，几乎句句有出处、镜镜有依据。影片以参与了萧红生命经历的同时代文学人物为叙述者，在故事发展需要补

① 杨早：《〈黄金时代〉：一篇被史料压垮了的论文》，杨早个人博客，<http://dajia.qq.com/blog/443447088721723>。

充或跳接的地方交待和讲述萧红的早年经历、生活与情感的重大变化与转折。白朗、罗烽、舒群、梅志、许广平、聂绀弩、胡风、丁玲、蒋锡金、骆宾基等，他们直面镜头，仿佛接受采访般地讲述他们所知道的萧红，所说的话基本都是他们后来所写的悼念萧红的文章中的语句。比如许广平《追忆萧红》讲萧红“文章上相当英武，但在处理问题时感情胜过理智”；丁玲《风雨中忆萧红》讲“我们也痛饮过，我们也同度过风雨之夕”；胡风《悼萧红》讲萧红“的天才胜于萧军”。《黄金时代》讲述的萧红是准确的，没有无端的想象和编排，所引用文章许多都是优秀的散文。《黄金时代》讲述了萧红的一生，也由此连带起整个30年代文坛尤其是左翼作家圈的面貌。难道这里没有文学？

我的回答只能是：这是文学史而非文学。整个《黄金时代》的症结就在这里。《黄金时代》是一本相当客观的文学史，它用大量史料复现了萧红颠沛流离的一生，抽象而准确。文学史是后人有着距离的讲述，正如影片中的那些讲述者，而文学则是具体的、内部的、隐喻的、现时的。影片为何让人觉得隔，为何难以讲出萧红的灵魂和精神世界？原因就在于文学史是后设的。影片的“间离效果”让人不舒服，不是间离本身不



《黄金时代》海报

对，也不是间离只能用于剧场舞台，而是那些萧红同时代的叙述者一方面在参与其生命历程，另一方面却用后设的视角来讲述她、评判她。^①而影片中后设与共时并存，叙述者一方面参与故事，与萧红一样在动乱的时代挣扎奋斗，而另一方面却就在这生命历程当中突然某一刻完成了这一历程、知晓了未来的结果，随即下一刻又回到萧红身边，又什么都不告诉她，仿佛穿越剧人物一般。这种后设视角成为相当冷静的旁观，甚至成为构陷萧红的一种力量。当影片中萧红和她第一个爱人陆哲舜逃到北京在故宫角楼外意气风发地走，一瞬间，张看了看镜头，欲言又止，随即萧红上来拉着他继续在故事里走。后来，陆辜负了萧。那个向故事之外投来的目光，实际构成的效果是，“我”知道结局，“她”在走向深渊，“我”在旁观。后来聂绀弩坐在宴席的屋外对观众讲当时上海文坛复杂的政治形势，说“鲁迅在回萧军、萧红的第七封信中向他们发出见面的邀请”，随后起身加入宴席；在山西，他从右边随众人入境，走向镜头，走出故事，介绍“二萧”的去与留的不同选择，说完话继续加入众人从左边出境。这是一样的效果：共命运的朋友，成了旁观的局外人。后设的文学史，知道结局的间离，隔膜了在时间之中的、具体的、内部的萧红。

影片第一个镜头集中展现了它的文学史特质。汤唯扮演的萧红肖像，平静无波澜

① “二萧”及其作家朋友在哈尔滨受当局迫害而被迫离开的时候，白朗面对镜头讲述几年后的事情：“我们告别‘二萧’，他们离开哈尔滨去青岛。他们走后一星期，罗烽再次被捕入狱；两年后，金剑啸牺牲，被日本人杀死在齐齐哈尔；老黄后来失踪，我们再也未见到过。”

地自述：“我叫萧红，原名张乃莹。1911年6月1日，农历端午节出生于黑龙江呼兰县的一个地主家庭。1942年1月22日中午11时，病逝于香港红十字会设于圣士提反女校的临时医院。享年三十一岁。”毋庸说，这段语言和影像是令人震惊的，人物在活着的时候说出自己去世的时间地点和终年，充满了反讽的效果。这段话里包含的后设与共时并存的悖论，为后面所有叙述者的叙述提供了结构。这是文学史的写法。这里奇怪地没有文学，没有说出“我是一名作家”，没有写作、文字、作品的影像出现，只有生平，只是一个命运多舛的人，这也是影片《黄金时代》的本质。

二、写作的消失

许鞍华和李樯会说影片中有大量作家伏案写作的镜头，有大量段落出现了萧红作品的名称如《初冬》《弃儿》《商市街》《生死场》和《呼兰河传》，更不用说众多情节都是依据萧红的文字，如“二萧”在哈尔滨的生活依据《商市街》，“二萧”与鲁迅的关系依据《回忆鲁迅先生》。确实，影片中常见萧红伏案写作的样子，画面也都依据小说或散文而来，但这不是真的“文学”。这里以“二萧”与鲁迅交往的段落为分析对象。萧红1939年秋在陪都重庆写作《回忆鲁迅先生》长文，此时生活困苦，她在感情上陷于对端木的失望和自身的寂寞中，回忆鲁迅，是在文字中寻觅温暖。影片采用穿插闪回的方式，一面是1939年伏案写作的萧红，文章中的语句以画外音形式出现，另一面是1935年萧红与鲁迅和许广平频繁往来的情形。我认为这两种表现文学的方式都不充足。萧红伏案写作，镜头先是中景，表明人物的环境和伏案写作的动作，之后就是人脸特写，苍黄的、有色斑的、消瘦的脸，虽然很好地展现了人物的精神与身体状态，但写作消失了。《黄金时代》中表现写作基本如此。只有抽象地写文章，交代人物正在做这件事情而已，却绝少有过具体的镜头表现书写的动作、展现书写的结果。



《黄金时代》剧照

具体细腻的书写的形象对于一部表现作家、表现文学的电影来说是重要的，但并无多少影片做到。我心中想到的是“他们在岛屿写作”台湾文学大师电影系列，这一系列以作家为主题的纪录片，在探索如何用影像表达文学、琢磨影像—文字—声音的关系方面富有创造力和诗意，称得上是真正的文学的电影。片头正是写作的形象，将多次不同的书写叠合起来，笔在纸上沙沙地写着，不同的字迹、不同的内容、不同的字体、不同的作者、不同的纸张，多重影像联接叠合起来，基本都是凝聚于笔尖的大特写，突出作家只有一个行为——就是写作。这种处理在此系列影片中的每一部都大量出现，我们看得见文字的内容，看得见书写的形式，看到艰难的写作是什么，了解“以写作为生命”到底是什么意思。萧红是以写作为生命的，否则她不会在十年写作生涯中贡献一百多万字。而《黄金时代》在展现人物写作的时候，对抽烟

的表现，比对写作本身的表现更多。影片唯一表现过的具体文字，是萧红在空白的纸张上写下“弃儿”的标题，之后就没有了。相比之下，为了呈现写作，“他们在岛屿写作”系列电影出现大量手稿与书刊形象，手稿是写作的过程，而泛黄的书刊则是作家的诗歌或小说初次发表的场所，那些具体的《现代文学》



《诗刊》等给人以切实的现场 《黄金时代》剧照

《诗刊》等给人以切实的现场感，以及文字的生成与流转。《黄金时代》中几无手稿形象，没有圈圈点点的涂抹勾画的字纸，有的只是抽象的写着“生死场”或“八月的乡村”的封面。即使是片中老年萧军整理萧红的书信，影片也没给出这些信的模样；即使是有将近1分钟的丁玲写回忆萧红文章的段落，甚至最后将完稿递给白朗，影片也没给出一个文字的镜头。聊胜于无的是鲁迅的书桌，桌上出现萧红的《生死场》和给萧军的信，镜头摇过。《黄金时代》的故事中有很多文学杂志和书，作家们办刊，在刊上发表文章，出版作品，而同样，影片没有给出真实的形象。电影中有很多萧红、萧军看书的情形，但我们不知她／他在读什么，只有抽象的阅读，却没有真正翻书的镜头，如果影片展现“二萧”读鲁迅杂文如《三闲集》等，那么，这种鲁迅与青年之间、作家与作家之间的文字和思想的交流就是真实的。

三、文字与画面

李樯在访谈中表示，“其实你只要读一点萧红的作品，你就会知道，电影通篇都是她的作品，包括东北部分整个都是《商市街》”。然而，这些只是文学故事影像化，即最常见的文学改编，与真正的文学电影还有点距离。《黄金时代》采用的是最简单的电影处理文学的方法，即将内容故事化、影像化，萧红在自传性散文集《商市街》中讲述他们在欧罗巴旅馆中如何不租铺盖、在下等餐馆中如何斟酌肉丸子，电影将这些情节一一呈现出来。在前文分析的“二萧”与鲁迅交往的段落中，这种文字影像化的方法更具有一种自觉性。一面是1939年的憔悴的萧红在写《回忆鲁迅先生》的文章，另一面是1935年文章中所描述的鲁迅先生，画外音正是文章中的语句。画面在写作的萧红与文章里记述的萧红之间来回切换，表明电影呈现的是萧红文字里的世界。万年青、起身想走却走不开、伤风，这都是萧红笔下的活生生的鲁迅。画面是萧红的故事，声音是萧红的语句，难道不是文学？从文学改编的层面来讲，当然没有问题，但如果我们并不想仅是文学故事的呈现，那么文学特质与诗意表达就需要更多的手段。

应该说，影片中萧红在日本的段落文学性最强。因为这里，影片以萧红书信为依

据，而书信的特点是叙事性弱、抒情性强。影片中使用了大量空镜头，街景、窗外、暗夜的榻前，几乎没有画内音，主要是信中语句的画外音。在接下来的画面中，暗夜里，萧红赤手赤脚在白月光中墙上投影，内心独白；鲁迅逝去，而万年青依旧。这些影像的处理，格外具有诗意和文学的特质。

那么叙事性强的段落怎么办呢？影片在哈尔滨故事的段落，有一个镜头很具有文学性。当萧红和萧军酒足饭饱走在大街上，鞋带断了，他帮她系上，两人并肩走，她穿着他宽大的长袍。两人占据画面中左，银幕此时在右边打出三竖排繁体字：

电灯照耀着满城的人家，
钞票带在我的衣袋里，
就这样，两个人理直气壮地走在街上。

镜头立刻成了画面，观影者的眼睛开始阅读，时间被延长，含蓄、隽永之意蔓延出来。事实证明，也有普通观众对此段处理念念不忘。^①文字为短句，断续参差排列，类似诗歌的形态。象形文字具有视觉的意义，参与造型，与镜中景贴合在一起，造就诗与画的感觉，一切就仿佛中国传统绘画的样子。

可惜，《黄金时代》只有这一处使用了这种方式。在“他们在岛屿写作”系列电影中，这种手法被大量使用。陈传兴导演《如雾起时》中，反复出现流水中水草浮动的镜头，在其上，郑愁予的诗歌文字一行行出现。具象的事物成为意象，文字成为形象，电影的诗性/文学性浓溢出来。

文字与影像是两类媒介，电影依靠视觉，语言文字依靠想象，当文学以其最根本的形式——文字——呈现在银幕上时，原始的文学阅读出现了，文学诉诸读者想象力的那些深意、韵味散发出来。观影在此时变成复合的活动，观影暂停而阅读开始。《黄金时代》里全方位地没有文字，故事中没有文字的形象，故事外也没有文字的形式。在萧红被困旅馆的时候，影片表现她写下《偶然想起》这首诗，写有这首诗的纸片后来被萧军看到，从而使其发现了萧红的才华，进而促发了爱情。电影没有给这首诗的文字以任何形象，试想，当萧红坐在桌前写诗的时候，如果能将镜头落于她的笔尖，之后将这四行文字打在银幕上，效果一定更好：

去年的5月
正是我在北平吃青杏的时节
今年的5月
我生活的痛苦真是有如青杏般的滋味……

在萧红旅居日本的段落，如果下面的文字呈现在银幕上也会增强影像的文学性。

① 见百度贴吧《汤唯吧》里吧友对一条有关诗歌的回复，<http://c.tieba.baidu.com/p/3334258307>。

军，窗上洒着白月的时候，我愿意关着灯坐下来沉默一些时候，就在这沉默中，忽然像有警钟似的来到我的心上：“这不就是我的黄金时代吗？此刻。”

将文字安放在电影中，就是将阅读召回到电影中来，这是文学的原始形态与基本的接受方式，此时与影像融合在一起。虽然这些萧红的美妙文字都以画外音的方式出现在电影里了，但就文学而言，无论是阅读还是诵读，都是读，而不是听。文字是基础，文字具有声音，它同时具有视觉性和听觉性，但影片中的文字都是诉诸想象力与理解力的读，没有文字配合，只有听是不够的。一些重要的文字，如《生死场》里的几句：

在乡村，人和动物一起忙着生，忙着死。

平儿和罗圈腿都是大人了！王婆被凉风飞着头发，在篱墙外远听山坡传来的童谣。雪天里村人们永没见过的旗子飘扬起，升上天空

这些文字在以画外音诵读出来的同时，如在银幕上缓缓顺序出现，将观众一起带入文学阅读的程序，启发文学感受，效果会好很多。

四、诗的音响

文字当然具有声音效果，诗歌和散文甚至小说都可以朗读，文学的电影会因此呈现出丰富的声音形象，在影像—文字—声音三方面叠合出丰富的效果。“他们在岛屿写作”系列影片在声画与文字的配合方面，有诸多创造性的贡献，其基本的手段是读诗（诗人自己读或配音读，配以音响或音乐），诗歌文字出现在银幕上（常是黑底白字），画面则是与诗歌可以构成联想的种种意象，甚至用动画、舞蹈等形式来表现抽象的思想。《朝向一首诗的完成》的开头是诗人杨牧捧着诗集读诗，画面是不断叠合的写作与阅读的形象，同时诗的文字在银幕上一行行出现又消失。诗人的声音极富特质，音效设计加入了钟表“嗒嗒”的声音，同时配以单纯低沉的大提琴音响，诗音动人。《寻找背海的人》用声音展现王文兴“雕刻式的小说”，作家朗诵自己的小说，甚至跟大提琴、小提琴、钢琴和其他弦乐现场合奏表演。《化城再来人》中90高龄诗僧周梦蝶用极特殊的乡音缓慢、坚定地读诗，如其人一般清瘦，如其诗一般悲凉，画面则是河流、庙门、船、《心经》等隐喻意象。

文学是语言的艺术，《黄金时代》大量画外音严谨依据萧红自己的语言是好的。不过问题在于此种念白成为叙述

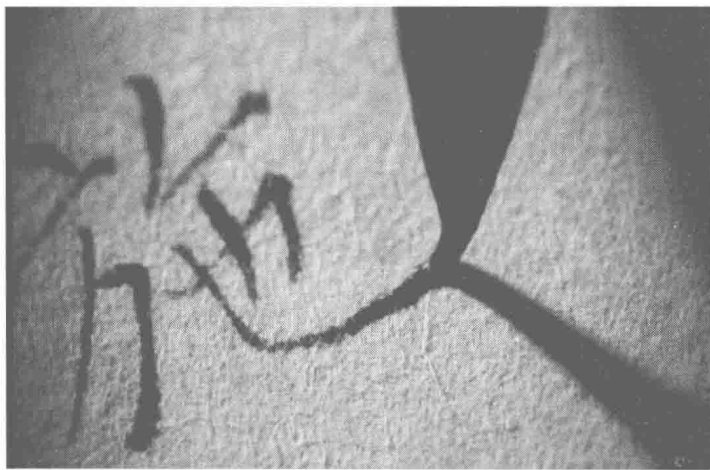


《他们在岛屿写作》海报

者的叙述，承担推进故事情节的任务，或介绍人物经历，或衔接叙事，进行起承转合，为电影的故事发展服务，而不是其本身即是目的的文学语言。在萧红与弟弟相遇的段落，散文《初冬》中的语句以画外音的形式成为叙述：“初冬，我走在清凉的街道上，遇见了我的弟弟……咖啡店的窗子在帘幕下挂着苍白的霜层。我把领口脱着毛的外衣搭在衣架上……弟弟的眼睛是深黑色的……”。说“遇见了我的弟弟”便遇见弟弟，说“咖啡店”“窗子”便进了咖啡店、看见了窗子，语言成了影像的解说、故事的推进，语言本身不是电影展示的对象。在开篇表现散文《后花园》的段落中，这一点可以看得更清楚，影片如何将文学描写变为电影的叙述。该段落将童年萧红和爷爷与家乡的后花园搬演出来，用明丽的色彩、天真的孩童与慈祥的老人，表现萧红一生追求而不得的“爱”与“温暖”。画外音“我家后花园5月里就开花的，6月里就结果子，黄瓜、茄子、玉蜀黍、大芸豆、西瓜、西红柿，还有爬着蔓子的倭瓜。但我家的院子是很荒凉的……”，随后影像变为萧红与萧军第一次在旅馆见面，两人相对，萧军问，“你母亲死的时候你几岁？”萧红沉吟了一下，答：“八岁”，萧军继续说自己母亲去世时自己才七个月大。这样，前面那一段画外语言，就变为萧红对萧军讲述自己身世的一部分。萧红的大量画外音都是如此，主要承担讲述自己生平的功能“二十岁那年，我就逃出了父亲的家庭。直到现在还是过着流浪的生活，‘长大’是‘长大’了，但没有好……”。演员汤唯念白的弊病与此一致，即将这些语句处理为

日常语言，而非文学语言，她说得很快，突显其叙述性目的。

《黄金时代》尊重了萧红的原文语句，却没有将这种30年代中国现代白话文学语言的特定性显示出来。彼时现代汉语经过近二十年的新文学创作实践的积累与培育，已初步成熟，然而仍在生长当中。萧红用语用句大胆，违背常规，却敏锐准确，鲁迅与胡风都欣赏这一点。她描写风景和人物的方法如同这些风景与人物一样粗粝而富有野蛮的生命力。电影尊重了“掷筐掷得更进步”“独战的悲哀”这些



《他们在岛屿写作》剧照

现代汉语的特殊的声音，却由于趣味的限制，在最为重要的开篇和结尾，仅抓住萧红最为人喜爱的儿童视角与儿童式的语言，“呼兰河这小城里住着我的祖父，我生的时候，祖父已经六十多岁了，我长到四五岁，祖父就快七十了”，而她大量不符合规范且更具冒犯性的语言，则没有呈现在电影中。这样就使得萧红的全部文字都被表现为自传，而她所构筑的小说世界、他人的世界，那个关注土地与在其上生存的更广泛人群的萧红，都被遮蔽了。就语言来讲，《生死场》中不成熟却格外具有表现力的粗野的文句，《马伯乐》中的讽刺与幽默，也就都没进入影片的语言世界。

在《黄金时代》被诟病的几个主要方面中，如平铺直叙的结构、间离的表演设计、文人生活仅限于吃食衣饰等，我以为根本在于“文学”的缺席。同样是间离式的

表现，关锦鹏导演的《阮玲玉》让人潸然泪下，而文学史式的后设态度导致《黄金时代》始终让人隔在外面。表现文学的电影，却完全没有书写与文字的形象，这样萧红就只是一个情路坎坷、体弱多病、命运多舛的女性，而非一个有着深广关怀、在文学世界里奔突探索的作家。

（作者单位 北京师范大学艺术与传媒学院）

■ 周冬莹

戏剧冲突的伦理学视角

——《黑暗骑士》剧作研究

提 要 作为《蝙蝠侠》系列电影中的一部,《黑暗骑士》像是一个影像化的哲学寓言,对人类处境和情感矛盾做隐喻和象征式的处理,探讨关于人类生存和道德伦理的最根本、也是最永恒的问题。尼采有关“权力意志”的伦理学理论,从力的抗争、较量、征服、上升和下降的角度来理解戏剧冲突和生命冲突。该理论为读解本片提供了一种新的视角。

关键词 伦理 身体 力 权利意志 虚无主义 戏剧冲突

时隔六年,再次观看《黑暗骑士》,仍深受震撼。这是克里斯托弗·诺兰导演拍摄的《蝙蝠侠》三部曲中的第二部,或许也可以称得上是《蝙蝠侠》系列中最了不起



《黑暗骑士》导演克里斯托弗·诺兰

的一部,因为这部电影远远超出了一般意义上的漫画电影,也不仅仅是一部单纯的商业电影。《黑暗骑士》更像是一个影像化的哲学寓言,对人类处境和情感矛盾做隐喻和象征式的处理,探讨关于人类生存和道德伦理的最根本、也是最永恒的问题:公平与正义、谎言与真相、个体与社会、道德与法律、真实与信仰等,归根到底就是一个永恒的伦理学问题:什么是善,什么是恶?

伦理是关于善恶正邪的,对于事物的善恶正邪的判断也就是道德判断。

“善恶”是就德性和物性的“好坏”的价值而言;“正邪”是就行为的义务,即行为的正当与不正当、或应当与不应当而言。^①好莱坞的类型片,尤其是超级英雄电影的戏剧冲突建立在善恶正邪的伦理道德之

^① 何怀宏:《伦理学是什么》,北京大学出版社2002年,第55页。

上,这种情况下的戏剧冲突就是伦理道德的冲突。这种冲突包括伦理道德的判断、选择与评价,并且,伦理道德问题,又与经济、宗教和法律相关。这种伦理冲突,决定着电影的戏剧冲突。

作为《蝙蝠侠》系列电影中的一部,《黑暗骑士》是第一部没有采用“蝙蝠侠”三个字作为片名的。这是一部充满忧伤和勇气的电影:在一个没有尊严(indecent)的社会里,如何做一个有尊严(decent)的人(剧中检察官哈维的台词)。从类型电影剧作建构意义上,坏人(小丑是“蝙蝠侠”系列中的坏人之一)与蝙蝠侠,是邪恶与善良、卑劣与高尚的对决,但在《黑暗骑士》中,诺兰赋予了这两个人物更复杂的精神内涵。蝙蝠侠与小丑的斗争,与其说是人物之间的性格冲突,不如说是他们伦理观念的差异问题。无论小丑与蝙蝠侠的伦理观念交织着多少异质的东西,其中起着决定性作用的,也许可以用尼采伦理观念意义上的“权力意志”来理解。本文将从尼采哲学中的“力”和“权力意志”的角度切入,分析《黑暗骑士》中的伦理冲突和戏剧冲突。

一、身体与力

罗兰·巴特说:人的根本性差异铭写于身体之上。于不可触摸无法切近的超验理念而言,身体是实在而真实的。自后现代或后结构主义以来,人和人之间的差异不再从思想、意识、精神的角度做出测定,甚至不再从观念、教养和文化的角度做出测定,而是从“身体”做出测定。身体就是力的差异关系。“生命是单纯的力本身。如果生命存在精神、灵魂和意识的话,那么,这种精神、灵魂和意识也是力的派生结果,它们不起决定性的作用,它们是身体的产物。”^①力是身体之力,而身体,只能是力的身体。尼采只是从力的角度来描述身体,或者说,他将身体抽象化为力。

西方文化中的小丑是白色面孔,红嘴唇和红圆鼻子,可爱、俏皮。但《黑暗骑士》中的小丑拥有衰败和病态的身体。他身着绿色、紫色和深蓝色衣服,一头油腻的浅褐色头发,脸上抹着一团混乱的厚厚白粉,深黑的眼圈像两个黑洞,血红的刀疤笑容依着嘴角上扬,这是安在脸上的笑容(小丑的一句口头语就是:给他脸上安个笑容 let's put a smile on that face,就是用刀刃割出一个笑容)。虽然《蝙蝠侠》漫画以及蒂姆·波顿导演的《蝙蝠侠》中,曾给出过小丑外形的来源,但《黑暗骑士》中的小丑,是克里斯托弗·诺兰根据漫画原著中的元素,创造出来的一个意义深远的形象。关于他的“笑容”刀疤的来源,我们与其去追溯漫画原著或之前《蝙蝠侠》电影中给出的解释,不如相信小丑自己编造的两个故事。在第一个版本中,小丑年幼时,目睹酒醉后发疯的父亲杀死了母亲,为了抹去儿子脸上的悲伤和恐惧,父亲用刀子给他刻上了一个抹不去的笑容;另一个版本是为了取悦、安慰精神濒临崩溃的妻子,作为丈夫的小丑给自己刻上了这么一个笑容。

小丑脸上白、黑、红三色经常混成一团。这是一张抹去了五官的脸,只剩下了那个刀疤笑容和深渊一般的黑眼眶。嘴唇不是用来说话或吃东西的,而是用来嘲笑和否

^① 汪民安:《尼采与身体》,北京大学出版社2008年版,第250页。

定人类社会的理性和价值的。眼睛不是用来观看或表达情感的，而是用来吸纳一切力量的——犯罪也好，正义也好。进入这双深渊般的黑眼眶内，有种腐化的能动力，一切能动力量都将成为反动的力量，理性转化成荒谬，秩序分崩为混乱。小丑脸上厚厚的白粉遮不住沟壑般的皱纹，疯狂的力量依循这着沟壑蔓延逃窜，一种无序的痉挛，汇聚到笑容所在的嘴角上。这是一张虚无主义的脸，否定五官，否定身体，否定人类情感和理性。被割裂而又缝合起来的嘴唇里，将吐出一个无政府主义者、一个虚无主义者的箴言。这是一张反动的、力的生成的脸，这张脸就像一叶风帆，鼓胀着疯狂的力量，驱向没有方向的行驶中。这个精神错乱者，病态、反动、好战，憎恨生命的一切积极因素。

在小丑追杀哈维·丹特（哈维承认自己就是蝙蝠侠）时，他所乘坐的大货车的车厢门上写着“笑是最好的药物”（Laughter is the best medicine），laughter前面有个单独标出的大写S，这就话就变成了“屠杀是最好的药物”（Slaughter is the best medicine）。确实，小丑的“笑容”就是“屠杀”，他的“笑容”与快乐、幸福无关，就是恐怖与血腥本身。小丑的面容和身体都是模糊而混乱的。在身体的行动上，小丑是个疯狂的儿童，像孩子一样踮着脚尖走路，蹦蹦跳跳，只是他的手里端着枪，口袋里揣满炸药或刀子。这一形象昭示着单纯即邪恶，因为这样的邪恶里没有掺杂任何常人的伦理价值，没有情感判断。再残忍的屠杀，于他而言只是“找个乐子”（have a fun），哪怕每天制造一起恐怖谋杀，哪



《黑暗骑士》中的蝙蝠侠

怕炸毁两艘渡轮里的人，哪怕毁掉了哈维与瑞秋的爱情与生命。他的步伐充满了不确定性，眼睛和面部表情中无法找到判断的依据，甚至他开枪射出的子弹都是漫不经心的。他的神经仿佛暴露在外，一点点刺激就能引起他神经质的大笑和颤抖，这笑容如同强烈的痉挛波浪，震动他周围的一切。引起他痉挛的刺激不是外在的暴力，而是道德、法则这些“笑话”——对于否定一切伦理意义上的价值的人来说，道德、法则、正义、真理等这些形而上的东西，只是一个笑话（joke）。大笑之后伴随着淋漓尽致的屠杀——在小丑那里，这是治疗人类腐败、堕落的良药。小丑的身体衰败而病态，但他拥有一具暴力不能穿透的身体。在警局蝙蝠侠审问小丑一场戏中，无论蝙蝠侠如何用铁拳殴打小丑，依旧不能停止他痉挛式的狂笑。毁灭的激情和欲望像一团熊熊大火，点燃他生命的能量。这就是诺兰的小丑，是他自己所说的：“是某种程度上的生命火焰华丽地再现。”悲伤、黑暗、诡异，小丑衰败而病态，同时又华丽得如同一团焰火。在这部影片中，小丑不仅仅是个普通的抢劫犯或犯罪分子，而是一个嚣张的、

迸发着反动和虚无的生命能量的身体。

小丑的身体模糊、混乱、痉挛而神经质，他的动作是瞬间爆发的，毁灭和虚无的力量随时喷涌而出，而蝙蝠侠的身体是另一种极端的写照：高大、强健、刚硬，拥有金属的质感。小丑有着浓墨重彩的化装和衣着，而蝙蝠侠永远是黑色的。蝙蝠形头盔、铠甲战服，以及长长的黑袍，让他的外形有一种山崖般的冷峻和永恒。每天晚上，这个身体站在大楼之巅，如同一个真理。他俯瞰葛覃市的灯火，等待罪犯的出动。高科技的装备赋予了这个身体神一般的能力：坚硬强大、自由地飞行。这是一个需要仰望的躯体，事实上诺兰给予他太多仰拍视角来表现这个“永恒的身体的山崖”。这个高大坚毅和超人般的身体，似乎可以震慑一切暴力，让一切混乱回归秩序。这还是个有着“蝙蝠”神秘气质的身体。蝙蝠栖息在孤立的地方，山洞、岩石、树林里，等等，蝙蝠侠的真形韦恩所居住的地方，就是一个几乎孤立于世的地方，除了他的管家就没有其他人。蝙蝠侠在他人面前，从不脱下蝙蝠造型的面具，以至于小丑最大的愿望就是抓到他并看到他的真容。蝙蝠侠的面具、铠甲和黑色长斗篷，给出的不仅是带有超级英雄性质的身体，同时也是个封闭、隔离的身体，带有基督教的自律、禁欲色彩。另外，他的超级战车和摩托是他延伸了的身体的一部分。小丑的口袋里只有刀片和纱布，但蝙蝠侠是被现代高科技武装起来的身体，铠甲中隐藏利器，还有声呐技术等最新科技可以让他耳听八方、眼观六路。和他刚硬的身体线条相得益彰的是他的举止，从容、坚定、目标明确，无论是飞行还是驾车疾驶。与小丑模糊、混乱而神经质的身体相比，蝙蝠侠冷静、理性、果断、自制、克制，勃发着一种永恒的、能动的、强健的生命意志力。

二、戏剧的冲突与力的冲突

从传统的戏剧理论上来说，戏剧冲突更多的是个心理学的概念。但回归人的本性来说，或许我们更应该从“生命意志”、从“力”的角度，来理解戏剧冲突的问题。这种意志并非心理学上的“意志”，而是尼采“权力意志”中的“意志”：戏剧就是对力的哲学实践，戏剧冲突就是力的冲突。

意志是一种生生不息的创造力量。世界不是一个万物求生存、仅求自保的消极过程，而是一个万物求生命力扩展的积极过程。尼采用力来对人进行指认和描写：人是力的化身，力只能处在与他力的交战状态中；生命力扩展的过程就是力与力的交战，也只有借助这种交战状态，人自身才得以表达。权力意志追求的不是生命本身，而是使生命得以超越自身的力，是一种对于自身力量强大的追求。在尼采那里，权力意志就是生命的核心。

权力意志是力与力的对抗和战斗，要经历一个对他力的否定和克服的过程，是在同另外的权力意志的较量中增长，不然权力意志和生命就不能强化自身。因此，作为生命本质的力需要主动地向身体外部发泄、战胜和征服。一切事件，一切运动，都是力的关系的确立和变化，是对抗与斗争，这是存在的最内在本质。“生命本身需要敌意、死亡和痛苦的十字架，对于只能处于交战之中的力而言，权力意志是追求阻力和

痛苦的意志。生命的权力意志本质最充分地体现在它对危险的追求中。”^①个人的生命价值、他的强力的质，取决于他把人类总体生命带往何处：是带往上升、强健、兴旺，还是带往下降、衰弱、蜕化。如果是前者，他的权力意志就是强盛，否则就是个权力意志衰退的弱者。^②权力意志被尼采看做是道德评价的根源：能使之上升、强健、兴旺的东西评价为“善”，使之下降、衰弱、蜕化评价为“恶”。

几乎所有的“超级英雄片”系列，《蜘蛛侠》《绿巨人》《钢铁侠》《蝙蝠侠》等等，根本的戏剧冲突就在于“生命意志”对于危险的追求，在于“权力意志”之间的较量，是关于力的征服、对抗、斗争、获胜。像“黑暗骑士”一样的超级英雄们有信仰，并坚持价值意义上的东西：规则（rules）、道德（morals）、法律（code）、真相（truth）、力量（strength）、信仰（belief）。像“小丑”那样的反派，是超级英雄们最深刻的敌人，因为他“在以真正的、确定的、本质性的方式进行否定”^③。“小丑”那样的反派们的信仰是：混乱（chaos）、选择（choice）、机会（chance）、打破原则（breaking rules）、燃烧（burning）、无政府主义（anarchism）等等。按照尼采根据权力意志的道德评价原则，超级英雄们的伦理观被视为“善”，是强盛的权力意志，他们试图带领人们和社会走向上升、强健、兴旺；而后者是人们和社会趋向下降、衰弱、蜕化，是“恶”，是权力意志衰退的弱者。超级英雄和反派之间的斗争，形成一个力的竞技场，戏剧性事件的过程在这个场中展开：竞技、战斗进而战胜和征服对方。

三、小丑：一个反动的虚无主义者

当小丑追杀哈维·丹特的时候，他乘坐的大货车上写着“屠杀是最好的良药”（Slaughter is the best medicine），也就是在明明白白地宣称：用消除生命的方式来医治人心和社会。按照德勒兹的理论，“毁灭一切自我就是虚无的自我”^④，小丑是一个彻底反动的虚无主义者。

1. 虚无主义

虚无主义者否定上帝、善，乃至真：没有什么是真的，没有什么善的，上帝已死。虚无主义“反对超感性世界和更高的价值，否定它们的存在，取消它们的一切有效性——这不再是借更高价值的名义来贬低生命，而是对更高价值本身的贬低。这种贬抑不再指生命具有虚无的价值，而是指价值的虚无，指更高价值本身的虚无。”^⑤世界原本被分作本质世界和表象世界，在虚无主义那里，本质遭到了否定，表象得到保留，一切都是表象，没有真理、理念，只有生命本身。

《黑暗骑士》中的葛覃市是一个人类社会的缩影。在这里，社会腐败堕落，犯罪猖獗，法律、政府与黑帮相互勾结。信仰只是虚弱地存在，宗教意义上的“神”不

① 周国平：《尼采与形而上学》，新世界出版社2008年版，第199页。

② 周国平：《尼采与形而上学》，第205-206页。

③ [法] 吉尔·德勒兹：《尼采与哲学》，周颖、刘玉宇译，社会科学文献出版社2001年版，第20页。

④ [法] 吉尔·德勒兹：《尼采与哲学》，第237页。

⑤ [法] 吉尔·德勒兹：《尼采与哲学》，第217页。

再主宰着现世的生存，不再为现世生存立法，不再成为生存的目标和意义的所在。

在诺兰的《蝙蝠侠》三部曲中，没有神的存在，只有蝙蝠侠——这个“类神”的存在。说他是“类神”，是因为他具有一般人不拥有的能力，比如超级强健，比如飞行，更重要的是他是不被诱惑的、没有软肋可以被击倒。在一个“神”缺席了的社会里，“不信上帝，并不意味着不信其他，比如理性或者平等或者民主”^①。蝙蝠侠是理性价值的捍卫者：规则、道德、法律、真相、平等和民主，是小丑的“屠杀”的抗争者，是葛覃市人民的生命守护者。



《黑暗骑士》中的小丑

“为何这么严肃？（Why so serious？）”是电影中小丑的一句经典台词，伴随着这句台词的，是他放肆而尖锐的嘲讽声。他嘲笑的是包括自己在内的这整个世界，从世界的表象到世界的“本质”——如果在他那里还有的话。他嘲笑一切信仰和价值意义上的东西。他用枪弹、用刀械或者爆炸来摧毁种种理性价值，用屠杀的方式否定生命本身。这个社会本来就没有任何意义和目标，世界没有任何价值可言。为此，他首先要废除人们对于蝙蝠侠（“类神”）的崇拜，同时废除人自身。小丑是一个反动的预言家，梦想着混乱和灭绝，他在毁灭中喜悦着。他肯定毁灭，肯定痛苦，对痛苦、罪恶、生存中一切疑问和陌生东西的毫无保留地肯定，对生命中最可怕、最可疑的东西表达崇敬。他的目标就是激发他人的怨恨，审判生命，把生命意志变为某种恶劣的、陷入矛盾的东西。

2. 是谁超越了人？

小丑是病态、反动、好战的，他憎恨生命中一切有积极因素的人。小丑自认为是看到了人类社会的本质，就像台词说的：“疯狂，就像地心引力一样，你需要做的就是轻轻一推。”小丑借助黑帮在警局里的卧底，毁了葛覃市最伟大的英雄哈维的容，杀死了他的爱人瑞秋，从此“正义骑士”变成了变态的复仇者。小丑要为伦理道德的标准做一个新的设置：人们必须做出选择，这个选择就是杀死对方自己获得生存，还是反之。这就是小丑所谓的“公平”（fair），用“机会”（chance）来决定伦理道德。小丑在这样的“游戏实验”中看到人的疯狂和堕落。然而蝙蝠侠这位严厉打击城市犯罪、一个超级英雄、一个类似于拯救者的英雄，令小丑恼怒不堪。真正令小丑愤怒的，不是这些，而是谁超越了人，这个人破坏了小丑对于人类本性的认识。整部影片真正的核心冲突在于：小丑要抓捕蝙蝠侠，要脱下他的面具，看清这个“超越了人的人是谁”。全片的戏剧冲突与其说是关于正义与邪恶，不如说是小丑内心的这种欲望：怎么可以有“超越于人的人”存在，他到底是谁？这也就是小丑为何如此憎恨葛覃市的“拯救者”蝙蝠侠，以及后来摧毁光明与正义的化身哈维·丹特的原因。

^① 汪民安：《尼采与身体》，第177页。

蝙蝠侠的出现，使葛覃市的犯罪行为遭到有效遏制。哈维·丹特在影片一开头，就显示出了强大气场：一下子破掉多宗犯罪大案，把大半个城市的罪犯送进了监狱。蝙蝠侠称他为“几十年来葛覃市打击犯罪的唯一曙光”，他是葛覃市光明和信念之所在。蝙蝠侠和哈维是葛覃市最具积极生命力的人，最有原则性的人，因此，也是小丑首要的憎恨对象。世界应当是混乱的，没有规则或原则的，小丑唯一的规则就是打破规则。一开始小丑认为哈维·丹特不过是个“初学者”，但当哈维成为民众的信仰、正义的化身的时候，小丑跑到韦恩为哈维举办的募款宴会上，要干掉哈维。这个哈维的存在也超出了小丑原本对人的本性判断。在小丑设置下的关于“杀害瑞秋”的环节，彻底击溃了哈维关于正义、光明的信仰，成了小丑需要的那种人，或者说成为了小丑那样的人：没有什么正义，警察局都是黑帮的卧底；没有什么公平，只有机会（chance）。小丑的目的就是“引进一个无政府状态，颠覆已有的秩序，然后一切都变得混乱（chaos）”，而他就是“混乱的代言人”。蝙蝠侠抓捕了小丑之后，在审讯室里两者有一场戏，在这场戏中，冷静、理性、道德化身的蝙蝠侠，在小丑的刺激下混乱失控。“超级英雄”哈维的堕落和“类神”蝙蝠侠的失控，是小丑虚无主义价值观的重大胜利。

3. 否定一切

小丑憎恨道德、正义与法规的原则，同样也憎恨犯罪的原则。他鄙视那些只知道抢劫钱的黑帮。所以，小丑最后烧掉了钱山，虽然按照之前的约定，其中有一半是属于黑帮的。并且，他利用精神病患者，控制了这个城市的犯罪分子，然后告诉黑帮老大：“这是我的城市”。小丑不遵守法规、道德，同样也不遵守黑帮的规则和协议。当他点燃钱山的时候，面对目瞪口呆的黑帮老大说：你所在乎的只有钱，这个城市需要一个更有品位的犯罪。所谓的更有品位，就是没有任何犯罪原则，就是让世界陷入更庞大的混乱。

除了憎恨善的原则、恶的原则，小丑也憎恨法律与犯罪之间的暧昧原则：“我感受到了天兆，仿佛看到一个没有蝙蝠侠的世界，匪徒继续小偷小摸，好像例行公事。警察呢，慢吞吞地一次只能破掉一个案子，那可就太无聊了。”小丑要打破这种犯罪与破案之间规律性的原则，他需要彻底的混乱，于是有了葛覃市民要撤离这个城市的疯狂。在两艘轮渡船的场景中，小丑颠覆了“民主”——投票选举（民众投票决定是否要炸毁罪犯所在的渡船，以保全自己的性命）的结果并非是正义的；他颠覆了“偏见”的原则——犯人并不总比守法市民更恶，犯人会比警官更懂得“生命”，就像那个扔掉引爆器的高大黑人罪犯对押送他们的警官所说的：“你不想死，但是你却不知道怎么活。”

小丑憎恶并要打破一切规则：善的规则、恶的规则、犯罪与法律之间的规则、偏见的规则，此外，这个不断被人称之为“怪物”（freak）的家伙，却把自己当作一个“局势的开创者”，规则的制定者。在好莱坞的超级英雄电影中，上帝是空缺的，世间的罪恶和濒临危机的人们是由超级英雄来救赎的。小丑否定了一切规则，否定了一切救赎和高高在上的救赎者，但同时，他却将自己置于上帝的位置，成为无规则的规则制定者，就像他对黑帮头目宣称的：“这是我的城市（this is my city）”，并让城市



《黑暗骑士》中的小丑

所有的人服从他的指挥。

小丑是一个反动的预言家，反对一切原则（包括恶的、犯罪的原则），制造并享受混乱和灭亡，甚至是自己的灭亡。在影片结尾蝙蝠侠与小丑的打斗中，小丑被从高楼上推下去，在坠落时，他发出的依旧是嘲讽、放肆的笑声，仿佛自己的死亡也是他眼中“美好的混乱”的一部分。整部影片中，小丑不断在制造屠杀：银行劫匪之间的屠杀、黑帮之间的屠杀、警察之间的屠杀、对蝙蝠侠和哈维的追杀。除此之外，就是爆炸了。如小丑焚烧黑帮抢劫来的钱堆，烧毁哈维·丹特的面容，炸毁医院以及计划炸毁渡轮，等等。就像韦恩的老管家阿尔弗雷德说的那个关于柬埔寨强盗抢劫宝石之后全部扔掉的故事：有些人对有逻辑常规的东西不感兴趣，比如钱，对于他们，收买、威胁、理喻、谈判全都不管用；有些人就想看着世界燃烧，而对付这样的人的唯一办法也就是燃烧。这些人生命的力量充斥着非理性的欲望、激情和冲动，他们对待他人的方式就是夺走其意志和力量，就是否定和烧毁包括信仰、理性以及生命在内的一切——彻底的非理性方式，彻底的虚无主义。

四、“黑暗骑士”的伦理冲突

《黑暗骑士》作为《蝙蝠侠》系列电影，却在片名中第一次不使用“蝙蝠侠”三个字。在此，主人公“蝙蝠侠”就不再是个单纯的超级英雄、一个葛覃市民众（或者说人类）的拯救者、一个善良和道德的化身，而是赋予了他一种伦理上的灰色，这种灰色带有更复杂的维度、更令人困惑的伦理价值判断。“对道德谱系学家来说，比蓝色重要百倍的是灰色。”^①也许正是这种“灰色”，才诞生了“蝙蝠侠”系列电影史上最为深刻和复杂的一个蝙蝠侠。

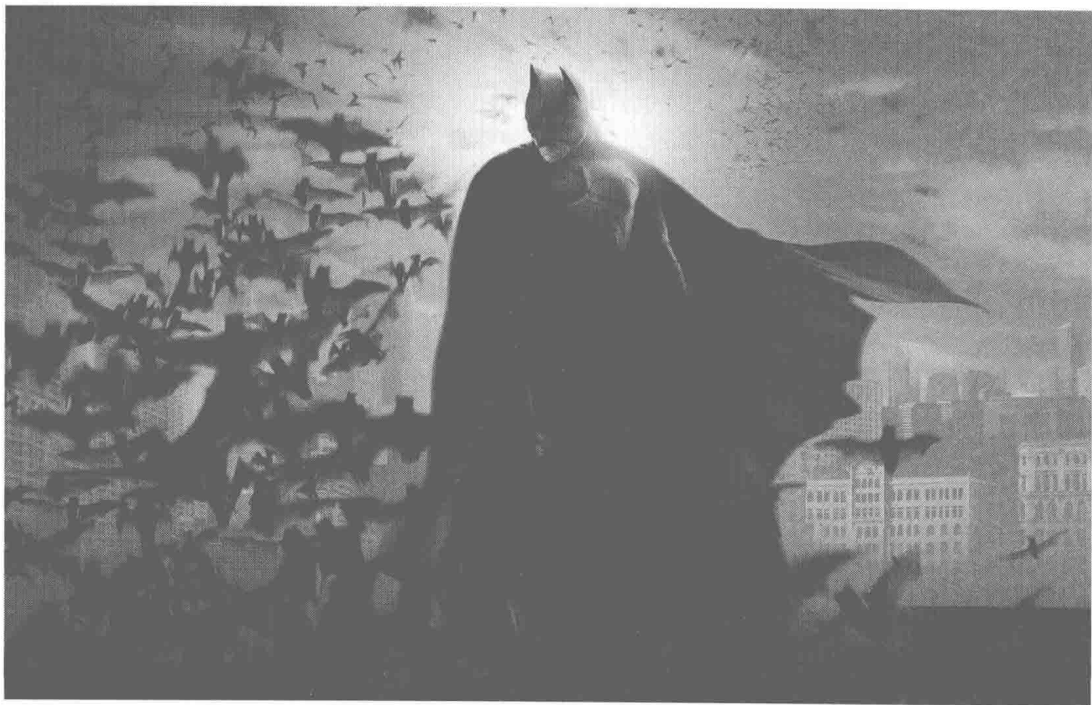
① [德] 尼采：《道德的谱系 善恶之彼岸》“前言”，谢地坤、宋祖良、程志民译，漓江出版社2007年版，第7页。

1. 黑暗骑士的合法性

“黑暗骑士”不是“光明骑士”，在合法性上，他是一种可疑的存在，是一种灰色的存在。这种伦理判断上的灰色，正是“黑暗骑士”，或者说韦恩的痛苦之所在。

法律能够约束的是人类社会的一部分道德伦理，人性的复杂是超越法律的，正因为如此，才需要超级英雄，超越一般意义上的道德伦理，以强盛的权力意志把人类总体生命带往上升、强健、兴旺。蝙蝠侠是超越法律的，当法律本身就是腐败的时候，只能寻求一种超越于法律之上的力量，这样“超级英雄”——超越一般人类意义上的人，处于半人半神之间的一个族类产生了——蜘蛛侠、蝙蝠侠等超级英雄诞生了。他们具有人类的所有情感：亲情、爱情、友情，但又具有一种上天入地、神出鬼没的本领，能拯救任何身陷危难之中的人们，完成警察不能完成的任务。他们遮掩了腐败、低效的法律的尴尬处境，并赋予人们道德伦理的信念：正义必胜。然而，超级英雄在挽救法律的尴尬颜面的同时，又饱受质疑：谁赋予了他们凌驾于法律之上的权力？他们如何能够与执法者平起平坐，甚至超越其上？无论蜘蛛侠还是蝙蝠侠，他们戴着面具，无法以真面目示人，除了保护自身作为一个平常人的生活权利之外，还有更深一层的意义，就是：他们的英雄行为往往是对法律的僭越，是对法律无能的掩饰，更是对“神圣”法律的冒犯。“黑暗骑士”之所以被命名为黑暗，或许正是为此。

在韦恩看来，哈维的到来意味着葛覃市将不再需要蝙蝠侠，他不必蒙着脸，就能把大半个城市的罪犯都送进监狱。葛覃市需要这样一个英雄，这个的英雄就是“光明骑士”。蝙蝠侠把哈维那种打击犯罪的坚决，看做是“几十年来葛覃市的第一道法理之光”，并认为哈维是值得托付的人：“葛覃市的未来交给你了。”蝙蝠侠坚定不移地推崇、维护丹特的“光明骑士”“葛覃市的信仰”，甚至在丹特被小丑毁灭为双面



《黑暗骑士》中的蝙蝠侠

魔鬼之后顶替丹特的罪行：让哈维可以保持光明磊落的正义形象。因为民众需要一个不戴面具、法律和道德化身下的英雄。换言之，是法律和道德，而不是超级英雄，维系这个社会。

作为“光明骑士”，作为民众信仰的哈维·丹特，在一开始确实如他的竞选广告词所言：我相信哈维·丹特。他打击犯罪团伙，保护蝙蝠侠，因为只有他真正明白蝙蝠侠的价值。在这一点上，哈维无论作为检察官还是男人，都是光彩熠熠、无懈可击的。但光明总是不纯粹的，戈登领导的警局里到处都是黑帮卧底，法律与犯罪之间关系错综复杂，并且最后丹特也被这种关系所陷害：他和自己的女友瑞秋被警察出卖，遭到绑架，并最后导致瑞秋身亡。爱人的死亡，加上小丑的教唆，丹特从一个正义与道德的化身成为一个无政府主义者的信徒，一个愤怒复仇者。而为了维持民众对于正义、光明的信仰，“黑暗骑士”只能背负起所有“光明骑士”的罪恶，走向信念毁灭之后的虚无深处。

2. “黑暗骑士”的虚无主义

《黑暗骑士》的最后，蝙蝠侠顶替了丹特的罪行，并让戈登带着警察来追杀他。画面中的黑暗骑士骑着他的超级摩托，带着“为了葛覃市，我可以是任何一种人”的承诺，消失在夜晚的一团白光中。这一团白光，从一般的象征意义上来说，可以解释为“光明和希望”，但那种空无，并非不能被看做是“虚无”。在拯救瑞秋和哈维惨败而归后，韦恩对着他的管家说出了这样一句话：“我只不过是想启发人们向善，但不是这些疯狂的，死亡的”；并且，在竭尽一切善的努力之后，得到的却是葛覃市“光明骑士”的堕落。因此，韦恩也很可能落入了一种虚无：旧的信仰已经崩溃，新的信仰尚未建立，处于一片信仰的空白之中。

尼采说：一切关于世界和人生的解释都不是真理，而是信仰……。①在整部《黑暗骑士》中，多次提到“信仰”（believe、belief或faith）。信仰包括三个方面：宗教、法律和道德。葛覃市这个罪恶滋生蔓延的城市是被神“抛弃”的地方，或者说最高立法者——神/上帝的虚空，一个“类神”以不合法、不合时宜的方式填充着这个虚空，他每天晚上站在高处俯瞰世界中的芸芸众生，在危难时刻飞翔降落，拯救危难和堕落中的人们。至于法律，那已经是一个与犯罪、黑帮模糊交织了的区域：国家银行在为黑帮洗钱，警署内的重要职位为黑帮卧底占据；而哈维作为法律正义的象征，最后也落得一个变态复仇者的下场。那么，唯有道德了，最后戈登称蝙蝠侠是“他是一个沉默卫士，时刻警惕的守护者，一位黑暗骑士”，作为“卫士”“守护者”和“骑士”，他守卫的正是“道德”“信念”“希望”本身。但这些东西背后是什么？只是虚无，或者不是虚无，而只是毫无价值、荒谬、病态、懦弱、疲惫的东西？这样一个守卫者，却要被警察追捕、受到诅咒、被警犬追咬。在一个信仰缺席的城市里，蝙蝠侠只能以沉默（silent）、警惕（watchful）、黑暗（dark）的方式存在。最后黑暗骑士乘着超级摩托消失在一团白光之中，这团白光是否就是他暂时陷落之地？他即将前往的，又是一个怎样的世界？一个法律、道德完美的世界，还是一个永恒的人类现象世

① 周国平：《尼采与形而上学》，第61页。

界：“……是无形式的、不可表达的混沌大千世界——因而是另一种类的现象世界，一个我们‘不可知的’世界”^①？

3. 蝙蝠侠的伦理困境及戏剧冲突

一个“只不过是启发人们向善，但不是这些疯狂的、死亡的”蝙蝠侠，在影片结尾只能是承担了哈维的所有罪行、并在警察和警犬的追捕中离开。从对伦理道德拥有信念的蝙蝠侠，在离开之际无疑是失落的，但又是坚定的，他还在为守卫葛覃市人民的信念而努力。“不害怕无价值的事物同样是心灵的伟大”^②，蝙蝠侠的深刻不仅在于他对善的信仰的追求，在于敢于承担信仰失落（虽然在影片中只是暂时的失落，在续集中他将“崛起”）的后果，更在于能在信仰失落后，依旧视葛覃市人们的“信念”和“希望”视作高于自己的生命，仅此就证明了他的生命力和精神力的强大，从而预示了未来的希望。

蝙蝠侠强健的体魄是一种奔放的健康（虽然也会受伤，比如被狗咬了，但这种受伤只是他肉体上一道令人怜爱的伤痕），他热衷于冒险，完成不可能完成的任务（比如从香港把刘会计抓回葛覃市，比如抓捕小丑过程中表现出来的种种智慧），并且高贵（在面对情敌哈维的时候，表现出非同寻常的大度）、专情（一直爱着瑞秋，与瑞秋的感情是小丑唯一可以攻击他的软肋）。所有这一切，呈现为强大的生命力和积极的权力意志。但作为生命本质的力有着两种趋向：主动地向身体外部式地发泄、战胜和征服，或者被迫地向身内返回式地发泄，去自我折磨、自我征服。由于生命就是权力意志，这种权力意志就不是外在于身体和生命的东西，它是生命本身。权力意志的实践，要么就是生命之力外溢，要么是生命之力的内转。内疚就是身内之力向身内伸展的结果。“如果说权力意志完全是身体本能的直接驱动的话，作为反动的权力意志的内疚则倒转了这种驱动，并在内部开拓了人的深度，在人身上开拓了意识这‘可怜的、易犯错误的器官’，也即是‘思维、推理、计算和因果联系’”。^③这种双向的力：趋向外部的抗争和征服，以及趋向内部的内疚，正是构成外部关系中的戏剧冲突，以及个人内部的情感和性格冲突。

“黑暗骑士”身上布局着两种“黑色”和两种伦理力量。一种是显现为旺盛的生命力和强大战斗力，自我主宰、满含自信、充满骄傲和责任，自我驾驭，以一种永恒般的姿态站在高处，俯瞰人世苦难，并要以不可屈服的意志力，要把苦难之中的人们和社会带往公平、正义和兴盛。这是一种积极的权力意志的黑色，这在尼采的伦理学上是“善”，他和小丑的衰落、否定价值、摧毁生命的“恶”形成伦理上的冲突。另一种“黑色”和伦理力量显现为孤独、禁欲（因要完成蝙蝠侠的使命而导致爱人瑞秋的离开）、自律克制（他是无法被腐蚀的，这也就是小丑要追杀他的根本原因）、自我牺牲和折磨（因社会使命而牺牲个人情感）、愧疚自责（尤其是瑞秋之死以及小丑的滥杀无辜）和西西弗斯一般永恒轮回的受难意志。这是一种基督徒般的沉重和忧郁，这是类似于基督教教义上的伦理观。这种趋向内部的力量和前面趋向外部的权力

① 周国平：《尼采与形而上学》，第163页。

② 周国平：《尼采与形而上学》，第60页。

③ 汪民安：《尼采与身体》，第80-81页。

意志之间的对抗，形成了黑暗骑士的伦理困境，以及这个人物内在的戏剧冲突，构成了这个人物的复杂性。

另外，黑暗骑士的伦理悲剧还体现在他是个无法成为“立法者”的“超人”。这里把蝙蝠侠看做是“超级英雄”“类神”（因为他具有一般人类不拥有的强大身体能力和道德纯净度），以及不完全意义上的尼采式“超人”。“超人”诞生于上帝死后。基督教中的上帝是被作为最高价值来对待的，他是信仰的对象，是立法者，人们无条件地信奉和遵从他。当最高价值被否定、上帝从立法者“退席”之后，人们意识到生命本身的价值，这才是最具体、最真实、最高的价值。肯定生命本身，肯定生命的力量，就是权力意志。“超人”就是最为开放、强大、上升的生命意志。

“超人”的权力意志是闪电，是光的爆发、释放和照耀，是充沛能量的爆发；是海洋，可以接纳和洗刷所有肮脏灵魂的河流，是大地，让一切生命根植其上。说到底，“超人”是完全被肯定的权力意志，是作为生命的权力意志的积极运作，是最饱满的生命自我肯定。《黑暗骑士》中的每一个人都是“人”，有道德和伦理上的缺陷：比如戈登警官，为了办案，可以允许警察内部有黑帮卧底的存在；比如葛覃市的光明和正义英雄哈维最后堕落成小丑的同谋，唯有黑暗骑士是无法被玷污的、不可沦陷的，是超越了人的。但他再怎么完美，他只能是“不完全”的“超人”，因为他无法成为“立法者”。上帝是立法者，法律是立法者，他们都可以给出善恶是非的明确标准，并要求人们去严格执行。黑暗骑士凌驾于法律之上，但又挣扎于法律的裂隙之中；被立法者们利用，又受立法者们的否定。影片结尾，戈登警官“违心”地派手下追杀蝙蝠侠，因为蝙蝠侠是“葛覃值得拥有的英雄，但并不是现在需要的英雄”。

在所有人中，小丑对蝙蝠侠是最了解的。或许可以说，小丑是蝙蝠侠身上不曾到来、或者永不会到来的“恶”——下降、消极的权力意志。小丑和蝙蝠侠是一体的，他们是两种权力意志的共存，他们彼此熟悉了解，相互依存，并注定是彼此的敌人，要进行永恒的相互抗争。由此，也许可以说，《蝙蝠侠》系列是永远不会被终结的，因为积极和消极的权力意志永远存在，善与恶的斗争永远存在，力的异质性永远存在。小丑不会死亡，蝙蝠侠会在永生中延续这种伦理困境和戏剧冲突。

结语：伦理视角下的戏剧冲突

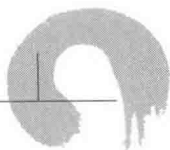
尼采有关“权力意志”的伦理学理论提供了一种新的视角，从力的抗争、较量、征服、上升和下降的角度来理解戏剧冲突，来理解生命冲突和戏剧冲突。从最根本的意义上说，戏剧冲突不是建立在外在的人物关系冲突和内在的心理冲突上，而是建立在对生命的力的表现上。只要有生命存在，就有力的斗争和冲突存在，它们是戏剧冲突的根源所在。

《黑暗骑士》中的小丑是价值的翻转者，道德困境的设计者。衰败的权力意志是反伦理道、反理性的。人们对小丑的凝视就是对自身衰败意志的凝视。蝙蝠侠永远不可能成为完美英雄，因为完美英雄即便存在，也是不真实的，就像堕落了哈维一样。小丑和蝙蝠侠，是永恒的人性之自我矛盾。电影，将人的忧郁、沉重与希望外化

为可见，赋予异质的权力意志的抗争以血肉之躯，呈现人类总体生成的命运。电影，与世界一起生生不息。

生命力量交锋的深渊里，回荡着小丑质疑一切价值的笑声：为什么这么严肃（why so serious）？

（作者单位 浙江传媒学院电影学院）



张宗伟

文献纪录片的政治传播功能

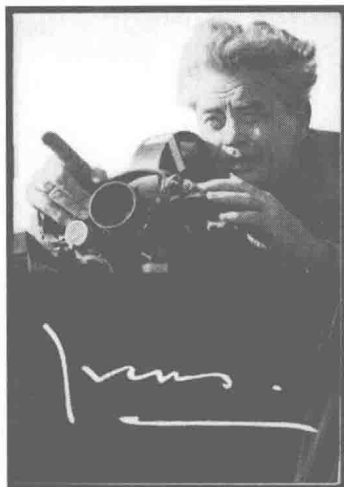
提 要 尽管东西方不同国家的历史文化背景不同,政治体制和意识形态差异巨大,但苏联、法国、美国和中国等国家都十分重视文献纪录片在政治传播方面的导向性和巨大影响力。中国文献纪录片在政治传播和文化遗产方面有独到经验,在产业体制、技术创新以及创作观念和手段方面与西方相比尚有差距,今后应扬长避短,坚持文化品位和商业价值的统一,坚持政治传播和审美功能的融合,坚持国际化视野与本土化表达的结合,走出有中国特色的文献纪录片发展之路。

关键词 文献纪录片 政治传播 中国特色

文献纪录片作为现代文明社会的精神产物,不仅源自战争、政治和教化的需要,具有实用和功利的外在价值,更来自人类有意识表达自我的需要,蕴含着丰富的内在价值。这种价值不但表现为对经济、政治、文化、社会的影响,还表现为对人及其生活的影响。这种影响不但表现为对现实的影响,还表现为对未来的影响。文献累积的时间越长,未来可资利用的价值和空间就越大。与其他文艺活动和文艺形式一样,文献纪录片的价值系统包含着文献价值、文化价值、审美价值、商业价值、社会价值、道德价值、认识价值和政治价值等多重价值。价值的实质在于其有效性,文献纪录片价值的实现与其生产和传播的方式与途径密切相关,就生产与传播的主体性而言,任何文献纪录片都始终凝结着特定社会历史背景下特殊的政治身份与话语权力。

从世界各国文献纪录片的发展历史观察,文献纪录片在政治传播方面都具有鲜明的导向性和巨大的影响力。荷兰纪录片大师尤里斯·伊文思认为,电影与政治须臾不可分离,他坚信电影工作者的职责便是要直接参与世界上最基本的事件。在此理念驱动下,伊文思变成了“飞翔的荷兰人”,20世纪三四十年代,他在世界各地奔走拍摄,为世界人民反法西斯战争留下了值得珍藏的历史影像,《西班牙的土地》(1937)和《四万万人民》(1939)是他杰出的代表作。新中国成立之后,伊文思多次来到中国,拍摄了《早春》(1958)、《六亿人民的怒吼》(1958)和《愚公移山》(1975)等纪录片,从独特的视角反映了当时中国的社会状况和中国人民的生活,他也因此几度遭到西方媒体对其政治倾向的质疑。英国

纪录片大师约翰·格里尔逊认为纪录片不能无视当今的重大社会问题。在他领导下,英国纪录电影人“视纪录片为讲坛”,将纪录片变成了现实的“镜子或锤子”,拍出了《工业的英国》(1933)和《夜邮》(1936)等直面现实的力作。列宁曾经说过:“在所有的艺术中,电影对于我们是最重要的。”在苏联,维尔托夫遵循列宁的指示,将他自己开创的文献纪录电影变成了新生社会主义国家的宣传工具,更多地承担起形象化政论的使命,在传播社会主义意识形态方面发挥了极其重要的作用。



伊文思认为纪录片与政治
须臾不可分离

在法国,文献纪录片的政治传播功能主要体现在形塑特定政治文化,促进政治民主化进程,这一点尤其值得重视。从杜勃利埃和梅里爱编排德雷福斯事件的短片开始,“表明观点”就为法国纪录片人所遵从。此后

一代代法国知识分子以纪录片为平台,不断表达和释放其介入现实政治的热情和立场。1930年,天才早逝的让·维果(1905-1934)以《尼斯印象》(1930)开创了“观点纪录片”的先河。此后优秀的法国纪录片几乎全都继承了《尼斯印象》介入现实政治的倾向。1936年,应法国共产党请求,法国诗意现实主义电影的代表让·雷诺阿拍摄了纪录片《生活属于我们》。影片以法共机关报《人道报》主编阅读三封读者来信作为结构主线,将工厂、农村和城市劳动者的生活和抗争联系在一起。影片结尾,全体演职人员汇集起来,在嘹亮的《国际歌》歌声中迈步向前,体现出影片编导鲜明的政治意图。

“二战”结束后,法国政府以定期补贴

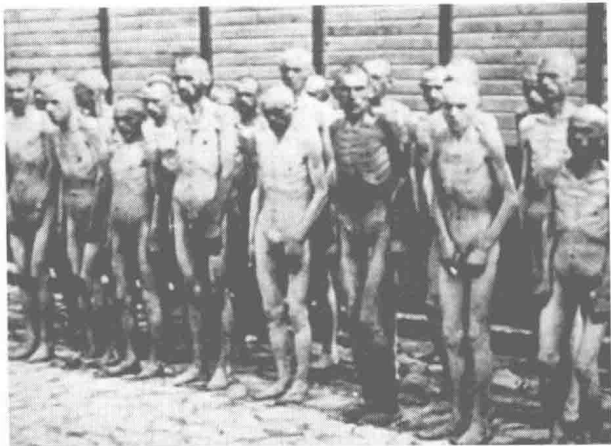
短片特别是纪录短片的形式重建战时遭受重创的法国电影,国家以法律的形式保障纪录片的上映。“新浪潮”前夕,为保卫法国纪录电影传统而形成的“三十人集团”承袭了《尼斯印象》偏好政治的倾向。萨杜尔曾给予这个团体以极高评价:“以‘三十人小组’为中心的法国纪录学派是战后世界上最优秀的一个学派。不论在影片数量与种类上,这个学派都超过英国纪录片当年取得的成绩。”^①“三十人集团”的成员几乎包括了后来发动新浪潮运动的所有导演。这个集团的领袖乔治·弗朗叙摄制了《荣军院》(1951),片中引用大量博物馆的文字说明作为解说词,借此反讽战争的光荣神话和英雄。稍后,路易·马卢、阿伦·雷乃、让·鲁什、克里斯·马尔凯等左岸知识分子秉持“表明观点”的传统,成为新浪潮中介入法国现实社会政治的一股重要的文化力量。路易·马卢在1968年赴印度拍摄了《印度印象》系列片。影片以一个外国人的视角,运用“直接电影”理念,向观众展示出摄影机前真实的印度,影片播放后引起印度政府的强烈抗议,甚至采用外交手段驱逐BBC的印度员工,一部纪录片最终演变成了一桩政治和外交事件。阿伦·雷乃是法国导演中对战争的反思最为深刻的一个。《格尔尼卡》(1950)以西班牙画家毕加索的绘画作品为主要影像素材控诉了“格尔尼卡大屠杀”;《夜与雾》(1956)通过今昔对比揭露了纳粹集中营的暴行,以富有启发的解说提出了个人的历史责任这一尖锐的问题,对战争的独特反思使其成为雷乃早期纪录片中最为著名的作品。

克里斯·马尔凯被誉为法国“20世纪60年代最典型的知识分子”。他的影片关注世界各地的政治事件,并以独特的个人化视点加以解读,尤其是1968年“五月风暴”前后的影片更是如此。1967年,马尔凯组织了“新作品启动的

① [法] 乔治·萨杜尔:《世界电影史》,徐昭、胡承伟译,中国电影出版社1995年版,第420页。

电影合作社”（简称SLON），他担任该组织制片人，以领导者和组织者的身份，尝试在政治方案统摄下进行导演集体合作的创作模式，反思越战的《远离越南》（1967）即是这一模式的产物。SLON制作发行的许多政治纪录片都带有马尔凯本人激进的政治立场，比如《五角大楼的第六边》（1968）报道数十万人在五角大楼的抗议行动，《四万人的战争》（1970）反映古巴糖厂的暴乱。马尔凯晚年的政治纪录片聚焦于对20世纪政治抗争运动的回顾，以及电影所扮演的政治角色上。《红色天空》（1977）使用大量官方及非官方影像素材，以个人化的视点表现了1967年至1977年世界各地，尤其是在欧洲风起云涌的左派革命史，以及欧洲左派知识分子的心路历程。虽说马尔凯的纪录片并不全是狭义的文献纪录片，但是，他的多数纪录片都混杂了资料镜头和“真理电影”式的访谈，而且，他毫不否认作为纪录片工作者所难以避免的偏见和政治倾向性。所以，他的纪录片往往具有很强的文献价值和政治传播功能。谁在说话？声音的权威性从何来？是什么给予纪录片呈现影像资料的权力？马尔凯的纪录片总是对纪录片自身的传统投以审视批判的目光，因而他的许多纪录片被称为反射性与论文式的纪录片。直到八十年代的《无日》（1982）他仍然坚持上述做法，片中交错出现日本和几内亚比绍的影像，夹杂着一个陌生女人不断地读着一名外国男子关于国外游历的信件。马尔凯在影片中使用了很多具有视觉冲击力的资料镜头和特技效果，意在质疑传统纪录片自命的客观性，在对电影媒介的自省中，他延续了其早年拍摄真实电影时就一直在问的一个问题：真实是否可能？

在马尔凯的带动下，20世纪70年代以来的法国纪录片界出现了一批以挖掘历史事件内幕、探讨热点政治问题为主的政治历史类纪录片，代表作品有马塞尔·奥菲尔的《悲哀与怜悯》（1971）和克劳德·朗兹曼的长达九个半



《夜与雾》以冷峻而残酷的影像风格反思纳粹暴行

小时的《证词：犹太人大屠杀》（1985）等，它们延续了《夜与雾》以来对“二战”的反思，不过叙事角度和风格发生了较大变化。《夜与雾》以冷峻残酷的影像集中呈现了纳粹的暴行，《悲哀与怜悯》则以史诗的风格反思“二战”期间法国和一座小城镇被占领期间的民间生活，而《证词：犹太人大屠杀》则摒弃现成的历史影像资料，以亲历者和幸存者的“口述历史”开启了文献纪录片新的叙事策略。

半个世纪以来，法国左派知识分子运用文献纪录片和法国现实政治与受众进行复杂的话语交流，表达他们对现实的不满和对战争的反省，对资本主义和殖民地关系的思考，对文明的人类学意义上的观察以及对电影作为媒介的自省，等等。值得强调的是，法国的知识分子以纪录片作品介入政治，但却“表现出了相对于主流意识形态的独立精神。他们创立并倡导了全新的世界观，这种属于他们自己的世界观如此强有力地唤醒了人们的新认识，致使当权的各意识形态机构（政党、教会）对这些影片争论不休并横加抵制，好像只有他们自己才有资格以上帝、国家或无产阶级的名义发言；好像除了自封为正统外，他们还有资格对别人指手画脚。”^①

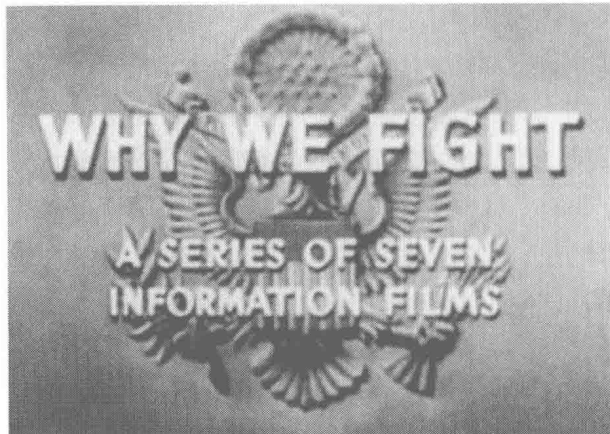
通过回顾法国文献纪录片的政治传统可

① [法] 马克·费罗：《电影和历史》，彭姝玮译，北京大学出版社2008年版，第8页。

以看出,文献纪录片是当代法国政治传播的主要渠道之一,也是政治传播的重要工具。知识分子并不是通过臣服于主流意识形态来参与政治,恰恰相反,他们往往依靠文献纪录片的“软力量”,通过创立和倡导全新的世界观,通过扮演主流意识形态的反对角色来对大众社会生活产生强大的渗透力和影响力。这一点,不仅与社会主义意识形态下的苏联不同,与同属资本主义阵营的美国也有很大的差异。

罗伯特·弗拉哈迪为美国开启了人类学纪录片的传统,“将摄影机搬到天涯海角”的确让文献纪录片暂时脱离了现实政治的羁绊,但是,20世纪美国政治的风云变幻,还是将美国文献纪录片的主流引向了政治传播的航道。1933年3月,罗斯福就任总统后,电影—摄影联盟所鼓吹的“形象化文献”得到广泛的支持,美国导演帕尔·劳伦斯特别强调纪录片应该干预社会,关注社会问题,为此,他制作了《开垦平原的犁》(1936)和《大河》(1938)两部文献纪录片,对美国中部因过度垦荒而导致的沙漠化与洪水问题发出警告。这两部作品直接触及生态和环保问题,具有鲜明的主题倾向性。以帕尔·劳伦兹的《开垦平原的犁》和《大河》为标志,文献纪录片逐渐成为支持罗斯福新政的重要舆论工具。

当美国全面卷入“二战”,文献纪录片更是成为军用喇叭,直接为战事和政治服务。好莱坞著名导演弗兰克·卡普拉制作的7集系列影片《我们为何而战》(1942-1945),就是直接应美国五角大楼的要求而摄制的。这部系列片不仅在美国的军队教育中发挥了积极作用,而且在影院公映后,在普通民众中也产生了重大影响。“越战”时期,美国导演安东尼奥1967年拍摄的《猪年》预言了这场战争注定失败的命运,而1974年彼得·戴维斯拍摄的《心灵与智慧》则是一部越战心灵史:从战争开始的兴奋、狂妄到思考直至最终不可挽回的失败趋势。可见,20世纪80年代之前的美国文献纪录



应美国五角大楼要求而摄制的系列片《我们为何而战》

片一直把政治传播功能放到突出的位置,直到80年代中期以后,美国文献纪录片的政治色彩才逐渐淡化,开始由宣教型工具向文化产品转型。从1985年美国第一个全纪录片商业频道探索频道创立,到1995年历史频道和2001年国家地理频道相继开播,美国逐渐形成了成熟的文献纪录片产业体系,商业价值成为检验产品成败的重要标尺,即使是历史频道制作的历史题材的文献纪录片,比如肯·伯恩斯编导的《内战史》《马克·吐温》《托马斯·杰弗逊》等作品,也是以商业利益为主要诉求的。尽管美国当代纪录片的主流是商业化产品,但是以迈克尔·摩尔导演的一系列作品为代表,如《华氏911》《科伦拜恩的保龄》《神经病人》《资本主义:一个爱情故事》等,仍然坚持以政治传播功能作为首要选项,这些片子的选题都直接关乎当代美国社会的热点问题,如“911”事件、美国校园枪击案、美国医疗体制改革、金融危机等,摩尔往往站在美国官方立场的对立面,为其作品赋予明确的主题和鲜明的批判色彩,摩尔不仅长于历史档案的搜求整理,他还善于从海量的时事新闻资讯中快速理出头绪,及时剪辑成片,摩尔将“刚刚发生的历史事件”“文献化”的尝试,大大拓展了文献纪录片的题材领域,反映出文献纪录片干预现实的巨大潜能。

二

由于历史文化传统、政治体制和意识形态的巨大差异,与英、法、美等西方资本主义国家相比,中国文献纪录片在政治传播中扮演的角色,以及传播的形式和内容都不尽相同,体现出有中国特色的文献纪录片发展道路。

中国历来就有“文以载道”的传统,文献纪录片概莫能外。新中国成立前中国的文献纪录片以军事题材为主,文献纪录片主要用作时代号角和“军用喇叭”,服务于意识形态宣传的需要。新中国成立以后,在相当长一段时期,文献纪录片作为主流意识形态的载体,主要担负“形象化政论”的功能,对中国共产党的执政理念、核心价值观、主流文化进行形象化的阐释与传播,为新中国系列重大庆典奉献影像礼赞,特别是在国庆和党的生日等重要节庆,官方总是会组织生产一批标志性的文献纪录片作品,这些作品主要是党和国家领导人以及重要历史人物的传记或重大历史事件的宏大叙事,构成了党史、军史和国史的影视文本序列,起到传承历史、教育民众、凝聚人心的重要作用。

改革开放以前,中国的文献纪录片更多地受到苏联的影响,体现出几个特点:第一,组建高度组织化的官方机构进行计划生产,以新闻杂志片的形式定期编辑出品;第二,从题材内容到创作方法都受到政治的严重制约,一定意义上沦为政策的图解和政治的附庸。新中国成立不久,国家于1953年组建了中国特色的官方制片机构“中央新闻纪录电影制片厂”(简称“新影”),“新影”的前身是大名鼎鼎的“延安电影团”,曾拍摄了中国共产党的第一部纪录片《延安与八路军》(1939),记录了毛泽东、刘少奇、周恩来、朱德等第一代领导人的革命活动以及延安的生活片断。从1953年成立,到1993年整建制划归中央电视台,“新影”在四十年的时间里,凭借权威的、垄断

的、独家的拍摄权力和拍摄地位,拍摄了共和国的开国元勋、党和国家的几代领导人,以及新中国成立以来若干重大政治活动和重要历史事件,留下来的影像素材汗牛充栋,可以说是共和国的影像志,它们拥有的文献价值是难以估量的。在20世纪80年代初电视普及之前,“新影”的记者站曾经遍布全国,所谓“哪里有新华社记者,哪里就有‘新影’摄影师”,“新影”的“新闻纪录片”承担了后来电视新闻的全部功能。即使是后来进入央视体系,变成了“中央电视台新影制作中心”,“新影”固有的“中央时政部”的独特建制也保留至今,它继续按照中央需求,跟随党和国家领导人拍摄记录他们的国事访问、会议等重大活动。国家每年向“新影”拨专款用于“时政部”的拍摄活动,因此,“新影”在国内影视行业中一直被视作“特别摄影队”,继续为未来拍摄并留存国家影像志。

“新影”在50年代仿照苏联《电影周报》和《电影真理报》的模式,确立了以短片为主的制片方针,将生产新闻杂志片当作首要制片任务,并将《新闻简报》打造成盛极一时的名牌产品。《新闻简报》每7天出一期,每期片长10分钟左右。“文革”动乱期间仍未停产,只是产量有所减少,出片时间也不再固定。《新闻简报》内容比较庞杂,它以重大的时政新闻为主,也有军事、历史、工农业、科学文化、天文地理、珍闻轶事,以及各条战线上的先进人物等。每期包括五六个小主题,其中必有两三个国内重大新闻,像报纸的头版头条一样放在前面。在当时的历史条件下,《新闻简报》是国家政治宣传和广大观众文化生活中不可缺少的一个片种。“文化大革命”十年没有产生具有重大影响的文献纪录片,但当时不间断地拍摄的影像素材还是为后人和以后的文献纪录片创作留下了许多宝贵的资料,今天的观众经常看到的“文革”影像就主要来自当年拍摄的新闻纪录片。

新时期中国文献纪录片的创作往往与政治运动的更替和社会思潮的变迁密切相关,当我们将中国文献纪录片的创作置于时代的社会背景中,就能明显看出时代变革和社会思潮变迁对创作的影响。“文革”结束之后,中国文艺亟须彻底摆脱陈旧的理论命题,在新时代的语境中进行新的意义重建。新时期之初出现的文献纪录片,密切配合了“拨乱反正”的宣传任务,基本上是中央落实政策的形象解释。面对“拨乱反正”的社会背景和时代诉求,以“新影”为主阵地,创作者利用长期积累的大量新闻纪录电影资料剪辑了一批人物传记片。这些传记片最初以毛泽东、刘少奇、周恩来、朱德等革命领袖为传主,但在70年代末80年代初“文学就是人学”文艺思潮的影响下,也出现了《先驱者之歌》(1981)这样表现“凡人”的作品。进入电视时代后,文化领域中兴起了反思和寻根思潮,80年代涌现的《话说长江》(1983)、《话说运河》(1986)、《黄河》(1988)、《河殇》(1988)等电视文献片,就是上述思潮的反映。

20世纪90年代,中国影视产业从整体上有了较大发展,但是当时中国纪录片行业却很不景气,几乎谈不上真正意义上的市场运营机制,尽管尝试了栏目化运作,但是大部分纪录片栏目属于“自产自销、自给自足”,很少成为产品进入市场,无法形成完整的产业链条。处于事业体制保护下的文献纪录片受到的市场冲击并不大,因为许多文献大片都是“国家制造”,作为政治任务,它有专门预算、特别审批、有播出时段的特殊保障,因此可以不计成本,不考虑经济效益,基本上与市场脱轨。直到新世纪以后,中国文献纪录片的市场化进程才真正有了较快的发展,开始打破单一的制播路径,尝试建立起迎合多元化需求的纪录片产业生态。

从媒体的角度观察,电视文献纪录片因其传播载体的特点,比电影文献纪录片更体现

出独特的道德教化功能和政治传播价值。电视作为大众传媒,具有环境监测、社会协调、文化遗产传承等功能,作为社会守望者的大众传媒,在社会价值体系建构中,扮演着重要的引导角色。而对时代命题的反思与关注,是电视纪录片的重要功能之一。我国的文献纪录片在纪录电影为主的时代就有着其独特的政治传播、跨文化交流的作用,新中国成立以后直到80年代中期,纪录影片作为传播社会主义新风貌的宣传片,经常被用作馈赠外国来宾的文化礼物。20世纪80年代末,电视的介入强化了文献纪录片的“教化与指导”功能。电视文献纪录片在主流价值观的传递和构建中发挥了越来越重要的作用。电视文献纪录片作为电视媒体主流价值观的重要载体,在电视内容生产格局中起到再现沧桑历史、传承民族精神、表达国家话语、传递中国声音的重要使命和责任,一定程度上影响着电视文化生态环境。在当下和今后相当长的一段时期,中国的电视媒体依然是党和国家的重要舆论工具,政治传播功能也必将是电视文献纪录片的首要选项,未来需要重点关注的是如何在市场化的大环境中,实现政治功能和产业属性的平衡。



伟人传记片的代表作《邓小平》

中外文献纪录片都是时事新闻影片素材累积到一定阶段的产物,在选材方面有共同之处,都偏好于表现重大历史事件与重要历史人物,都具有较强的政治传播功能。中国历来高度重视文献纪录片的创作,始终把文献纪录片

作为武装党员干部、教育人民，特别是青少年的重要手段。每逢重大纪念日、重大活动等，在中央宣传部门的统一部署下，中央各部门和各地都积极创作文献纪录片，这些文献纪录片在核心价值构建、政治文明传播、重塑或夯实主流文化价值观念上发挥了无法替代的作用。特别是新时期以来，重大题材文献纪录片伴随着改革开放伟大历程，扮演了发动机和助推器



中国共产党建党90周年献礼片《旗帜》

的重要角色。重大题材文献纪录片包括三大类：一是关于革命、建设和改革重大事件的纪录片，如《让历史告诉未来》（1987）、《新中国》（1999）、《中国1978-2008》（2008）等。二是重要历史人物纪录片，如《邓小平》（1997）、《毛泽东》（2010）等。三是理论文献纪录片，如《中国道路》（2011）、《旗帜》（2011）等。重大题材文献纪录片提供了形象化的关于政治历史和政治现实的图景，为民众提供了政治行为的准则和政治生活的规范，以其权威性确证着现实政治秩序的必然与合理，强化着人们对曾经创造过历史奇迹的政治人物及其信仰的信任和信心。

从新时期中国文献纪录片的整体格局来

看，偏重于政治宣传的作品仍然占有很大比重，这些作品被定位于“宣传品”，带有明显的主流意识形态色彩。因为长期忽视其商业属性，使得新时期以来中国文献纪录片的发展滞后于中国整体经济体制的变化，特别是在经济全球化的背景下，中国文献纪录片的制播和发行方式很难与国际接轨，成为制约其进一步发展的瓶颈。

就具体创作而言，新时期中国的文献纪录片在题材选择和艺术手法上日趋多元化，在题材上开始关注自然生态和凡人小事；在创作上尝试采用真实再现、口述历史、电脑动画等手法；叙事上追求个人化、故事化和悬念感等。但是与西方相比，中国文献纪录片创作观念和手法在整体上依旧显得比较陈旧，比如西方早在20世纪中叶就开始生产自然生态类纪录片，而我国是近年来才开始关注这一题材；西方于20世纪60年代初期出现了“直接电影”“真理电影”等创作潮流，极大地推动了纪实美学的发展，而中国直到90年代初才出现了与之呼应的新纪录运动；美、法等国早在20世纪80年代中期就开始在创作中普遍使用口述历史，而我国直到最近十几年来才开始使用这一手法。

中国的文献纪录片在政治传播和文化遗产方面具有独到经验，但是在产业体制、技术创新以及创作观念和手段方面与西方相比尚有差距，未来一段时间，中国文献纪录片应扬长避短，坚持文化品位和商业价值的统一，坚持政治传播和审美功能的融合，坚持国际化视野与本土化表达的结合，走出有中国特色的文献纪录片发展之路。

（作者单位 中国传媒大学戏剧影视艺术学院）

■ 邹韶军

浅论近年来抗日题材电视剧创作及其价值迷失

提 要 抗日题材电视剧对再现民族苦难历程和不屈精神，增强民族文化认同，提高民族凝聚力具有独特作用。对当代社会而言，它还能传播正确历史知识，明确历史发展大势，总结历史经验教训，有利于建构民族核心价值观，同时也为观众提供丰富的审美体验。而近年来抗日剧创作中出现种种乱象的根本原因则是价值的迷失。抗日剧作为对中华民族抗日历史的艺术建构和审美表达，必须强调艺术属性，尊重艺术规律，同时还必须有自己的价值坚守，这样才能确保其健康发展。

关键词 抗日题材电视剧 主旋律 抗日“神剧” 价值迷失

中国人民的抗日历史艰苦卓绝，创巨痛深，不仅是世界反法西斯战争的一部分，更是中华民族发展历程中救亡图存、捍卫民族独立的一首感天动地的壮歌，因而也是我国电视剧创作中取之不尽的素材宝库。通过抗日题材电视剧（以下简称“抗日剧”）再现民族苦难历程，弘扬不屈抗争精神，对于增强民族文化认同，提高民族凝聚力，具有独特作用。同时，抗日剧又能凸显共产党在这一历史时期的独特历史作用，成为国家意识形态的载体，为执政党的合法性提供依据。也因此，抗日剧作为电视剧的重要题材类型，成为电视剧领域的“形象工程”，受到政府的重视和扶持。

三十多年来，抗日剧几乎占据了国产电视剧的半壁江山，佳作纷呈，受到观众的普遍欢迎，并拥有一个庞大而稳定的观众群。

据现有史料记载，国产电视剧中正面表现抗日战争题材的作品的是1989年由山西忻州电视台拍摄的《忻口战役》，该剧荣获当年电视剧“飞天奖”中篇电视剧三等奖。此后，抗日剧在数量上有了显著增加，近年来更是呈井喷之势，涌现了《历史的天空》（2004）、《亮剑》（2006）、《光荣岁月》（2007）、《我的团长我的团》（2009）、《生死线》（2009）、《人间正道是沧桑》（2009）、《我的兄弟叫顺溜》（2009）、《雪豹》（2010）、《永不磨灭的番号》（2011）、《民兵葛二蛋》（2012）、《火线三兄弟》（2013）等一批脍炙人口的优秀抗日剧。

客观上说，抗日剧选题稳妥，风险较小，收视率高，投资回报率高。更重要的是，由于题材的特殊性，它在行政审批方面享有某种特权。于是，抗日题材俨然成了

人人得而食之的“唐僧肉”。然而，井喷之余不免泥沙俱下，歪曲历史，粗制滥造，造成了恶劣影响，在很大程度上消解了抗日剧甚至整个抗战历史的严肃性和正义性。因此，总结抗日剧的成败得失，分析抗日“神剧”“雷剧”产生的社会根源，探讨抗日剧创作的艺术规律，对于国产电视剧整体的健康发展，具有重要的现实意义。

一、抗日剧的类型与形态分析

业界曾就抗日剧的类型、样式和风格的划分提出过许多不同观点，标准难以统一。笔者认为，抗日剧应从创作宗旨、叙事手法和表现形态上分类，大致可分为以下三类：

1. 抗日主旋律电视剧

抗日主旋律电视剧，就是代表官方立场的关于抗日战争历史的宏大叙事，宣扬与推广国家意识形态的抗日剧类型。它对加强文化认同，增加民族凝聚力和向心力，具有不可取代的独特功能和价值，因而也成为抗日剧的主导类型。

在电视剧类型中，主旋律专指“由国家领导集团倡导的、由政府指导和资助的、代表官方说法、坚持一元论真理观，形式体系和视听语言透明、单纯、不含歧义，且



《八路军》海报

能够生产并再生产国家意识形态的作品”，是借助历史事件与历史人物“宣传和维护国家主导意识形态，与大众通俗电视剧开展竞争”“以宏大叙事制造权威性和真实感，给观众一种真有其人其事的感觉，文本中常带有一种观念的统一性和社会历史的定论解释。”^①

抗日主旋律电视剧作品是主导意识形态话语对抗战历史事件的重构与表达，由于获得了官方的倡导和支持，并且由官方主导，代表了国家意识形态和立场，因此就具有了天然的合法性，其所讲述的抗日历史就成为关于抗战的权威叙事，这些作品都是通过可歌可泣的抗战英雄形象的塑造，证明共产党

是抗日战争的中流砥柱。因而，此类抗日剧是执政党合法性和意识形态立场的体现，如《延安颂》（2003）、《新四军》（2003）、《八路军》（2005）等。

一直以来，“弘扬主旋律，提倡多样化”是中国文艺政策的主导思想。一切有利于改革开放和现代化建设的思想精神，一切有利于民族团结、社会进步、人民幸福的思想精神，一切用诚实劳动争取美好生活的思想和精神，都属于文学与艺术创作的主旋律。“主旋律电视剧被要求担负被政府认定为正确的意念，被要求完成某些很具体

^① 郝建：《中国电视剧文化研究与类型研究》，中国电影出版社2008年版，第129页。

的对当下现实的解释或者遮蔽,即试图去完成舆论导向和宣传任务。”^①主旋律电视剧以革命的现实主义与革命的浪漫主义相结合方法表现现实,并“根据政治和革命的需要对现实生活重新进行界定”^②。因此,表现在共产党参与和领导下,以武装斗争方式抗击日本法西斯侵略,争取民族独立的抗日剧,就无可争议地成为当代电视剧的主旋律,并得到官方的认可、支持和扶持。

对于“重大革命历史题材”电视剧的创作,最早出于意识形态控制的需要,在管理上制定了具体而严格的准入制度。但抗日剧由于其题材的特殊性,在凸显“共产党在抗日战争中的中流砥柱作用”方面具有无可取代的作用,因而,在选题申报、审核的过程中,一方面享有得天独厚的特权,另一方面又受到严格的限制。

在表现内容上,抗日主旋律电视剧刻意突出叙事的权威性,即提供关于抗战历史的官方论述,突显执政党的合法性,因此在对历史事件的解释与对历史人物的评价方面,必须与中共党史的论述保持高度一致,必须对历史事件与人物提供完整的叙述和解释。如《八路军》不仅要突出八路军在八年抗战中的特殊贡献,而且要为观众提供关于抗日战争态势的总体描述:中共党史、建军史、抗日战争全面爆发、国共合作抗战、原西北主力红军即中国工农红军一、二、四方面军改编为“国民革命军第八路军”的过程,等等。

近几年的抗日剧在突出八路军、新四军抗日的重要作用的同时,也涌现了一批反映正面战场上国军抗战事迹的电视剧,如《人间正道是沧桑》《我的团长我的团》《生死线》《壮士出川》(2013)、《战长沙》(2014)等,成为抗日主旋律剧的重要补充,使观众对中国人民的抗日战争有了更为全面和客观的了解。

抗日主旋律电视剧常常将史诗品格作为追求的目标,在叙事手法上,具有强烈的说教、政论色彩,通常采用全景式、群像式的叙事方式,故事结构单一,形式套路化,重在叙述事件,阐明立场,勾画历史脉络,提供关于抗战的宏大叙事或官方版本,突出重要历史人物的历史作用,却缺少平民视角叙事,人物形象的塑造较为概念化、平面化,亲和力不足。这与其涉及重大题材和重要人物而在创造上自由发挥的空间较小有一定关系。近年来的抗日剧在重要历史人物形象的塑造上取得了一些进展,比如在《八路军》中,除了塑造毛泽东、朱德、彭德怀等抗日领袖之外,在不违背大的历史氛围的前提下,也虚构了红军战士赵栓柱、农民王铁锤、护士冯玉兰、归国华侨刘茜茜以及出家人智能和尚等五个小人物,使历史人物更具人情味。此外,在对抗战中的重要历史人物如蒋介石、毛泽东、朱德、林彪的塑造上,还存在历史评价与道德评价的错位问题,需要在坚持历史理性的前提下对人物做出恰如其分的评价。

2. 抗日文艺电视剧

如果说抗日主旋律电视剧所遵循的“源于生活,高于生活”的“革命现实主义和革命浪漫主义两结合的”创作方式代表了官方关于抗日历史的官方解释和权威叙事的话,抗日文艺电视剧则是以民间、学界视角解读抗战历史,艺术地再现抗战历史,叙

① 郝建:《中国电视剧文化研究与类型研究》,第51页。

② 郝建:《中国电视剧文化研究与类型研究》,第51页。

事中更强调启蒙性、反思性、艺术性和独创性。抗日文艺电视剧不直接承担宣传主流意识形态的责任,而是强调审美价值的创造,更注重通过抗日历史的艺术重构,塑造鲜活生动的抗日英雄形象,力图画出一个民族的灵魂,从审美高度提炼与展现战争中的诗意,表现抗日军民的浪漫情怀、牺牲精神和对生命的热爱。与抗日主旋律电视剧相比,抗日文艺电视剧更执着于对抗日历史的反思和叙事形式的创新,追求作品与抗日历史在精神气质上的神似,从而大大提升了抗日剧的艺术品位。其特色主要表现在四个方面:

一是发扬历史理性追求历史真实的创作观念。真实、客观与理性是历史研究与历史剧创作的共同信念和追求。为历史存真,需要的是历史叙述者的端正心态和纯真精神,即历史学家杜维运所说的“学术的诚笃(intellectual honesty)”。抗战历史距今不过七十余年,相关史料触手可及,但随着当事人、知情人的不断离世,这段历史也开始渐渐模糊。而要还原或重建这段历史,却又往往会受意识形态、集体记忆、价值预设等许多因素的制约。“电视剧作为当下影响力最大的公共表达载体,必须承担着塑造公众集体记忆的责任,我们不仅需要历史学家的客观与准确,更需要影视作品艺术的叙述与感染力……只有让历史的苦难昭然若揭,我们才能更清晰地认知我们这个民族,认识到我们如何走到了今天……让曾经的苦难重现在当代人的公共记忆中,就是对逝者的义务和责任,也是对历史创伤的一种修复。”^①因此,对抗日剧而言,存真仍是一个异常艰巨的任务。

理论上,可以将历史剧中反映的历史真实分为两个层面,一方面是历史剧所反映的历史事实,另一方面是历史剧创作者对历史事件和历史人物的真理性解读,或借历史剧作品所表达的历史事件的普遍本质。海德格尔认为,艺术应该是美与真理的奇妙结合,或者说,真理本身以作品方式存在着。“在艺术作品中,存在者的真理已经自行设置入作品中了。”^②

历史剧的创作就是要在历史还原和现代阐释之间寻找一种平衡。关于历史剧真实性的问题,学者崔文华提出了“似真还原”的观念:“既然是历史剧,当然要有基本的历史记载为依据,历史剧对信史中的历史原型要建立一个‘似真的还原状态’,但必须讲明白:这个‘还原’只能是一个‘似真还原’,因为对历史的‘真实还原’不仅历史剧办不到,即使是历史学家也不可能做到。同时,历史剧的创作目的,不仅仅是对历史的似真还原,而是要站在剧作者时代水平和角度上的当下阐释。当然,这种现代阐释是屏幕叙事艺术的审美阐释。作者在历史中所提炼出来的主题思想,所形成的价值判断、社会理想、人性认识等等,都将在审美阐释中得以体现。”^③

二是历史真实的审美建构原则。抗日剧虽然也具有认知、道德、盈利等价值,但审美价值无疑居于主导地位,正如卡西尔所说:“在对艺术的道德解释和理论解释这两种情况下,艺术都绝不具有任何它自己的独立价值,在人类知识和人类生活的等级中,艺术变成只是一个预备性的阶段,一个指向某种更高目的的次要而从属的手

① 杨竞:《抗战剧必须承担塑造公众集体记忆的责任》,《辽宁日报》2013年5月21日。

② [德]马丁·海德格尔:《林中路》,孙周兴译,上海译文出版社2004年版,第21页。

③ 崔文华:《寻找屏幕叙事艺术的根本》,《现代传播》2005年第3期。

段。”^①抗日剧的尴尬在于，人们常常以非艺术的政治或意识形态标准来解读作品，因此，抗日剧的创作也难免受到艺术与历史之外的因素的干扰和制约。

历史剧创作的关键，在于将历史理性与艺术想象明确区别开来，在搜集、甄别和辨析历史资料时顺从历史理性，在具体创作过程中则遵从创作者的主体精神和艺术个性。审美价值与其他价值的本质不同在于，它是按照美的规律来创造的，对作品艺术形式的完整和结构的统一有着极高的要求。

三是抗战历史的戏剧化呈现方式。电视剧是“剧”，具有戏剧艺术的基本特征。戏剧与叙事的区别在于，前者是通过情境的设置将事件直接呈现在观众面前，后者则是叙述事件的过程。席勒概括二者的区别：“一切叙述的体裁使眼前的事情成为往事，一切戏剧的体裁又使往事成为现在的事情。”^②谭霈生认为，“在本体的意义上摒弃叙事性而获得独立自主”是戏剧成熟的标志。历史叙事讲述的是已经完成的往事，而历史剧则将戏剧动作呈现在观众面前，成为“永远的现在时态”^③。

要完成对历史过程的戏剧性建构，关键在于戏剧情境的设置。情境本身虽不构成情节，却是情节得以产生、人物性格得以显现的外在条件。“情境是指剧情赖以发展的基本环境，离开了这个环境，人物的行动就会成为空中楼阁。”情境的目的“不仅在于创造出逼真的外在环境，更重要的还在于把具有真实感的人物置身到这个环境中

去，让他们自主地行动起来。”^④导演李安曾用“戏假情真”四个字总结电影创作的基本规律。所谓“戏假”，是指戏剧、电影、电视剧中的戏剧情境大多出自虚构或人为设定，但这种假定的情境却往往能够更深刻地揭示现实及人类情感的本质，这就是所谓“情真”。这就揭示了艺术创作的一个规律：情境是虚构的，但人性则是普遍的、共通的。

由兰晓龙编剧、孔笙导演的电视剧《生死线》是业界公认的思想、艺术水准较高的优秀抗日剧。作品以一个虚构的中国沿海小城沽宁为背景，以四个不同的青年男子的合作和友谊为主线，描写了他们经历灵魂炼狱般的残酷青春和成长故事，

讲述了一段可歌可泣的抗日故事。在日军血洗窦村、占领沽宁后，由长期在沽宁潜伏的地下共产党员欧阳山川、国军驻沽宁守备军上尉副官龙文章、有黑社会背景的沽宁车行车夫四道风、留洋回国的科学家何莫修为代表的中国军民，出生入死，与日军浴



《生死线》海报

① [德] 恩斯特·卡西尔：《人论》，甘阳译，上海译文出版社2004年版，第191页。

② [德] 席勒《论悲剧艺术》，转引自谭霈生：《戏剧本体论》，北京大学出版社2009年版，第173页。

③ 谭霈生：《戏剧本体论》，北京大学出版社2009年版，第173页。

④ 何辉斌：《戏剧性戏剧与抒情性戏剧——中西戏剧比较研究》，中国社会科学出版社2004年版，第52页。

血奋战八年，并最终收复涪宁，完成了一个不可能完成的任务，生动表现了涪宁社会各阶层抗敌守土的勇气、决心和惊人的凝聚力。

四是形式化的追求。抗日剧作为对抗战历史的主体性建构和艺术表达，不仅涉及创作者的艺术修养和技巧训练，也涉及创作者的艺术感受能力和构型（formative）能力。正如卡西尔所说：“艺术使我们看到的是人的灵魂的最深沉和最多样化的运动。但是，这些运动的形式、韵律、节奏是不能与任何单一情感状态同日而语的。我们在艺术中所感受到的不是哪种单纯的或单一的情感型性质，而是生命本身的动态过程。”^①历史常常是线性发展的，而历史剧作家却更关注历史事件之间的共时关系，在冲突和纠葛中展现历史的过程，揭示历史人物的精神世界，并且在看似混沌的历史世界中发现秩序和形式美。历史剧常常需要在不违背历史真实的前提下赋予看似混乱无序的历史事件以秩序，建构历史事件特有的形式，具体地说，就是对历史事件的形式化的呈现。

如在《亮剑》中，八路军129师独立团团长江云龙与晋绥军358团团长楚云飞是一对亦敌亦友的关系，一个粗犷，一个儒雅，惺惺相惜。在战场上，他们共同抗敌，私下里又斗智斗勇，锱铢必较。聚仙楼偷袭平田一郎、平安城围歼山本一木，俩人默契配合。《亮剑》也正是因为他们的对手戏而变得精彩纷呈。

《民兵葛二蛋》则大胆设计了葛二蛋与麦子一对两极化的人物，以这两个性格极为鲜明而又极端对立的人物作为全剧的核心，从而构成了正与邪、忠与奸、善与恶的冲突，借助两个小人物的成长，以喜剧方式演绎抗日战争，在抗日题材电视剧中可谓独树一帜。业内专家认为，作为抗日题材电视剧，《民兵葛二蛋》形式的创新具有独特的美学价值。

3. 抗日题材通俗剧

这个类型强调或凸显抗日电视剧的大众文化属性，以战争奇观和丰富离奇的人物和故事，为人们带来感官的享受和精神的愉悦，从而获取丰厚的市场回报。约翰·费克斯认为，“商业流行文化是由文化工业批量生产的、由大众购买和消费的文化产品，其最终目的与其他资本主义工业生产别无两样，也就是对最大利润的追求。”^②在价值多元的时代，不同观众群对大众文化的需求也是多种多样的，电视剧作为文化产品，出于对最大利润的追求，也会设法适应观众对意义和快感的需求，努力将大众文体产品打造成“意义和快感的超级市场”^③。

近年来，一些以通俗剧方式，平民视角演绎抗战历史的电视剧，在抗日剧通俗化方面进行了探索和创新，在创作思路、风格样式、人物塑造、叙事技巧上寻求突破，还出现了抗



《打狗棍》剧照

① [德] 恩斯特·卡西尔：《人论》，甘阳译，第189页。

② [美] 约翰·费斯克：《理解大众文化》，王晓玉、宋伟杰译，中文编译出版社2001年版，第11页。

③ [美] 约翰·费斯克：《理解大众文化》，第139页。

战剧与其他类型剧嫁接、混搭的作品,如抗日+传奇(《我的兄弟叫顺溜》《打狗棍》《火线三兄弟》)、抗战+武侠(《燕子李三》《抗日奇侠》)、抗战+谍战(《渗透》《血色玫瑰之女子别动队》)、抗战+言情(《向着炮火前进》)、抗战+情景喜剧(《地下交通站》),等等。但总体而言,作品质量差强人意,问题多多。

二、抗日剧的症候分析

中国传统的历史写作向来重视历史的淑世功能。所谓淑世,主要体现在儒家传统历史观中所劝善惩恶,有益于世道人心的功效。刘勰在《文心雕龙》中主张历史书写应该“彰善瘅恶,树之风声”,历史学家刘知几在《史通》中也强调“史之为务,申以劝诫,树之风声”,都是在强调历史叙述对改造世道人心的积极作用。抗日剧对于当代社会的作用,在于传播正确历史知识,明确历史发展大势,总结历史经验教训,增强全民文化认同,建构民族核心价值,同时也应为观众提供丰富而强烈的审美体验。

回望近年的抗日剧创作,世俗化、物质化、娱乐化成为显著特征,历史只是娱乐的资源和茶余饭后的谈资,娱乐至死、漠视文化、漠视价值,正是整个社会价值迷失的真实反映。传统的价值系统被打破,而新的价值系统尚未建立,因而形成了价值的真空。近年来涌现的一系列抗日“神剧”在客观上造成了人们对中国历史文化和价值系统的严重误解和误读。具体说,抗日剧的症候如下:

1. 精神贫困,价值匮乏

当下中国抗日剧创作的最根本困境在于价值贫困,就是意义和价值的匮乏,以致无法为当代社会提供意义。海德格尔在《林中路》中认为,现代社会正处于价值贫困的时代,这种价值贫困是如此严重,以至人们对自身的价值贫困都熟视无睹了。在他看来,文化和艺术是医治这种贫困的良药,也是实现人类至高价值的必由之路:“文化就是通过维护人类的至高财富来实现最高价值。”^①在市场经济条件下,“文化化人,艺术养心,重在引领,贵在自觉”^②便显得尤为重要。

2. 娱乐至上,娱乐至死

商业化的操作和大众化的文化策略营造了抗日剧的繁荣局面,但人文价值的稀释和消解备受质疑。价值失落既是抗日剧极端娱乐化的内在根源,也是极端娱乐化的必然结果。近年来的抗日剧强调物质化、欲望化的书写,刻意迎合观众的低级趣味,导致人文精神滑坡;在大众娱乐的文化背景下,历史剧所展示出来的是的大都是传统文化中的糟粕。快餐化的生产理念造成了抗日剧艺术水准、人文水准的价值失落。

从创作角度看,抗日剧的过度娱乐化倾向表现在人物情感的浪漫化上。过分渲染人物感情成分,战争本身的残酷性和民族独立战争的艰苦卓绝被消解,使血腥的战争变成了“一场风花雪月的事”;抗战英雄的草莽化、江湖化,反面人物的妖魔化、脸

① [德] 马丁·海德格尔:《林中路》,孙周兴译,第77页。

② 仲呈祥:《文化化人,艺术养心,重在引领,贵在自觉——从近年来电视剧创作看推动文艺大发展大繁荣的新经验》,《艺术教育》2008年第4期。

谱化,战争过程的游戏化,使抗日剧在观众心目中的地位大打折扣。

3. 轻慢历史, 亵渎先烈

抗日剧是人们了解本民族历史文化传统与价值系统的最便捷、最直接的途径,但抗日“神剧”罔顾公众理性,违背历史常识,以戏谑的态度对待抗战历史,歪曲历史,误导观众,使得艰苦卓绝的民族独立战争变成了一场儿戏,是对抗战历史与抗日先烈的亵渎。其真正的危害还表现在对民族心理与心智的摧残和破坏,使民族丧失对自身历史的反思能力。

近年来,《抗日奇侠》(2010)、《向着炮火前进》(2012)、《一个鬼子都不留》(2011)、《永不消逝的番号》(2011)、《打狗棍》(2013)、《满山打鬼子》(2014)等抗日剧,不仅肆意渲染仇恨、杀戮,而且情节离奇、人物虚假,粗制滥造,在抗日“神剧”的逻辑中俨然存在这样一个等式:爱国=政治正确=可以随心所欲。于是,爱国就成了抗日“神剧”混淆视听、亵渎历史的避风港和挡箭牌。尤其是抗日“神剧”所流露出的偏狭的民族主义倾向,以及对自己民族苦难历史的轻浮、轻率、轻贱作风,不仅无法展现民族精神、提升国家软实力,反而成为国际笑柄。

4. 审美疲劳, 创新乏力

当下抗日剧创作的乱象,还表现在创造创新精神的匮乏和审美创造力的枯竭,在创作风格、艺术形式、人物形象方面,都陈陈相因,了无新意。这种沉闷和低迷,客观上与大众文化的保守本性有关,但抗日剧主创人员主观上的不思进取、因循守旧,也是重要原因。

结 论

抗日剧以情节化、戏剧化方式再现抗日历史,其价值在于涵养民族精神,提振民族自信心,体味民族文化的精髓,使大众“认识本民族以往历史之真价值”,从而培养“具有文化意味的爱国精神”。对当今中国而言,历史教育与文化熏陶是人文与通识教育的核心内容。因此,在今后相当长的时期内,抗日历史都将是我国电视剧创作的重要题材来源,其中蕴藏着取之不尽的精神资本(moral capital),这正是我们应该尽力开掘的宝贵资源。在市场经济条件下,抗日剧自然要关注经济效益,遵循市场规律,但作为对中华民族抗日历史的艺术建构和审美表达,还必须强调艺术属性,尊重艺术规律,同时还必须有自己的价值坚守,才能确保自身的健康发展。

史学大师钱穆重视历史教育的功效,认为历史教育“应该首先使其国民认识本国以往历史之真价值,而启发其具有文化意味的爱国精神,同时培养其深厚的奋发复兴之想像与抱负”^①。他主张,“一个国民对其国史,应先付以相当之亲情,如此可获得恳切之瞭解;此为负有历史教育之责者所首当肯认之事理。”^②钱穆所说的负有历史教育之责者当然也包括历史剧作家。杜维运则认为,历史对人类的功用就在于“促使人

① 钱穆:《国史大纲》,九州出版社2011年版,第165页。

② 钱穆:《国史大纲》,第165页。

类以后的历史，由野蛮日进于文明”^①。

历史是过去的政治，政治是现在的历史。历史书写当然与现实有关联，但这种关联并非是指对现实的图解或暗示，而是一种更为宽泛的现实关怀。“历史知识是人类社会的一种心理需求，也是建构包括民族国家在内的人类政治共同体的精神要素，每一代人都渴望了解自己的过去，都希望对过去做出解释，并通过这种了解与解释来表达对未来的期盼，展现对未来的想象。正是这种个人的和集体和心理需要（或者说‘现实关怀’）为史学研究、史学创作和历史教学提供了源源不断的动力。”^②说到底，历史著述、历史剧创作，目标都是争夺塑造历史观和民族核心价值观的话语权，建构和培养更坚实、更牢固的国家认同。

（作者单位 中国传媒大学艺术学部戏剧影视艺术学院）

① 杜维运：《史学方法论》，北京大学出版社2006年版，第266页。

② 王希：《〈给我自由〉与“新美国史学”》，《读书》2011年第5期。

■ 杨乘虎

十年：中国电视综艺节目 创新潮流的检视与思考

提 要 2004年—2014年，是中国电视半个世纪以来综艺节目最为繁荣的阶段。十年间，在观念层面，电视综艺节目完成了对于中国电视娱乐观念的重塑与再造；在格局层面，电视综艺节目深刻改变了中国电视的行业布局与产业格局，重构了中国电视版图；在模式层面，电视综艺节目既从模式引进中焕发活力，也面临着原创不足的现实困境。在十年的检视与思考中，成就与问题在多个层面碰撞，为中国电视综艺节目新十年开启心智。

关键词 综艺节目 娱乐观念 节目模式 电视版图

2004年，一档季播综艺节目《超级女声》首先在湖南地面频道成功播出，第二年，《超级女声》在湖南卫视面向全国推出，营造出了新世纪中国电视综艺节目创新发展的新景观、新潮流。

2014年，全国综艺节目前十名的冠名费总额为16亿元；《中国好声音》三季广告招标总收益超过13亿元，《爸爸去哪儿》两季和《我是歌手》两季广告招标总收益为18.7亿元。电视综艺节目成为中国电视最具影响力、最赢利的“现象级”内容。

作为中国电视内容生产与传播的重要构成，电视综艺节目成为改变中国电视节目的一个巨大浪潮，影响深远。其中，既有令人欣喜的规模与效益，也暴露出令人担忧的危机与问题，还存有一些令人困扰的话题，值得深思与研究。

十年磨一剑，中国电视综艺节目的创新走过了一个什么样的历程？梳理回顾中国电视综艺节目的创新潮流，既关乎当下，也关涉未来。本文将以“观念”“格局”“模式”三个关键词为视角，检视与思考十年来中国电视综艺节目的得失成败。

一、观念：电视娱乐理念的重塑与再造

2003年8月，一部名叫《十年：从改变中国电视的语态开始》的著作在京面世。这部既不是理论也非实操技法的著作，迅速引起了中国电视学界和业界的热切关注。究其缘由，正如书中开篇所言，“5月1日开播的《东方时空》则被广泛认为是这一轮电

视改革的发端”^①，作为《东方时空》《焦点访谈》《实话实说》《新闻调查》等名牌栏目的创办人之一，作者以“治史”的立意，打捞了央视新闻改革十年间大量鲜为人知的史料，展现了在观念与实践探索之间的创新道路与历程。

如果说1993-2003年以新闻为主导的改革，是中国电视在真实的语态构建上破冰而行的话，那么，2004-2014年以综艺节目创新为主体的十年，则是中国电视为电视娱乐正名，重塑电视娱乐观念的重要阶段。



湖南卫视《超级女声》

2005年，《超级女声》横空出世，声势浩大的海选具有极强的参与性和互动性。海选、晋级、PK、复活等一系列流行性极高的新鲜词汇，赛场内外纷飞的口水、泪水造就的“电视秀”，创造了前所未有的收视效果与媒介景观。一石激起千层浪，《超级女声》不仅打破了中国电视综艺节目长期以来以晚会为主要形态、以表演欣赏为主要方式的综艺样态，而且引发了激烈的争鸣与批驳，甚至

被认为是在误解时代、误导受众！

实际上，在转型期的中国社会，一方面，社会物质财富的积累必然刺激以精神娱乐为主的文化消费。高雅艺术固然为人推崇，但是通俗文艺更受文化素养还在日益提高的普罗大众的喜欢。另一方面，社会发展进程暴露出了许多问题，催生了诸多的精神困惑与危机，需要快乐加以疏解。究竟是殿堂般的理性克制、精英娱情，还是广场式的大众狂欢、感性释放？遥控器在受众手里！表面看，选秀类节目点燃了来自社会底层的欢愉需求，实际上是重塑了电视娱乐的观念，将娱乐功能从宣教下释放出来，去寻找栖息之地，并发挥不可替代的作用。

面对质疑，湖南卫视选择坚持自我，将一个栏目的气质扩散为整个机构追求的气场，打造快乐中国。电视娱乐也选择了走自己的路，中国电视媒介属性与功能得到拓展与丰富，“电视秀”娱乐观念受到越来越多的认同与追随，如此才滥觞为浩浩荡荡的中国综艺节目的十年繁荣。

作为一种创新理念，娱乐开始渗透在各种电视综艺节目观念中；作为一种创新要素，娱乐被普遍地应用于各种综艺节目类型里。在内容与形式的结合上、题材与主题的选择中，娱乐元素的注入与添加成为提升综艺节目创新成功率的主要支点。作为一种创新效果，娱乐使得综艺节目创新越来越聚焦于电视娱乐内容的可视性与观赏性，越来越注重电视娱乐方式的参与性、广泛性、互动性，越来越倾向于电视娱乐效果的即刻呈现与立竿见影。作为一种产业经济，娱乐被视为打造电视产业的核心资源，并以此构建起电视娱乐产业的链条，在愉悦受众、满足快乐需求，提升电视综艺节目创新吸引力方面发挥了主要作用。可以说，娱乐观念是2004年以来电视综艺节目为中国电视创造的思想财富。

① 孙玉胜：《十年：从改变中国电视的语态开始》，三联书店2003年版，前言，第1页。

但不可否认，只有娱乐、只有感性娱乐的电视娱乐是单薄的。或许是在“文以载道”的要求下压抑太久，所以，娱乐释放出来的作用力就异乎寻常得大。注重宣泄、张扬个性、强调感性娱乐的阈值，如此往之，娱乐的功能难免被过度释放。电视综艺节目很快就出现了价值迷失，综艺节目千家一面，都在欢闹地游戏、恶搞地取乐。娱乐虽以通俗之名，却在节目格调与品质上走低端路线，是将肉麻当有趣，以低俗、奇异取胜，最终走向了恶俗、庸俗、烂俗的不堪。这必然引发人们再一次对于电视综艺选秀节目过多过滥、过于低俗的忧虑，以至对于传媒生态的担心。以至于行业主管部门不得不开始通过行政力量来抵制低俗，发布“限娱令”。

起步辉煌，发展曲折，转型升级。近几年，电视娱乐观念体现了令人赞许的深化与丰富。娱乐，越来越多地与情感、梦想、公益、励志、文化传承相连接，更多地成为承载正能量，传播美好的载体。我们看到了《梦想星搭档》（央视）中的公益价值诉求，《中国达人秀》（东方卫视）中传播的草根梦想，《中国好声音》（浙江卫视）致力于挖掘、培育中国本土优秀音乐人才的正能量。我们还看到了《汉字英雄》（河南卫视）、《成语英雄》（河南卫视）、《中华好诗词》（河北卫视）、《中国汉字听写大会》（央视）等节目对于优秀传统文化传承的文化担当。从最初的单一的、感性的宣泄，到如今开始注重感性与理性相结合，中国电视娱乐理念在历经十年的自我成长中，正在凝聚体现时代风尚、传媒特色的中国电视娱乐精神！

二、格局：中国电视版图的裂变与重构

2004—2014年，是中国传媒业快速发展、急剧变化的阶段。

中国电视产业经历了多方面的转型：从劳力密集型向智力密集型转型，从粗放式管理向精细化管理转型，从外延式发展向内涵式发展转型，从单一型媒体发展向整合多媒体转型，从社会效益与经济效益的错位状态向协调和谐状态转型。伴随着转型的进程，是竞争的加剧。频道专业化之后，卫星频道与地面频道“顶天立地”的格局已经稳定形成，频道资源被迅速拆分、细化，中国电视产业迅速进入以增量创新为主导的新一轮急速发展时期。电视综艺节目作为最有增长点的增量创新，各家电视机构根据战略发展目标、社会整体需求，进行市场价值判断，不断推出新品种、新栏目，打造具有影响力的新活动，从而创造新价值，获得新的效益增长空间。正是在不可逆转的行业变革中，中国电视维持了近半个世纪的版图格局被打破重组。

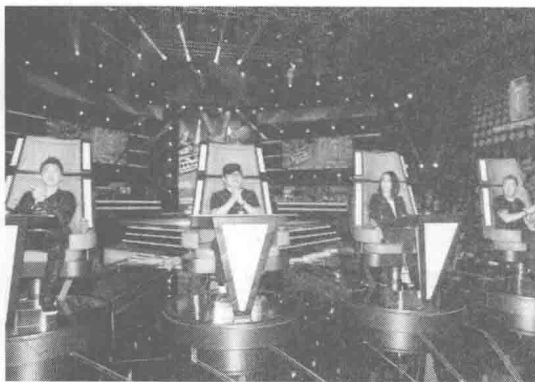
作为国家级大台，中央电视台在中国传媒业、电视行业无疑拥有着无可比拟的优势与举足轻重的垄断地位。自中国电视开创以来，每一个阶段央视都担当着引领行业发展的重要角色，央视节目不言而喻就是中国电视的国家标准与标杆，导向正确、格调健康、品位端正，显示出国家级大台的主流风范、传媒品质、文化品格与艺术品位。从1993年开始，《东方时空》《焦点访谈》《实话实说》《新闻调查》《今日说法》《幸运52》等一系列新创节目接连推出，以锐意进取的改革创新意识，显示了国家级大台引领发展的实力和风范，直接影响了中国电视节目体系的构成。可以说，时至今日，中央电视台依然受益于“93变革”所创造的历史成果。但是，从2003年开

始，央视对外开拓国际传播，对内推进频道专业化建设，持续调整内部生产与播出机制，虽然也推出了《星光大道》《艺术人生》《非常6+1》《谢天谢地，你来了》《梦想星搭档》等新创综艺节目，但是在影响全国的创新示范效应方面，已经不能与十年前同日而语。其实，中央电视台“独领风骚”的时代正是电视事业属性凸现的历史阶段，舆论引导的宣传要求与行政层级的配套支持，构成了中国电视版图金字塔构造的基本格局——以中央电视台为高端，向下按照行政层级，依次为省级、市级电视台。

2004年以后，随着电视产业属性的释放与壮大，地方电视台，尤其是实力与日俱增的省级卫星频道通过引进全球热播的综艺节目，增强传播力、竞争力、影响力，获得可观的经济收益，直接推动了以收视市场与经济效益为主导的全国电视新格局的形成。在各个电视频道的内容构成还是新闻、文艺、社教各类节目平分秋色的时候，湖南卫视以主打娱乐节目的差异定位起步，以《超级女声》开嗓，率先探索个性化的娱乐节目发展道路。随后，2006年江苏卫视以《绝对唱响》开始发力，东方卫视以《舞林大会》起步，接连推出《加油！好男儿》《中国达人秀》等节目。浙江卫视虽然起跑略晚，2007年开播《我爱记歌词》，但以《中国梦想秀》《中国好声音》等新创综艺栏目强势跟进。数年间，中国电视的格局从单极化向多极化发展，维持多年的金字塔电视格局被打破，最终形成了以湖南卫视、江苏卫视、浙江卫视为核心，以安徽卫



浙江卫视《我爱记歌词》



《中国好声音》音乐真人秀现场

视、东方卫视、山东卫视、江西卫视为延伸带的“长三角板块”——一个全新的中国电视版图。

在“长三角板块”中，最具传播力、竞争力、影响力的卫星频道当属湖南卫视、江苏卫视、浙江卫视。其间，三个频道先后领跑，相互比拼，不断创新，探索了各具特色的发展理念、方法与路径，传递出融会时代感、时尚性的价值内涵，塑造了别具一格的品牌形象与媒体气质，赢得了社会、市场的热切关注与认同，实现了率先发展、特色发展，打造了体现新世纪以来中国电视发展水平、具有广泛影响力的电视综艺品牌。

1. 电视湘军的快乐传播

在全国电视看央视的年代，电视湘军率先探索具有个性与特色的发展道路，致力于塑造中国电视的“快乐”品牌。从一档栏目到一批节目，湖南卫视始终在追求创新，不断推出具有首发效应的品牌综艺节目和大型活动，《超级女声》（后改为《快

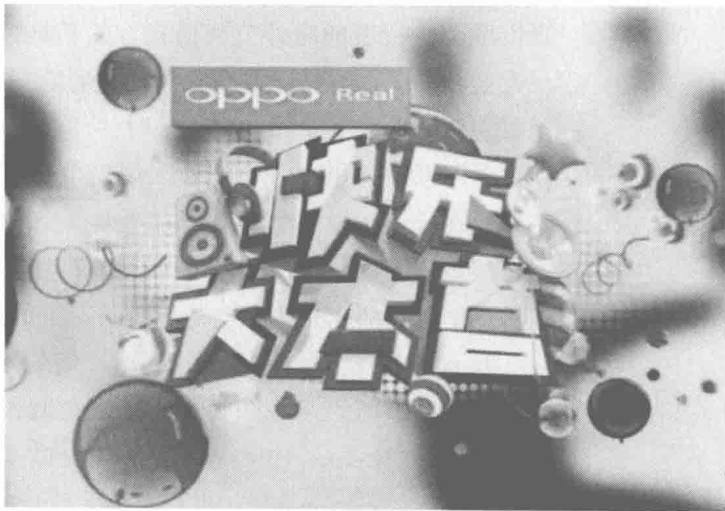
乐女声》)开启了中国选秀节目浪潮,《天天向上》探索综艺脱口秀的新样态,还有户外竞技闯关节目《智勇大冲关》《心跳阿根廷》,引领中国亲子类节目潮流的《爸爸去哪儿》等栏目。电视湘军还培育推出了何炅、汪涵、李湘、谢娜等一批深受年轻观众喜爱的综艺节目主持人,丰富了中国电视节目主持人的类型结构和形象风格,探索了中国娱乐节目主持人的风格特点。秉承着“快乐很简单”的频道主张,以青春时尚、轻松活泼的内容风格,湖南卫视牢牢吸引了广大“80后”“90后”、甚至“00后”的青少年观众,打造了中国电视娱乐的第一媒介品牌。

2. 电视苏军的幸福传播

江苏卫视是以“情感特色”的频道定位成功起飞的。转型期中国社会出现了许多情感问题,上至国家情感、民族情感的凝聚与抒发,下至社会个体与家庭的情感困惑与纠葛,需要主流媒体的回应与释放。江苏卫视敏锐地意识到这一需求背后所包含着的社会心理需求与期待,提出了“情感天下”的品牌主张。2009年,其又将“幸福”确立为品牌核心理念,“情感世界,幸福中国”。从情感到幸福,电视苏军不断校正价值取向,以关注幸福、传递幸福、体会幸福,引领幸福的内容选择与时代表达,引领主流媒体的价值创新。江苏卫视在综艺节目引进与本土研发的两个方面,不断引入新的创意元素,进行类型嫁接,整合创新,有效推出了一个个创意新颖、贴近需求的品牌节目,像《绝对唱响》《非常了得》《一站到底》等节目,成为综艺类节目的重要推动者与主要代表。优质节目是品牌的软实力,也是经济盈利的GDP,通过优质综艺节目群的规模效应,电视苏军迅速升位到全国省级卫视前三甲的前沿位置。

3. 电视浙军的梦想传播

在长三角区域,随着湖南卫视以《快乐大本营》《超级女声》快速崛起,江苏卫视随后全力推进综艺节目创新,综艺围城呈现的攻防之势,无疑对近在咫尺的浙江卫视构成了严峻的竞争挑战。自2007年开始,浙江卫视重新调整频道定位,先是推出了《我爱记歌词》,参与到三家卫视的综艺节目收视争夺中。在大获成功后,继而于2008年提出了“中国蓝”的全新频道理念,以一种富有文化内涵的理念创新,通过色彩符号的识别体系,表达了浙江卫视全新的视野格局与目标指向。借助“中国蓝”有效的概念销售,浙江电视台成功完成了从精英文化气质向时尚娱乐文化的转型,塑造了更具时代风情、时尚动感的全新媒体形象。《我爱记歌词》创造了浙江卫视



湖南卫视《快乐大本营》

娱乐节目的风尚,之后,相继推出了《爱唱才会赢》《我是大评委》等一系列新创节目,形成了晚间黄金时段以歌艺秀为主导特色的综艺播出带,推出了全国知名的综艺主持人朱丹、华少。短短数年,浙江卫视从省级卫视的第二阵营迅速跻身前三甲,成为

中国电视综艺频道“三驾马车”之一。2012年频道定位更新为“第一梦想频道”，推出了《中国好声音》，大获成功，正能量集束式爆发，浙江卫视完成了“梦想”品牌形象的塑造，形成了独具个性的传播风格与样态。

“长三角”板块中的综艺节目创新潮起潮落，竞争激烈，新创节目不断涌现，形成了风格各异、特色独具的中国电视节目创新高地。如今，不论是收视率、市场份额、广告收入，还是社会影响，“长三角”板块的综合效



浙江卫视《中国好声音》

益不仅可以与央视分庭抗礼，而且已经取而代之成为中国电视行业发展的风向标。通过综艺节目，“长三角”板块强势崛起，重构了中国电视版图，深刻影响着中国电视内容生产的未来走向。

三、模式：引进与原创的现实与困境

曾有人提出，2010年是中国电视节目模式的启示年——模式元年，因为似乎从那时起，中国电视开始正面公开讨论“节目模式”引进的版权、路径、方法等。其实，早在20世纪90年代到世纪之交，央视的综艺节目《开心辞典》《幸运52》就是取自国外模式；不过在2005年之后，中国电视几乎以抢购般的引进方式，狂热需求、大批克隆以欧美为代表的海外节目模式，尤其是综艺节目模式，“模式的复制，包括授权与没有授权的，一直持续到现在”^①。所以，当注重版权的“模式引进”开始成为中国电视收视竞争最为重要的“砝码”时，“模式制胜”的现象级时代自然应景而来。

对于欧美的电视创意产业来说，节目模式（TV format）是“一种令人知晓如何使得节目在异地、异时生产播出时增强接受度的信息包”^②。对于中国电视而言，节目模式更接近于节目类型，是一种新型节目制作与生产的模板。无论如何，节目模式在全球的热销、热播，是国际电视界贸易交流最为典型，也最为常见的现象。

欧洲的电视节目模式公司主要分布在英国、荷兰、比利时、意大利、德国等国。英国最多，有八百多家节目模式研发与制作机构，从业人数达到20万，其中最知名的有Fremantle Media、BBC Worldwide、ITV等。此外，荷兰的Talpa、Endemol，德国的SevenOne International等，也都是极具影响力与竞争力的创意机构。像荷兰的Endemol公司拥有3000个电视模式，原创节目内容高达1万小时，成功推出了风靡全球的真人秀节目《老大哥》（Big Brother）；英国的Fremantle Media公司，每年向全球输出的节

① 参见Albert Moran, Justin Malbon, Understanding the Global TV Format, P22, Intellect Books, UK.

② 参见Albert Moran, Justin Malbon, Understanding the Global TV Format, P6, Intellect Books, UK.

目时长达到2万小时，覆盖150个国家地区，其中四十多个节目位居收视率榜首，《英国达人》（Britain's Got Talent）便是成功的典范。这些成功的案例与销售数字背后，是强大的原创能力的支撑，这也是欧洲节目模式在全球电视市场上始终处于供销两旺的原因所在。即便是美国，曾推出了《60分钟》《诱惑岛》《幸存者》《美国偶像》（America Idol）等输出到其他国家的名牌节目，也注重引入欧洲节目模式，比如NBC引入英国的Fremantle Media公司的《英国达人》（Britain's Got Talent），推出了《美国达人秀》（America's Got Talent）；引入了荷兰Talpa公司的《The Voice》，推出了《美国之声》（The Voice of America）。



国际节目模式保护协会（FRAPA）^①2012年6月发布的调查结果显示，“2011年英国广播机构节目模式创造的效益达到4.75亿美元，法国是3.82亿美元，德国是3.82亿美元，意大利是2.6亿美元。这四个地区的效益总额占到了欧洲当年度的四分之三。”^②

表：中国电视频道引进节目一览表

节目模式版权公司	节目名称	国内引进频道与节目名称
英国Fremantle Media Ltd	Britain's Got Talent	东方卫视《中国达人秀》
	Take Me Out	湖南卫视《我们约会吧》
	The X Factor	辽宁卫视《激情唱响》
英国BBC Worldwide Ltd	Just the Two of Us	湖南卫视《名声大震》
	Strictly Come Dancing	湖南卫视《舞动奇迹》
	Top Gear	湖南卫视《最高档》
	Tonight's The Tonight	浙江卫视《中国梦想秀》
英国BBC One	Last Choir Standing	东南卫视《欢乐合唱团》
英国ITV	Surprise, Surprise	山东卫视《惊喜！惊喜！》
	The Cube	东方卫视《梦立方》
英国Shine	Clash of the Choirs	中央电视台《梦想合唱团》
荷兰Talpa	Dating in the Dark	广东卫视《完美暗恋》
	The Voice	浙江卫视《中国好声音》
	Sing it	东方卫视《我心唱响》
比利时Generation Show	Generation Show	深圳卫视《年代秀》
德国SevenOne International	My Man Can	江苏卫视《老公看你的》

作为重要电视创意产品，成功的节目模式不仅给模式研发公司创造了可观的收益，而且也给模式购买方、输入方带来了显著的效益。就中国电视综艺节目而言，2004年，大型选秀节目《超级女声》的短信、赞助与广告收入为湖南卫视创造了1.3亿元的收入。2011年，东方卫视《中国达人秀》单季冠名+联合赞助费达到八千多万元，

^① FRAPA是国际节目模式保护协会的缩写，全名是 the Format Recognition and Protection Association，成立于2000年，是随着真人秀节目的兴起而组建的行业组织，致力于连接创意者、销售者与制作人，推动全球节目模式产业的发展。引自 <http://www.frapa.org/>。

^② 参见<http://www.frapa.org/2012/06/07/new-report-offers-snapshot-of-buoyant-european-market/>。

年度盛典广告收益超过3000万元，平均15秒广告33万元，打破了当时的省级卫视纪录。2012年，《中国好声音》又刷新了《中国达人秀》创造的广告纪录，收视全国第一，15秒广告达到50万元，盛典收益过亿元。这些不断刷新纪录的综艺现象级节目模式，用一个个数字有力证明了节目模式所创造的极为可观的经济效益，也显示了中国作为全球第一模式引进大国的现实。

这一现实，深刻反映出中国电视本土原创能力的贫弱。竞争态势日益升级，发展速度未敢稍作停歇，导致“境外节目母版输出——国内主流电视台引进复制——国内其他电视台跟进克隆”成为中国电视综艺节目创新的基本路线图。从央视到省级卫视、省级地面频道、市级频道，从游戏节目到选秀类节目，再到竞技比赛、魔术节目……各家比拼的是复制的速度，谁复制得快，谁就能占得先机。这一路径几乎成了中国电视节目“创新定律”，成为各家电视台无可奈何却又无法摆脱的创新怪圈。

2005—2006年，《超级女声》《莱卡·我型我秀》《快乐男声》《加油，好男儿》《绝对唱响》，多档歌艺秀同时比拼，令观众眼花缭乱，应接不暇。

2008年，《我爱记歌词》《挑战麦克风》《谁敢来唱歌》《今夜唱不停》《先声夺人》《大家来唱歌》等多个卡拉OK唱歌节目密集亮相。

2009年，魔术节目在多家电视台先后开播，如《金牌魔术师》《星光魔范生》《全民大魔竞》《魔星高照》《更胜更有戏刘谦部》《我的魔术猜想》，然而仅仅半年，这些魔术节目便纷纷退场。

2012年，竞技益智类节目再次回潮，《非常了得》《一站到底》《心跳阿根廷》《士兵突击》《纵横四海》等栏目，再次以集群规模冲击收视市场。

2013—2014年，季播真人秀歌唱类节目扎堆亮相，如《中国好声音》（浙江卫视）、《我不是明星》（浙江卫视）、《中国最强音》（湖南卫视）、《我是歌手》



浙江卫视《爸爸去哪儿》

(湖南卫视)、《中国好歌曲》(央视)、《梦想星搭档》(央视)、《全能星战》(江苏卫视)、《中国梦之声》(东方卫视)、《中国星力量》(山东卫视)、《我为歌狂》(安徽卫视)、《最美重聚》(北京卫视)、《一起唱吧》(北京卫视)、《最美和声》(北京卫视)、《炫动中国风》(河北卫视)。

此外,亲子节目、喜剧节目形成模式热点,其中有《爸爸去哪儿》(湖南卫视)、《人生第一次》(浙江卫视)、《星星知我心》(浙江卫视)、《好爸爸坏爸爸》(陕西卫视)、《爸爸回来了》(浙江卫视)、《老爸老妈看我的》(青海卫视)。喜剧节目,如《笑傲江湖》(东方卫视)、《家庭幽默录像》(江西卫视)、《CCTV家庭幽默大赛》、《全民奥斯卡》(浙江卫视)、《中国喜剧星》(浙江卫视)等。



江苏卫视《一站到底》

而跨界竞技节目如《舞出我人生》(央视)、《舞林争霸》(东方卫视)、《星跳水立方》(江苏卫视)、《天下无双》(天津卫视)、《我是中国星》(湖北卫视)也层出不穷。还有生活美食类节目,《超级减肥王》(央视)、《我爱中国味》(北京卫视)、《顶级厨师》(东方卫视),以及脱口秀节目《郭的秀》(江苏卫视)、《英俊秀》(天津卫视)、《晓松说》(东方卫视)、《今晚80后脱口秀》(东方卫视)、《超级演说家》(安徽卫视)也都集群出现。

从积极意义看,中国电视综艺节目对于模式的热切需求与广泛引入,表明“工作坊式的创新模式已无法满足现代电视传媒对节目研发设计的标准化管理”^①。应该承认,从国际流行的节目版式中汲取最新的传播理念与节目形态,是必要的;正是在面向全球的学习借鉴中,中国电视节目创新获得了理念的启发与模式的参照,快速缩短了与世界电视发展水平的差距。但是,如果中国电视只满足于扮演全球电视创意中国销售的“商贩”角色,那么,中国电视只能永远停留在“中国制造”的水准,无法实现“中国创造”国际传媒品牌的打造。模式困境背后是原创力危机,如果在经济领域失去原创力和竞争力,就会在文化领域丧失优秀民族文化的创造力、传播力和影响力。

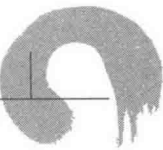
结 语

2004—2014年间,电视综艺节目发生着不同寻常的变化,内容、形式、功能、效

^① 朱虹、胡正荣:《中国电视名牌栏目》,红旗出版社2010年11月版,第3页。

果都出现了历史性的变迁，不仅改变了中国电视的方向与内容，也改变了中国电视观众、中国人和中国社会。2004—2014年间，电视综艺留下了关于这个时代欢笑与深情投入的影像记忆，也留下了行业自身在观念探索、实践创新方面的功过得失。时时回望与检视，期待在新的阶段，让欢乐的生产与传播更多的融注中华文化的风韵与现代文明的风尚，使中国电视综艺节目更具原创力！

（作者单位 中国传媒大学传媒艺术与文化研究中心）



李 春

乐视影业

——作为互联网时代的电影公司

提 要 互联网与电影业的联姻会给中国电影带来什么改变？互联网时代的电影公司是什么样的？要回答这些问题，乐视影业是一个颇具代表性的样本。它自诞生之日起就自我定位为“互联网时代的电影公司”，志在引领中国电影产业的升级。2014年，乐视的市场份额直指五大民营电影公司之首，自成立三年来已出品发行24部影片，票房总收入达36.75亿元；在融资市场上，其市场估值达48亿元，PE值超30倍。本文从乐视影业的互联网基因、运营模式，以及以乐视为代表的互联网行业对电影产业的思想变革三方面展开，对其进行个案分析，探索其对中国电影产业发展的意义。

关键词 乐视影业 互联网时代的电影公司 思想与颠覆

2014年，百度（BaiDu）、阿里巴巴（Alibaba）和腾讯（Tencent）（三家公司简称“BAT”）高调进军电影业。面对以“BAT”为代表的一流互联网企业的进入，电影产业热浪袭来，电影投资热愈演愈烈——“从数千万到几百个亿的资本，除了盯着电影项目，还开始把目光扫向一切有关的周边公司，例如后期、宣传策划、微信影视平台等等，只要跟电影沾上边，庞大的各种资金都来敲门”^①；与此同时，各种忧虑之声也纷至沓来——先有博纳影业董事长于冬在2014年上海国际电影节上一语“未来，电影公司就是为BAT打工！”引来的业界对互联网颠覆电影产业结构的讨论，继之有对“BAT争相加码文娱产业之后，娱乐有了，文化在哪？”^②的文化忧思。

2013年，乐视影业票房跻身民营电影公司第三名，仅次于华谊、光线。从成立至2014年第三季度，乐视影业已出品发行《消失的子弹》《归来》《敢死队》（2、3）、《小时代》系列等24部影片，票房总收入达36.75亿元。在融资市场上，2013年，乐视影业已完成A轮融资2亿元，其市场估值为15.5亿元。2014年完成B轮融资3.4亿元，估值达48亿元，相比A轮融资增长了3.2倍，PE值（利润收益率）超30倍。乐视影业狂飙突进的发展速度与态势、独特的运营理念和商业模式，对于我们思考新媒体语境下中国电影公司的成长，乃至中国电影产业的发展，具有重要启示。

① 刘定坚：《BAT与万达的四大集团电影疯狂收购巨浪》，《第一制片人》官微，第416期。

② 王立阳：《BAT争相加码文娱产业：娱乐有了，文化在哪？》<http://tech.163.com/14/1030/07/A9PNRHF000915BF.html>

一、乐视影业的“互联网基因”

乐视影业是一家有着“互联网基因”的电影公司，其母体乐视控股集团始创于2004年。创始人贾跃亭有“贾布斯”和“颠覆者”两个雅号：“贾布斯”取自对苹果创始人“乔布斯”名字的戏仿，意在褒扬乐视企业不断创新的商业模式，同时也因为贾跃亭的个人经历以及他奉乔布斯为偶像的行事风格；“颠覆者”源于2004年以来乐视以传统行业颠覆者姿态先后进入电视、电影、电商、农业等不同领域，以互联网思维不断对传统经营模式及行业格局提出挑战。

乐视网2004年11月成立，2010年8月12日在中国创业板上市，是唯一一家在境内上市的视频网站，也是全球第一家IPO上市的视频网站。2011年7月，乐视网入选《中国证券报》举办的“2010中国创业板上市公司二十强”。目前，乐视网的市值已经由上市之初的30亿元增长为四百多亿元，是创业板市值最高的公司。不过，乐视网在上市之初，曾遭遇不少的质疑，并一度造成股价小幅下挫。^①根据专门发布网站世界排名的网站Alexa排名显示，当时在全球中文网站中，优酷网排名第10位、土豆网第12位、酷6网第18位，而乐视网却排在100名开外。乐视“靠什么盈利，哪来的实力上市？”舆论对其流量、影响力以及赢利模式提出质疑。^②

面对流量质询，乐视方面以美国YouTube和Hulu两家视频网站为例做出回应。根据Nielsen公司2010年4月份的调查，YouTube拥有9700万名用户，Hulu仅拥有1300万用户。在Alexa排名中，YouTube名列第3，而Hulu排在第210位。但在用户每次访问时间上，Hulu却远远超过YouTube，用户平均在该网站停留253分钟，而在YouTube上停留的时间只有94分钟。YouTube提供的主要是用户原创视频短片，Hulu提供的则是专业内容，主要是以完整电视节目及影视剧为主的长视频。多项数据分析显示，长视频带来的单个用户广告价值更高。因此，Hulu运营第一年即盈利，2009年广告收入达1亿美元，而流量几乎是其10倍的Youtube网站依然巨额亏损。^③乐视网定位于对视频品质有着较高要求的高端人群，这类用户规模有限，但消费能力较强。因此，流量不是问题，用户定位才是决定性关键因素。

对其盈利模式，《第一财经日报》在2010年8月21日曾以《乐视网：收费之路能走多远？》为题报道，探讨付费收看赢利模式的可持续性。业内人士分析认为：受产业环境和消费者的行为习惯影响，收费模式短期内不看好。因为花钱，哪怕是很低的价格看正版、高清节目还没有成为主流；但“正版+付费+广告”的盈利模式具有一定的先进性，且符合网络视频正版化运营的发展趋势。由于国内网络视频的消费者已经习惯了“免费午餐”，国内的收费模式存在内容显著差异性和付费习惯两大重要障碍，可能导致付费用户增长的瓶颈。

乐视网自创立起专注做付费类网站，2008年增加免费视频服务，两类服务最大的

① 乐视网股票发行价为29.2元，开盘价为每股49.44元。首日收盘时，股价报收于42.96元，较发行价上涨47.12%。8月12日，作为国内A股首家网络视频公司，乐视网的股价一度上涨到49.98元。因受外界质疑影响，8月20日公司股价报收42元，当天下跌了0.05%。参见江怡曼：《乐视网：收费之路能走多远？》，《第一财经日报》2010年8月21日。

② 周海滨、郭存举：《乐视网上市的本钱》，《中国经济周刊》2010年9月20日。

③ 王冰睿：《运营模式和业绩与众不同 乐视网在质疑中吃得A股螃蟹》，《IT时代周刊》2010年第17期。

差别是营销模式。付费类服务采取精准营销方式,通过大量的站长来发展付费用户,很少做品牌和知名度的营销。付费用户有独立的服务器和专门的宽带,属于“零广告干扰”。2008年其付费客户已接近10万。^①据乐视网招股说明书显示,其主要收入来源是网络高清视频服务,2010年上市前三年分别占主营业务收入的85.56%、71.78%和54.96%,且主要来自个人付费用户。其中,2009年乐视网月付费用户达30万人次以上,为乐视网带来7355万元收入。根据乐视网2010-2012年报,付费用户逐年增加,从40万人次,增长为70万人次,再到75万人次;付费高清视频服务收入也从2010年超1亿,2011年1.2亿,2012年达到1.5亿,稳步增长,但涨幅并不大,用户转化率比较低。^②

2014年4月《理财周报》刊发《“一枝独秀”的乐视网是怎样炼成的》,文中说:乐视网是一家很神奇的公司。它所处的视频业是充分竞争且全面亏损的行业,但乐视网却一枝独秀,不但每年都赚钱,而且盈利数字还不断增长。它是怎么做到的呢?乐视网年报中隐藏着神奇之处——矛头暗指互联网企业的“潜规则”:“一般它们都会将研发投入在行业景气时费用化,在行业不景气时资本化,以便调节利润”^③。

视频网站有三种运营模式:第一种是基于P2P传输技术和UGC内容生产方式,版权免费共享的模式,其代表有BT、Emule和YouTube;第二种是移植、聚合多家电视台制作的节目然后通过网络发行的模式,比如CCTV官方网站、凤凰新媒体,还有PPlive等;第三种是付费点播模式,内容生产和发行两大环节都集中于一些比较大的传媒机构和网络发行平台,版权合法交易,比如福克斯的Hulu.com。^④乐视网借鉴以上模式,独创“收费+免费”的商业模式。一方面,网站对购买了版权的内容进行互联网上的收费发行,这部分与Hulu运行方式类似;另一方面,同时推出免费客户端,用户可自由上传各种影视视频分享,相当于YouTube的UGC。这样,既发挥付费服务精准营销的优势,同时以互联网免费服务实现聚拢人气。

乐视网从早期创业经历中获得启示,认识到在互联网行业里,制胜的关键是运营商关系和内容资源的获得,即渠道与内容。对渠道的重要作用的感悟,源自早年与中移动、联通等运营商建立的良好合作关系,在乐视独立后它很快成为联通最大的流媒体合作伙伴;在互联网视频业务方面,乐视强调正版路线——突出与大版权商的合作。

笔者在梳理文献过程中发现:2007年7月,乐视网因提供未取得合法授权的电影在线播放而被起诉,北京市第一中级人民法院终审判决“乐视移动传媒科技有限公司赔偿《霍元甲》在中国内地网络传播权人安乐公司人民币11万元”^⑤;2008年以后,“正版”才在乐视相关报道中出现,乐视陆续推出“收购正版电影网络播出版权”“买断热门热播剧”“走出国门采购影视剧”等扩充内容资源版权库的举措。此外,因版权之争,乐视还先后于2010年起诉悠视网,2011年向ST精伦索赔2250万元。

① 刘妙佳:《娱乐视频新门户——乐视网独创视频第四种模式》,《互联网周刊》2008年10月20日。

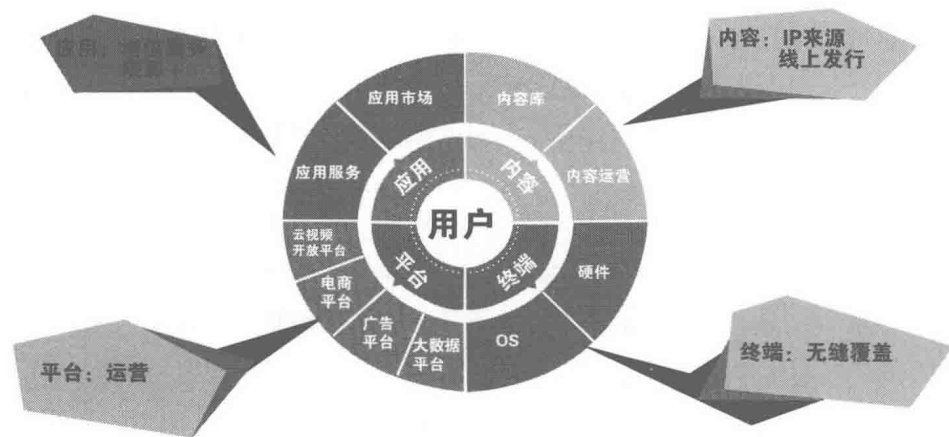
② 因2013年乐视网年报形式发生变化,该两项数据未能找到。2013年乐视营业总收入为236124.47万元,较去年同期增长102.28%;利润总额24640.09万元,较去年同期增长8.07%。

③ 刘尧:《“一枝独秀”的乐视网是怎样炼成的》,《理财周报》,转引自http://finance.ifeng.com/a/20140324/11960414_0.shtml

④ 成远:《网络视频的生态系统》,《IT经理世界》2008年11月5日。

⑤ 曾祥素:《乐视网播〈霍元甲〉被判侵权赔11万》,《中国质量报》2007年7月26日。大任:《法院判乐视公司赔偿11万元》,《中国新闻出版报》2007年7月23日。

至今，乐视控股集团包括乐视网、乐视致新、乐视影业、花儿影业、乐视控股、乐视投资管理等多家公司，从上游内容生产，到内容平台式集纳，到CDN传输，再到终端设备覆盖和外部应用输入，构成一个完整生态链。其中，甚至包括2011年成立的定位于高端进口葡萄酒消费的立体化电子商务平台的“网酒网”，以及于2014年8月成立的乐视互联网生态农业（北京）有限公司。乐视进军生态农业，沿袭其业态垂直整合运作的发展思路，以互联网为中枢和连接用户的渠道，打造集现代化农业生产与加工、生鲜农产品电商平台与冷链物流体系、农业品牌运营、农产品金融投资于一体的农业生态产业链，并与乐视其他垂直产业链建立横向联系与资源整合互动——乐视致力打造“平台+内容+终端+应用”的完整生态系统，见图1。



什么是乐视影业的互联网基因？一是互联网思维，即用户思维，服务消费者，服务于人；二是基于互联网所具有的整合资源优势的生态模式。乐视以互联网内容服务为核心反向整合产业链，超前、跨界创新一直是其重要发展策略，这其中包括技术创新、硬件创新、体验创新、营销模式创新，以及盈利模式创新。过去10年，乐视的发展就是基于用户不断进行跨界创新，这也是乐视生态布局的重要思想。只有跨界才能够打破传统思维禁锢，比如，乐视电视凭借其背后的整个生态系统，就能把单一的硬件销售获利升级为“硬件收入+内容收入+应用分成+终端广告”的四重收入。战略上的

前瞻性,使得乐视可以在质疑声中快步前进;用户参与是核心,是互联网模式成功的根本;而协同高效,才能产生聚变效应。^①

二、用互联网的方式做电影

2011年,乐视网总裁贾跃亭与原光线影业总裁张昭联手创办乐视影业,2012年乐视影业成立后首次媒体见面活动,即以“战略发布会”命名,主题正是“打造互联网时代的电影公司”。也是在这次活动上,乐视影业首次展示日后确立其行业竞争优势的企业发展战略,并且提出“蝴蝶模式”“轻资本”“服务提供商”“O2O”营销等全新的运营模式和发展理念。

1. 蝴蝶模式

张昭将乐视影业的商业模式命名为“蝴蝶模式”,也称为“PGC全视频+O2O推广营销模式”。PGC中的P是Producer、Promoter、Platform,指制造方、推广方、平台方三方合一;G是Generate,C是Content,即生产、推广与平台共同形成内容;O2O(online to offline)则指线上线下推广营销一体化。蝴蝶的头代表内容制造,也就是制造方;左上翅为互联网线上推广,左下翅是线下城市驻地系统推广,这两只翅膀即是推广方;右上翅是互联网线上发行平台,右下翅是地面影院终端发行平台,即平台方。而蝴蝶的身体则是连接线上平台和线下系统的互动结构。这样一种商业模式构架,意味着电影内容制造不再是运营主体,在公司结构中着力打造的是线上线下的推广和发行平台。

通常,电影项目投资大,乐视将其放在比例较小的头部位置,而将推广、发行放在占据更大面积的两翼,让翅膀越来越大,越来越强。“翅膀大,身体小”的结构意味着:“轻资本模式,有飞翔的动力,却无繁重的资本压力。”因而,也更容易被资本看好。由此乐视影业从电影制作公司变身,成为集投资、制作、发行和营销为一体的综合型电影公司。张昭说:“我们对自己的定义是制造、推广、平台一体化服务提供商”,将落脚点放在“一体化服务”上——“乐视影业未来十年的梦想就是将电影的产品、推广、营销、发行、衍生价值开发的各个产业链都实现互联网化,并在各个环节上与地面系统互动,以此将乐视影业打造成互联网时代的电影公司”^②。

下表是乐视影业2012-2014历年出品/发行影片片名及取得的票房。票房统计截至2014年第三季度,之后票房数额为预计数。从表中信息可以清晰看到:乐视影业的崛起,核心实质不在于内容生产品质的提高,而在于对电影推广平台与营销发行的开掘。

^① 蒋玮:《永不止步的颠覆者——乐视董事长贾跃亭》,《外滩画报》2013年9月12日。<http://it.msn.com.cn/network/776202/278126351669b.shtml>

^② 姜虹:《乐视影业张昭和他的“蝴蝶模式”——打造互联网时代电影公司》,《中华工商时报》2012年5月21日。

乐视影业2012—2014年度出品/发行影片票房一览表

年度	乐视出品/发行影片片名及票房(单位:元)
2012	《敢死队》3.5亿、《消失的子弹》1.5亿、《八星报喜》0.88亿、《十二星座》0.2亿、《追凶》0.1亿、《高举爱》0.04亿、《魅妆》0.03亿
2013	《小时代》4.8亿、《小时代2》2.9亿、《我想和你好好的》0.9亿、《百星酒店》0.6亿、《控制》0.4亿、《我爱的是你爱我》0.3亿、《鬼婴古迷》0.2亿、《同谋》0.2亿、《杀戒》0.1亿
2014	《小时代3》5.22亿、《敢死队3》4.51亿、《归来》2.91亿、《熊出没之夺宝奇兵》2.48亿、《老男孩之猛龙过江》2.09亿、《冰封:重生之门》1.43亿、《反贪风暴》0.95亿、《六福喜事》0.81亿、《脱轨时代》0.55亿、《太平轮》预计6亿、《暴走神探》预计2亿、《机器纪元》预计1亿

2012年乐视影业出品/发行影片7部,总票房6.25亿元,除《敢死队2》和《消失的子弹》票房过亿元,《八星八喜》取得8800万元票房外,其余4部影片不仅影片品质乏善可陈,票房也比较低,甚至只有几百万元。从影片项目看,最成功的是《敢死队2》取得3.5亿元票房,占《敢死队2》全球票房份额18.5%,创造非分账进口影片中国票房的历史纪录;《消失的子弹》1.5亿元的票房略低,但位居2012年国产影片海外市场票房第一(八千多万人民币),更重要的是影片获台湾金马奖4项提名、香港电影金像奖12项提名、互联网电影大奖最佳影片奖、华鼎奖最佳男演员奖和最佳编剧奖,这意味着其电影品质得到了认可。

2013年乐视影业出品/发行影片9部,票房10.5亿元。票房总体水平平均高于上一年度;其中,《小时代》和《小时代2》累积票房接近8亿元,成为现象电影,凸显了乐视影业的营销理念。青春爱情片《我想和你好好的》取得9000万元票房,影片品质与票房营销均有可圈点的地方。

截至2014年第三季度,乐视影业已出品/发行影片9部,票房约20亿元,预计年底票房达到30亿元,实现近200%的票房增长。9部影片票房整体有较大攀升,不仅《小时代3》取得超过5亿元票房;《敢死队3》以4.51亿元票房创造《敢死队》系列票房纪录,超过该片北美票房100%;张艺谋的《归来》以近3亿元的票房成绩创造中国文艺片票房纪录。目前票房最低的一部影片《脱轨时代》也取得5500万元票房。

强大的票房数据,印证了张昭的观点:电影被定位为“内容产业”,导致大家对内容的渴望已经到了失去理智的程度。内容虽然重要,但营销对产业影响更大。每部电影,不只是内容好坏与否,而是能否找到观众,现在中国电影产业远没到内容的挣钱的时候,电影产品的价值取决于营销方式。整个市场生存和发展压力很大,大家都在寻求突破,要做的就是找出这些观众,并且通过有效的渠道把适合的电影介绍给他们。

2.一定三导

“一定三导”是乐视影业的营销模式。所谓“一定”,指电影产品在消费者心中的定位。为影片精准定位进行分析的数据来源包括乐视网提供的网上观影用户数据、乐视影业地面系统提供的影院观众调研数据,以及其他合作伙伴提供的行业数据,在

对这些数据进行综合分析后，为影片提供档期竞争环境和目标受众分析。“一定”的目的在于找到电影的核心目标人群，并找出电影的社会话题性。能把电影的社会性转化成社交手段，电影的营销就成功了。“三导”即导航、导流、导购。导航就是社会化营销，通过互动告诉消费者这是什么；导流是把电影院周边的人导流到电影院；导购就是O2O的线下体验。这也是整个互联网行业的销售流程。如乐视影业为《敢死队2》确定的主题是“英雄主义代代相传”，他们为影片的定位是：看这部电影的观众应该是那些年轻时看着《第一滴血》、施瓦辛格长大的人，现在，他们可以带着自己的儿子一起重温英雄主义情怀。通过“一定三导”，最终电影的票房超过了同期上映的《蜘蛛侠》《蝙蝠侠》《普罗米修斯》，达到3.36亿元，这个成绩也让好莱坞同行刮目相看。

“三导”是对“一定”的具体落实。

导航：乐视影业的“社会化媒体推广中心”和“视频推广中心”有二十多人专门负责导航，工作人员非常年轻，他们可以在几天之内将一部电影的评论铺满各大论坛和电影网上渠道。他们通过影片定位、常规物料、话题营销、视频营销、活动营销、社会化营销、区域营销，实现对观众的引导，这与传统的线下广告、制造话题或者饥饿营销等宣传方法有很大不同，对青年观众也极具影响力。

导流：通过乐影客起到“导流”作用。APP“乐影客”的定位是基于影院位置的LBS观影及增值服务预售平台。LBS（Location Based Service）即基于位置的服务，它是通过电信移动运营商的无线电通讯网络（如GSM网、CDMA网）或外部定位方式（如GPS）获取移动终端用户的位置信息，然后在地理信息系统平台的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务。乐视影业设计“导流”的主要方式有：票务营销、积分换购、商家活动、预售、团购。一方面，可以完成对影票预售，提高上座率；另一方面，未来还可能成为电影衍生品销售的移动电商平台。

导购：“地面系统”导购，即以线下地面活动，通过主题影院、会员推送、赠品派发，满足观众观影体验中的各种需求。自2012年，起乐视影业对负责地面推广营销发行的市场系统进行了大规模的建设和培育。目前，这个全国性的地面市场系统，规模达到150人，覆盖60座城市、900家影城，覆盖面占到全国约75%的市场份额。在这个渠道里，可以跑电影拷贝、宣传推广、促销，终极目标是和各地的APP线上线下相



图2：乐视影业的“一定三导”示意图

结合,将电子商务、粉丝经济灌入其中。例如各地“乐影客”通过APP将周边的人吸引到电影院来,乐视影业各地的线下团队则推动纪念品或者衍生品营销。

3.五屏联动

所谓五屏联动,指数字屏幕、手机屏、PAD屏、PC屏和乐视超级电视的家庭点播,即院线发行、乐视网、乐视超级电视对电影产品的多窗口联动运作,将互联网用户信息有效转化为影院观影票房,并通过相关配套服务,带动衍生产品与服务的销售。

以《小时代》为例,电影《小时代》(1、2、3)是目前乐视影业最成功的运营案例,不仅累计取得11亿元票房业绩,而且形成具有影响力的电影现象。在电影上映前2个月,乐视已确定“两集电影《小时代》(1、2)五亿票房”的目标,其目标源于“市场数据”分析——《小时代》同名小说有2400万读者;第一部电影先导预告片《来自未来的爆炸·唤醒版》在电影上映前,网络点击量达4500万次;导演郭敬明作为“80后”偶像作家及明星杨幂、柯震东等众多青年偶像的粉丝累计1亿;未上映前新浪微博搜索量为3370万。

根据对上述数据分析,乐视影业将“青春和友谊”作为《小时代》的宣传话题,并准确定位目标观众——“15到25岁的年轻女性,尤其三四线城市的女中学生们”,随后通过一系列活动和话题带动她们。营销人员还根据《小时代》目标受众经常登录360、腾讯QQ空间、搜狗、人人网等网站信息,在这些网站举办活动,增加网站流量,扩大《小时代》线上传播。在各网站中获得关注后,继而引导粉丝进入乐视的APP“乐影客”购票系统。

6月26日,《小时代》在全国60个城市提前上映600场,乐视影业地面发行人员精心组织设计点映活动:将影院装饰成舞台,组织粉丝以cosplay等方式在影片上映前尽情狂欢;同时,考虑到目标观众大部分是学生,有回家的安全等问题,还将电影场时间从常规的半夜12点提前到晚上8点;到影院观影的观众还能免费获得偶像的签名明信片、小礼物等。乐视的嘉年华抢票活动中,出票10000张,在一小时内抢购一空。

在电影上映前,《小时代》通过预热营销,预约人数达到了23万人。这些数据带给院线信心和期待,20个城市的首日排片达到45%。其中,首映场票房745万元,超过《画皮2》的419万元,刷新内地2D电影的最高首映场纪录;首日出票票房8000万元,超过《碟中谍4》,刷新2D首日票房纪录。最终,这部没有几块路边广告牌、仅有少数电视广告的电影,靠在互联网上制造的话题和庞大粉丝数量的《小时代1》一经公映,即斩获近5亿元票房,成为2013年投资回报率最高的电影。

下左图是乐视对《小时代》2013年6-7月乐视网观众属性的数据分析图,其中分析数据显示:提及“小时代”的用户,女性占78%、男性占22%;提及“郭敬明”的用户,女性占70%,男性占30%;在年龄属性上,70%的“90后”对《小时代》持正面评价意见,其主观众群为“90后”女性。针对女性观众,乐视影业持续推进社交媒体社会化营销,下右图是其主题营销“时代宣言”、O2O营销“闺蜜纪念册”、话题营销“时代姐妹花”、情感营销“小时代青春不散场”的传播效果。

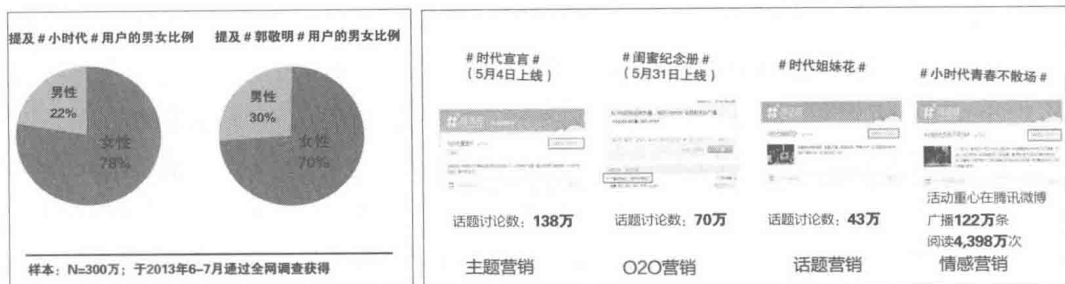


图3: 电影《小时代》2013年6-7月乐视网观众属性数据分析图表

对目标观众的精准定位、强大的商业推广营销规模与投入,使《小时代》的市场成功,在影片公映前已经没有悬念,这是乐视影业“一定三导”“五屏联动”、O2O市场系统的商业运行模式运行的必然结果。

乐视强调“生态系统”的理念,提出通过完整生态系统的建构,提供全新的消费思维与消费服务;通过持续创新,不断改变人们的生活方式。2014年乐视影业《归来》《小时代3》《敢死队3》等影片,都体现了乐视模式对资本投入回报率的预计与控制。

三、“定义”变革:思想与颠覆

2014年的8月5日,乐视影业召开“‘定义’思享会”,既为庆祝由乐视出品和发行并已成为“现象电影”的三集系列电影《小时代》截至当日票房超过13亿元,分享《小时代》的成功经验,同时,也以这样的方式回应此前电影界对“BAT”进军电影业互联网时代电影的热议。“定义”,意味着主动进行自我定位,不被动等待他人的“命名”;“思享会”,意味着没有主持人,只有“思享者”——彰显了乐视影业具有的鲜明时代特色与网络文化特质的企业理念。乐视影业从以下方面对“互联网时代的电影公司”与“互联网时代的电影产业”进行了定义域调整:

1.传统电影产业最大的问题是内容驱动,乐视影业提出将内容和产品区分开,因为产品是有用户的,内容是没有用户的,内容就是生产,生产完了怎么组合,组合成一个让消费者能够需求的产品,这是很关键的;另一方面就是用户的维护服务,让产品与用户对接,是对传统产业的一个比较关键的改造。不一般性地谈内容生产,而是让任何一个产品都有对接的受众,内容生产、平台服务、推广营销,都根据以大数据分析为基础的基本用户确定。

2.未来十年中国电影产业升级的重点是国产电影推广、营销和发行渠道的拓展,同时通过营销大幅提高电影的衍生收入。传统电影公司以导演和明星为核心,从电影创作带动发行的发展战略;刚刚进入电影行业的众多互联网公司,选择跟投电影项目进而进行电影营销的战略;乐视所做的基于IP/数据为基础进行的电影产业互联网改造,旨在通过互联网,将网民转为影众。中国现在有5亿网民,而影院观众只有5000万,经过合理的电影互联网营销,影院观众的数量将会迅速上升。

3.打破、摒弃旧式的资源与资本的合作关系，改变创作者与消费者的关系。电影作为商业的本质是为观众服务的一种方式，消费者为核心，网民是老板，这是重要的运作模式的改变。互联网时代是互动的，这是一个导购的时代，不再是信息的时代，好口碑是制片方的意愿，随着市场的成熟，这种愿望会踩空。做市场不可能控制口碑，你管不了观众说什么，只能事先沟通，营销上叫预期值管理。乐视要求合作的导演必须提前与观众沟通，回答网民的问题，并将预期值管理作为电影运营的核心力量。

4.乐视影业构建的是涵盖观影用户、影院、制片方和品牌商在内的四边平台商业模式。互联网是观影长尾市场的核心平台，影院是以热门市场为主的观影平台，在长尾市场和热门市场之间存在的混合市场，主要靠营销。未来乐视影业的目标是在影片制作、营销发行、导流导购，以及衍生品和本地化生活服务等与观影相关的每个环节都能够获得收入。

2014年10月25日，在中国电影博物馆与北师大联合主办的“中国电影产业发展趋势”论坛上，乐视影业的总裁张昭用“思想与颠覆”概括乐视对互联网行业的看法，并从商业模式、内容、营销、发行、对象以及衍生产品与服务六个方面继续定义互联网对电影业的颠覆与影响。

第一，商业模式，从B2B到B2C。传统上，电影业的商业模式是B2B(Business to Business)，互联网行业是B2C(Business to Custom)。看电影、做发行，电影院排片、电影票价格，都受到很多限制，始终处在B2B商业交易的状态，而互联网给任何行业和个人都提供了一个直接对Custom的机会。直接面对消费者，这是对所有制造业的颠覆。

第二，内容方面，由“制造业”转向“服务业”。在互联网进来前，在网络票务公司营销前，电影业就是制造业，它只关注拍摄。互联网公司给电影业带来的根本性变化是要转向“服务业”，所有公司、商业机构，能共同B2C，促进“制造业”转向“服务业”的产业升级。其中，导演、编剧、制片人、投资者，其实都是在为消费者、为观众服务。这是整个电影产业最大的一个变化，就是为消费者做服务，为消费者提供精神产品。

第三，营销，从传统媒体宣传到O2O场景营销。与传统媒体的“宣传”(propaganda)不同，或者用另外一个词“推广”(promotion)不同。网络的一代，是互动的一代，今天的主力消费观众是网络的“原住民”。他们接受的是互联网的互动方式，你promotion，无论再怎么善意的，他们不接受，而是要互动，要O2O(online to offline)线上、线下一起互动；此外，还要场景化，场景不同，接受信息的方式也不同。O2O场景营销，是未来最核心的营销方式，也是更彻底的推广。

第四，发行，从影院放映到“五屏联动、随时随地”。发行涉及影院放映的问题，在什么时间看，在哪儿看，很重要。互联网对发行行业的影响，每个人可能都有自己的说法。为了满足很多人的梦，最符合场景的观影需求，发行就变成从“影院放映”，或者再加一步“可以卖到电影台”，转向“五屏联动、随时随地”，这是互联网的发行模式。

第五，对象，“观众”“用户”“会员”。从“观众”到“用户”，再往上就是“会员”。什么是“会员”？“会员”就是提供特殊服务的“用户”，如果你的会员

告诉你，我想看一个谁跟谁演的电影，在明天什么时候，你要为他定制。

最后，“衍生”，从“娱乐”到“生活”。中国电影业一直没能形成规模化衍生品生产，好莱坞的衍生品产品模式，也是过去的模式，生产出一个产品，然后让你来买，这个模式在互联网时代会遇到很多问题。在美国、在美洲盛行的电影衍生品的方式为什么在中国就不能推行？在互联网时代，你不敢造一个衍生品，然后花一大笔钱去做营销。一是盗版马上出现，你卖几百、几十块钱，在地摊上十块钱，你怎么做？二是这种营销手段与传统电影一样，也是好莱坞目前在美国本土市场变得困难的一个原因，还没有过渡到互联网时代。中国电影一定会在很短的时间，变成服务业——以“用户”为核心、以“有数据的观众”为整个产业的基础。所以，“衍生”是从“娱乐”到“生活”。

跳脱传统意义上对新媒体语境下电影创作策略、发行模式以及“后电影产品开发”这类具体问题的探讨，张昭从互联网带来的思想变革、电影生态与业态的变化，以及“分享电影文化价值”的高度，切入互联网对电影业的影响。同时，贯穿其观点的“颠覆”话语，也让一些多年身处电影业界的同仁“不以为然”或“无以应对”。无论人们对张昭这番像是“互联网时代电影公司的颠覆宣言”有怎样的看法，不可避免的是：出身于互联网的乐视影业，在中国电影的互联网时代，走在历史的潮头，用它的实践参与书写中国电影新的一页，并且是其中最重要的新生力量之一。

（作者单位 中国传媒大学艺术研究院）

■ 刘子杨

新媒体语境下万达集团 市场开拓研究

提 要 本文从“万达模式”入手，分析了新媒体语境下万达集团在市场开拓方面取得的成就和面临的危机。从地产业到文化产业的转型过程中，万达集团电影院线的发展已经趋于饱和，亟需从院线、文化园区等产业链下游的既有优势向生产制作的上游领域发展。在互联网时代的机遇和挑战之下，从城市广场的大数据统计到手机移动终端的APP开发，从开发电商新模式到O2O的营销探索，万达集团的经营思路都已经从单一的产业区隔整合为互联网式的一体化思维。在此基础上，万达集团开发投资的微电影《青春是个蛋》和动漫《十万个冷笑话》就可以看做是企业转型的有效尝试和市场开拓，而万达集团是否可以依靠这一策略实施而获得网生代群体的认可和支持，结果仍需时间的检验。

关键词 万达模式 电影转型 新媒体 互联网 文化产业 市场开拓

万达集团在当今的中国已经成为一个神话。这是一个用资本构筑的神话，从“每座城市的万达广场就是城市中心”的口号，到注资500亿元兴建东方影都，媒体在惊呼“土豪来了”的同时，全国民众也在熟悉着“万达”作为一个文化品牌深入我们生活方方面面的现实。2012年12月1日，北京万达文化产业集团有限公司正式成立，注册资金50亿元，在一系列扩张计划之后，万达的野心是走向世界，争取到2020年的时候，收入达到800亿元，进入世界文化企业前十名。可以说，万达集团取得今天这样的成绩不是偶然的，而是迎着十年房地产业发展及网络时代的文化产业大跃进的春风，一路高歌猛进的结果。毋庸置疑，房地产作为万达集团的龙头产业，对万达集团发展起到至关重要的作用，在这一产业支撑下，万达集团自1988年诞生以来，经过短短二十多年的发展，就涵盖了商业写字楼、高端酒店业、文化旅游产业及连锁百货等众多领域，并且无一不精，各有互补。在此雄厚的实业支撑下，万达以强烈的自信心全面进驻文化产业，实现集团发展的结构性调整和长远规划，而这一战略转型，也使得万达集团在2012年就成为了中国最大的文化企业，年收入200亿元，雄踞文化产业之首，更成为了民营企业的领军人物。以万达影城为例，截至2013年，万达集团旗下已经有了140家万达影城，1232块银幕（其中IMAX屏幕78块），占全国15%的票房份额，^①一举成为了国内最大的院线放映渠道。由于具备自己的放映影院，万达不用像大地电影院线那样支付高额租金进行放映，解决了这一问题，再配备豪华舒适的放映条件

① 严郁郁：《论中国传媒集团文化产业的战略选择——以北京万达文化产业集团为例》，《现代传播》2014年第4期。

及高科技的放映技术,结果自然是客似云来,商机无限。不过,取得这一成就,在万达集团的整个商业布局中仍然仅仅是九牛一毫,在地产的支持和推动下,万达集团在董事长王健林的领导下,利用互联网思维,开拓创新,与时俱进,开发多种传媒应用机制,以新媒体研发为手段,大刀阔斧地进行市场开拓,对于这一“万达模式”的研究,显然更符合新时代的潮流,更具有前瞻性和借鉴性。

“万达模式”取得的成就与经验

回首看来,万达集团实现以电影为依托的文化转型是既必然,也是偶然的。2004年,在大力兴建万达广场的过程中,电影院的建设成为发展过程中的当务之急。按照王健林的话说:“万达进入电影业纯属被逼上梁山。万达集团在全国首创了订单商业地产的全新模式,并与许多著名世界500强企业签订了联合发展协议,在零售、百货、餐饮等业态上,万达集团都很顺利地找到了可以跟上万达连锁开发节奏的合作伙伴,唯独在电影院方面找不到合适伙伴,可是万达开发的购物中心中又不能没有电影院,在这种情况下,万达只好自己投资建设。”^①也就是说,万达最初开发自己的院线,主要是为了符合现代化综合性大商业中心的需求,拉拢人气,提高品牌质量。但是,从2004年开始,中国院线和影院发展其实已经初具规模,万达集团并不算第一桶金的开发者。不过,万达集团不鸣则已,一鸣惊人,伴随地产业高端化的诉求,万达集团迅速兴建起现代化多厅影院。区别于旧时影院陈旧的设备,在城镇化建设热潮中,它抓住了缺乏服务高端人群影院的诉求,以与国际接轨的水准,引进最先进的放映设备,用一流的设计装修条件打造“五星级影院”,使观众享受到“超一流”的娱乐体验。从此开始,电影院的成功发展带动了万达的发展重心逐步倾斜于文化产业,从万达商业广场的配套产品,转而质变为万达电影院线,更在此基础上,使文化产业盈利超过了商业管理、酒店和百货,到2013年底,万达文化产业以人民币255.2亿元^②的业绩成为仅次于万达地产的第二大盈利领域。



《催眠大师》剧照

净利润率如此之高,与独立开发,自主经营有着密切的关系。最初,万达与华纳兄弟国际影院公司联手合作,这就使得万达需要向华纳支付一定的品牌使用费和管理费。在初创阶段,向国际大公司学习先进的管理运营经验是进步的快速通道。但在短暂的合作之后,2006年6月,双方终止了合作计划,当万达集团已独立拥有五六家影院后,万达集团独自摸索出一条符合自身利益的发展方式。而在此之后推出的“同一品牌、同一排片、统一经营、统一管理”

① 松双:《万达购物中心“热恋”电影院》,《中国商报》2005年5月27日。

② 内容参见“百度文库”:《万达集团2013年度工作报告》,发布时间为2014年2月20日。

为核心体系的品牌意识,则使得万达院线在2009年就攻占了全国票房院线冠军的王座。这一成绩,显然离不开万达商业中心对全国30个大中城市核心商圈的“攻占”。第二年,万达集团更借助地产业的扩张,将旗下影城扩展到71家,从而正式成为亚洲排名第一的院线。而在2012年收购了世界排名第二的AMC影院公司以后,万达集团更正式成为全球规模最大的电影院线运营商,以资本输出的形式,构建了中国文化“走出去”的具体路径。

可以说,万达集团在电影发行和放映领域取得的决定性成就并不是仅仅依托于地产业的发展。在具体管理的过程中,“两个同一,两个统一”式的集权管理方式,使得万达电影院线具有了高效性和可控性。集权式管理在将风险降低到最小的同时,也面临着决策风险,这就要求工作人员具备熟练掌握预测市场形势的能力,重视投资机制创新,保证决策的科学化。在严格的规则执行制度下,涉及的项目必须经项目投资决策委员会评审,在对人才的使用上,也要兼具职业经理人的素质操守。万达集团内部重视“培训师”的养成,常规化人才培养,为不同层级工作人员订制不同课程,通过考试拿到万达院线认证的职业经理人证书等方式,严格人才选拔标准流程,在实际操作和具体演练过程中摸索出理论指导方法,而这也体现在万达电影院线规划中的“八大辩证关系”,即组建一支优秀的经营团队比建设一个优秀的影院更重要;宣传影院比宣传影片更重要;观众人次比票房收入更重要;观众票房比卖品收入更重要;国产影片比进口影片更重要;客户维护比店头销售更重要;宣传小片比宣传大片更重要;开源比节流更重要。在这样一套成熟的营销和运营机制下,万达院线实施以标准化服务为核心的品牌战略,用品牌激活有形的市场,建立起硬件和软件两套标准的品牌价值链,^①形成了“服务质量提升—客户群壮大—服务质量再提升—客户群再壮大”的良性循环。^②

另外,在万达集团的文化产业思维中,电影虽然作为龙头,成为向心动力,但是其多元化经营的思维,也增强了万达文化产业的实力和竞争力。虽然文化产业是其产业发展中的一个部分,但其旗下另有12家公司,涉及十个行业,包括了电影院线、影视制作、影视产业园区、舞台演艺、电影科技娱乐、主题公园、连锁娱乐、报刊传媒、字画收藏和文化旅游区。除了因邀请到众多好莱坞一线巨星而备受瞩目的青岛东方影都之外,万达将文化旅游发展作为战略重心,另外开发了长白山国际度假区、武汉中央文化区、西双版纳国际度假区、哈尔滨万达城、南昌万达城、合肥万达城及在2013年9月签约兴建的无锡滨湖文化旅游城。

互联网语境下“万达模式”面临的机遇与挑战

在新时代的网络化思维背景下,万达虽然发挥“后发优势”,借助实业和多元化经营抢占了文化产业的桥头堡。但是正如博纳影业集团总裁于冬的大胆预测:“传统

① 丁亚平:《当代中国民营电影发展态势研究》,北京师范大学出版社2014年版,第441页。

② 王焱:《万达的生意经:万达院线经营模式初探》,《电影艺术》2008年第3期。

电影公司都将为“BAT”（百度、阿里巴巴和腾讯）打工一样，在电影行业，如果不跟随新媒体发展浪潮，将媒介资源掌握在自己手中，那么在话语权层面，即使是如万达集团这样的资本巨人，仍然会面临着受制于人的命运。从万达文化集团的产业结构可以发现，在整个文化产业链的发展中，它仍然过度侧重于产业链下游，针对目前中国电影产业过于注重上游生产的现状，虽然在一定程度上起到了平衡和弥补的作用，但没有传媒产业支撑，仍然缺乏“质”的变化。电影电视、报纸杂志的制作方面的薄弱，对于万达做大做强，占领世界文化产业的市场份额来说，将是一大制约因素。从2012年开始，万达参与制作了一批比较有影响力的影片：《边境风云》《听风者》《宫锁沉香》《警察故事2013》《归来》《催眠大师》《北京爱情故事》《白发魔女



《白发魔女之明月天国》海报



《警察故事2013》海报

之明月天国》等。这些影片虽然都有所盈利，但具体表现也并无太多亮眼之处，并且其中有很多影片万达集团只是作为参与公司之一，并没有过多主导权。而叫好叫座的影片数量的偏少，和万达文化集团庞大的身量相比显然过于孱弱。对于电影制作的上游领域，万达文化集团作为一个大的文化品牌，显然缺乏属于自己的核心内容支持。而文化旅游度假村如果缺乏代表自身品牌的标识，仅仅依靠购买国外形象版权，则难以做到可持续的、良性的发展。从这方面来说，万达集团尚需向华谊公司学习，模仿“冯小刚电影公社”的形式，开发创作出属于自己的创作者组合和经典文化形象，使旅游成为一种与视觉形象相联系的“文化概念”。另外，过于倚重院线放映，过度开发影院建设，也导致其市场扩张的过程中容易出现资金链断流的现象。从国内目前已经超过2万块银幕的背后，平均上座率只有15%的现状也可以得出影院放映“供大于求”的现实。在2014年，万达文化集团谋求在深交所上市所递交的招股说明书中也部分地印证了可能存在的风险：“截至2013年12月31日，万达院线91家子公司中有21家



《宫锁沉香》剧照



《归来》剧照

子公司都处于亏损状态，其中淄博万达影城亏损最多，净利润达 -239.60万元，其次是白山万达影城，净利润达 -209.66万元。事实上，如果将招股说明书翻页至第79页，会发现那一整页所显示的数据简直‘惨不忍睹’：第79页列表中显示的13家子公司有12家都处于亏损状态”^①。

更为严峻的现实在万达商业地产的港交所上市IPO招股书中被披露出来，相对比2013年万达集团总收入的1866亿元，商业地产方面的总收入占到了1456亿元，而未纳入上市公司的文化集团、院线以及KTV收入总计不足300亿元。但是，面临房地产行业的整体不景气，2014年上半年，万达商业地产的净利润同比下滑了50%。在收入减少的同时，地产开发所带来的应付款项和银行贷款也使得万达的负债率不断攀升，在2014年度超过51%。而最影响万达商业购物中心长远发展的另一大利害正是近年来蓬勃发展的电子商务。网络购物每年以惊人的速度递增，交易额已经增长到庞大的1.85亿元，对于传统零售业来说，无疑也是巨大的冲击。具体到电影院线发展，院线上市后的关联交易（万达院线向万达地产交付的租赁费明显低于平均价格水平）也成为了万达集团的当务之急。而在近年来二三线城市发展的影院尚未培养出相应的观众群体，上流的万达影业也未能发展创作力量，推出过硬产品的背景下，除了上市后将风险转嫁给股民，回流现金以外，如何继续开拓市场，集中优势缓解劣势，显然成为了万达集团转型过程中的一个巨大的危机和挑战。

“万达模式”应对的方法与策略

面对危机与挑战并存的现实，如何采取改革的思路迎难而上，成为万达集团亟须解决的首要问题。应该说，总裁王健林对整个万达集团进行产业转舵的决定，其实已经走在了时代前列，预见了地产业暴利时代的终结。其实，在党的十八大会议将文化产业作为经济支柱产业以前，万达集团也已经捕捉到了时代变革和经济结构转型的信息。在王健林提出的“国际万达，百年企业”的口号之下，万达集团向文化、服务、

① 郭海：《万达院线IPO大跃进之忧》，《新经济》2014年第6期。

金融等行业的转型升级就显得非常明智。他进一步提出未来万达集团对文化产业的发展战略是：“大投入大产出、文化科技结合、整合全球资源、突出中国文化特色。”^①在电影方面，吸引了无数媒体关注的“万达大事件”，就是正在青岛建设的全球规模最大的电影产业基地。此外，万达将通过自己的制片公司、发行公司、国际电影节结合自身强大的全球化放映院线，打造“万达电影”的新纪元。

在具体操作中，万达集团更是试图以电影乐园这一电影产业链的下游产业“逆袭”上游生产制片行业能力不足的现状。例如，在无锡兴建的主题乐园，虽然距离上海迪士尼只有一个多小时车程，但是这个万达城却具有“规模最大、内容最全、创新最多、科技含量最高”四大特点，用王健林的话说就是：“你可以想象到有万达能掌握的和正在研发的产品都在这里。”^②其意图却并不在于单一文化园区的发展，而是以点带面，通过全国性的多个文化园区，结合各地的文化特色，构建不同的文化景观，将品牌影响力做大，通过差异化的发展，共筑一个万达电影文化的“实体概念”，从视觉和认知上，抓住观众的消费心理，这其实已经对迪士尼国际文化战略的一种“反写”。那么这种“反写”策略是否有效？能否起到预期效果，仍需依靠王健林的魄力、执行力及上流产业链生产发行的共同作用。

在新媒体语境下，万达集团的市场开拓更不限于实业部分，以电商为肇始，以全媒介思路利用电商、大数据，将与万达品牌相关的消费者信息整合到发展的规划中去，用“互联网思维”将文化产业和商业购物等信息交互发展。而这其中最引发市场注意力的莫过于万达集团独特的O2O（Online to Offline）智能电子商务平台“万汇网”和手机应用“万汇APP”。也就是说，万达集团试图利用自身坐拥商业地产、酒店、文化旅游和百货这四大产业，以网络为媒介及主要工具，依靠约



《听风者》海报

100家的万达广场为大数据的信息来源，以近20亿人次的年流量为内容，超越国内B2C（Business to Customer）电商模式，在电商这一新兴领域大展拳脚。在具体的实施过程中，万达集团通过建立大会员体系，使万达广场的所有门店消费都能换取一定的积分，而这些积分又可以通用于万达品牌下的观影、购物、住宿和旅游。这种行为，就是在培养自己忠实的客户，通过“电商平台+移动应用”的形式，结合线上消费和线下用户体验，不但可以增进院线的吸金能力，同时也为万达电影品牌提供了一个发展平台。“万达电商模式就是建立会员体系，利用现代的无线网络、移动终端、WiFi定位等先进技术，把会员消费的次数、额度、喜好等建立和掌握起来，然后根据大数据做

① 王健林：《万达要进入世界文化产业前十》，《商学院》2014年5月8日。

② 李贝贝：《王健林：文化产业要成为百年万达新支点》，《东方早报》2014年3月6日。

出分析。”^①也就是说,通过收集消费者的消费数据和行为数据,万达集团就可以直接跟踪数据,依靠运算掌握其消费偏好和消费习惯。这样做一方面将对商业运营产生良性借鉴,从长远角度来说,也可以为电影制作等领域提供题材的先导预测和内容的有效启发。实际上,万达广场的主要消费者正是目前中国新兴的电影观众群体,“根据新开建的万达广场客流属性统计,80%以上客流为35岁以下的年轻人,以20岁左右的年龄段为主,月收入4000-5000元,基本属于相应区域内的白领一族。”^②收集他们的消费习惯和消费偏好,正是以观众为中心的电影制作领域亟须掌握的一手资料,甚至也可以推动品牌与电影合作的商业模式的有效跟进。

在这一思路下,2013年底,万达影院就已经入驻了支付宝钱包的公众服务平台,用户在线购票以后,即可到影院“声波取票”。这种行动其实已经显露了万达集团试图用大数据梳理而进行后续的精准营销和定向推广。目前,和阿里巴巴为代表的电商相比,万达电商缺少从支付系统到数据分析在内的电商核心体系的问题仍然比较显著,不过,“目前,全国已有53家万达广场部署或即将采用Aruba的全移动网络解决方案,包括广州白云、福州金融街、大连高新等万达广场重点项目。借助Aruba全球领先的专业无线技术,万达构建了智能、安全、稳定、简单的全移动网络环境。当消费者在万达商圈中休闲购物时,可以更便捷地接入无线网络,获得优秀、完整的线上线下消费体验。Aruba全移动网络不仅为万达商业综合体的商业服务创新‘奠基’,更为万达的O2O战略版图刻画了清晰、完整的基础网络路径。”^③由此可以看出,万达集团对于网络化和新媒体的市场拓展已经起步,以移动网络环境作为一个切入点,将使客户市场的业务,及商业模式创新结合起来,更好地综合为一体进行发展。

“万达模式”亟需的开发与拓展

互联网时代的万达集团,不但需要解决地产资本、联合网络电商的发展问题,更需要改换思维及文化语境,思考万达影业集团如何做大做强,拓展整个电影产业链的占有份额,全面升级产业机构,开拓生产制片,才是万达影业“百年大计”的重中之重。在2014年初上映的《北京爱情故事》,可以算是万达影业亮出的一份出色业绩,不过,一部中等规模的影片尚不能形成气候,创作实力需要长期培养,万达集团已经成立了一支4亿美元的境外电影投资基金,可以直接投资国际电影巨头制作的电影,并参与合作,共同拍摄影片。而在国内,万达集团也计划设立一个10亿元的基金,为青岛东方影都影视制作基地招募影视制作人,使东方影都在落成后,也促进万达集团拥有完整的产业链,从影视制作基地、到发行推广、再到放映渠道等做到一应俱全式的全面拓展。

除此之外,借助电商转向的网络化思维,万达集团积极发展新媒体平台,在2014年10月10日全新亮相的网络页面中,万达新官网明显增加了视觉感和时尚性。新增了

① 郭燕春:《从收租模式到大数据会员才是万达O2O核心》,《中国商报》2014年4月25日。

② 刘琪:《万达进化论——O2O第三极创意生态圈》,《上海信息化》2014年4月10日。

③ 姜姝:《万达开辟全移动消费体验》,《中国信息化周报》2014年8月18日。

视频流媒体,微博可以直接链接到总裁王健林的独生子、网络红人王思聪的微博,微信的加入也开启了多屏幕时代的序曲,既丰富了内容,也增强了互动性,使其成为了国内首个平台级的企业门户。当然,除了官网改版,前文所提及的手机终端APP应用,则弥补了宣传空白,全面推进了电商工具和万达品牌的融合。而新增的自媒体通过微博、视频等方式促进双向沟通模式,一定程度上起到了社交媒体的部分作用。在最近推出的万达新媒体平台,实际上体现了大数据思维背景下,互联网平台已经从个人电脑转移到移动手机端口,而在2013年的网络调查中更显示出,在线视频媒体所占有的阅读总有效浏览时间,已经大幅度甩开购物、微博、游戏、网页浏览及小说阅读,以38%的幅度领先于SNS(微信、短信等服务)32%的份额,由此可见,网络化生活的大部分时间已经被视频所占领,视觉化思维已经成为当下网络生活的主要交流方式。

在此基础上,万达更以新媒体作为发展前景,开拍微电影,展开移动视频营销。以万达微视频大赛月度获奖影片《青春是个蛋》为代表,万达集团从2014年4月份开始,在腾讯、新浪等门户网站的微视频平台征集参赛作品将近2万部,以累计过亿的播放量推动了“万达广场就是城市中心”的品牌理念。而在新媒体拓展及品牌营销的结合方面,万达集团取得的成绩已经远远超过了同期其他企业策划的商业营销活动。通过网络平台征集到的参赛作品,不仅在微博、微信等不同的媒介平台间流通,更以集锦形式在优酷、酷6等知名的视频网站传播。为继续传播影响力,万达集团在武汉汉街万达广场的活动现场宣布青春励志影片《青春是个蛋》正式启动筹备拍摄。影片以三组大学生毕业后的创业故事为背景,展现当下青年人的爱情和事业发展,以轻喜剧的类型方式,用青年一代的生活现实来打动观众,吸引观众。这一发展思路,显示出万达集团已充分认识到只有抓住青年群体的消费心理和消费热情,才能赢得电影市场及商业市场的未来。而微视频的媒介性质更融合了社交平台、便于播放、可移动等特性,正在以3G网络为基础,引领4G网络的社交媒体生态圈。微视频面对的核心观赏群体,又以“90后”“00后”为主,他们是更具有强烈的自我表达欲望,注重双向交流,热衷娱乐生活的青年观众。为了贴近学生群体,进行线上和线下的互动,万达集团还在官方微博上特别开通了互动专区,热炒相关话题,并且与新浪、腾讯等大门户网站合作,展开全渠道推广,这种方式也可以看做是对年轻时尚的消费代际增加精神共鸣及品牌黏性的重要营



《赛德克·巴莱》剧照

销手段。在“内容为王”的标准下，万达微视频大赛的出现，1.7万多部作品参赛的征集量，已经说明了万达品牌的强烈号召力。对于万达来说，这次行动不但是一个市场营销和品牌推广，同时也是在新媒体层面上对传统电影制作的一次“围攻”。以此为动力，为电影的生产制作，提供创意及内容。这种取材网络，开发新媒体的思路，也促使万达影业投资拍摄盗墓类网络小说的开山鼻祖《鬼吹灯》的同名电影。

回到院线放映方面，万达集团不惜投入，进行了多元经营的差异化尝试。例如在对台湾影片《赛德克·巴莱》的放映中，万达就采取了分线放映的方式，与国际院线差异式的放映情况一样，在同期《复仇者联盟》强势冲击之下，宁可损失票房，也坚持《赛德克·巴莱》的放映，不但以利益换取了不菲的声誉，更以对国内两万块银幕的按分析进行发行，做出了良好的启发。而在对影院经营的探索过程中，为配合多屏放映的新媒体思维，在2013年，经国家新闻出版广电总局的同意，万达院线影院还首创了在线直播电视节目的先例，于4月12日直播了《我是歌手》的总决赛。这次创新，意义重大，首次将电视渠道和电影渠道的终端结合起来，开启了全新的电视和电影的娱乐营销新模式。

“万达模式”个案分析和研究

2014年8月17日，万达影视传媒有限公司和有妖气原创漫画梦工厂出品的《十万个



《十万个冷笑话》剧照

冷笑话》大电影在京举办首次新闻发布会。这部影片被定位于“网生代吐槽喜剧”的成人动漫电影，拟定在2015年1月进行全国公映。以《十万个冷笑话》为典型案例，可以发现万达集团已经开始利用新媒体整合，着手部署市场开拓，并取得了一定的效果。从融资角度来看，除了出品方，《十万个冷笑话》还以网络众筹的方式吸引了5000名微投资人，筹款超过130万元，进而使其成为了中国电影史上第一部众

筹动画电影。由于电影来自网络漫画改编，注重与网生一代的沟通互动，电影在创作过程中也加入了观众参与的部分。

在青年群体的文化吸引力层面，《十万个冷笑话》立足于网络恶搞文化，将受众群体锁定于“80后”一代，在第一季里就集合了哪吒、李靖、白雪公主、匹诺曹、葫芦兄弟、黄飞鸿和韩梅梅等来自中外文化中的经典形象。而且，这些角色又并非简单地复现，而是以恶搞的形式，颠覆性地出现在观众视线中。例如，哪吒虽然长了一张萝莉般女性化的脸蛋，但一身有型的肌肉线条却非常“违和”地造成了强烈的喜剧效

果。除此以外,各种“文本拼贴”也逗趣好玩,原来毫无关系的动画人物匹诺曹爱上了白雪公主,本来因为被人类嘲笑而意欲毁灭世界的匹诺曹,却意外地靠着可以伸缩的鼻子功能而满足了白雪公主的欲望。在对文本的解构中,蛇精因为帅萌可爱的葫芦小金刚的长相



《十万个冷笑话》剧照

而迷恋上了他,黄飞鸿和霍元甲穿越时间的比武却引用了初中英语课本中的英文对话“My name is Han Meimei”。

而将传统文本进行进一步颠覆和解构的“吐槽”的设置,更使得线上线下的经典交流模式变成了网络双向度的读解结构。这个来源于日语的词汇,经过本土化的过程以后,多以“揶揄、拆台”的意思被大众所知。而“吐槽”这一名词,在社会学的意义上,也需要兼具通俗性、娱乐性和尖锐性等特征。在“有妖气”的网站页面,专门打造了一个吐槽系统,让观众在阅读漫画的同时,可以使自己的吐槽文字上传到他所阅读的漫画页面上,这样一来,吐槽的文字也就成为了漫画文化组成中的有机部分。由于广受欢迎,在此基础上,有“妖气网”站更进一步开发了漫画在线配音系统,使得喜欢漫画的观众可以得到一种更加深入的“沉浸式”体验,丰富了传统的观看体验。由于这些原因,《十万个冷笑话》积累了非常丰富而固定的一大批粉丝群体,这一观众群体及在第一部众筹电影项目上的融资成功,也就成为了其吸引万达影视传媒公司开拓市场行为的一个试金石。

除了以上因素,令《十万个冷笑话》具有话题吸引力和市场吸引力的双面优势,还来自各地方言版的配音和台湾著名歌手周杰伦主动加入的合作。周杰伦在宣传个人导演的新片《天台爱情》的时候,意外地发现在目标观众上与《十万个冷笑话》的读者高度重合,因此而联系了“有妖气”网站,声音出演了漫画角色太2真人,并一举炒高了人气,使得《十万个冷笑话》第9集和第10集成为了当时微博的第一热门话题。从这个角度来看,网络时代电影制作及动漫产业的融合,已经在一定意义上构成了俄国思想家巴赫金所谓的“嘉年华”般的景象。根据不同的媒介属性,网络成为一些“无节操”“秀下限”的内容在电影、电视等传统媒体以外的重要“娱乐阵地”。即时互动给予观众主动参与的可能,并以观众为核心,形成媒体文本的消费、读解、再生产,而嗅觉敏锐,锐意创新,试图发掘更大商业市场的万达集团的加盟,显然也为这些内容提供了资本支持和发行渠道。以《十万个冷笑话》为突破口,万达集团是否能够借力打力,增强自身文化产业的综合实力,拉拢网生代的观众群体,理解和迎合新兴观众的消费需求,利用资本力量顺利转型,打进生产制片的电影产业链上流,我们仍需拭目以待。

(作者单位 中国艺术研究院研究生院)

■ 李 强

“BAT”的新媒体电影产业分析

提 要 新媒体电影一般可以被定义为在新的技术支持下,以互联网为传播工具,以各类互联网设备为播放终端,面向广大受众的影像产品。百度、阿里巴巴和腾讯作为中国最大的三家互联网企业,通过收购、入股等方式纷纷进入新媒体电影产业,引发了全行业的巨大震动,并改变了其产业格局。

“BAT”布局新媒体电影产业有着全新的思路 and 方向,带有显著的互联网特征,这些特征体现在投资模式、大数据分析、平台与内容、电影衍生品等方面,而它们的最终目标则是要达到电影产业甚至文化产业全产业链的整合。

关键词 BAT 新媒体电影 电影产业 互联网思维

“互联网思维”作为当下热度极高的一个新兴词汇,既是基于当下网络媒介时代一种文化现象的表述,同时也是一种认知观念的时代表达。在“互联网思维”的推动下,各个互联网企业争先恐后地借助互联网的优势,通过跨界整合和业态刷新,不但颠覆了传统产业形态和面貌,更在互联网语境下建立了新的秩序和规则。尤其是当百度、阿里巴巴、腾讯三个互联网巨头几乎同时涉足电影产业后,人们不禁惊呼:未来的电影公司都将为“BAT”打工(语出保利博纳总裁于冬)。

百度——全球最大的中文搜索引擎,掌握着中国互联网最大的入口;阿里巴巴——中国最大的电子商务公司,掌握着中国最大的电子购物和支付平台;腾讯——中国最大的社交网络公司,掌握着中国最多的互联网服务用户,同时是全国最大的网络游戏开发和运营机构,并拥有强大的游戏粉丝群体。这三家企业不仅是中国最大的互联网企业,同时也是中国最具话语权和号召力的互联网企业,当这样的三家公司不约而同地聚焦电影产业,推出新媒体电影的时候,势必将引发全行业的巨大震动,产业格局也必然会改变。

一、“BAT”的新媒体电影战略布局

1. 中国新媒体电影产业发展的当下背景

“BAT”三巨头不约而同地快速布局新媒体电影产业,毋庸置疑,是基于对未来

中国电影产业发展趋势的一种信心评判。而这种信心判断的生成,主要基于它们对中国电影产业发展的趋势认同。而这个认同又主要基于两个方面:政策与市场。

政策方面,国家“十二五”规划中明确提出要将文化产业发展成为国民经济支柱产业;2012年文化部提出了“十二五”时期文化产业倍增计划,至2015年文化产业增加值将比2010年翻倍;2014年6月,七部委联合发布了《关于支持电影发展若干经济政策的通知》,进一步坚定了国家大力发展文化产业,特别是电影产业的立场和态度。有了强大的政策后盾,“BAT”的电影产业布局可谓顺势而为。

《2013年中国电影发展报告》称,2013年中国电影票房收入、银幕数量、观影人次全面创历史新高,进一步稳固了世界第二大电影市场的地位。在产量方面,2013年中国各类电影生产总量达824部,较上一年有7.7%的回落。在院线上映的国产电影达到326部,同比增长27.51%。全年票房收入217.69亿元,其中国产电影票房收入127.67亿元,同比增长54.32%。在2013年新增的近47亿元票房收入中,国产电影贡献率高达96%,成为拉动电影扩大规模的主要力量。而2014年1月至9月,全国票房收入已经达到219.49亿元,超过2013年的全年数据,预计全年票房有望突破288亿元。据全国电影科技工作会议数据显示,2014年内地前三季度新增银幕4225块,同比增长9.8%,总银幕数已达22420块,相比去年同期数据,增幅达31.88%。在光鲜数据的感召下,各路投资人无不欢欣雀跃地投入到电影大潮中,而对已坐拥亿万用户和巨额资本的“BAT”来说,没有理由不对电影这一朝阳产业动心,而新媒体电影的萌发和爆发式成长,则给了“BAT”投身电影产业的完美切入。

新媒体电影可以被定义为在新的技术支持下,以互联网为传播工具,以各类互联网设备为播放终端,面向广大受众的影像产品。它是架构于互联网平台,并为互联网用户服务的电影新形态。新媒体电影的勃兴首先归功于互联网行业特别是移动互联网行业的发展。截至2014年6月,中国网民规模已达6.32亿,其中手机网民达到5.27亿,较2013年底增加2699万人,移动视频已经与游戏、应用成为无线端用户最主要的业务选择,而伴随着4G牌照的正式发放,移动互联网的发展迈上新的台阶。在新媒体电影规模方面,自2010年筷子兄弟的微电影《老男孩》热播网络至今的四年时间里,新媒体影视行业平均以每天20部、每周超百部的频率诞生新作品,不论是内容还是形式,新媒体电影有着既区别于传统电影行业,也区别于其他互联网行业的新型生态,未来潜力无限,对于始终致力于构建全覆盖网络平台,成为互联网全产业链服务商的“BAT”来说,步入新媒体电影的这片蓝海,既有国家政策做支撑,又有自身庞大的互联网资源做倚仗,实在是顺理成章。

2. “BAT”进入新媒体影视行业的主要途径

作为中国互联网行业中拥有最多用户资源、渠道最为广泛以及资金最雄厚的三家企业,“BAT”在各自涉足的领域都有着绝对的话语权,但当“BAT”决心涉猎影视行业时,它们又不得不面对各自不同的瓶颈:对做搜索引擎起家的百度来说,不论PC端还是移动端,它都掌握了相当的流量入口,网络大数据分析等一系列技术服务是它的主要优势,但对于影视行业这个需要走入前台的行业来说,百度尚缺乏足够强势的展示平台;对腾讯来说,其分别依托PC端和移动端的QQ和微信两大社交平台使它具有最

广泛的群众基础，多年深耕的游戏产业占到其总营业收入的半壁江山，但如何将这一用户优势平移到影视产业，尤其是粉丝共享层面，获得更大的市场优势，是腾讯面临的一大问题；阿里巴巴是中国电子商务领域的领导者，其雄厚的资金实力在中国互联网企业中无出其右。但它在娱乐产业的布局较晚，缺乏相应内容和平台支撑。所以对于本身并不具备影视业经验和基因的“BAT”来说，以最快速度布局新媒体电影产业的最好方式就是并购和寻求合作，从“BAT”近年来的动作看，它们正是这么做的。

通过A股市场显示，2013年涉及影视行业的并购事件仅有7起，而2014年则达到44起，涉及资产价值三百多亿元。2014年9月16日，国影基金总裁王国伟在电影论坛上公布数据称，仅今年上半年，影视圈总共发生了64起并购，涉及680亿元资金。“BAT”三家企业在2013年就通过收购合作等方式与15家影视企业取得了深度对接，而2014年更是动作频频。“BAT”近年来在新媒体电影领域的主要有如下动作：

（1）百度

2010年，百度组建奇艺公司（随后更名爱奇艺）两年后，百度宣布收购美国私募公司普罗维登斯资本所持有的爱奇艺股份，从而完全持有爱奇艺。半年后，百度宣布收购集PPS视频业务，同时与爱奇艺进行合并，百度搭建起了仅次于优酷土豆联盟的第二大网络视频平台。

2013年8月，百度宣布向原人人网旗下的糯米网战略投资1.6亿美元，获得约59%股份，成为糯米网第一大股东，而后在2014年1月，百度宣布全资收购糯米网股份，糯米网目前已正式更名为“百度糯米”，成为百度进行电影票销售的主要渠道之一。



《黄金时代》海报

2014年，百度旗下的爱奇艺与华策影视联合宣布，将共同出资成立华策爱奇艺影视公司。华策爱奇艺影视公司在生产内容的同时，还将进行游戏、电商等衍生品开发；同时，百度、中信信托、中影集团达成影视文化产业金融众筹平台的战略合作，该众筹平台会由百度金融牵头，百度将其命名为“百发有戏”。百度涉水娱乐金融，被业内解读为百度对抗阿里巴巴“娱乐宝”的利器。该众筹平台首批产品是于2014年十一黄金周上映的电影《黄金时代》。同“娱乐宝”一样，支持者也将获得一系列互动性增值服务，如获得明星专属感谢视频、参与庆功晚宴，等等。在海外拓展方面，百度已于2014年2月投资一家名为Aquamen Entertainment的洛杉矶电影制作公司。双方将联手打造一部名为《悟空》的好莱坞动画电影。而百度旗下的爱奇艺也宣布了电影“1+7”计划，即一部好莱坞电影和七部国产电影。

2014年，百度旗下的爱奇艺与华策影视联合宣布，将共同出资成立华策爱奇艺影视公司。华策爱奇艺影视公司在生产内容的同时，还将进行游戏、电商等衍生品开发；同时，百度、中信信托、中影集团达成影视文化产业金融众筹平台的战略合作，该众筹平台会由百度金融牵头，百度将其命名为“百发有戏”。百度涉水娱乐金融，被业内解读为百度对抗阿里巴巴“娱乐宝”的利器。该众筹平台首批产品是于2014年十一黄金周上映的电影《黄金时代》。同“娱乐宝”一样，支持者也将获得一系列互动性增值服务，如获得明星专属感谢视频、参与庆功晚宴，等等。在海外拓展方面，百度已于2014年2月投资一家名为Aquamen Entertainment的洛杉矶电影制作公司。双方将联手打造一部名为《悟空》的好莱坞动画电影。而百度旗下的爱奇艺也宣布了电影“1+7”计划，即一部好莱坞电影和七部国产电影。

（2）腾讯

腾讯的新媒体电影产业布局动作迅速，其中包括业已成型的腾讯互娱向电影产业进行延伸拓展业务。2013年，以网络游戏为核心的腾讯互娱对外宣布，正逐步从单

一网游业务平台,转变为涵盖游戏、动漫、文学、影视等多种关联业务的互动娱乐实体,开启“泛娱乐”战略。2014年9月,腾讯互动娱乐事业群发布“腾讯电影+”首批明星IP电影计划,宣布进军影视,影视成为互娱旗下继腾讯游戏、腾讯动漫、腾讯文学之后的第四个实体业务板块。至此,腾讯基本完成了从游戏、动漫再到文学、影视的全产业链布局。以进入影视行业为契机,腾讯互娱得以从线上步入线下,在游戏、动漫、文学和电影的互动中拓展商业价值,腾讯甚至提出“主题公园”的实体概念,打造腾讯版的“迪士尼乐园”。

同时,腾讯在2011年与影视巨头华谊兄弟的合作也颇受关注。通过注资4.5亿元,腾讯成为华谊第一大机构投资者,二者强强联手,将发挥影视娱乐产业与互联网产品的协同效应,2014年,二者合力在移动QQ平台下推出“星影联盟”,打造新概念粉丝经济(半年粉丝数达到1亿,入驻合作明星126位,日活跃用户1000万)。

2014年6月17日,腾讯在上海电影电视节期间宣布推出“为虎添翼”电影计划,宣布正式进入电影业,并将于今年投拍《钟馗伏魔:雪妖魔灵》《天将雄师》《痞子英雄:黎明升起》《我是女王》《张震讲故事》《我的早更女友》六部影片。

(3) 阿里巴巴

与腾讯全产业链的战略布局所不同的是,阿里巴巴则试图将整体的战略布局延伸至文化传媒的各个领域。阿里巴巴2013年7月入股华数传媒,双方共同参与到原创内容、视频通讯、游戏、音乐、教育、云计算、大数据等领域的布局和并购中,共同拓展文化传媒产业链上下游,并在视频业务上通力合作,依托各自在渠道、市场、用户、内容等方面的影响力和优势,组建全新的文化服务平台,顺势推出的硬件“阿里盒子”也正式进入了人们的“客厅”。

2013年9月,阿里巴巴宣布和创维合作正式推出“酷开”品牌的三款电视,进一步强化在硬件领域的布局。随后组建的阿里巴巴数字娱乐事业群,包含音乐、视频、读



《小时代》剧照

书、数字出版等业务,真正明确了阿里未来的战略方向。数字娱乐群的组建加快了阿里的战略布局,之后阿里巴巴在影视界可谓动作连连:2014年3月,阿里入股拥有影视剧制作、电视运营及服务、报纸刊物经营、移动传媒及游戏等业务的文化中国传播集团,让阿里的业务囊括了几乎所有的文化传媒领域,8月,文化中国正式更名为“阿里影业”。阿里影业的阵容可谓“豪华”:李连杰出任阿里影业的独立非执

行董事,同时还获得了王家卫、周星驰、陈可辛等导演新电影的投资优先权,并已成功投资陈可辛导演的电影《亲爱的》。按计划,阿里影业每年将投资或制作8-10部电影、3-5部大中型电视连续剧以及3-5部网络连续剧。

紧接着推出的众筹产品“娱乐宝”首次提供了一个大众化的电影投资平台,投资

包括《小时代》系列、《狼图腾》等新电影，使普通大众过一把投资人的瘾，并可享受剧组探班、明星见面会等福利，进一步拉近了影迷与明星的距离。2014年4月，数字娱乐群发布重磅消息，将与优酷土豆建立战略合作关系，业内人士普遍认为，阿里与优酷的合作有可能会开拓电子商务视频营销的新领域。10月，阿里影业与浙江横店影视产业实验区正式签署合作意向书，二者将联手投资成立影视公司。同样是10月，马云带领一众高管前往洛杉矶，与美国电影公司迪士尼、派拉蒙、华纳兄弟、索尼、环球影业及狮门影业进行接洽，以期获得转播权以及参与入股。

二、“BAT”涉足新媒体电影产业的主要特点

纵观“BAT”进军电影产业的一系列并购与合作事件，我们发现，相比于传统电影公司的发展历程，“BAT”的战略既是线性的同时又是非线性的：纵横双向整合，搭建全产业链帝国是“BAT”电影产业布局的共同选择。而由于“BAT”各自的强势点不同，所以它们都力求扩大自身优势，同时补足自己的短板。一方面，“BAT”利用自身庞大资源，迅速将投资、内容、渠道、用户等各个方面全面整合到一起，力图将所有核心资源牢牢掌握在自己手中，从而形成全产业链布局；同时，由于新媒体电影产业还处于发端阶段，在监管上尚不完备，没有形成完善的产业链条和盈利模式，对于一些问题的政策导向也并不明朗，所以“BAT”的布局又是散点式的，四面出击，多点开花，有些甚至让人感到有些随意，带有豪赌性质。从中可以看出“BAT”对投身影视行业的态度：战略上以核心业务为起点，向外延伸形成产业链条，战术上则要多向并举，同步促进，先占有目光所及之处的战略制高点，再依据未来的发展趋势发掘未来新的驱动力。

新媒体电影产业在“BAT”涉足之前已经有了较为完整的雏形，而“BAT”的进入一方面延续了新媒体电影的发展态势，另一方面也带来了新的思路和方向。总体来看，相比于传统电影产业，“BAT”引领下的新媒体电影产业有着显著的互联网特征，这些特征可以从投资模式、大数据分析、平台与内容、电影衍生品等方面来分析。

1. “BAT”新媒体电影产业的投资模式

2014年，阿里巴巴和百度先后发布了自己的电影众筹产品：“娱乐宝”和“百发有戏”，使电影众筹的概念第一次深入人心，同时也开启了电影产业投资模式的新篇章。众筹的概念发端于IT界，小企业或创业者通过社交网络公开展示创意，进而获取启动资金。众筹模式带有天然的互联网基因，且能满足小众需求，与电影所属的文化创意产业具有很高的契合度，所以电影众筹很快就发展成为互联网众筹的一个重要分支。真正的电影众筹往往是以低成本微电影和纪录片为主，而且在项目发起人对支持者不能以股权或资金作为回报，发起人更不能向支持者许诺任何资金上的收益。从这个角度看，“娱乐宝”与“百发有戏”可谓是项庄舞剑，意在沛公。也就是说，其核心诉求并非借助众筹模式进行社会融资，而是借此概念构建自己的粉丝机制。尽管“娱乐宝”和“百发有戏”所对标的各类电影的真正票房成绩不同（“娱乐宝”主推的《小时代3》获得票房大卖，而“百发有戏”主推的《黄金时代》则票房惨淡），

但“娱乐宝”和“百发有戏”产品本身还是获得了足够多的关注和支持,比如“娱乐宝”第一期(总投资额7300万元)发布不到一周就被抢购一空,第二期(总投资额9200万元)在发布第三天便宣告售罄。

2. “BAT”新媒体电影产业的大数据分析

电影产业的数据分析在传统电影领域早已有之,但更多的是基于观众的主观判断的分析,而非基于观众行为的分析。在互联网环境下,观众的一系列行为都会以数据的形式留下痕迹,通过分析这些数据,可以得出更精准的市场判断,这便是大数据分析。这种大数据分析涉及电影的投资、营销、内容制作等方方面面,已经逐渐成为电影产业链条中必不可少的环节。

2013年被人称之为“大数据元年”,在网络技术的支撑下,影响电影产品成败貌似难以捉摸的诸多变量变成了经归纳分析的数字支撑下有据可依的一系列可确定因素。大数据在电影投资、营销、收益评估等方面发挥着越来越重要的作用。将大数据概念引入电影的创作方法起源于美国,《纸牌屋》《驯龙高手2》都是成功通过对一系列数据的精确计算来获得精准的市场定位。对早已深谙“云计算”“大数据分析”的“BAT”来说,所谓电影的大数据正是它们最为精通与擅长的领域。大数据分析的核



《驯龙高手》剧照

心是解决数据的来源问题,这方面“BAT”主要是通过线上和线下两个方面来解决,线下数据分析方面的代表是腾讯互娱出品的大电影《洛克王国3》,影片通过提前点映、父母审片等方式对电影进行“内测”,而更关键的前期的大数据的采集、传递、存储、运算和应用则主要依赖受众广泛的互联网平台。谷歌近日声称,能以94%的准确率预测出好莱坞新电影首映第一个周末的票房,其依据分别是电影在谷歌网页和YouTube的搜索量、电影广告链接点击量、电影覆盖银幕数和同类影片历史票房数据,从中可以看到,前两项的数据来源于互联网搜索和广告平台,而对于以线上发布为主的新媒体电影来说,掌握能够抓取数据的平台媒介更是重中之重。拥有大量用户搜索表征的需求数据的百度是当仁不让的电影大数据的开拓者和实践者,除了雄厚的搜索数据分析能力外,它的两个在线视频平台——爱奇艺和PPS同时也是百度电影大数据采集的优秀渠道。同时“百发有戏”众筹的第一部影片《黄金时代》亦通过大数据分析给予了票房预测,并指导标定了参与者的预期收益率;与百度类似,阿里巴巴坐拥优

酷土豆这一国内最大的在线视频平台，有着针对注册用户和搜索的海量数据，而联合投资华数传媒的举措则是意图对几乎所有文化产业大数据进行整合，而“娱乐宝”则是一系列整合数据的最终结果。

在“BAT”引领下，电影众筹和大数据的出现标志着电影从以创意者为中心，倒向以观众为中心的模式，这种转变可以说是传统电影产业到新媒体电影产业的基本运作精神的转变。

3. “BAT”新媒体电影产业中的平台与内容

新媒体电影之所以被称之为“新媒体”，是因为传播媒介的革新是其最核心特征之一，也是它与传统电影呈现形式的最大分野。与传统电影发行渠道相比，新媒体电影不再依赖影院或电视单向渠道，而是借助互联网，实现多平台共同推进。其中主要包括电视盒子、PC端视频播放平台以及移动端平台。“BAT”中，腾讯和百度本身就具有腾讯视频和百度视频两个基础平台终端，同时百度和阿里巴巴分别通过收购PPS、爱奇艺和优酷土豆扩展了自有平台终端，另一方面，阿里盒子和百度旗下的爱奇艺电视盒子通过将家庭电视接入互联网，成为了当下时兴的新媒体电影终端。而随着4G网络牌照的逐步到位，移动终端将成为未来增长潜力更大的视频平台。各交互平台的横向延伸不仅让影视作品能够对个人生活“全覆盖”，获得更多的点击量，更能使观众在评论和参与之余，可以将作品同步分享至更多的平台，每个人都有可能成为电影的传播者和发布者。总之，在互联网环境下，创作者与观众双方都能够获得自由。



《洛克王国3》剧照

除了播放平台外，网络销售平台所代表的O2O业务也是“BAT”市场竞争的核心。阿里巴巴和腾讯本身都有强大的平台终端，开展电影票销售业务可谓驾轻就熟。如阿里巴巴的手机淘宝、腾讯QQ移动端，中国最大的社交平台微信的电影票销售平台在2013年12月推出，半年时间，已经覆盖了两千多家影院，占到全国电影院总数的一半。2013年，中国的电影票有20%通过网络发售，而2014年预计将达到40%。而百度

也在收购糯米网后建立了自己的售票平台，从而与腾讯和阿里站到了同一起跑线。

产品内容同样是“BAT”进军新媒体电影产业的主要目标。纵观“BAT”在各自领域所占领的资源，更多的是资金、技术、平台与用户，而开发电影产业至关重要核心资源：内容，对“BAT”来说却都是自身的短板，所以在“BAT”的一系列合作收购动作中，有相当一部分是以获得内容为目的的。“BAT”获得内容的方式主要有三个途径，第一是直接获得平台及平台内所包含的内容，比如阿里收购的视频平台优酷土豆中不仅有大量的UGC（用户生产的内容），也有优质的PGC（专业生产的内容）和OGC（职业生产的内容），百度通过爱奇艺与华策影视的合并也同时具备了播放平台和影视制作能力。第二是获得拥有大量用户、粉丝以及市场价值的优质知识产权、人力资

源和无形资产，腾讯与华谊兄弟的合作可以说是利用平台优势争夺电影实体内容的典范。腾讯借此获得了华谊优质的明星和内容资源，通过与华谊兄弟合作建立在移动端QQ平台下的“星影联盟”，通过大量明星的加盟，使得QQ延伸成为明星与粉丝互动娱乐的新平台。阿里通过收购文化中国获得大量优质文学、数字出版等无形资产，以此为基础建立的阿里影业又网罗了众多具有市场号召力的电影明星与导演，为最终的内容生产铺平道路。第三是直接将优质知识产权转化为影视内容，比如“腾讯电影+”计划充分利用了腾讯自身在游戏、动漫产业的核心价值，将周边产业的成果平移到电影产业。

4. 电影衍生品

如何开发电影衍生品的问题在中国电影业一直是一个热门话题。在美国和日本市场，电影票房只占电影总体收入的30%，而在中国这一占比超过90%。中国的电影衍生品市场潜力无限，但是传统电影行业始终找不到一种完善的衍生品开发模式。如今在“BAT”的全产业链格局下，电影不过是一系列文化产业布局的一个重要分支，以信息流动畅通无阻的互联网为依托，不光电影的衍生品会得到最大限度的开发，电影本身可能也作为周边文化产业的衍生品而存在。在“BAT”的战略中，电影将是产业链中连接虚拟与实体、线上与线下的中心环节，电影可以将互联网资源集中释放扩大社会效应，紧接而来的衍生品开发就可以以各种虚拟或实体的形态全方位布局，占领文化产业的各个角落。

对衍生品开发最急迫也最有自信的是腾讯。腾讯以自己在游戏、动漫产业的优势为延伸，通过“泛娱乐”概念涉足影视产业，整合自身优势资源，盘活腾讯互娱的核心价值：明星IP（知识产权）。其价值链条为：明星IP（来自于腾讯游戏、腾讯动漫、腾讯文学等）——腾讯电影——周边产业（图书出版、音像出版等）。腾讯的知名游戏《斗战神》《QQ飞车》《天天酷跑》《洛克王国》《尸兄》《QQ炫舞》和《藏宝图》等都将陆续被改编成电影。阿里巴巴在入股华数传媒，收购文化中国之后，通过对文化产业的横向布局，搭建了完整的文化服务平台，也具备了电影衍生品开发的能力。

势不可挡的产业整合

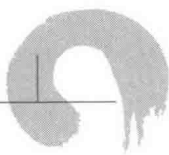
百度创始人李彦宏曾在2007年第一次提出了“互联网思维”的概念，从此之后，“互联网思维”几乎成了商界的焦点论题，随着互联网条件下的各类商业模式的逐步成熟，通过不断地充实与修正，其核心理念：便捷、免费、表达与参与、数据思维 and 用户体验等也逐步成为了人们的共识。所谓“互联网思维”并不局限于互联网平台的思维，而是在新时代社会信息交互的场域下普遍存在的思维方式。在“互联网思维”中，端点与端点之间呈网状连接而非放射状连接，用户与用户之间，用户与服务商之间的关系处处体现了平等和去中心化的特征。但是在服务商竞争层面则恰恰相反，由于网络的开放和用户转移零成本，用户会很自然地产生聚众效应，所以容易形成寡头垄断。

事实上“BAT”在中国网络入口和平台建设方面已经形成垄断之势，而在这之

后，以入口和平台为基础的上下游整合也就在所难免，从“BAT”在新媒体影视行业的眼花缭乱的动作来看，整合正是“BAT”新媒体影视产业战略的主旋律，整合能够达到强强联合、优势互补、取长补短，而“BAT”产业整合的胃口之大也远远超出了人们的设想。2014年，“BAT”正式从线上走向线下：投拍影院电影、投资影视城，甚至与好莱坞制片商合作，直接进军国外市场，产业整合之风终于刮到了传统电影产业身边。从这个角度看，于冬所说的“整个电影行业都将为‘BAT’打工”虽然有夸张的成分，但也言中了整个电影产业，文化产业在“互联网思维”下的必然发展趋势：投资与营销之间、平台与内容之间、用户与数据之间、行业与行业之间、互联网领域与传统领域之间的壁垒会被彻底打破，数据、用户、媒介的流动和转化愈发自由，貌似有了资本就可以整合一切，拥有一切。

但是，我们也应该看到，“BAT”横扫千军的底气来源，表面上看似是强大的资本实力，深层次看是广泛的用户资源，在“BAT”聚焦的搜索、商务、社交等领域中，用户需求是稳定且同质化的。但在创意产业，尤其是电影产业中，观众的需求却是多元化的，以可复制的方式将传统行业的成功模式复制到电影行业，特别是内容生产行业，很难满足多元化的观众需求。所以在“BAT”之外，众多影视公司大可不必有“狼来了”的恐惧，充分领悟创意产业的精髓，寻找“BAT”的大市场战略外更多的细分市场，是能够在整合浪潮中独善其身的关键。不论怎么说，“BAT”争分夺秒地进行产业布局在未来会形成怎样的格局尚未可知，它们的一举一动或许可以影响中国新媒体电影产业的未来格局。但中国电影的未来面貌绝不是某几个公司所能左右，它必然是经由社会中无数独立的个体共同描绘而呈现出来的。

（作者单位 中国艺术研究院电影电视艺术研究所）



■ 许 婧

网络游戏的文本互生 和现实干预

提 要 互联网时代的文化和亚文化日益多元多层，游戏文化作为大众文化的一部分，一向处于既简单又复杂的文化批评语境。随着互联网、媒介技术和硬软件配置日新月异的发展，网络游戏研发渐成全球文化产业中成熟的商业模式，它与不同艺术文本间的多向交叉改编，显示出“泛娱乐”的合流态势。其所隐舍的网络危机、教育危机、价值危机也日益凸显。

关键词 电子游戏 文本改编 意识形态 产业挑战

电子游戏诞生时的质朴理念或许仅仅是满足人类童年的游戏冲动、现实世界不完善的替代补偿、剩余精力的情感宣泄，是集娱乐、休闲和治愈于一体的文化产品。但是游戏文化和影视产业的发展，大大超出人们预想，溢出了大众传媒空间，它们深不可测的社交应用和转化潜力形成了对现实世界的“包围”，浮现出一个清晰的事实：网游远非游戏那么简单！对游戏迷来说，网游是通过虚拟体验达成共享、认同、愉悦，甚至意义、身份和文化建构的仪式。

随着网游的专业化、玩家的职业化和产业的巨大衍生力量，网络游戏与艺术联姻，走向全方位地影响社会、经济、文化和生活，一步步逼近博德里亚尔所描绘的“逼真的创世纪”，通过“世界的自动输入”创造了“比真的更真（超现实），比艺术更艺术”的幻觉。但是，这种“幻觉”与现实和艺术以诉求真实可信的建构法则不同，游戏依附“幻觉”而存在，并不希冀人们相信表象，玩家和游戏的关系是“同一个幻觉的同谋者”。^①

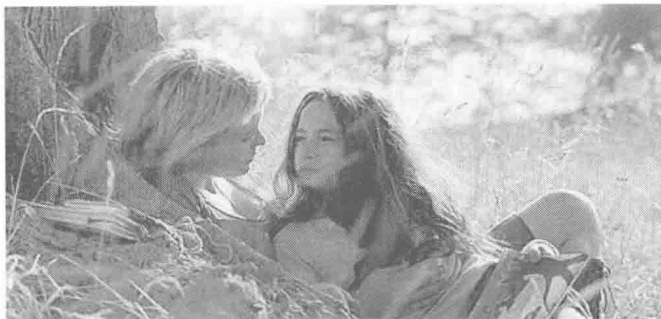
一、游戏和电影的泛娱乐合流

自艺术诞生以来，如果没有技术限制，各种叙事文本或体例样式之间的视觉化转

^① [法] 让·博德里亚尔：《完美的罪行》，王为民译，商务印书社2000年版，第23、28、31、135页。

换，无论从根本上构成无法逾越的壁垒，正如《资本论》拍成电影的大胆设想，是技术的不断升级刷新着整个视听世界的面貌，形式引导内容走向“景观叙事”。文学、动漫、游戏、影视之间的多向交叉改编，相互借势营销的“泛娱乐”趋势，促成当今创意内容在产业上互生、衍生和多终端、多屏存在的商业策略。

原作与改编文本永远存在着期待误差，做到完美转换的经典案例屈指可数，但这种艺术、技术和产业相结合的努力从未停止。游戏和电影的文本转换，同时获得玩家、观众和影评人赞誉的很少，即便是在美国权威电影网站IMDB公布的十大游戏改编



恐怖电影《寂静岭》拍得很美



动画片《最终幻想7：降临之子》剧照

电影中，能让游戏迷、影迷基本折服的不过两部：《寂静岭》（2006）和《最终幻想7：降临之子》（2004），前者对恐怖悬念的诗意化处理忠实再现了游戏情境，后者被认为是代表了CG技术最高水平的三维动画电影。得益于技术和技巧的改编之作也并不多，如《波斯王子：时之刃》（2010）纯熟的叙事被玩家评为“玩月光宝盒的哈姆雷特”；《终极幻想》（2001）虽未能收回成本但也作为电影史上首部全数字CG电影和尝试虚拟演员主演的作品而具有里程碑地位；《魔宫帝国》（1995）忠于原作，兼具娱乐性的平衡，使这部有明显电子游戏痕迹的电影位置稳定。榜单中的其他改编则不尽如人意，《古墓丽影》（2001）和《生化危机》（2002）是分别改编自以美丽女性为主角的古墓派与生化派游戏的新颖题材，貌合神离的性感暴力路线被游戏迷和观众嗤之以鼻。《毁灭战士》（2005）、《杀手：代号47》（2007）、《马克思·佩恩》（2008）是不伦不类的类型杂烩。

游戏改编与电影交恶，影史上最著名的事件莫过于德国导演乌维·鲍尔（Uwe Boll），他嗜好电子游戏题材，以《死亡之屋》（2003）、《鬼屋魔影》（2005）、《吸血莱恩》（2005）、《末日危城》（2007）等一系列不成功的游戏改编电影而知名，暴雪娱乐公司誓死拒绝将游戏《魔兽世界》的电影改编权交给他。游戏商和影评人对他的嫌恶笔伐，招致鲍尔盛怒，2006年向全球影评人下拳赛战书，被戏称为“愤怒的小宝”，影迷也发起盛大的签名抵制行动，这一事件影响之大，远超2013年末贺岁片《私人订制》上映时冯小刚与影评人的笔墨嘴仗。

技术变革激发的视觉表意新空间使动漫和网游改编成电影成为趋势。游戏的电影化和电影的游戏化情境交融，默契地延长产业链盈利空间。从2013年世界银幕上有高关注度的商业大片，可以明显地看到电影和游戏对视觉特效和形象取材的一致性依赖。

从中国颇具人气的游戏杂志《游戏机实用技术》（UCG）向游戏玩家推荐的2013

年10部电影来看,《霍比特人2:史茅革之战》是中土世界的密林寻宝冒险,战斗场面惊心动魄,剧情发展出乎预料;《地心引力》故事情节简单,构成吸引力的是宇宙神秘浩瀚空间的太空画面的视觉特效;《金刚狼2》故事重心从第一部外在的“成为X”的历程,移向内心“寻找新的人生意义”,故事地点转向好莱坞影片很少取景的日本,部分表现其文化元素,如忍者、武士、豪门内斗;《雷神2:黑暗世界》相对于前作强化了故事情节编排、节奏和笑料,讲述超级英雄上天入地的拯救历险和情感故事;《独行侠》取巧地融合了1933年的广播故事和1966年的动画记忆,塑造了几代人童年记忆中戴着面具匡扶正义的“孤胆奇侠”;《环太平洋》从每个男孩童年时代渴望成为保护人类的英雄梦想出发,迎合了动漫迷和宅男的狂热喜好,兼具怀旧与致敬的元素,特效构筑了英雄与怪兽终极对决的视觉奇观;《海扁王2》作为漫画英雄的续集电影,在遍布银幕的超级英雄中,人物设定和动作场面剑走偏锋,突出草根圆梦气质;《钢铁侠3》在力量之源的“战甲”上做文章,托尼和战甲谁成就了谁的“身份质疑”,深化了该系列主题内涵;《超人:钢铁之躯》是有粉丝拥趸的科幻大片,过瘾的特效和打斗场面除外,着意刻画在地球长大的外星人“超人”的成长环境和心路历程;动作片《速度与激情6》依然不缺豪车、美女、猛男、兄弟情等元素。

上述好莱坞电影均位列2013年全球票房排行榜前20名,战争场面、善恶对决、神秘太空、劫后余生、末日危机等大场面打造出了惊艳的特效效果。而且,影片基本是将伴随几代人童年记忆的动漫和网游,进行了富有娱乐精神的趣味迎合和奇观奉献的改编。尽管只有《地心引力》《海扁王2》《独行侠》得到较多认可,但是,在粉丝经济时代,以粉丝情绪体验为营销重心的生产者深知以“群”“类”“迷”“圈”存在的受众,不仅打破了阶层划分的传统观念,也以“信息共享”为纽带打破了代际区分。《星际迷航》(1966)祖孙三代的铁杆“航迷”、《星球大战》(1977)纯为怀旧买单的骨灰级粉丝,只要有新的文本传统,他们具备从单个产品体验到消费品牌衍生品的惯性。《霍比特人2》《雷神2》《环太平洋》等都相继推出手机游戏。这正是今天影视剧续集流行,动漫、游戏、电影、真人秀文本互生的语境下,让成功品牌及其衍生品在所有媒介中流动起来的资本密码。

二、文学科幻想象的视觉呈现

比起游戏和电影相互改编后常常相差悬殊的评价,文学与游戏和电影的视觉转换反而显得相得益彰,文学的深刻主题和专业细节为电影、游戏奠定了娱乐的内涵根基。

赫伯特·乔治·威尔斯与儒勒·凡尔纳被称为“科幻小说之父”,他们开创了科幻小说的两脉。科幻不同于“奇幻”,它建立在扎实的细节描述和严谨的逻辑推理上,并随着时代变迁呈现不同主题,早期科幻小说忧虑集权、灾难和异化,到了互联网时代则转向基因工程、生物技术和虚拟技术的危害。所以,科幻小说从两个方向表达了对现实的关注和对未来的警示,这已被20世纪以来的很多科技发展和科幻电影证明,而科幻电影同样也启发着同类型游戏的开发。随着CG数字技术的发展,无所不能

的视觉特效完美地复现了科幻小说的主流题材和想象场景，如时光穿梭、太空遨游、外星生命、智能机器人、黑客帝国等。《星球大战》《星际争霸》《独立日》《终结者》《异形》等科幻电影对游戏的影响，其实都能从科幻小说中找到源头。



《星球大战》衍生品展览

虽说电影通常只截取小说内容之一二，但电影的大众文化影响力不可小觑，效果比科幻小说更加直观和明显。电影《银翼杀手》（1982）形象地描绘了“赛博朋克空间”，然而，原作《机器人会梦见电子羊吗？》中所展示的设计发明要比电影丰富有趣得多，且更具前瞻性和技术反思的讽刺意味，如“拨号情绪暗示”“情感共鸣盒子”。当然，像《星球大战》和《异形》这样的精品系列游戏仍属少数，大多数是借势电影的附庸品。科幻电影则不同，不少技术设施和武器装备融汇了非凡想象力，很多已变成现实或正在研发，如《2001太空漫游》中未来世界的场景、《星球大战》中的光剑、《阿凡达》中的单兵移动作战平台、《复仇者联盟》中移动的天空母舰、《钢铁苍穹》中的飞碟、《特种部队》中产生动力的急速盔甲。在这个意义上，小说之于电影的灵感启发、电影之于游戏的视觉引导，使科幻小说与电影、游戏形成梯级开发的产业链，特别是互联网时代，CG技术将为玄幻、魔幻、科幻等天马行空的幻想类题材，提供影像化的现实平台。

介于童书和成年小说之间的次成年小说“饥饿游戏”三部曲（《饥饿游戏》《燃烧的女孩》《嘲笑鸟》），自2008年相继出版后，三部曲也陆续改编为电影。《饥饿游戏1》2012年在北美上映后即打破了有史以来非续集电影的最高票房纪录；以2D格式上映的《饥饿游戏2：星火燎原》，在3D格式扎堆的2013年上映后，不仅是北美年度票房冠军，也是1973年《驱魔人》后第一部女性为主角的票房最高的电影，上映时同步推出以此为蓝本改编的跑酷题材的手机游戏；《饥饿游戏3：嘲笑鸟》将以上、下两部分分别在2014年和2015年推出。这个系列的电影改编以寓意深刻著称，并非普通意义上的青春冒险动作片，影片将强烈的娱乐性、游戏的趣味性和超现实主义手法相融合，在“死亡游戏”中彰显人性内涵，讽刺社会弊端，如生死与道义、名利与责任、妥协与抗争、政权与阴谋。

“饥饿游戏”系列小说和电影的热销热映，代表了近年来在美国盛行的“反乌托邦”类型文学的青春化潮流。游戏《古墓丽影》系列的开发也印证了这一点，在网游尚显幼稚、男性英雄当道的时代，性感美丽、英姿飒爽的劳拉·克劳馥的游戏形象具有颠覆意义，因此成为游戏史上最知名的女性角色。但近20年的开发史使得后续系列在个性和故事演绎上难出其右。2013年的《古墓丽影》新版游戏表现劳拉从少女到女王的蜕变，它不再是劳拉的独角戏，而是增加大量配角，缩减古墓遗迹元素，把故事放在一个完整小岛上进行开放性的游戏体验。这些变化与电影《饥饿游戏》在形象、

代表了近年来在美国盛行的“反乌托邦”类型文学的青春化潮流。游戏《古墓丽影》系列的开发也印证了这一点，在网游尚显幼稚、男性英雄当道的时代，性感美丽、英姿飒爽的劳拉·克劳馥的游戏形象具有颠覆意义，因此成为游戏史上最知名的女性角色。但近20年的开发史使得后续系列在个性和故事演绎上难出其右。2013年的《古墓丽影》新版游戏表现劳拉从少女到女王的蜕变，它不再是劳拉的独角戏，而是增加大量配角，缩减古墓遗迹元素，把故事放在一个完整小岛上进行开放性的游戏体验。这些变化与电影《饥饿游戏》在形象、

场景和人物关系上有着太多相似，很难说有没有借鉴。虽说《古墓丽影》的两部同名电影对“奇幻”和“打斗”喧宾夺主的游戏改编并不成功，但它代表了游戏的系列开发与全球大众文化潮流同步的商业特点。

不管游戏和电影的改编质量高下，都遵循电影公司和游戏商共赢的商业路线，是成熟模式的产业链上完整而丰富的衍生环节。而美国游戏厂商也越来越重视游戏的质量，像2011年上映《雷神1》时，因手游枯燥、画面不精美、做工粗糙等质量不佳而流失部分票房的事会越来越少。

三、游戏的意识形态内涵和未来

以“游戏”为题材内容结构故事，或撷取超现实幻想类题材，更为隐晦地承载价值内涵和意识形态，是近年来好莱坞电影在内容和主题上兼具娱乐趣味与深刻内涵的双重变奏，《无敌破坏王》《饥饿游戏》《安德的游戏》是典型代表。

好莱坞电影的文化指向和意义构建向来依存现实法则。动画电影《无敌破坏王》不仅形象地呈现了游戏的历史演变，还创造性地设计了一个极富社会意义的“破坏者”角色，依照游戏流程中其“身份反转”导致的程序坍塌，确立角色存在的合法地位，辩证地思考了职业伦理和社会心理的诸多误区，也暗含了美国“双重标准”之于国际秩序的重要性。《饥饿游戏》对真人秀赛制规则的背后操控、大众娱乐至死的狂热与麻木，做了隐蔽而积极正面的价值引导。《地心引力》对中美俄三足鼎立的太空实力角逐的影射，以及太空垃圾、黑客网络攻击的曲意暗示，都包含复杂的历史成因



电影《饥饿游戏》中凯特妮斯的绝地反击

和现实制衡的潜台词；空间站场面、飞船内舱、零部件设计细节的画面也很好地呈现了每个国家的工艺设计水平，这些不被观众和审查注意的细节，恰恰是影片意识形态内涵的精妙所在。《环太平洋》的剧情广受诟病，其视觉特效和动漫元素却深得游戏迷好评，而《解放军报》指出其暗喻美日同盟贬损中国。

其实，观察游戏改编成电影的文本会发现这样一个规律：从最初的“事件驱动”到“性格驱动”，以至于当下的“意义驱动”，游戏结构剧情都对科技、艺术、文化、资源争夺、人类命运进行立体全面的哲学反思。

2013年上映的《安德的游戏》就是一部有着丰富现实指涉和严肃战争政治意图的科幻电影，同时唤醒了有深度的娱乐精神和游戏态度。原以为该片是儿童与太空蚂蚁智斗的电子游戏题材，看后才发现从故事情节、背景到人物成长主题，都是对未来网络战争军备竞赛进行科幻想象的教科书，能与现实一一对照。其中有黑人、白人、毛利人等美国融合多元文化的民主表述，有升级了的草根英雄超能力和团队合作制胜



电影《安德的游戏》中天才少年安德指挥小伙伴们进行人蚁对决
“网络珍珠港”的忧患意识。

的个人成长主题，有白人指挥官和黑人女心理教官关于战略战术训练与实战中健全心理保障的精彩对弈。最有价值的是故事背景和情节主线的设置：未来太空时代，国际舰队为抵御外星虫族入侵，全球招募具有创新意识和领袖意志的游戏神童。它明确表达了现实国际社会对

在现实中，2013年9月12日英国广播公司网站再次登出了政府通信总部与众不同的“间谍”招聘广告，即每组5个字母共29组密码，感兴趣者破解密码后进入“寻宝游戏”环节，最后找到答案者，意味着通过了严格测试，会获得丰厚年薪，从事为英国政府和军方监听、监察、搜集情报等保卫国家安全的工作。随着网络防御和黑客进攻的界限模糊，美国也在加紧加强网络战的人才储备，军方以网络游戏的方式在中学招募天才少年，进行强化与黑客对垒的攻防训练。这些与电影《安德的游戏》中的战略意图、选拔训练和模拟作战如出一辙，除了最后人蚁决战的情节，电影几乎是现实的视觉化翻版，而人蚁大战也完全可以被联想为未来战争的模板。这种艺术的、审美的结合国策的处理，一贯符合美国文化产业对内强化国民的国家安全意识，对外通过“软实力”向全球输出西方文明基础价值观的文化策略。美国情报机构前雇员爱德华·斯诺登的泄密事件，不过揭开了国际社会大国之间网络备战竞赛的冰山一角，电影中以“游戏”架构情节和主题的创作方向不是空穴来风。

2014年初，人民网人民微博平台推出网络小游戏《打贪腐》，模拟传统游戏《打地鼠》，对滥用职权、贪污、受贿和包养情人的四类贪官进行打击，意在突出对贪腐现象的惩治决心和唤醒社会监督的责任意识。国内首款大型军事游戏《光荣使命》则是演练保卫钓鱼岛，实现了全军联网对抗，而其单机版本早在2011年就被列入解放军训练科目。这些游戏的推出有现实共鸣和需求，但更多的是通过游戏的趣味性达到传播观念和教育训练的初级目的，有疏导民意的初衷，但游戏的专业性和深度远远不够。中国网游电子竞技俱乐部的诞生，以及中国玩家在世界电子竞技大赛中取得名次，才是中国网游玩家向国际水平看齐走向职业化的开端。

四、网游谍影阴影和产业挑战

1958年出现了电子游戏《双人网球》（Tennis For Two），此款游戏人机之间无法交互只能双人玩，这个原因导致人们对它“世界上第一款电子游戏”的地位，总是与1961年实现了人机交互的双人射击游戏《空间大战》（Spacewar）产生争议。但是，制作《双人网球》的物理学家试图以轻松娱乐的方式，打消周边居民的顾虑和抵触，以

维持实验室正常运转的科普努力，无疑奠定了“游戏”作为提高认知力的有效方式及存在的意义。

无独有偶，早期电子游戏巨头雅达利（Atari）首先提出了将电视、计算机与电子游戏结合的理念，它开发了第一款教育类视频游戏《基础数学》，可以在电视上进行数学运算并由计算机判断对错，目的是养成孩子无意识中学习的自觉性。

讽刺的是，每一次技术变革的结果总是让人类喜忧参半。同样，网游潜在的危险越来越不容忽视。

多伦多大学政治学教授罗纳德·戴伯特的新书《黑色密码：网络战内幕》，率先从专业视角审视了互联网时代的危机：“随着网络技术越来越复杂，它搜集我们日常生活的数据也越来越多。第三方企业和执法官员在利用这些数据，却不用为此承担责任。这种情况不仅在专制国家中存在——政府利用新式网络监视工具监视、压迫异见人士和人权组织，在民主国家中也不少见——国家安全机构每年在软件上投入数亿美元，既是为了遏制黑客袭击，同时也在监视普通公民的网络使用。”^①这本有趣的书揭示了令人悲观的现实。

斯诺登曾披露，美英“间谍”会在网络游戏中假扮虚拟人物搜寻恐怖分子，人气超高的《魔兽世界》《第二人生》和多人在线射击游戏被疑为潜伏平台，而恐怖分子也会制作游戏用于招募和训练死士，“9·11”事件的袭击者就是通过飞机模拟软件学会驾驶飞机的。^②《德国之声》中文网也指出，智能手机上全球下载超过17亿次的游戏《愤怒的小鸟》，通过安卓系统收集用户信息和跟踪定位。^③

网游带给未成年人的成长阴影，可能是另一个既现实又影响深远的后果。网游发展到今天，暴力、色情、恐怖充斥其中。2004年云南“马加爵案件”后，原国家广电总局整顿荧屏暴力，发出禁播电脑网络游戏类节目的通知，文化部随后取缔了有暴力倾向的进口游戏《生化危机》《Quake3》。2009年，河南省济源市人民检察院依据办案实践，制作了四十多分钟的专题纪录片《谁夺走了我们的孩子》，讲述了二十多起青少年因迷恋网游走向犯罪的悲剧事件。^④今天，这种情况并未好转，在互联网和智能手机引发的9种病中，“在线游戏上瘾症”是最危险、最具破坏性的，沉迷虚拟世界无法自拔的现象在亚洲国家尤为严重，韩国25%的青少年是此类患者^⑤。中国青少年网络协会对2012年市场上流行的423款网络游戏进行绿色度测评，认为78.5%的网络游戏不适合未成年人。^⑥



多玩家在线游戏《魔兽世界》

① 《互联网走上麻烦重重之路：〈黑色密码〉审视互联网潜在挑战》，新华网国际版，http://news.xinhuanet.com/world/2013-08/26/c_125245426.htm。

② 《斯诺登：美英间谍潜伏“魔兽世界”抓恐怖分子》，新华网，http://news.xinhuanet.com/world/2013-12/11/c_125839009.htm。

③ 《“愤怒的小鸟”否认充当间谍》，欧洲新报网，<http://www.xinhao.de/xinhao/sydh/europa/2014-02-01/419288.html>。

④ 《河南济源开学开播网瘾青少年犯罪纪实片》，<http://game.163.com/09/1019/10/5LVU0PDM00313MM0.html>。

⑤ 即：网瘾、铃音幻听、手机上瘾症、眩晕症、脸谱抑郁症、在线游戏上瘾症、网络多疑症、谷歌效应、维基百科效应。

⑥ 数据引自《中国新闻周刊》2013年3月18日“声音·数字”。

心理学家霍顿和沃尔 (Horton & Wohl) 1956年最早提出媒介使用者与媒介人物关系的“准社会交往”概念 (Para-social Interaction)。据此延伸分析, 网游成瘾的青少年已将网游中虚拟的人际交往, 当作现实社会的替补而产生迷恋, 青少年比成年人更情绪化, 与媒介对象的关系也更密切, 面对突然被解除交往产生的焦虑集聚, 势必反应强烈, 甚至失控, 选择以攻击和暴力解决麻烦。

2013年的电视剧《无贼》涉及了一段“网络偷菜”游戏给孩子和家长沟通造成错位的情节, 从成人对“偷”的认知角度, 揭示了价值观模糊的游戏带给儿童的根本性误导。而一些有积极正面教育内涵的游戏开发, 则会产生良好社会效果, 比如, 河南卫视2013年原创文化栏目《汉字英雄》爆红, 同名手机APP社交游戏同步上线, 成为微博推荐、微信朋友圈分享的热门软件。

但是, 从另一个方面又让人思考: 没有网络游戏就一定能避免基因中或外界诱发的暴力因素存在吗? 一些网瘾导致的恶性事件, 是不是人们无意间夸大了网游的缺陷? 美国文化批评家史蒂文·约翰逊在《坏事变好事》一书中, 认为社会犯罪率或可检验游戏的暴力化后果, 在电子游戏蓬勃发展的20世纪90年代, 美国社会的暴力犯罪率大幅下降, 因此, 他并不认可凭借简单地道德判断否定游戏。此外, 他亲身试玩了很多有助于开发青少年潜能、技能和思维能力的游戏, 这些游戏都有明确的是非对错界线, 可以诱导玩家做出符合道德和价值的选择, 甚至换位思考, 比如“假如你是外星人”。由此, 他认定游戏远比批评者想象得复杂, 应该从更科学更专业的角度审视游戏文化。

目前, 我国的产业导向与相关标准存在诸多不完善、不健全的灰色地带, 加上家庭和学校教育引导的缺失与不利, 客观上加剧了网游的文化价值和社会责任的失衡。一禁了之显然不符合产业导向和娱乐的需求, 游戏分级势在必行, 特别是互联网在线视频时代的来临, 全球化将网游变成了地方化。日版分级年龄对应着12岁、15岁、17岁、18岁、全年龄等玩家, 美版分级年龄对应3岁、6岁、10岁、13岁、16岁、18岁等玩家。正如人类社会再严苛的法律也不能避免犯罪一样, 游戏分级至少给主管政府、游戏商、社会、学校和家长提供了监督、预警和执法的具体指标。另外, 国内相当数量的游戏商文化素养不高和易受利益驱动也是导致不良现象的原因。2013年4月, 中国巨人网络在纽约时代广场推出“屌丝”网游广告, 因“屌丝”词汇不雅被美国禁播。^①这无疑是对政府审查把关和中国文化对外传播的一个巨大讽刺。随着中国网络游戏与全球娱乐的同步、中国针对外企长达14年游戏机销售禁令的解除, 缺乏游戏分级和相关立法不健全的问题将凸显, 中国网游产业是否会出现有产业无文化的价值误区, 考验着文化主管部门的专业水平。

2013年的“网游”市场, 在游戏玩家看来, 注定是“不平凡”的一年: 以PS2和Wii为代表的王者主机, 被“次世代”的索尼PS4和微软Xbox One新主机发售取代; 从1998年手机上简单的拇指游戏《贪吃蛇》, 到2000年后彩屏Java硬件软件支持智能手机向平板手机的过渡; 从画质逼真的PC到手游页游异军突起; 掌机历经17年的像素进

① 任晓娟:《“屌丝”缘何成了电视热词》,《视听界》2013年第5期。

化,《口袋妖怪》等手游也迈入3D游戏行列。趣味性、故事性和可玩性,随着技术的一次次强化而成为游戏开发的基本理念,移动智能技术、平板手机硬件配置和软件完善的整体进步,以及4G诱惑,都促成了网游、手游成为全人类触手可及的娱乐方式。

从全球看,“网游”挟技术革新和专业性,由点到面地打通文化艺术、科学幻想和游戏之间的通道,并巧妙注入意识形态内涵,致力于年轻社群中的创意传播,达到干预社会和现实的目的。但“潜伏”在网游中的不安定“魅影”,同样让人忧心忡忡,感受到技术便利背后令人不寒而栗的后果。

(作者单位 中国艺术研究院电影电视艺术研究所)

■ 员晓明

谈电影与游戏的融合发展趋势

提 要 近年来,电影与游戏因为数字技术、CG技术的飞速发展紧密结合起来,形成互动潮流。由于二者在技术运用、艺术形式、制作方式等方面有着明显的共通性,因此,二者在题材、技术等方面及市场开发上相互借鉴、相互交融也成为必然趋势。从产业化的角度来看,近些年,国内影视游戏产业的融合趋势愈发明显,很多游戏巨头开始跨入电影行业。

关键词 游戏化 电影化 互通整合 视听体验 高科技 产业融合

用来观赏的电影与用来体验的游戏两个看似关联不大的领域,由于CG技术与数字技术的飞速发展而紧密地结合了起来,近年来更是发展的愈加成熟,形成了新的互动潮流。近几年,先经游戏试水,进而改编的电影大量出现,其中一部分获得了不俗的票房成绩。游戏改编的电影拉近了与观众的互动距离,而根据电影创作的游戏也在一定程度上带给观众强烈共鸣。电影和游戏有着极为一致的艺术载体,一诞生就拥有坚定的娱乐性和大众性,有着为了满足数量最庞大的普罗大众的娱乐需求。^①同时,由于二者在技术运用、艺术形式、制作方式等方面有着明显的共通性,因此,在题材、技术等方面及市场开发上相互借鉴,相互交融也成为必然趋势。

一、游戏的电影化成为未来的发展趋势

最初电子游戏的目的只是为人们提供单纯消遣娱乐。随着时代的发展,技术的进步,越来越多的新鲜元素融入游戏,画面制作水准越来越高,游戏的制作理念也在悄然发生变化,向着多元的方向发展,越来越多的游戏开始追求电影化的制作手法。画面作为游戏玩家首先接触到的元素,对于一款游戏的命运起着至关重要的作用。在娱乐产业越来越多元化的今天,各种娱乐形式融会贯通,电影创作的众多优势被越来越

^① 《电影游戏化未来 跨界艺术融合进行时》,时光网, <http://news.mtime.com/2011/10/28/1473888.html>。



网络游戏《古墓丽影》截图

广泛地借鉴到了游戏之中，游戏画面变得越来越精巧细致，情节越来越复杂深入，人物设置也越来越真实，使玩家在游戏的同时体验到观看大片的感受。

随着游戏行业的快速发展，竞争日趋激烈，众多游戏制造商为了在巨大的市场中分得一杯羹，纷纷提升自身产品的品质，创造出一批画面制作精良，内容真实，人物设置复杂多样的“电影化”游戏。此举掀起了将经典游戏改编成为电影的风潮，作为游戏的本体也开始了电影化创作之路。其具体表现为剧情越来越饱满，世界观越来越真实正面，台词对白越来越考究等。游戏中借鉴了电影讲故事的方式，一开始便明确给出典型性的“规定情境”，对于历史、地域、文化、环境、事件等元素也有着明确设定。例如《古墓丽影》中的远古遗址、《生化危机》的生物实验中心、《寂静岭》的偏僻山村、《迷失地带》的核泄漏事件等。这些相对具体封闭的背景，使参与游戏的人一开始便对环境有着一定的感知性，对在这个环境中发生的故事也会较为坚定相信与投入，其营造的虚拟空间和事件氛围所产生的沉浸感，比电影来得更快更直接。为了达到这样的效果，许多游戏制作商甚至斥资专门聘请电影导演来拍摄过场动画，精美的画面和成熟的镜头比真实的电影不差分毫。

又如，游戏《荒野大镖客：救赎》是一部以美国西部拓荒史为题材的动作冒险游戏。剧情主要以20世纪北美殖民拓荒以及工业革命为背景，讲述了主人公约翰·马斯顿在没有法律和秩序的西部荒野上的冒险故事。这款游戏为玩家打造出充满时代特色的西部环境，场景设置真实细致，除了西部风格的小镇，每个出场人物的衣着装扮，无论主次都符合时代特色，充满西部风情。游戏除了涵盖那个时代流行的悬赏、决斗、枪战等元素之外，对于细节的打造也力求真实。游戏中具体操作骑马时，按下相应的键人物就挥鞭，马的奔跑速度取决于挥鞭的频率。甩得太慢，马会减速甚至停下，甩得太快，马会因受不了疼痛而急停等。如此细致入微的设置，能够使玩家除了体验到游戏上的新鲜感之外，更感受到了西部生活的滋味，再搭配带有明显西部风格的音乐和晨昏光线的变化，使玩家体验到置身其中的神奇滋味。



游戏《荒野大镖客》截图

动视公司（Activision，现更名为Activision Blizzard）于2003年初制作发行的《使命召唤》系列游戏同样以扣人心弦的故事情节和高度逼真的战斗场景吸引了大量玩家他们可以在游戏中化身为人物，置身于战争前线，亲身参与“二战”的经典战役。在游戏中玩家可以自由选择扮演美军、英军或俄军士兵，利用程序提供的团队智能、特殊效果、大量的友军士兵和激烈的战斗动作，经过冒险和努力最终完成24个史诗般的任务，从不同的角度领略战争全貌。游戏提供的震撼的画面和真实搏斗感，给玩家带来了观赏大片般的体验。人物设置的逼真多样直接带动玩家的积极性。可以说，游戏中人物的设置关系着故事背景的协调性、是否能被玩家所接受等各个环节，成功的人物

设置甚至可以直接影响到玩家对某款游戏的投入程度。

此类国产游戏中,《仙剑奇侠传》《轩辕剑》系列游戏的剧情,玩家们早已耳熟能详,而正是有着电影般的曲折震撼的剧情和温婉哀伤的音乐才使得玩家对它们有着不一样的情结。畅玩一部游戏,玩家犹如置身于玄幻大片一般,随着主角的悲喜或感伤或喜悦,加之计算机技术的突飞猛进,无论是游戏逼真的画面还是震撼的声效,都使得部分国产单机游戏的电影化风格越发强烈。

不得不承认,在游戏电影化的这一阶段,游戏的制作更倾向于通过数字技术实现视觉快感,进而给玩家提供感官刺激。相对于电影所产生的视觉快感而言,游戏显然已经具备了类似的功效。由于真实强烈的代入感,游戏甚至更能给玩家带来更加立体、即时的拟真感。随着电影化的镜头、叙事手法在游戏中的广泛的应用,游戏的电影化的趋势将更加明显。

二、电影的游戏化特征愈发明显

电影与游戏的融合在很久以前就已经被认为是大势所趋了,这种融合的核心是观众对影片参与度的提升。从电影接受的角度来说,一部影片的成功与否取决于观众在观影过程中参与度的高低。观众需要全身心地投入剧情,与主人公一起同呼吸共命运,电影的创作者才有空间与平台去调动观众的感情,使观众获得情感宣泄。传统电影中这一任务主要是由明星来完成的,影迷对明星的亲切感就是把观众引入电影情境的药引子。^①游戏的手法被引入电影则给观众提供了一种独特的、更加直接的参与方式。观众不需要投入过多的情感,只需把注意力集中在游戏般的重重关卡上,跟随主人公一起过五关斩六将,冲破重重障碍取得胜利。这种偏重过关形式而不重情感描述的创作方式影响了很多电影制作者。斯皮尔伯格曾经表示他所设想的未来电影就是观众通过脑波接收装置直接将置身于全息影像空间之中,通过刺激全身的各种感官来亲身体验电影主人公的各种经历。好莱坞早已拍摄了多部这样的大片,例如:《异形》《蝙蝠侠》《蜘蛛侠》《变形金刚》等。在这些影片中都充满了游戏式的暴力打斗场面,都存在一个身怀绝技、勇气过人的英雄式人物,在经历大量打斗和少量的剧情对白之后最终艰难地完成任务拯救世界。在这样的影片中,观众完全无需担心主人公会出现意外,就像在游戏中一样,即使主人公被打死也会满血复活。例如在《金刚狼2》中,主人公经历了被追杀虐打,最后他用一个自杀式的自救行为——剖开自己的胸膛,摆脱了抑制自己超能力的高科技生物,进而打败了造成杀戮毁灭的敌人,圆满地拯救了世界。这类形式感很强的电影将观众的视听体验游戏化,充满娱乐化气息,它可以令观众忘却所有,全身心地跟随主人公去冒险。

利用高科技手段表现未来也是电影游戏化的一个趋势。讲述未来的电影大多淡化了剧情、人物等电影本体部分,加强技术上的投入,采用尖端的3D技术将自身画面制作到令人惊艳的效果,为观众带来更加强大的视觉体验。2013年热播的好莱坞科幻大

① 张衍:《〈锦衣卫〉:电影游戏化的再尝试》,张衍个人博客, <http://thatiszhangyan.blog.163.com/blog/static/128587104201021772538739/>。

片《地心引力》便是这类影片的代表。这部影片情节简单、人物稀少,没有过多着墨于情感和事件发展,转而运用高科技技术营造出令人震撼的太空画面质感,创造真实的令人置身其中的太空感受,带领观众在宇宙空间中进行冒险,跟随主人公一步步克服困难达成生存目标。



电影《金刚狼》剧照

如果说传统电影是以丰富的本体元素取胜的话,那么游戏化了的电影则胜在轻松愉悦。当今社会飞速发展,观众在沉重的工作生活压力之下需要一个轻松忘我环境作为情感宣泄的窗口,游戏化的电影恰恰提供了这种可能性,抛开艺术,凸显精神放松解脱的功能性。《变形金刚》《蜘蛛侠》《金刚狼》等好莱坞大片收获的高额票房、节节攀升的观影人次及同名游戏的大卖特卖便是最好的证明。

三、国内电影与游戏相互融合的发展趋势

近些年随着中国商业电影的发展进程,国产类型片逐渐发展出颇具本土特色的类型及其元素组合。在中国武侠大片日渐式微的当下,爱情、喜剧等看似小格局的影片正在不断刷新着中国的票房纪录。同时,新类型的开发与践行初露端倪——科幻类型遭遇本土瓶颈的同时,魔幻创造的东方奇观异军突起,使中国类型电影焕发出别样生机,^①这种电影的游戏化趋向也更加明显。

2013年初,《一代宗师》和《西游·降魔篇》造就了观影潮流,9月底上映的《狄仁杰之神都龙王》也收获了不错的票房。在2013年上映的国产大片中,3D技术的应用



电影《西游·降魔篇》海报

较往年更为普遍,技术与影片内容的贴合也更为合理化和艺术化。《狄仁杰之神都龙王》的水下3D摄影、《风暴》中环爆炸的3D特效、《逃出生天》中的火灾3D特效,都已经向世界先进的电影科技看齐。这类题材的尝试性创作突显出国内影视产业正逐渐向国际大趋势迈进。业内人士表示,在多屏时代的媒体环境下,在以好莱坞为主导的新的世界电影潮流中,高科技与电影创作的结合已经成为不可逆转的趋势。2013年中国

大片对这种趋势的把握,从根本上体现了中国电影在世界电影格局中良好的发展态势和广阔前景。

^① 《2013年国产类型电影盘点与趋势分析》,艺恩咨询, <http://www.entgroup.cn/views/a/18746.shtml>。

《西游·降魔篇》无论在剧情上还是票房上都算得上是2013年具有代表性的作品,影片最终拿下12.45亿元票房,成为全球最卖座的华语电影。纵观全片,鲜明的游戏化元素无处不在,其中夸张的人物造型,典型场景的设置,画面的质感,打斗场面的渲染等无一不显示着这部影片“好玩”的特质。与此同时,同名网游的发行吸引了不少玩家的关注,成为将电影游戏化创作的典型尝试。目前,越来越多的游戏选择与影视作品跨界合作,这种方式必然会提升电影及游戏的受众规模。

较早时期,国内便有《仙剑奇侠传》《轩辕剑》等多部优秀的游戏作品。随着游戏制作日益精良,电影手法在游戏上的运用也产生了很多优秀的作品。2013年发布的轩辕系列的第11部作品《轩辕剑6》,不仅更换了物理引擎,使游戏画质得到飞跃般的提升,还改变原有的战斗模式,从以前的回合制变成半回合制半即时制。这种改变使游戏整体的品质提高了不少,毕竟游戏画面的优劣和战斗模式的先进与否是游戏的硬指标,最能体现一款游戏的综合素质。于是优质的电影化情节成为《轩辕剑6》最出色的卖点,其中的儿女情长、家仇国恨,相互交错地贯穿始终,历史感浓厚,思辨深刻,让人在体验游戏的同时,感受到深深的人文关怀。^①

从产业化的角度来看,近些年,国内影视游戏产业的融合趋势愈发明显,很多游戏巨头开始从产业融合的角度跨入电影行业。早在2011年,腾讯公司便计划投资5亿元进入影视剧制作领域。2012年又启动了“微电影季”活动,邀请著名导演陆川等参与,致力于打造与游戏相关的微电影。此外,中国最大的微电影发行方“盛大影视华影盛视”也为“盛大游戏”量身打造了游戏微电影《守护之剑》,并在全网首播后引起微电影行业与游戏行业双方的广泛关注。游戏影视产业的融会贯通不仅能够实现品牌、资源、受众、市场等方面的互通和整合,也能使双方在激烈市场竞争中确保绝对的优势地位。二者的结合不仅能收获更大的市场回报,更为双方的产业提供了一个值得借鉴和参考的模式:一方面,电影和游戏都是依托唯美、震撼、精致的视觉效果以及极具逻辑化、戏剧化的情节来赢得受众,让网络游戏充满电影般的唯美和艺术,而让电影充满游戏般刺激和时尚,无疑会给大众带来新的感观享受;另一方面,中国电影正在朝着数字化、科技化的方向发展,而与在此方面有着绝对领先技术优势的游戏联姻无疑能够更好的提升国产影片的质量,加快推进产业化之路。^②

总之,如今的游戏技术已经达到构建虚拟世界的水准,游戏化了的电影,也将为观众带来全新的视听享受,会因这种“互动”而更具魅力。与此同时,游戏借鉴电影的叙事手法、镜头转换和场景描述设置等元素,艺术水准得到了进一步的提高。影视游戏融会贯通可以使受众市场更为广阔,而电影则在艺术表现方面比游戏成熟,这些互补性为影视和游戏产业的深度整合、融合发展提供了坚实的基础。

无论是游戏电影化,电影游戏化,还是经典游戏改编电影,抑或是热门电影制作游戏,游戏和电影这两大主体的共通性,决定了它们给受众带来的娱乐体验是殊途同归的。也就是说,它们在一定的时间内满足受众的视听感官需求,并同时让受众感受

① 《国产电影票房三连跳 单机游戏销量能否复制奇迹》,新华网, http://news.xinhuanet.com/info/2013-08/12/c_132623899.htm。

② 《文化产业新现象 网游和电影联姻》, <http://gameonline.yesky.com/2011/11062201.shtml>。

到其艺术的价值和属性，这也是两者作为娱乐化艺术品的价值及存在的意义。在未来游戏与电影的融合上，叙事方式、技术制作、文化想象、精神维度等，都可看做是打造成功作品的关键点。

（作者单位 中国艺术研究院电影电视艺术研究所）

■ 蔡郁洲

从《刺客信条》和《轩辕剑》看游戏的历史代入感

提 要 历史代入感是指游戏产品给玩家提供的历史体验，它把玩家带回到过往的生活当中，在亦真亦幻的氛围中获得游戏快感，因此是游戏性的核心部分，同时也是玩家完成整个游戏故事流程的最根本动力。本文以法国育碧游戏软件娱乐公司旗下的著名作品《刺客信条》系列和中国的历史题材游戏《轩辕剑》为例，探讨历史代入感对游戏产品的重要作用。

关键词 《刺客信条》 《轩辕剑》 历史代入感

一、游戏性与历史代入感

电子游戏从诞生至今经历了几十年的发展，目前在各种平台上运行的游戏产品数以万计，相应地，游戏的评价标准日渐清晰，剧情、画面、音乐、音效等成为评价游戏优劣的重要元素。但与此同时，“游戏性”（gameplay）仍然是一个有待清晰化的概念。所谓“游戏性”是指游戏之所以成为游戏的那些本质特征，它是游戏产品的核心，是游戏的本质与灵魂，是吸引玩家的根本所在。游戏性与游戏的基本构成要素不尽相同，^①从受众的角度看，所谓的游戏性，应该是指玩家在操作一款游戏时内心产生的最简单的原始快感，这种快感使玩家对游戏产生黏着感、依赖感、忠实感。在日常生活中，经常可以看到很多年轻的玩家过着朝九晚五的生活，他们每日期盼着早些回家，打开自己的电脑或是游戏主机，短暂“逃离”疲惫的现实，与程序代码和贴图数字文件来一场虚拟的狂欢。游戏能够吸引玩家持续参与、投入高度关注的秘密，不仅在于炫目的美工与酣畅的打斗技巧，更重要的是游戏给玩家提供了强大的历史代入感。强调人文历史背景的游戏尤其如此。一款游戏，无论是否被定义为“历史演义”或是“历史重构”，首先必须让玩家融入其中，也就是通过角色代入，完全沉浸到虚拟的历史情境之中。

^①《百度百科》词条“游戏性”里包括11种构成元素，包括沉浸、情节、扮演、竞争等等，但并未对游戏性本身的实质做出界定或说明，<http://baike.baidu.com/link?url=KrVMMLhly-lhsH60MK0zYKI8q6Z5JPGgyiBWmvPQjnQgSbN4V5AhWRre8v9nUzTe>。

换言之,“代入感”就是对游戏构建的虚拟世界的认同感和投入感。玩家在一款单机游戏或者主机游戏中形成的代入感主要分为两种类型:一是“大环境的融入”,二是“历史的代入”。在角色扮演游戏(RPG, Role-playing Game)或者冒险解谜游戏(AVG, Adventure Game)中,玩家一般通过剧情、场景、CG动画获得对该游戏的第一印象,随后跟随他所操控的游戏角色的经历,玩家自己逐步融入到游戏的环境之中,包括自然环境以及与游戏中NPC角色之间的交流的人文环境,这样的融入过程即“大环境的融入”。而在部分动作类游戏(ACT, Action Game)、动作角色扮演游戏(A-RPG, Action Role-playing Game)以及模拟经营游戏(SG, Simulation Game)游戏中,玩家进入游戏时,一开始便会被明确告知游戏的历史背景,因此,游戏被开启的那一瞬间便被赋予了历史性。之后,玩家再通过剧情、过场动画短片、场景来确认自身对游戏历史背景的认知程度,最后,通过操控的角色的故事进度,直接而鲜明地体验历史事件亲历者的感受。这一过程即是“历史的代入”。^①

历史代入感是游戏产品给玩家提供的穿越历史的体验,它像一次神奇的旅程,把玩家带回到过往的生活当中,因此,历史代入感是游戏性的核心部分,玩家不惜时间、精力、金钱而甘心投入其中,潜心完成整个游戏故事流程的最根本动力。在游戏中,玩家可以通过自己的选择、自己的双手参与书写历史、改变历史,重新描画历史的轨迹,并在其中获得极大的乐趣。

中国是一个历史悠久的文明古国,海量的历史文化内容为游戏产品的开发设计提供了丰富的资源。但与国外的历史题材游戏相比,我们的游戏产品仍有明显的不足,特别是在历史代入感方面,与国外产品有较大的差距。本文将法国育碧游戏软件娱乐公司(Ubisoft Entertainment)旗下的著名作品《刺客信条》系列(Assassin's Creed, Assassin's Creed II, Assassin's Creed: Brotherhood)和中国的历史题材游戏《轩辕剑》做对比分析,探讨历史代入感对游戏产品的重要作用。

二、《刺客信条》系列:回到中世纪与重现文艺复兴

本文之所以选择《刺客信条》系列作为经典案例分析,一是因为这三部作品的剧情有明晰的顺承关系;二是因为游戏的制作团队长期多渠道收集历史素材,因此,作品本身的历史代入感强,最能体现出历史代入感对游戏成功的重要性。

《刺客信条》是由制作过《波斯王子》(Prince of Persia)以及《细胞分裂》(Tom Clancy's Splinter Cell)的育碧蒙特利尔工作室(Ubisoft Montreal)的精英团队研发制作。在游戏制作技术上,育碧蒙特利尔工作室自主开发的游戏引擎安韦尔引擎(Anvil Engine)给该游戏打造历史代入感提供了强硬的技术后盾。育碧蒙特利尔的技术



网络游戏《刺客信条》截图

^① 黄石、李志远、陈洪:《游戏架构设计与策划基础》,清华大学出版社2010年版,第42页。



网络游戏《刺客信条》截图

总监克劳德·兰雷 (Claude Langlais) 表示安韦尔引擎中的环境场景利用3D Studio Max建模, 而角色则是使用 ZBrush建模。在研发《刺客信条II》时, 安韦尔引擎做出多项改良, 包括增加日夜循环、增强景深距离, 加入Far Cry2所使用的场景植被技术, 增强光影、反射与特殊效果; 新的服装系统; 新的AI与NPC行进导航系统。^①这一系列技术手段上的革新, 保障了团队再造中世纪时代的目标。由混合技术公司 (Hybride Technologies, 一家被育碧收购的前特效工作室) 与育碧数字艺术公司 (Ubisoft Digital Arts) 制作的《刺客信条》真人短片《刺客信条英雄谱》 (Assassin's Creed: Lineage) 也使用了安韦尔引擎中的场景素材再制, 以供真人演员体验其游戏场景之后再拍摄。《刺客信条II》中光影的逼真性, 再现了中世纪时期拜占庭帝国、耶路撒冷、大马士革的古城风貌。更有玩家在试玩该产品后表示: “我时常喜欢行走在城市的街头, 观看这些古城的每一个细节, 甚至都舍不得用奔跑模式飞檐走壁一番之后直接完成任务。”^②

技术的精进似一剂强心剂, 鼓舞着制作团队精益求精。但是, 在技术发达的今天, 玩家也变得越来越精明, 尽管光影贴图技术这一项技术是安韦尔引擎辉煌的一笔, 但打动玩家的并非简单的技术进步。玩家在令人炫目的技术背后, 看到的是神秘、黑暗却又迷人的中世纪; 人文主义之光照耀下的文艺复兴时期的翡冷翠; 十字军与圣殿骑士团的恩怨, 历史的谜团, 再加上宗教神秘主义的渲染, 混合而成的具有浓郁时代特色的中世纪氛围, 才是俘获无数玩家和业内人士的法宝。

在《刺客信条II》创作伊始, 制作总监婕德·雷蒙德 (Jade Raymond) 把游戏的历史背景在第一代基础上向后延伸了三百年, 从中世纪的耶路撒冷直至文艺复兴初期的佛罗伦萨。在前一代作品中雷蒙德本人对十字军东征的历史非常感兴趣, 所以她让《刺客信条》以这段历史为主轴, 并为此翻遍各大典籍, 收集各种史料。在关于《刺客信条》的制作访谈视频中, 雷蒙德坦言: “我们的主要工作目标之一就是还原无法重新真正体验的1191年的耶路撒冷, 所以这是一项艰巨而又繁琐的任务。我们请了中世纪历史学家为我们团队搜集整理大量的历史资料, 真实性具体到游戏里, 例如, 你需要刺杀的9位支持东征的人物都是历史上可查阅到的活生生的历史人物, 而非虚

① 参见《维基百科》Anvil引擎词条: <http://zh.wikipedia.org/wiki/Anvil%E5%BC%95%E6%93%8E>。

② 《大作背后的功臣! 细数次时代顶级的游戏引擎》, 人民网, 2011年9月27日, <http://game.people.com.cn/GB/48601/49239/15760736.html>。

③ 《刺客信条开发日志》, 2009年9月29日, <http://www.gametrailers.com/videos/b4mgt2/developer-diary---storyline>。

构。”^①这样的工作热情延续到了二代产品的制作之中。由育碧官方摄制的《刺客信条II》开发日记中，游戏策划之一让-弗朗索瓦·伯文（Jean-Francois Boivin）称：“这是一个非常有意思的世界设定，在这部游戏里，有很多的故事层面和历史角度有待玩家发掘。”产品经理朱利安·拉斐里耶（Julien Lafferriere）认为：“这是个非常特别的游戏。借助深厚的历史背景你将会获得惊人的感受。”首席编剧杰弗里·约翰勒姆（Jeffrey Yohalem）指出：“《刺客信条：兄弟会》是紧接《刺客信条II》的故事。现在，玩家们会明白我们这么做是因为宏伟的历史已经超越了游戏承载的容量。”^①

从游戏的剧本文本可以看出，《刺客信条》系列是基于历史史实的“历史演义”游戏，而非架空历史的“历史重构”游戏。故事主角是现实世界的真实个体存在，即便阴谋论是主角“穿越”至中古世纪的内因，但最终玩家除了体验被再现的历史场景之外，将会参与一段历史事件之中。《刺客信条》的游戏历史背景设定在1191年，第三次十字军东征使圣地耶路撒冷蒙受了巨大灾难。为了终止无休止的纷争，刺客集团计划实施行动以迫使交战双方罢手。一名叫做戴斯蒙·米尔斯（Desmond Miles）的酒吧服务生，某天遭到阿博斯蒂戈（Abstergo）国际制药集团绑架，研究人员告诉米尔斯，他是古代刺客宗师的直系后裔，需要分析他的DNA来提取他的祖先阿泰尔（Altair）的记忆，从而找到伊甸园碎片的下落。通过这种方法，阿博斯蒂戈可以找到神器的线索。就这样，米尔斯被研究人员强迫推入了虚拟机阿尼姆斯（Animus）之中，返回了12世纪的中东。12世纪的圣殿骑士和刺客联盟的争斗不断，作为刺客宗师的后裔，米尔斯找到了祖先阿泰尔的记忆。阿泰尔是受师父穆阿利姆（Mualim）之命寻找伊甸园碎片，这种神器能给人幻觉，从而控制人的思想。他陆续杀死九名圣殿骑士，但他渐渐察觉到自己被欺骗了：原来，当年共有十个骑士找到了伊甸园碎片，而师父穆阿利姆利用阿泰尔刺杀九名骑士，是为了他一人独吞伊甸园碎片，最终实现大权独揽的独裁者梦想。玩家在游戏中扮演的是刺客集团的主要人物阿泰尔，担负的是

改变历史并拯救人类命运的重大使命。

《刺客信条II》的历史背景设定在1486年意大利文艺复兴时代，地点是威尼斯、佛罗伦萨、托斯卡纳以及罗马。1476年文艺复兴时期，17岁的艾吉欧·奥迪托雷（Ezio Auditore da Firenze）是意大利城市佛罗伦萨的贵族，其家族受一场政治阴谋的牵连，



网络游戏《刺客信条》截图

父亲（银行家，真实身分实为刺客）、兄长以及弟弟被判叛国罪并被处以绞刑。艾吉欧带着母亲及妹妹逃离佛罗伦斯，来到蒙特里久尼（Monteriggioni）投靠叔父马力欧·奥迪托雷（Mario Auditore），为报家族之仇及保护家人，艾吉欧跟随叔父学

^① 《刺客信条：兄弟会开发日志》，2010年8月11日，<http://www.shacknews.com/game/assassins-creed-brotherhood/videos/6012/assassins-creed-brotherhood-dev-diary>。

习战斗技能，他继承父亲遗志，为佛罗伦斯统治者洛伦佐·德·美第奇（Lorenzo de' Medici）效命，刺杀阴谋策划者帕锡（Pazzi）家族成员。在年轻的发明家达·芬奇及其他市民协助下，艾吉欧在随后的20年时间里把相关成员逐一刺杀。他还了解到圣殿骑士团团团长洛特里哥·波吉亚（Rodrigo Borgia）意欲推翻美第奇家族，占领佛罗伦萨，并统领意大利。艾吉欧前往威尼斯进行调查，发现波吉亚已获得阿泰尔手中的“伊甸碎片”，并欲成为教宗，获得教宗十字（伊甸碎片“圣杖”）以开启罗马西斯廷小堂圣座下的“地窖”（The Vault）。在叔父及刺客组织成员协助下成功夺得碎片，艾吉欧最终于1499年前往罗马刺杀了已身为教宗的波吉亚——亚历山大六世。

第三部《刺客信条：兄弟会》是前一代故事的补充。在1499年12月文艺复兴时期，40岁的艾吉欧放弃刺杀教宗亚历山大六世波吉亚后回到蒙特里久尼。1500年1月，教宗之子凯萨·波吉亚领兵对城市发动攻击。凯萨于城破之时夺回马力欧·奥迪托雷保管的“伊甸碎片”，并枪杀了马力欧，打伤了艾吉欧。艾吉欧以台伯河上的台伯岛为基地，联合妓女、盗贼及佣兵各股势力，招揽市民加入刺客兄弟会，解放受教宗势力控制的罗马。在各方协助下，艾吉欧打听到凯萨的财政底细以及他借助外力征服意大利的图谋，并最终取得胜利。

通过三部作品的剧本文本梳理，可以看出，在《刺客信条》系列的剧情设定中，除了“伊甸园碎片”以及阿博斯蒂戈制药公司是虚构的之外，其他角色都是有案可查的历史人物，虽然具体的历史史实有所出入，他们不完全都是死于阿萨辛组织的刺杀。刺客组织的名字阿萨辛也有其历史根源：今天欧洲几个国家的语言里，“刺客”一词拼写为“Assassin”，它从“Hashshashin”一词演变而来，而“Hashshashin”就是指历史上中古时期真实存在于伊斯兰世界的“异端”教派：阿萨辛组织。在《刺客信条II》以及《刺客信条：兄弟会》中，由于历史舞台转移到了文艺复兴时期的佛罗伦萨，自然就出现了美第奇家族的洛伦佐·德·美第奇，即“伟大的洛伦佐”：佛罗伦萨真正的统治者和领导者。编剧巧妙地把艾吉欧的家庭背景设定为佛罗伦萨的贵族世家，甚至把艾吉欧叔父的庄园都设定在了蒙特里久尼（Monteriggioni）——意大利中部地区现今保存最完整的中世纪城镇。

在这款游戏中，活跃在文艺复兴时期的巨匠成了玩家的忠实战友：莱昂纳多·达·芬奇（Leonardo Di Ser Piero Da Vinci）为艾吉欧提供习武场所，即游戏中玩家学习战斗操作技能的场所，同时也为艾吉欧破解截获的密函，即游戏中玩家需要破解的任务线索；尼可洛·马基雅维利（Niccolo Machiavelli）则是一位貌奸实忠之人，暗中帮助刺客集团以及艾吉欧，是罗马刺客集团的首领。在真实历史中，马基雅维利卷入的家族纷争并未有详尽的历史记载，但却与游戏中主角艾吉欧家族的遭遇的纠纷年代暗合，从而在一定程度上填补了史实的缺憾，“演绎”了这段历史。

这从另一侧面也说明，制作团队对每一位历史人物都做了细致入微的研究。这样一丝不苟的精神不仅体现在对历史人物的研究上，也体现在对整个历史年代的整体把握上。比如游戏中NPC之一医疗师的形象设计：带着鸟嘴面具，只露出双眼，身着黑色长袍，手着白手套。这种面具起源于16世纪，由一位名叫查尔斯·德·洛莫（Charles de Lorme）的法国医生发明，他将棉花等填充物塞入一个面具的口鼻位置，

充当防毒面具，来医治染上瘟疫的病人。这种面具在口鼻部位突出，眼睛的地方挖两个洞。他同时也带着礼帽遮住头发，穿上长袍挡脏物，还手拿一根棍子接触病人。这些卫生防疫措施后来传入了威尼斯。

由此看出，《刺客信条》系列的整体游戏设计不但注重历史细节、历史人物的真实再现和适度想象，更注重对全局的把握。整个历史时期中当地人的生活习俗、人文风情都拿捏得恰到好处，中世纪及文艺复兴时期建筑风格得以整体复原，甚至游戏中行会系统及银行系统都在为游戏本身的历史代入感增砖添瓦，同时它们也给玩家提供了更多可探索、可选择的元素，游戏本身不再是简单枯燥的“完成任务-接受任务-完成任务”的循环模式，游戏的意味也随历史性的丰富而更加浓郁。

三、《轩辕剑》系列：有待深化的历史主题游戏

现在我们把视线转向国内的类似游戏产品。中国虽然是一个拥有五千年文化沉淀的历史古国，但中国的历史题材游戏在数量上却明显不足，这无疑是令人尴尬的境况。从整体上看，还原历史或演义历史的游戏产品乏善可陈。近年来，比较引人注目的历史题材游戏《轩辕剑》系列可以说是此类产品的佼佼者。

客观地说，《轩辕剑》的整体风格是成功的。从初代《轩辕剑》开始，“中国风”就成为大宇公司DOMO制作小组的关键词，到了续作《轩辕剑贰》，无论是怪兽设定，还是人物与场景设定，细腻的中国风无不落实到游戏的每个环节。之后的《轩辕剑叁：云和山的彼端》，纯二维画面的水墨画视觉效果让所有玩家眼前一亮，这样的风格一直延续到《轩辕剑叁外传：天之痕》。在这部产品研发设计时，游戏引擎已经更新到3D技术时代，但大宇公司DOMO小组依然坚持以水



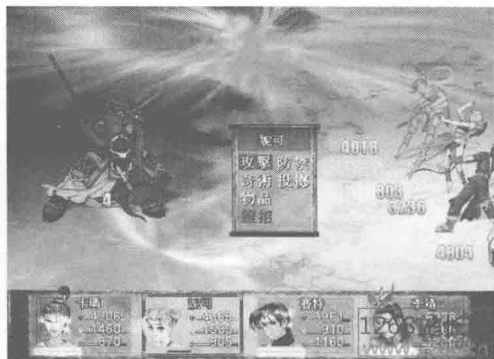
网络游戏《轩辕剑》截图

墨风格作为游戏的整体基调，保持了游戏产品艺术风格的中国化，这是十分难能可贵的。不过，《轩辕剑肆：黑龙舞兮云飞扬》的研发设计充分汲取了新技术的影响，大量的三维技术以及三维效果为玩家呈现了与此前几部作品完全不同的风格，像是暗示这一部作品的历史世界，是一个充满了科学幻想式的古代世界。2013年12月《轩辕剑六：凤凌长空千载云》的预告片发布，一个全新次时代的《轩辕剑》作品以回归纯水墨风格为卖点展现在玩家面前，它宣告了大宇公司DOMO小组重新回归到此前惯有的“中国风”。

一款游戏要让玩家买账，只有高端的制作硬件和让人清爽的水墨式画面是远远不够的。如前述，玩家真正需要的是游戏剧本里能够吸引他们注意力的部分——即融入到剧情中的元素，也就是历史代入感的实现。不妨来看看《轩辕剑》系列在这方面做出了怎样的努力。

《轩辕剑》诞生在1990年，开发时间较早，当时的技术有限，甚至剧本都是未完成的草稿式故事。而且，初代作品和续作《轩辕剑贰》的故事背景都没有明确的历史指向，究竟这一款游戏是以神话故事为架构，比如是像上海烛龙的《古剑奇谭》，还是像有明确史实为背景的“历史演义”游戏，比如TECMO-KOEI的《三国志》系列，研发和设计者并不清晰，可以说直到二代为止，制作组仍没有给出该系列作品的明确定位。到《轩辕剑叁》终于有了明确的历史背景：唐代“安史之乱”前后。但与《刺客信条》系列的演义方式不同，《轩辕剑叁》虽然以这段史实的发生年代为基础，但故事范围却扩展到整个欧亚大陆。显然，时间跨度与空间的广袤是不相吻合的，也就是说，“安史之乱”历史背景并不能覆盖该游戏包含的全部地域，因为欧洲同时期是另一番历史景象。即便如此，玩家以及市场仍给予了积极的反应，这说明，游戏确实不能离开历史性，有历史背景的游戏明显优于时间定位混乱或根本无任何历史指向的游戏。

三代的外传《天之痕》有更明确的断代史背景：隋炀帝杨广时代。游戏男主角陈靖仇奉师父之命，寻找传说中的十种上古神器，借它们的力量复兴故国。《天之痕》的故事随着这场艰辛的复国之旅逐渐展开。《轩辕剑肆》的历史背景继续往前伸展，来到了秦始皇统一后的时期。外传《苍之涛》又将历史舞台提前到先秦的春秋前期，并将春秋时代的“秦晋”之战（晋文公与秦穆公的“崤山之战”），与五胡时代的“秦晋”之战（前秦、东晋的“淝水之战”）结合，透过这相隔约一千年的巧合，配



网络游戏《轩辕剑》截图

上秦晋两个彼此相生相克的名字，极富巧思创意。

但平行的历史建构给玩家造成了困难：对许多玩家而言，这样的历史背景过于艰深复杂，大量玩家对剧情的来龙去脉并不明晰。这样的反馈直接促使DOMO小组认识到作品的历史背景应当更注重史实，以历史原貌的时间线为主要内容，而不是过度演义历史，随意改动时间线，甚至建构平行历史。^①《轩辕剑伍》的背景干脆设为山海经中的山海界国家，但口碑平平，此后创作者又转战三国历史，制作了《轩辕剑外传：汉之云》，以曹丕新葬为故事发源，诸葛亮复蜀为背景，让玩家演义了一段匡复汉室的历史想象。同样使用三国时期作为历史背景的，还有另一部外传作品《云之遥》。

从以上简短的梳理可以看出，与《刺客信条》系列不同，《轩辕剑》系列的历史构建并非传统的“后作继承前作”，有些是前一代作品的上个时期，甚至是跳跃性的

① 王海亮：《独家专访DOMO：林克敏谈“苍之涛”》，《CG杂志》2004年第4期。

历史时空穿插。虽然我们不能要求游戏产品使用一种历史建构方式，一定的历史跳跃或穿插本也无可厚非，但一般情况下，玩家在期待新作时对历史的连贯性还是有一定要求的，对历史真实感有所期盼。《轩辕剑肆》上市后玩家的反应印证了这一点。对玩家来说，脉络清晰的历史故事和丰富的史实是进入游戏的基础性条件，即使是惊艳国人的画面、别致优雅的箜篌丝竹之声，也弥补不了历史性缺失的不足。但如果更详细地观察《轩辕剑》的每一部作品，可以看出其中历史元素不过是剧情的外壳，《苍之涛》打造了“淝水之战”，但游戏中的人物并非历史上真实存在的前秦皇帝苻坚，而是由历史架空的“七曜使者”以及“太辰宫九龙子”在一千年前直接影响而产生的。这样，历史不复存在，一种荒诞的神秘主义的宿命论取而代之，成为了游戏中历史的推动者。玩家在走完整个故事之后，收获的不是对历史进程的温习与反思，而是陷入一种历史神秘论与历史怀疑之中。当然，如果本着历史还原的精神做一番考据的话，那么像太辰宫之类的虽然是游戏原创的元素，但它终非真实的历史。与此类似的案例还有《三国群英传》，在此不作赘述。总之，与《刺客信条》系列相比，中国的历史题材游戏在历史元素的使用上仍停留在潜表的层次，尚没有紧扣历史脉络，在尊重史实的原则上进行合理的改编。

真实体验是商家推广游戏产品时常用的噱头。综合上述，我们认为游戏开发商家与其在表面宣传上下功夫，不如在产品创作伊始，就提出明确的制作方向，带着对历史的热情与探知欲，理解历史游戏究竟为何？如何增强游戏的历史代入感？制作人应该跳出身份的局限，站在玩家的角度，比照真实历史，审视策划文案、剧本、人物，打造游戏逼真的历史感。同时，对国内游戏制作小组而言，尤为重要的是，思考历史的真实性以及历史能为游戏做出怎样的贡献，不是仅仅迷恋历史留给开发者自身的主观体验，而要站在理性的旁观者角度审视历史事件，从中找到历史与游戏的契合点，切忌局限于感性的历史阐发，因为感性层面的体验是留给玩家完成的，而非创作团队或个人的职责。目前，国内游戏市场中优秀的“历史演义”或“历史重构”游戏凤毛麟角，仙侠类与武侠类题材占据优势。但喜爱历史题材或对游戏的历史性抱有期许的玩家又在游戏群体中占较大比例，因此，国内市场暂时无法满足这一群体的需求。因此，国内的游戏制作团队在这一领域大有可为，应该在借鉴国外同类游戏的经验基础上，充分挖掘中国丰富的历史文化资源，研发出真正意义上的还原历史真实体验的游戏，使中国历史题材游戏提高到一个全新水平。

（作者单位 中国艺术研究院研究生院）

■ 朴珍妮

从游戏到银幕的跨越

——兼从玩家角度解读根据游戏改编的电影

提 要 本文从玩家角度出发,结合游戏改编电影的经典案例,对从游戏到大银幕的改编作品做简要分析,探讨游戏改编电影的成因和策略,并指出游戏玩家在这类电影中所占据的重要地位。

关键词 游戏 电影 改编 玩家 忠实原作

自20世纪90年代起,一些经典的电子游戏被改编成电影,如《古墓丽影》《寂静岭》《生化危机》等,这些改编作品的成功促使电



电影《古墓丽影》剧照

影市场纷纷转向电子游戏“淘金”,出现了一股将游戏改编成电影的热潮。然而,此类电影也常常处于一个尴尬的地位,时至今日,以好莱坞电影为主的几十部游戏改编电影中,让观众留有深刻记忆的作品为数不多。游戏在成

为电影改编蓝本的同时,也带来了“特殊”的观影和评论群体——游戏玩家,而这个群体绝不在少数。作为对游戏世界了如指掌的特殊观众,他们有资格对游戏改编的电影进行评价。然而玩家们品头论足的侧重点往往同一般观众存在差别,他们出于对游戏原作的喜爱,对改编后电影存有较多期待,在充分对比改编后的电影与原作游戏,以及游戏过程和观影间的感受差别后,几乎没有哪部游戏改编的电影可以完全获得玩家们的满意和好评。票房和口碑的相背离,玩家和影迷双重标准的评价,致使游戏改编电影的道路颇为不易。

一、游戏改编电影的动因

毋庸置疑,电影既是艺术,也是文化商品,在给人们审美满足的同时,也需要高额的利润回报,因此,电影希望吸引更多观众,获

取高票房，这是每个制片人追求的目标。那些以超高人气电子游戏为蓝本进行改编的电影，在宣传上便已具有了先天优势。从电影艺术自身来说，游戏和电影相互影响、相互交缠。因此将热门游戏改编成电影的风潮近些年有增无减、热度不退。

作为与科技发展紧密相关的产物，电子游戏与电影之间有着道不尽的渊源。一方面，电子游戏借鉴电影艺术的表现方式，以提高游戏的艺术感染力。另一方面，电影受游戏的影响，呈现出游戏化的叙事方式和表现形式。电子游戏更可以拓展电影的表达空间，从而给电影的艺术创作提供新的思路，新的叙事元素。

同文学改编电影相比较，从电子游戏到电影改编似乎更容易，因为有很多游戏看起来就像一部电影。从改编的角度看，电子游戏可以给电影提供鲜明的人物造型、经典的场景、可靠的剧情乃至特效、拍摄手法等多方面的元素。一些顶尖的游戏甚至在视听效果、角色塑造、场面调度、剧情、配乐、氛围上不亚于一流电影大片。因此，改编电影有大把现成的素材可以提炼，对剧本的开发、美工的打造、分镜头的设置等都大有裨益。因此，改编优秀的游戏作品，有利于电影艺术本体的拓展和发展。

同时，游戏改编电影，一面用新颖的题材吸引影迷走入影院，一面又集聚了游戏本身庞大的忠实玩家群体。新鲜的游戏题材和遍布全球的游戏玩家提供了电影票房的保证，这个双赢的合作方式，无疑也满足了影迷和玩家的双重观影人群的需要。

受众重合是游戏与电影联姻的绝佳前提，以当下热门的手游为例，据上海合进数据咨询（CHR）调查显示，电影观众中，15岁至35岁年龄段观众占比90%，这与游戏用户的年龄段占比高度一致。以“80后”、“90后”为共同目标用户，以如何刺激用户拉动消费行为为共同的利益驱动，必将刺激手游与电影两大创意

产业不断碰撞出更多合作“火花”。^①对影迷而言，电影取材游戏，可从游戏中发掘出更多新鲜手段，主观镜头、构造概念、智力冲突等元素的运用令电影大片焕发出新的活力。电影的美学效果呈现出游戏时代独有的特征，也使影迷观看电影的视听体验达到更高的层次。

对游戏玩家而言，让记忆中的游戏画面在大银幕中出现，是一次奇妙的观影经历。目睹那些曾经令玩家痴迷的游戏角色跃身成为电影主演，玩家可重温游戏之旅。因此游戏改编电影添加了一份玩家游戏体验再现的感情含义。正因为如此，许多游戏改编电影没有大肆宣传，却可以引起很大的反响，成为大众热议的话题。

知名游戏拥有巨大影响力，足以使改编电影未映先红，犹如握有开启票房之门的金钥匙。打出原作游戏的招牌，玩家不但前来捧场，更会为电影做免费宣传。另一面，游戏商家可通过电影召集新玩家，还可借电影造势，在热映之际，同步推出该游戏最新续作，双方互为营销、互惠互赢。

鉴于低投入高回报的天然优势，游戏改编电影成为了制片商青睐的衍生品。虽然相当多作品有粗制滥造之嫌，恶评如潮，但还是常常能赚到盆满钵满。一些系列作品即使口碑直线滑坡，只因票房喜人，依然续集频出。在不断的商业利益驱使之下，游戏改编电影的热度难以冷却。

游戏与电影之间的转化变得愈加随意和自然。很多卖座的电影都宣称要改编成游戏，以便吸引那些本不是游戏玩家的观众加入这个行列。同电影借助游戏名气一样，电影也同样可以被用来作为游戏的营销和宣传手段。在如今

^① 沈浩卿：《游戏与影视：双向互动，相互借力》，《中国文化报》2014年1月20日。

娱乐产业链愈加一体化的大环境下，越来越多的电影大片选择在发行的同时，也同步发售同名游戏，《变形金刚》《蜘蛛侠》《阿凡达》等皆是如此。

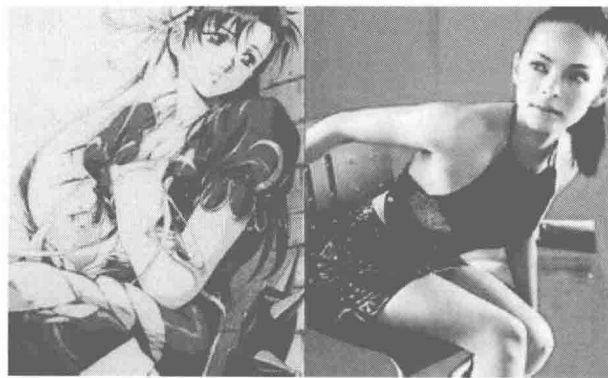
二、从游戏到电影的改编

观看一部游戏改编电影，游戏玩家与普通观众在审美观赏上很难达成一致；在改编创作上，原创与接受之间也存在一个难以权衡的度。究竟如何取得游戏玩家的认同，同时让普通影迷买账？这是一个不断摸索的过程。

首先，忠实原著、尊重玩家是成功的先决条件。

游戏的确给予了电影改编丰富的原型。但正如一千个读者心中有一千个哈姆雷特一样，每个玩家都有早已根植于心的游戏形象。所以，不会有哪部游戏电影可以提供令所有人都满意的人物，所能做到的是最大程度上塑造出接近原作特色和气质的形象，为更广大的群体所接收。

游戏玩家往往无法接受经典形象被改编得面目全非，过度改造无疑会引来非议。《街头霸王》^①就是典型案例。1994年改编自该游戏的同名电影把游戏原有的故事构架和人物设置进行了较大地更改甚至颠覆。电影围绕一个维和部队与恐怖组织作战的故事展开，影片不但摒弃了游戏中原有的空手道哲理，还改变了游戏原有的激烈、残酷的格斗风格，并且创作出一个游戏中没有的上校角色作为电影主角。游戏中的经典人物形象被配以很多毫无意义的台词，安排在无数混乱场面中登场。曾被无数玩家喜爱的可爱人物——春丽，在片中被设定为不断带来麻烦的记者形象，与原形象反差极大。影片一上映便引来了玩家、影迷、以及评论界的纷纷批判。对经典的改编总是不会终止



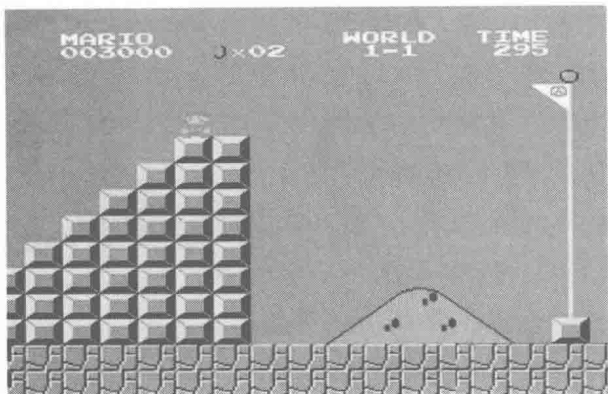
《街头霸王：春丽传奇》游戏版与2009年电影版春丽造型对比

挑战，2009年再次根据此系列游戏改编的影片《街头霸王：春丽传奇》上映。时隔十五年，影片依旧难逃骂声一片。这版电影不但延续了之前街霸系列改编影片面目全非的特点，而且从人物外形设置上也让玩家无法理解：电影版中春丽变成了混血，没有了旗袍，甚至连标志的包子头也改成了马尾辫，如此大的改变令无数人惊呼这个春丽还是“春丽”吗？即使比之前的1994版多了几场更贴近游戏原作的炫目格斗，但口碑上甚至不如前者。

对经典游戏和经典形象“大下杀手”的游戏电影绝不在少数。电子游戏发展史上第一个成功的游戏人物角色——马里奥^②，也在1993年被改编成同名电影时被改造得惨不忍睹。作为世界上第一部由电子游戏改编而成的真人表演电影，好莱坞的真人版《超级马里奥兄弟》还未上映便吸引了无数眼球。电影只是借用了游戏中角色的基本设定，至于情节乃是完全原创。电影展开了一个俗套的拯救世界的故事，变了名字的公主，改了品种的库珀都令游戏玩家直呼电影与游戏毫无关系。影片中并没有游戏中的经典场景，没有白云蓝天，没有鲜艳蘑

① 《街头霸王》1987年，日本CAPCOM推出的经典游戏，堪称格斗游戏的始祖。

② 出自游戏《超级马里奥》，全名《超级马里奥兄弟》，日本任天堂公司出品的著名横版过关游戏，最早在红白机上推出，有多款后续游戏作品。



《超级马里奥》游戏经典场景截图



电影《生死格斗》剧照

菇，游戏原本明亮的色调也荡然无存。黑暗氛围、邪恶笼罩让影片与游戏形成鲜明对比。

“马里奥”经典角色造型与游戏中那些可爱的形象相差甚远，更是被玩家诟病看了真人版马里奥，哭死了心中的小胡子大叔。

综上所述，游戏改编电影首先不能脱离对游戏原作以及对游戏玩家的尊重。无论造型、场景还是情节的提炼选取，只有再现出游戏原本思想理念和美学风格，才能为玩家所接受。因此，游戏改编的电影不应该偏离游戏原作主旨精髓而任意创造。

或许正是鉴于这些失败的案例，部分游戏公司和电影公司停止了经典游戏的电影改编，开始转向一些算不上经典和热门的游戏。因为这些游戏的受关注度有限，所以改编往往不会受到玩家群的大量围攻，也不会使影片沦为众矢之的。但这种不求有功、但求无过的改编态度，也让这些游戏改编电影难有大的反响。玩家和影迷难以找出这类影片的闪光点，也挑不出影片大的纰漏，在评价上也往往模棱两可。这些游戏电影成为了一种调剂品，满足了部分游戏玩家，在大银幕上呈现出了一幕幕的漫装秀（cosplay show）。2006年，根据同名游戏改编的电影《生死格斗》^①就是这类影片。游戏情节和玩法简单，没有太多新意和内涵。游戏的特色是美女，于是电影改编也以此为重

点。全片充满爆乳美腿的美女，的确带来了视觉冲击。养眼炫目是这部游戏电影收获仅有的评价。由此可见，对游戏改编除了忠实游戏的思想精神和风格基调，也需要加入再创造的元素，不应过于拘泥于它的表面形式。

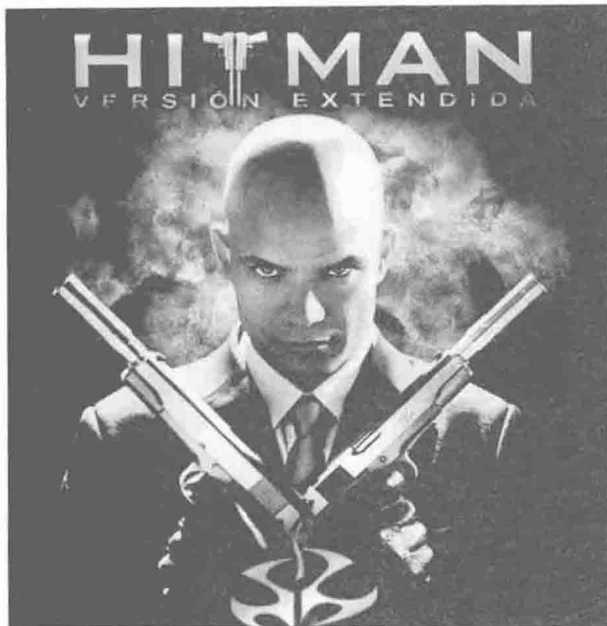
其次，改编必须满足玩家同时也应吸引普通观众。

游戏业在发展的过程中在很多方面曾借鉴电影，两者也出现越来越多的相通相联的地方。在美国1990年推出的太空模拟飞行游戏《银河飞将》中，一段用35毫米电影胶片拍摄后经电脑处理的过场动画，被认为是“开创了交互式电影的先河”。随着游戏性能自身的进化提升，从细节表现到叙事手法，这种模仿便愈加理所当然。随着大片时代的到来，近年面世的游戏也纷纷打出大片的特效、大片的预算、大片的剧情等招牌。

有些游戏本身就很像一部电影，于是一些照搬原作的游戏电影频繁出现。《杀手：代号47》^②系列享誉盛名，成为了无数游戏玩家心中的经典之作。这款游戏在情节上非常简单：一个杀手厌倦了杀戮决定退隐，神秘组织阻挠，

① 《Dead Or Alive》译名《生死格斗》是日本游戏公司Tecmo旗下的Team Ninja小组所制作以3D格斗游戏为主的系列游戏。

② 《杀手：代号47》是由IO Interactive开发的一款刻画杀手以及杀人方法为主题的动作射击类游戏。



电影《杀手：代号47》海报

因而展开火拼。游戏无论是从剧情还是布景乃至大量的特效都极像一部电影。在2007年推出的同名游戏改编电影中，尽可能地进行原汁原味的改编。影片上映之时，不少玩家感慨电影与游戏无论人物还是场景都诸多相似。大量的狙击枪镜头，愣愣打的动作模式，给观者带来游戏时获得的痛快感觉。游戏中的暴力元素被保留，影片在大体上与游戏本身的基调相同。对于一款主视角的射击游戏，剧情显然并不占据特别重要的地位。但对于一部电影，如此简单的故事脉络显然是低估了观众的智商和情商。改编后的游戏电影把剧情一点没变地照搬到了大银幕上，除了满足游戏玩家外，对于其他观众而言缺少了魅力。

“它就像是一部精彩的好莱坞动作电影！”这大概是有玩过《马克思·佩恩》^①的玩家最大感受。游戏中黑暗的气氛，互动式电影的剧情，各种电影运镜手法的应用，主人公在真实与梦境之间的切换，以及没有结局的爱情等都与电影无异。而最被玩家津津乐道的是游戏中子弹横飞的枪战场景和精彩的子弹时间画面。正如游戏的另一个中文译名《英雄

本色》一样，这款游戏很像吴宇森的电影，双枪、慢镜头、暴力美学应有尽有，游戏把动作电影中最吸引人的部分与射击游戏结合起来，使玩家感受到了一种前所未有的新鲜感和刺激感。2008年，同名游戏改编电影在上映前，导演约翰·摩尔就表示会尽自己最大努力地去满足游戏玩家所提出来的每一个要求。这部影片的确尽力忠实原作游戏，夸张的动作设计、简单的人物对白，甚至影片当中的很多场景都完全套用了游戏中的背景。电影中保留了游戏中无时无刻不雪花纷飞的外景，保留了清冷黑暗的影像格调，保留了不断闪回的画面，甚至还保留了那种“隔壁有人说话”的闷闷的音响效果，让观众在某一瞬间，产生了回到游戏世界的错觉。然而，这种做法未能满足挑剔的玩家，他们认为影片枪战动作戏份不够精彩，原



网络游戏《马克思·佩恩》截图

游戏中经典的慢镜头、3D视角旋转没有呈现等等，同时非玩家观众也不买账。

即使游戏与电影间的区别在变小，差别却依然鲜明地存在。当人们开始形容一部游戏是“电影式”的时候，并不代表希望它成为电影，也不代表它可以成为一部合格的电影。即便现在的游戏里已经加入了过场动画组成的剧情，进一步剥夺了和玩家的互动，但这些东西

^①《马克思·佩恩》由2001年芬兰公司Remedy Entertainment开发的第三人称射击游戏。

始终是要依托于游戏本身才有价值。

与玩游戏的方式不同，通常电影的长度在90-120分钟，在电影院中观看时，观众无法进行暂停、快进、回放等选择。相比较，游戏的时间却可以到达电影的十倍以上，又可根据游戏玩家的个人习惯，将时间拆分打乱，把主动权还给受众。很多电影和游戏的相互改编也正是在这个环节出了问题，要知道哪怕完全一致的故事，也会因为长度和节奏的不同而产生不同的效果。

游戏电影并不等同于用电影语言把游戏再翻译一遍，改编不应把电影只当做一个翻译机。长此以往，游戏电影将会陷入新的瓶颈，而游戏电影本身所存在的意义也将受到质疑。改编的忠实性还应体现在维护原作的整体性上。鉴于此，在改编时甚至不得不对原作稍作更改，无论是事件的逻辑、人物的性格特征，还是情节结构乃至一些细枝末节。追求改编电影与游戏原作相似的观念，应是达到神形兼似的效果。改编电影的好坏还在于它是否达到了形式与内容互相适合。唯有这样，游戏电影才能在满足玩家群体的同时，也具备吸引更多非玩家群体的魅力。

最后，打造商业化大片模式是游戏改编电影的方向之一。

游戏改编电影，不是一堆视像化的游戏元素，归根到底，它要回归于电影本体。2001年根据同名游戏改编的电影《古墓丽影》上映。不同于游戏，电影版为主人公劳拉设计了一个全新的冒险，加入了全新的情节，按照商业片的模式进行了原创。大牌明星安吉丽娜·朱莉饰演厚唇性感、丰乳肥臀的火辣辣劳拉形象。改编后，《古墓丽影》系列游戏精髓的冒险精神减弱，游戏中营造出的埃及金字塔等秘密色彩也被削弱，劳拉摇身从探险家变成了女打手。尽管这样的改编令很多游戏玩家感到不满，但影片在票房上却取得了成功。这些按照

商业大片模式的游戏改编电影渐渐形成了一种模式，大多具备了动作、惊悚、冒险等元素，并与好莱坞大片当中惯常运用的个人英雄主义、毁灭和拯救、人性等主题相融合，再运用CG场景营造视觉奇观，^①并伴有当红明星阵容。这样的游戏改编电影自然拥有高人气，也能够引起大的反响。

2002年，根据游戏改编的电影《生化危机》上映，打造了全新的票房佳话，由此引发了该游戏的系列化的改编。就“生化”系列而言，第一部在保守状态下改编，第二部选取了纯正的商业架构，第三部的改编赢得了票房神话，继续保持了续集超越前集的势头。虽然电影是由游戏改编而来，但是并未保留游戏的细节，而是另辟蹊径，将原作中的非主角爱丽丝设定为新的主人公，开始了新的冒险故事。影片创造性地改编使影片不再依附于游戏，因此有“先玩了游戏的就不要看这部电影，先看了这部电影的就不要玩游戏”的评论，这说明了游戏与电影间的差别。这部影片也因“古墓”系列而大火的劳拉一样，捧红了让宅男们倾心的美人米拉。尽管电影商业气味浓重，令部分玩家不满，但其好莱坞商业大片的打造方式，也令部分玩家放下对游戏的执着，而单纯从电影角度给予佳评。此系列前三部在北美电影市场收获超1.4亿美元的票房，使《生化危机》成为电影史上游戏改编电影系列卖座的典范。

2006年的《寂静岭》被誉为游戏改编电影的分水岭，至此游戏改编电影形成了一定的形态和模式。其表现为影片大体上忠实于原作游戏，并加入部分原创情节，追求电影的场景精致，极力营造环境氛围，这也证明了好电影和

^① CG是指借助计算机来制作动画的技术，大致可以分为二维动画（2D）和三维动画（3D）两种。

忠实原作是可以兼得的。

三、从游戏到银幕的未来发展方向

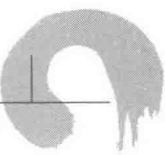
游戏改编电影正在往题材多元化方向发展。当下，端游市场出现饱和，页游亦不温不火，而手机游戏却异军突起。当手游零距离感地进入人们生活，游戏变得与生活息息相关，游戏行业将再次催热影视与游戏融合，游戏电影在经历了沉寂和复苏的反复之后会再次迎来机遇。

纵观即将到来的这些游戏电影改编大作，题材多样，种类繁多，堪称史无前例。国外改编的题材包括类似《极品飞车》《GT赛车》等的飙车竞速类；以中世纪为背景的《刺客信

条》类融合了历史与动作冒险的题材，史诗魔幻般的经典游戏《魔兽世界》类。此外，还有动作射击类游戏《质量效应》，谍战冒险类游戏《细胞分裂》，卡通味游戏《瑞奇与叮当》等等也会纷纷被改编成电影……游戏电影在未来的呈现几乎囊括了游戏和电影领域的题材和类型。当《愤怒的小鸟》《神庙逃亡》这种原作只是简单动作的手机游戏也将改编成电影时，游戏电影的银幕之旅将充满无限的可能。

游戏改编电影将会迎来更多的机遇和挑战，那些能引起游戏玩家热烈反响的游戏几乎都能引起电影业的关注。从游戏到银幕的未来有着无限可能。

（作者单位 中国艺术研究院研究生院）



■ 陈 瑜

对合拍片及中美合拍片现象中几个关键问题的反思

提 要 中美合拍片成为近年来中国电影发展中值得关注的新现象。中美合拍片与我国加入WTO之后中美电影产业的竞合关系密切相关，因此中美合拍片作为一种文化战略日益成为关注热点。从广泛的意义上讲，在电影制作的各个环节上，多个制作主体、多元文化参与已成为一种“新常态”，而中美合拍只是跨国性电影产业合作的新常态中的一种。中美合拍片多选择功夫片这种保险的电影类型，但功夫片并非电影市场的绝对保证。

关键词 中美合拍片 经济优先 文化诉求 文化战略

中美合拍成为近年来中国电影发展中值得关注的新现象。2011年，张艺谋导演的《金陵十三钗》因为起用了好莱坞大牌明星克里斯蒂安·贝尔而格外引人关注，也被视为中美合拍片进入实质性阶段的里程碑。由于我国对合拍片的种种限制，一些影片最终没能获得合拍片的身份，只能以进口片被引进，如《敢死队2》（2012）、《钢铁侠3》（2013）等，甚至有的还被冠以“中国特供”的身份，成为名副其实的“贴拍片”。总体来看，多数中美合拍片在国内票房不尽如人意，其中还不乏像《太极侠》那样，主动迎合中国观众口味但依然没有得到好的口碑的合拍片。那么，这里所反映的是中美合拍片特有的问题，还是当前我国电影产业普遍的现象？或者更进一步地说，中美合拍片在何种意义上成为了一个问题？只有明确了这一基本的前提，才能找到解决问题的途径和方法。

一、泛“合拍”：作为电影产业发展的新常态

“合拍片”的基本性质决定了电影制作主体的多元性，即不是由一家电影机构完全独立自主拍摄的。但电影艺术与此前的传统艺术最大的区别就在于它是建立在工业革命所创造的全新视觉媒介技术——照相术、摄影术——基础之上的。虽然卢米埃尔、梅里爱以及美国的早期电影在制作上属于手工作坊式生产，但随着好莱坞电影工业的兴起，电影迅速成为一项有着明确的工业制作流程的文化生产活动。可以说，电影的拍摄和放映是基于现代分工与合作的工作机制而开展活动的。



《敢死队2》剧照

早期电影工业的典型代表是好莱坞电影，它以制片厂为中心，在这个制片厂里，编剧、导演、演员、摄影、美术、洗印、录音、剪辑等各个工种一应俱全，根据制片人和导演的安排各司其职。随着电影技术的发展和电影市场的扩大，电影制作对专业化的要求进一步提高，逐渐出现了专门从事电影发行和放映的公司，包括院线制的建立和完善，还出现了更多的专门从事影视后期制作的公司，从制作到发行及放映的电影产业链不断丰富延伸。如美国好莱坞八大电影公司（米高梅、派拉蒙、哥伦比亚、华纳、环球、联美、20世纪福克斯、华特迪士尼）早先多数是以影片制作为主，后来业务范围扩大，成为集电影制作、发行和放映于一体的庞大的电影集团。

在新中国电影史上，国有电影制片厂随着电影市场化的进展，其单一的电影制作功能早已被兼容。目前，我国电影市场上知名的影视公司，如中国电影集团公司、保利博纳影业集团、华谊兄弟传媒集团、上海电影集团公司、华亿联盟、海润影视、光线传媒、星美传媒、中博世纪、横店集团、新画面影业有限公司等，多数拥有从电影前后期制作到发行甚至放映的多种业务。我们所熟悉的传统的“电影制片厂”的生产机制已发生了重大变化。如果说此前计划经济时代的电影生产还是以某一电影制片厂为主体的相对封闭式的、一条龙式的生产流水线的话，那么，现在的电影产业发展已在“产业链”的意义上，实现了专业分工、优势互补。其中，有些影视公司侧重于前端的编剧、前期制作，有些影视公司则侧重于后期制作、发行放映。而任何一部电影的生产，都是多家影视公司，根据相关的工作协议分工协作的结果。如中国电影集团即是由15个全资分子公司、近30个控股及参股公司、1个电影频道搭建而成的中国电影巨无霸；目前国内最大的民营电影制作公司华谊兄弟传媒集团，旗下拥有以华谊兄弟命名的广告公司、影业投资公司、经纪公司、音乐公司、晓峰设计公司，以及天音传媒影视公司等，涉及领域包括电影、音乐、广告等业务。光线传媒有限公司近几年的业务重点则在影视发行和投资领域，已建成了全国最大的地面电影发行网。再比如横店影视城，是众所周知的影视拍摄基地，据说目前国内古装剧有三分之一是在这里拍摄的。

我国众多的影视公司中，专营或主营影视后期制作的公司为数不多。比较有名的是华龙电影数字制作公司（中国电影集团下属子公司），此外还有上影视数码和深圳的环球数码（IDMT）。新世纪以来，电影艺术的发展与高科技的结合越来越紧密，尤其是随着3D、球形屏幕等技术的普及，后期制作所占的比重在电影生产中越来越大。在这方面，实力最强的，当属美国、欧洲、澳大利亚和韩日等诸国。如美国的ILM、Digital Domain、A52等；英国的Frame store CTC、MPC、Mill等；也有新西兰Weta工作室、澳大利亚的Animal Logic等知名公司。目前一些有实力的影视公司选择与国外或境外的后期制作公司合作，但随着中国电影产业环境的改善，尤其是近几年来“不差钱”的良好投融资状况，使得许多中国电影能够有更多的经费投入到后期制作之中，预计我国电影市场上也将出现一批专营或主营影视后期制作的公司。

不难发现，从严格意义来讲，当前所有的电影几乎都具有了某种“合拍”的性质，尤其是国产主流大片，在电影制作的各个环节上，多个制作主体、多元文化参与已成为一种“新常态”。而中美合拍只是这种跨国性电影产业合作的新常态中的一种而已。

二、经济优先：合拍片的核心利益

在这种“合拍”的新常态下，跨公司、跨地域、跨境、跨国的合作便成为电影产业发展的基本特征。那么，在“合拍”中，中国电影如何掌握更多的话语权？或者更明确地说，在国际间合作过程中，如何保障中国电影的核心利益？

近几年来，在中美合拍片中，大家遵循一个新的政策要求：“中方出资比例一般不少于三分之一；必须有中国演员担任主要角色；需要在中国取景。”第一个条件是投资方面的限制，也就是在合拍片中，如何保障中国电影产业的经济利益问题。强调出资比例，即相当于股份制经营，为下一步具体讨论影片拍摄、分账收益等后续的环节奠定了谈判基础。后两个条件涉及影片的内容方面：必须有中国演员担任主要角色，意味着影片中至少重要的配角应该有中国演员参加，而不能只是让中国演员跑龙套，即确保中国演员在影片中的戏份。而在中国取景，也意味着故事在一定程度上要与中国相关。《钢铁侠3》中因王学圻和范冰冰的戏份少得可怜，甚至只出现在“中国特供版”的不到3分钟的时间里，最终该片未获得“合拍片”的资质，而只是得到“引进片”的待遇。^①

这个政策的执行意味着中国在确定“合拍片”时采取的是两个指标：经济标准和内容标准。那么，这双重标准之间的关系如何？是经济标准优先，还是内容标准第一？还是两者并重？必须要明确的是，“合拍”的本质不是影片内容和形式的“合

^① 值得注意的是，“中方出资比例一般不少于三分之一”的规定是从2012年8月以后开始执行的，而《钢铁侠3》的谈判与合作是从2011年开始的。因此，在最初的谈判协议中，中方代表DMG传媒承担的是15%的投资，并分得中国大陆市场所有版权以及除中国大陆、北美、德国的其他市场15%的票房收益。中国演员和中国取景等条件也是后加的，因此，不能简单地因为《钢铁侠3》只是为中国市场提供的“中国特供版”就认为是美国迪士尼公司对中国观众的欺骗和对中国市场的歧视。这从一定程度说明，是中国的文化管理体制在政策制定和执行方面存在疏漏。因为任何政策的制定和执行都必须要有个时间的限制，应该尊重政策制定之前已形成的事实。

拍”，而是电影投资和分账上的“合拍”。也就是说，“合拍片”首先是一个电影产业中的经济现象，其次才是技术和艺术的问题。如好莱坞电影中经常出现的异国形象（国外演员和异域风情），如果该片没有与国外电影制作公司之间的合作和经济上的往来，那么这部电影就不能称为“合拍片”。斯皮尔伯格的《夺宝奇兵》第一部讲述的是琼斯博士到尼泊尔的历险，第二部讲述的也是从上海开始然后到印度的惊险故事，其中无论是演员还是拍摄地点，都有大量的异国成分。但是它们没有与尼泊尔、中国、印度等国的电影制作公司有任何合作，因此不能算是合拍片。再比如中国演员李连杰、成龙闯荡好莱坞，参演了一批电影，但这些也不能称之为“合拍片”。因为他们都是以个人名义与好莱坞合作。还有导演李安，虽然他具有华裔身份，但其电影从制作到营销都是在好莱坞电影工业体系之中进行的，也不能算是“合拍片”。

那么，下一个问题就清楚了：经济标准第一的原则是“合拍片”的根本，那么，投资能否确保收益，就是评价合拍片的重要标准了。中方管理部门提出中方的投资比例要达到三分之一，并不能使中方在整部影片中拥有占据绝对优势的话语权，只能在票房分账方面拥有一些谈判的空间。不过，投资大、收益大，同时风险也大。《太极侠》是由中国电影股份有限公司、万达影视传媒、威秀电影和环球影业共同投资的动作电影，导演是美国影星基努·李维斯。中方在这部电影中投资1700万美元占，总投资的2/3，而美方只占1/3。但是整部电影最终的票房也只是锁定在2732万元人民币和北美的10万美元票房。《太极侠》票房失利的案例表明，中方不能简单想着傍上了好莱坞的明星和公司，就可以躺着数钱了。

三、中国国家形象：合拍片的文化诉求

如果说，通过投资比例能够确保中国在合拍片票房方面的利益的话，那么，通过对演员和拍摄场景选择的限制，则传达出中国在合拍片中的文化诉求，即在合拍片中确保中国国家形象的塑造权。因此，中美合拍之后对电影内容的影响集中表现为中国形象在中美合拍片的塑造问题。

美国电影早在电影艺术发明初期，就已经在电影中塑造中国形象了。比如说1894年美国就拍摄过一部默片《华人洗衣铺》，塑造了一个漫画性的华人形象：头戴瓜皮帽、头后拖着长辫子、手上则是长指甲。格里菲斯在1919年拍摄的《娇花溅血》中则塑造了勤劳善良的华人形象。到了20世纪三四十年代，陆续出现了以傅满洲和陈查理为代表的两种华人形象：与陈查理有关的电影从1925年的《没有钥匙的房间》开始，直到1949年的《天龙》为止，多达47部。陈查理是一个儒雅、智慧、沉稳的形象；与此同时，从1929年开始，美国又推出了以傅满洲为主人公的14部系列电影，塑造了一个残暴、狡诈、阴暗的华人形象。1937年，赛珍珠的《大地》引起巨大轰动，在一定意义上超越了种族文化差异，塑造出虽然生活在困苦环境中仍然顽强努力的中国底层农民形象。20世纪70年代之后，以李小龙为代表的功夫片风靡美国，一改华人以往过于阴柔、女性化的形象，塑造了一个积极、正面、健康的华人。此后，更多华人影星闯荡好莱坞，李连杰、成龙等在银幕上塑造的华人形象逐步得到西方观众的接受。

在此背景下，中美合拍片中的中国国家形象塑造能否带来新的变化？从理论上讲，如果是独资拍摄，影片的本国形象和异国形象的话语权就是单一的；而一旦合资拍摄，那么创作话语权就必须协商解决。正因为如此，中美合拍片的出现，就意味着中国和美国在拍什么和怎么拍上必须协商一致，才能使整个项目顺利实施。不过，这种理解也未必完整。

其一，在美国电影，尤其是好莱坞电影中，华人形象大多不具备“国家形象”的资格。他们大多数是生活在美国里的华裔，大多只具有东方人、亚洲人、黄种人的种族属性。也就是说，美国电影在角色身份定位时，并没有过多考虑政治属性和国家属性，而更多的是出于多元文化元素混搭的需要。因此，我们不能简单地认为影片中出现了华人形象，就将之等同于中国国家形象的塑造。

其二，中国国家形象的塑造是由拍摄者决定，还是由市场决定？理论上当然是拍摄者决定，毕竟影片是导演和演员等创作主体创造的艺术作品。不过，导演选什么样的演员、拍摄怎样的内容，选用哪些艺术表现形式，并非完全由导演所决定。电影史上强调导演个人创作风格的“作者电影”也并不意味着完全对市场的拒绝。甚至那种特立独行的创作风格本身也是吸引观众，形成特定受众群的一种方式。因此，在电影内容和形式的决定权方面，市场是一只无形之手，控制着整个电影工业的流水线。在20世纪90年代之后，随着中国电影市场的逐步开放，好莱坞电影也越来越重视中国市场。一个典型的例子是2012年《赤色黎明》（Red Dawn）上演，该片是对1984年影片的翻拍，本来已将“苏联人和古巴人入侵美国”的故事拍成了中国解放军入侵美国，但在争议之中制片方最终修改了已经拍完的电影，将原来设定的美国敌人从中国改成了朝鲜。这显示中国电影市场对美国好莱坞的巨大影响。另一个例子是《敢死队》，在目前已公映的“三部曲”中，第一部 and 第三部是美国独资拍摄，而在拍第二部时出现了由“合拍”改“引进”的风波。^①但无论“独资”，还是“合拍”抑或“引进”，《敢死队》三部曲并没有因为中方参与比例的高低而对李连杰等中国演员的戏份做出调整。如果说第一部中，李连杰还贯穿全片且有几场并不特别精彩的打斗的话，那么到了第二部，他就在片头出现，然后就送那位获得解救的人质，从此再也没有回到银幕上来；而第三部则是到了三分之二片长之后才和施瓦辛格一起出现，前后只有一两分钟的镜头。不仅没有展现李连杰的功夫，而且搞出了与施瓦辛格的“基情”场面，让人大跌眼镜。

其三，“功夫馅饼”或“功夫陷阱”，都是中美合拍片中的“中国梦”。在近几年来比较受关注的中美合拍片中，“功夫片”仍然是比较受人青睐的类型电影，如《功夫之王》（2008）、《功夫梦》（2010）、《太极侠》等都是近几年中美合拍片中的代表性作品。显然，选择功夫片是最保险的电影类型：一方面功夫片是中国最具有代表性的类型电影，在中国市场享有无可替代的地位；另一方面，功夫片也具有一定的全球票房号召力。但是，功夫片并非电影市场的绝对保证。运用得好，就是“功夫馅饼”，运用得不好，就成了“功夫陷阱”。比较成功的例子是《功夫之王》和

① 彭聃：《严审中美合拍片，无碍〈敢死队2〉等片上映》，《新闻晨报》2012年8月27日。

《功夫梦》。前者讲述一个爱好中国功夫的美国小子穿越到了古代中国，与齐天大圣孙悟空一起经历了诸多奇幻历险，是一个具有魔幻色彩的功夫片；后者讲述一个美国黑人少年德雷因母亲工作调动来到北京，因受到邻居同学陆伟程的欺负，在由成龙饰演的韩师傅的帮助下，通过武术大赛赢得尊严和认可的故事。很显然，《功夫梦》由于其故事背景是当代中国，因此“中国形象”的塑造体现得更为具体。首先，它展现了一个多元文化融合过程中的新中国形象。在德雷来到中国之前，他是通过画册来了解中国的，并形成了“古旧”的中国印象。但是等他们下了飞机，一路乘车经过北京的大街小巷，看到的是高楼大厦、立交桥以及各种现代后现代风格的建筑；而到了租住之地，邻里也是中国人和外国人混居的状况，白人小孩与德雷亲热地打招呼，一起

到楼下玩；同时，许多中国人都会讲流利的英语，体现了一种开放包容的中国形象。其次，它还刻意营造了“人人都会功夫”的神秘感。除了韩先生的深藏不露之外，武校里人满为患，武当山上人人都是身怀绝技。还有影片开头德雷与一老伯打乒乓球的场景，老伯“凶猛”的抽杀无疑具有夸张的成分。最后，也是最为重要的，影片讲述的主题不是一个简单的学功夫和打败对手的“竞争性主题”，而是要传达一个如何通过武术、打斗赢得和平的“和解性主题”。因此，在电影中，真正的较量不是在德雷和陆伟程之间，而是在韩师父和李师父之间。“习武的最高境界就是不动手。”“功夫应用于知识，防卫，不是为了打架，

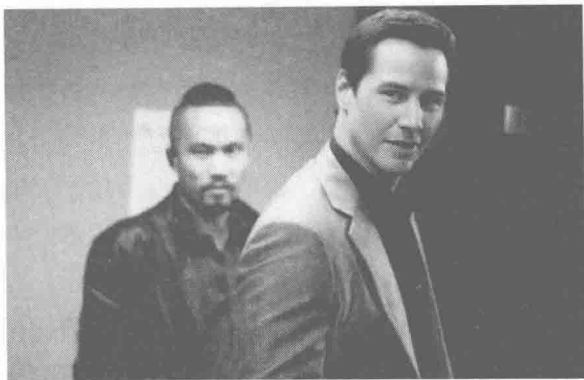
而是为了和平。”“天下没有坏学生，只有坏老师”以及最后陆伟程最终服输，亲自将奖杯交给德雷，而且还率领同伴改投韩师父门下，影片所显示的，就不仅仅是武术竞技的胜利，而是武术精神的感召。

与之相反，《太极侠》却是一部非常失败的中美合拍片。首先，从所有的环节来看，作为导演的基努·里维斯已尽了最大的可能向中国口味靠拢，但最终仍然在票房上一败涂地。比如说，基努·里维斯个人的四分之一的华裔血统，影片绝大多数演员是中国演员，所有的故事场景都放在中国（香港和北京），主演是中国演员陈虎，并邀请到莫文蔚、于海、叶青、任达华等知名演员加盟，故事也是一个有关香港地下黑拳犯罪组织的黑帮故事、一个有关太极武术精髓的功夫故事、一个曾经心灵迷失而后再得以复归的精神故事。几乎所有的元素，都在向香港功夫片、黑帮片靠拢。但所有这些努力并没有得到观众的好评。其次，偶像明星基努·里维斯首次以导演身份出现，他显然还不熟悉当下中国观众的口味，在许多方面缺乏经验。尽管他在这部电影之前还拍了一部《阴阳相成》的纪录片，算是他学习数字电影的学习笔记，但这并没有使他在影片数字化，尤其是特效方面拥有足够的智慧。《太极侠》片中所有的打斗采取的是20世纪80年代香港功夫片中的“硬碰硬”的“实打”方式，只有极少的炫技成分。这对于已经习惯于武侠片、功夫片上天入地、眼花缭乱的“功夫奇观”的电影观众而言，这种老老实实的拍摄电影的手法，实在是太落伍了。再次，启用陈虎作为



《功夫梦》剧照

主角，可能也是一大败笔。尽管陈虎功夫一流，但他的太极拳只是形似神不似，没有展现太极拳行云流水、以柔克刚的特点，太极文化的精髓并没有得到真正展现，再加上其长期从事幕后工作。很显然，基努·里维斯只是停留在纯粹个人的承诺（有意要给陈虎拍一部影片）上，而没有充分考虑电影市场对主角的期待。不难理解，这部电影尽管是中美合拍片，但既没有观众所期待的好莱坞大制作，也没有中国传统文化再展示票房失利便是情理之中了。



《太极侠》剧照

由此可见，通过中美合拍片来强化中国国家形象的塑造并由此推进中国文化走出去战略，还有很长的路要走。

四、中国电影发展战略：中美合拍片的特殊含义

在把与“合拍片”相关的两个基本问题厘清之后，那么接下来的一个问题是：中美合拍为何近几年会成为关注热点？

长期以来，内地与香港合拍是中国电影市场化改革之前“合拍片”的主要形式。1982年的《少林寺》由此开启了两地电影合作交流、融合共赢的过程。香港回归之后，内地和香港之间的电影进一步融合，许多香港导演回归内地，内地也有许多导演和演员转战香港，合拍也逐步成为一种常规现象。中国和外国之间的合拍也早就开始了。如1987年的《末代皇帝》就是由中国、法国、英国和意大利四国合拍的，其导演是著名的意大利导演贝纳尔多·贝托鲁奇。但这些都还属于一些个别导演、个别电影公司之间的短期性的合作。而中美合拍的现象比较特殊，特指好莱坞电影与中国电影界的大规模合作，无论是从资金、技术、演员、剧本，还是发行、放映、分账等方面，其合作的广度、深度及其影响已越来越大。因此，有必要对中美合拍的特殊语境及其所引发的特殊问题做一番分析。

中美合拍片的发展与中国加入WTO之后中美电影产业的竞合关系密切相关。20世纪90年代以来，中国电影经历了几个重要的发展阶段：第一个阶段是在相对封闭的系统中，通过对国外电影引进限额的策略进行自我保护。这个时期，我国主要向法国、韩国等国家学习，强调民族电影的保护，以抵御美国好莱坞电影的冲击。第二个阶段是借鉴好莱坞电影工业经验，大力发展“国产大片”，建立健全中国电影产业的自我发展。这个阶段也是中国电影市场化改革的关键阶段，主动向好莱坞电影学习，探索“集大导演、大腕、大制作、大投入、大场面、大阵容、大回报”的电影产业化模式，培育中国电影消费市场，发展国内院线。第三个阶段就是进一步对外开放，通过“合资合作”的形式，探索华语电影与好莱坞电影之间合作共赢的方法途径。中美合

拍片所特指的即是这个阶段。因此，中美合拍中所包含的问题，已触及中国电影产业发展的深层次问题。如果我们还只是停留讨论个别案例的成功与失败问题上，就比较幼稚了。

因此，我们对中美合拍片的讨论，应该既包括经济的维度，也包括内容的标准，而其中更为重要的是我们能否通过“中美合拍”推动中国电影产业的国际化步伐，即在全球市场的环境中，既能够赢得市场，又能够实现文化输出。在这个意义上，通过中美合拍片，以中美合拍、共同投资的方式在电影市场上获得经济效益，同时借此获得电影技术和电影艺术的提升，更进一步，则是在维护中国形象塑造的主动权以及扩大中国文化输出的比重。由此，讨论中美合拍片作为文化战略的问题，便提了出来。首先，中美合拍片能否以及如何推动中国电影产业发展？“不差钱”是近些年电影界的现状，有别于此前中国电影的“小米加步枪”、以“小成本”对抗“大制作”的窘境。有了钱之后的中国电影界该如何跨越式的发展？中美合拍片应该成为从“中国市场”到“中国制造”的催动力。其次，如何“借船出海”，通过中美合拍塑造正面的积极的中国形象，从而更好地实现文化输出？再次，如何通过中美合拍，改变好莱坞电影独大的格局，形成华语电影、好莱坞电影和宝莱坞电影三足鼎立的格局？

（作者单位 上海应用技术学院人文学院）

■ 王玉明

中韩合拍片：合作模式、规则差异与发展策略

提 要 《中韩电影合拍协议》的正式签署，使得中韩电影产业之间的合作上升到了国家协作的层面。中韩两国之间有着地缘接近和传统文化方面的相近优势，近年来两国之间的经济贸易和文化交流也呈现飞速发展态势。早在20世纪90年代末，中韩之间就已经开始尝试电影合拍，随后，合拍模式愈发多元而灵活。但是，中韩电影合拍也存在着规则差异、观众倾向差异等现实瓶颈问题，只有规范合拍协议、严格尊重和遵守协议、明确合拍目标观众及细分市场，才能使中韩合拍片具有良好的市场反响和良好的发展方向。

关键词 中韩合拍片 合拍模式 市场表现 合作瓶颈 观众定位

2014年7月3日，中国国家新闻出版广电总局与韩国文化体育观光部正式签署了《中韩电影合拍协议》。根据协议内容，从签署协议的当天起，中韩合作拍摄的影片将在中国市场享受国产片待遇，不再受进口片条件限制。这一消息发布后，业内人士普遍认为，今后中韩电影之间的合作会增多，而中国可以向韩国电影人学习优秀的技术，而韩国电影人则可以增加就业机会。其实在签署中韩电影合拍协议之前，随着相关经济协议的签署，中国大陆与中国香港、中国台湾地区都分别签署过类似的合拍协议。中国也先后与新加坡、英国签署过电影合拍协议。一般情况下，电影合拍协议基本是经济协议的衍生成果。2014年4月23日与英国签署的合拍新协议中明确指出，取得资格的电影在中国和英国将授予国家地位。

一、中韩电影的合拍模式

中韩作为在亚洲乃至世界影坛都具有一定影响力的东亚国家，由于地缘及文化上的近缘关系，在电影制作上进行合作，应该说是一件很有诱惑力的事情。

对于合拍电影片，中国在行政管理上有比较明确的规定。2004年8月10日起施行的国家广电总局第31号令第5条明确，中外合作摄制电影片包括下列形式：

（一）联合摄制，即由中外双方共同投资(含资金、劳务或实物)、共同摄制、共同分享利益及共同承担风险的摄制形式；

(二) 协作摄制, 即外方出资, 在中国境内拍摄, 中方有偿提供设备、器材、场地、劳务等予以协助的摄制形式;

(三) 委托摄制, 即外方委托中方在中国境内代为摄制的摄制形式。

同时, 该法令第13条明确了联合摄制中主创人员的构成“需聘用境外主创人员的, 应当报广电总局批准, 且外方主要演员比例不得超过主要演员总数的三分之二”。

如果按照国家广电总局的严格划分, 狭义上的合拍片应该是指“联合摄制”, 即中外双方共同投资(含资金、劳务或实物)、共同摄制、共同分享利益及共同承担风险的摄制形式。联合摄制应该是最规范的合拍形式, 未必是最常用的合拍形式。从实际运作上看, 合作一方的剧组聘用另一方少数艺术、技术人员(如导演、演员、特技制作人员等), 则更为常见。

具体到中韩合拍片而言, 合拍模式主要有这样几种:

一是严格意义上的合拍, 即广电总局明确的联合摄制模式, 如《七剑》《赤壁》《雏菊》等。这种模式可以称为“完整合作”模式或“全程合作”模式, 即合作从投资、融资开始, 贯穿至最终发行放映。合作双方从电影项目开始运作时就绑定在了一起, 同进同退, 利益相关。



《七剑》剧照



《集结号》呈现了中国电影中难得一见的更具质感的战争场面

二是纯技术层面的合作, 如冯小刚的《集结号》与韩国MK公司《太极旗飘扬》的特技团队合作, 使得《集结号》中的战争场面呈现出中国影片从未有过的质感。这种模式可以称为“技术加盟”模式。

三是主创人员层面的合作, 一方邀请另一方的个别主创人员加盟己方的摄制团队, 如郭在容担任张猛《钢的琴》的监制, 张申英出演小菊(陈桂林妻子), 汤唯出演《晚秋》中的安娜, 都属于这种模式。这种模式可以简单概括成“优才加盟式”。获邀加盟者一定是已经具有了影响力的电影人才。

二、中韩合拍片的市场表现

在当今世界, 跨地的合拍片主要就是为了获得更好的市场反应。中韩1992年建交, 电影合拍开始于20世纪90年代后期。合拍形式从最初提供场地、劳务等协助拍

摄,逐渐发展到了全过程的完整合作。从1999年的《飞天舞》开始,到2013年的《大明猩》为止,中(包括香港地区)韩主要合拍片的市场情况如表1^①:

表1:2000-2013年中韩主要合拍片市场一览表

上映时间	片名	中国票房(万元)	韩国票房(人次)	备注
2000	《飞天舞》		730,300	韩国年度第三
	《无政府主义者》			
2001	《武士》		2,067,100	韩国年度第八
2002	《2009迷失的记忆》		2,263,800	韩国年度第七
2004	《野蛮师姐》	795+500多	2,229,000	韩国年度第四
2005	《七剑》	760+8237	328,637	
	《无极》	497+17800	798,901	
	《神话》	1689+9100	540,000	韩国年度第三
2006	《中天》		1,050,000	首周票房
	《雏菊》	313+930	1,023,096	
	《墨攻》	1555+6700	300,541	
2007	《投名状》	20110	380,000	
2008	《三国志见龙卸甲》	6958.34	1,020,000	
	《赤壁》(上)	2416+31747	1,600,000	
	《集结号》	24800	48,882	
2009	《非常完美》	9400	119,217	
	《好雨时节》	15	150,215	韩国首周票房
	《赤壁》(下)	2327+25857	2,735,433	
2012	《危险关系》	6230	293,263	韩国三周票房
	《笔仙》	6100	1,200,000	韩国首周票房
	《晚秋》	87+6686	459,506	韩国首周票房
2013	《止杀》	419		
	《分手合约》	19249		
	《大明猩》	11272	1,350,000	
	《笔仙2》	8210	62,817	韩国首周票房

从以上能够找到的数据资料可以看出,中韩合拍片在中国和韩国市场上的表现大多不一致。在中韩市场上都有比较出色表现的合拍片有这么几部:《野蛮师姐》《无极》《神话》《雏菊》《三国之见龙卸甲》《赤壁》(上、下)《笔仙》《晚秋》和《大明猩》等。这些影片基本属于四类情形:一是大制作,如《无极》《赤壁》《神话》等;二是精致的类型片,如《笔仙》(恐怖);三是情节性较强明星阵容强大的文艺片,如《雏菊》《晚秋》;四是可以满足“技术控”“专业控”偏好的影片,如《大明猩》(100%3D拍摄,CG后期处理,亚洲首部采用真人动作捕捉技术的影片)。其中,《野蛮师姐》有点特别,这部在东亚地区获得了良好市场反应的影片,一方面沿袭了全智贤在《我的野蛮女友》中攒下的人气,一方面也是悲剧爱情故事,将野蛮喜剧、浪漫情调、悲怆深情以及明星魅力糅合在一起,引发了观影热潮。这些影片之

① 相关数据由中国电影发行放映协会所编的《中国电影市场报告》,丁圣雅、林大根所写《韩中两国观众对合拍片的观看与接受》(《电影新作》2012年第6期),中国票房数据中心网及其他网络文献整理而来。票房数据中有“+”的,前为香港票房,后为内地票房。



《大明猩》在中国市场的表现并未如期待的那么火爆，题材上的“不接地气”可能是主要原因

外，多数中韩合拍影片在两国的市场表现大不相同，一地热一地冷，尤其是《集结号》《好雨时节》和《笔仙2》，在两国市场的表现尤为迥异。

三、中韩合拍片的发展瓶颈

中韩在地缘、文化上有着“看上去很美”的亲近性。近几年来，中韩在双边贸易、文化交流上发展极快，从经贸角度来说，2013年中

韩双边贸易额达2742亿美元，是建交之初的55倍。2014年1至5月，韩国对华投资在多数疲弱的情况下逆势上扬，增幅达87%。中国已经成为韩国最大贸易伙伴、最大出口市场、最大进口来源国、最大海外投资对象国。中韩双边贸易额超过了韩美、韩日、韩欧贸易额的总和。^①从文化交流上看，两国从国家到地方各个层面的交流活动都极为频繁。2013年韩国出入境人数达5496.3万人次，同比增长9.2%，创历史新高。在入境韩国的外国人中，中国游客首次超越日本游客排名首位，达392.3万人次，较2012年增加43.6%；退居次席的日本游客较2012年减少22.4%，为271.5万人次。^②而韩国到中国旅游休闲的人次达到172.71万，另有会议/商务方面的入境人次129.75万，在亚洲各国中都遥遥领先。^③可见，在两国经济关系日益紧密的大环境下，两国电影业的合作是顺应了大势所趋。

然而，电影不是普通商品，不是生活用品，是精神消费品，是文化产品，对于精神产品的消费有着特殊的文化、情感和心理限定。大卫·赫斯蒙德夫在其《文化产业》一书中这么定义文化产业：文化产业通常指的是与社会意义的生产（the production of social meaning）最直接相关的机构（主要指营利性公司，但是也包括国家组织和非营利组织）。因此，几乎所有关于文化产品的定义都应该来自于电视（包括有线电视和卫星电视）、无线电广播、电影、书报刊出版、音乐的录音与出版产业、广告以及表演艺术等内容制品。而所有这些文化活动的首要目标是与受众沟通并创作文本……文本（歌曲、叙述、表演）产生于人们心灵上的沟通的意愿，因而充满了丰富的表征意涵，而功用上却较为逊色。^④由此可见，电影作为文化产品，其充满表征意涵的文本能否得以与受众共同创作出来，关键在于受众心灵上沟通的意愿。而中韩在接受电影文本的期待上是具有极大差异的。

丁圣雅、林大根在《韩中两国观众对合拍片的观看与接受》一文中详细分析了中韩两国观众对于《无极》和《非常完美》两部影片在15个项目上的评价，非常形象而且信服地呈现了两国观众在观看同一电影文本时关注点、审美与欣赏趣味方面的具体

① 《中韩2013年双边贸易额达到2742亿美元》，<http://www.chinainm.com/news/20140704/124926227.shtml>。

② 《韩国2013年入境中国游客392.3万人次》，http://news.xinhuanet.com/fortune/2014-01/16/c_118987072.htm。

③ 《2013年1—12月入境旅游外国人人数（按目的分）》，<http://www.cnta.gov.cn/html/2014-1/2014-1-16-15-51-87470.html>。

④ [澳]大卫·赫斯蒙德夫：《文化产业》，张菲娜译，清华大学出版社2007年版，第13页。

差异，而导致这些差异产生的根源是两国民族心理与文化环境方面的深层差异。

中韩合拍片遭遇的最大的瓶颈问题就是规则差异。众所周知，所有的体育竞技项目之所以精彩，其实有一个重要的前提，就是比赛规则对于参赛队伍或选手来说，都是一样的，参赛选手或队伍必须在相同的规则之下进行较量。而从电影管理方面看，韩国电影早在1984年就废除了电影的事先审查制度，从1998年开始实行电影分级制度，而中国则实行审查制度。这种管理规则的差异给双方合作带来的直接影响就是合作双方是在不同规则下运作同一个项目，其难度可想而知。从宏观角度来说，电影分级也是一种审查，不过是观众导向的市场或经济审查；而中国的电影审查则是意识形态（政治和道德）导向的审查，很多时候它与观众/市场导向并不协调，而且有导致投资人的投资打水漂的可能（从投资人的角度来看，就是投资上的政策风险）。在两套管理规则下发展起来的两国电影也呈现出很大的产业差异：韩国类型影片发育较为充分，中国类型影片不够发达，类型样式不够丰富；韩国电影由于没有政治钳制，对于现实与历史事件的反思及表现深度及力度都远远超过中国电影，这也是韩国电影在经历了商业电影的快速发展及下滑后，从20世纪90年代后期开始更加注重影片表达的内涵，从而很快就取代了中国影片在国际电影节上获奖势头的根本原因，韩国电影逐渐成为了亚洲电影艺术成就的新代表。

想让一部影片同时适应两国的管理规则，恐怕是难度过高了。因此，在具体合作项目上，只能以遵循某一国管理规则为主，以另一国为辅。尤其是类型片及文艺片的创作，就一定要事先考量两国在电影管理上的差异。

韩国电影人及观众对于国产影片的支持态度与中国有别。由于韩美之间的特殊关系，美国影片在韩国的放映比例比较高，给韩国的民族电影市场造成了威胁。韩国电影人（以韩国电影教父级人物林权泽为代表）曾经集会抗议政府的配给政策，韩国观众也把支持和观看国产片当成是一种爱国行为，是一种值得骄傲的行为。这种高度的民族认同感源于韩国的独特地缘及历史情结：在地缘上，韩国处于中俄日三个大国、强国包围之中（如果算上太平洋彼岸的美国，就是四大国）；在政治和军事上，美国对韩国的影响和钳制不容小觑；在传统文化上，韩国与中国文化关系缠绵，在现代文化上，韩国与日本、美国过往甚密。因此，韩国民众始终有种忧患意识，寻求独立而强大的国家身份与具有历史根基、独特的文化身份成为很多韩国人的自觉精神诉求，无论是遭遇金融危机，还是面对外国文化产品，购买国货，支持国货，都是多数韩国民众的真实心声。这样的民族社会心理，是韩国本土电影崛起的最根本动力。而中国电影观众则没有这样的观影“民族主义”。根据笔者学生对苏州市影院观众的调查，对于国产片的态度，中国观众与韩国观众差异很大。在发放的600份收回的568份有效问卷中，对于影片出品地区的选择，基本倾向如图1（多选题）：

从数据上看，欧美出品的影片是观众的第一选择，其后依次是国产片、港台片和日韩片。而国内电影市场上，欧洲片和日本片都相对较少，所以，美国片最受观众青睐，韩国片成为内地和港台影片之外第四个选择。通过交叉分析，我们发现选择影片出品国家（地区）与学历、所从事的职业也有着一定的关联性。以学历为自变量进行交叉分析，可以看出，学历越高，对国产片的态度越不够热情。以职业为自变量进行

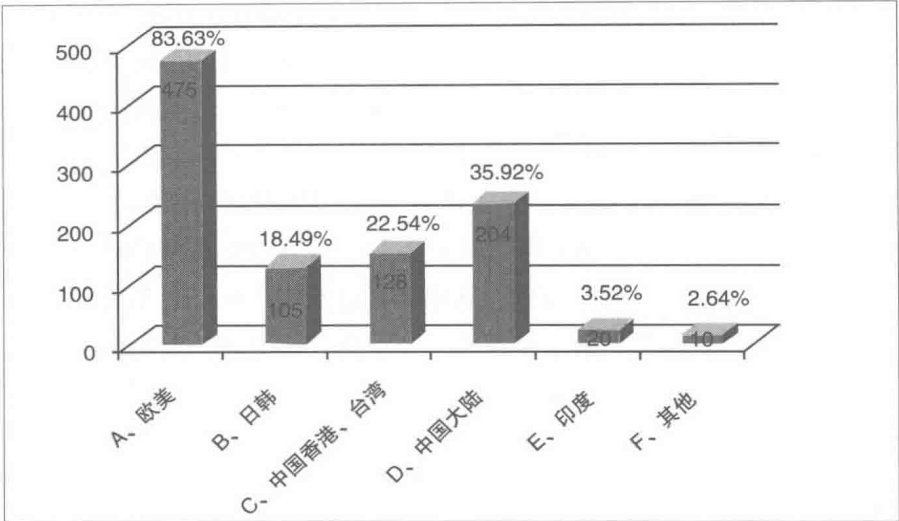


图1

交叉分析，可以发现，影片选择与职业有着较为紧密的联系。其中，私营与外资企业职工对于欧美影片的偏好最为明显，工人、体力劳动者和自由职业者对欧美影片的偏好也很明显，而令人意外的是，政府部门、事业单位和国营单位的职工对欧美片的偏好也较为明显。究其原因，应该是他们看电影的目的主要在于娱乐休闲。因为我国引进的欧美影片，尤其是美国影片，基本是商业大片，具有明确的娱乐休闲色彩。

可见，中国电影观众对于国产片的支持程度与韩国观众存在很大差异。可以这样说，韩国影片在中国更容易获得市场认可，而中国电影想要在韩国市场上表现不俗，必须要具备吸引观众的特殊理由。

调查中还发现，观众对于国产片的满意度不高，满意的观众只占36.80%，不满意的观众占63.20%。不满意的原因依据百分比高低排名，分别是故事情节没有创意、制作粗糙、植入广告明显、台词雷人和演员演技差（具体数据见表2及图2）。

表2:观众对不同地区电影满意度调查表

			更喜欢哪个国家（地区）的电影						合计
			欧美	日韩	中国 香港、台湾	中国 大陆	印度	其他	
您的学历是	高中及以下	计数	41	10	6	10	0	3	70
		您的学历是 中的 %	58.6%	14.3%	8.6%	14.3%	.0%	4.2%	100.0%
		更喜欢哪个国家（地区）的电影 中的 %	10.7%	26.3%	13.6%	13.9%	.0%	75.0%	12.9%
		总数的 %	7.6%	1.8%	1.1%	1.8%	.0%	.6%	12.9%

续表

			更喜欢哪个国家（地区）的电影						合计
			欧美	日韩	中国 香港、台湾	中国 大陆	印度	其他	
您的 学历是	专科	计数	97	10	12	20	2	0	141
		您的学历是 中的 %	68.8%	7.1%	8.5%	14.2%	1.4%	.0%	100.0%
		更喜欢哪个国家（地区）的电影 中的 %	25.4%	26.3%	27.3%	27.8%	66.7%	.0%	26.0%
		总数的 %	17.9%	1.8%	2.2%	3.7%	.4%	.0%	26.0%
	大学 本科	计数	210	14	18	38	0	1	281
		您的学历是 中的 %	74.7%	5.0%	6.4%	13.5%	.0%	.4%	100.0%
		更喜欢哪个国家（地区）的电影 中的 %	55.0%	36.8%	40.9%	52.8%	.0%	25.0%	51.7%
		总数的 %	38.7%	2.6%	3.3%	7.0%	.0%	.2%	51.7%
	硕士	计数	33	4	8	4	1	0	50
		您的学历是 中的 %	66.0%	8.0%	16.0%	8.0%	2.0%	.0%	100.0%
		更喜欢哪个国家（地区）的电影 中的 %	8.6%	10.5%	18.2%	5.6%	33.3%	.0%	9.2%
		总数的 %	6.1%	.7%	1.5%	.7%	.2%	.0%	9.2%
	博士 及以上	计数	1	0	0	0	0	0	1
		您的学历是 中的 %	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		更喜欢哪个国家（地区）的电影 中的 %	.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.2%
		总数的 %	.2%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.2%
	合计	计数	382	38	44	72	3	4	543
		您的学历是 中的 %	70.3%	7.0%	8.1%	13.3%	.6%	.7%	100.0%
		更喜欢哪个国家（地区）的电影 中的 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		总数的 %	70.3%	7.0%	8.1%	13.3%	.6%	.7%	100.0%

续表

			更喜欢哪个国家(地区)的电影						合计
			欧美	日韩	中国 香港、台湾	中国 大陆	印度	其他	
您的职业是	学生	计数	109	20	14	26	0	2	171
		您的职业是 中的 %	63.7%	11.7%	8.2%	15.2%	.0%	1.2%	100.0%
		更喜欢哪个国家(地区)的电影 中的 %	28.5%	52.6%	31.8%	36.1%	.0%	50.0%	31.5%
		总数的 %	20.1%	3.7%	2.6%	4.8%	.0%	.4%	31.5%
	工人/ 蓝领/ 体力 劳动者	计数	17	2	0	4	0	0	23
		您的职业是 中的 %	73.9%	8.7%	.0%	17.4%	.0%	.0%	100.0%
		更喜欢哪个国家(地区)的电影 中的 %	4.5%	5.3%	.0%	5.6%	.0%	.0%	4.2%
		总数的 %	3.1%	.4%	.0%	.7%	.0%	.0%	4.2%
	政府 部门/ 事业 单位/ 国营 单位 职工	计数	46	6	8	11	1	0	72
		您的职业是 中的 %	63.9%	8.3%	11.1%	15.3%	1.4%	.0%	100.0%
		更喜欢哪个国家(地区)的电影 中的 %	12.0%	15.8%	18.2%	15.3%	33.3%	.0%	13.3%
		总数的 %	8.5%	1.1%	1.5%	2.0%	.2%	.0%	13.3%
	私营/ 外资 企业 职员	计数	130	6	16	16	2	1	171
		您的职业是 中的 %	76.0%	3.5%	9.4%	9.4%	1.2%	.6%	100.0%
		更喜欢哪个国家(地区)的电影 中的 %	34.0%	15.8%	36.4%	22.2%	66.7%	25.0%	31.5%
		总数的 %	23.9%	1.1%	2.9%	2.9%	.4%	.2%	31.5%
	自由 职业 者	计数	40	1	3	10	0	1	55
		您的职业是 中的 %	72.7%	1.8%	5.5%	18.2%	.0%	1.8%	100.0%
		更喜欢哪个国家(地区)的电影 中的 %	10.5%	2.6%	6.8%	13.9%	.0%	25.0%	10.1%
		总数的 %	7.4%	.2%	.6%	1.8%	.0%	.2%	10.1%
	其他	计数	40	3	3	5	0	0	51
		您的职业是 中的 %	78.4%	5.9%	5.9%	9.8%	.0%	.0%	100.0%
		更喜欢哪个国家(地区)的电影 中的 %	10.5%	7.9%	6.8%	6.9%	.0%	.0%	9.4%
		总数的 %	7.4%	.6%	.6%	.9%	.0%	.0%	9.4%
	合计	计数	382	38	44	72	3	4	543
		您的职业是 中的 %	70.3%	7.0%	8.1%	13.3%	.6%	.7%	100.0%
		更喜欢哪个国家(地区)的电影 中的 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		总数的 %	70.3%	7.0%	8.1%	13.3%	.6%	.7%	100.0%

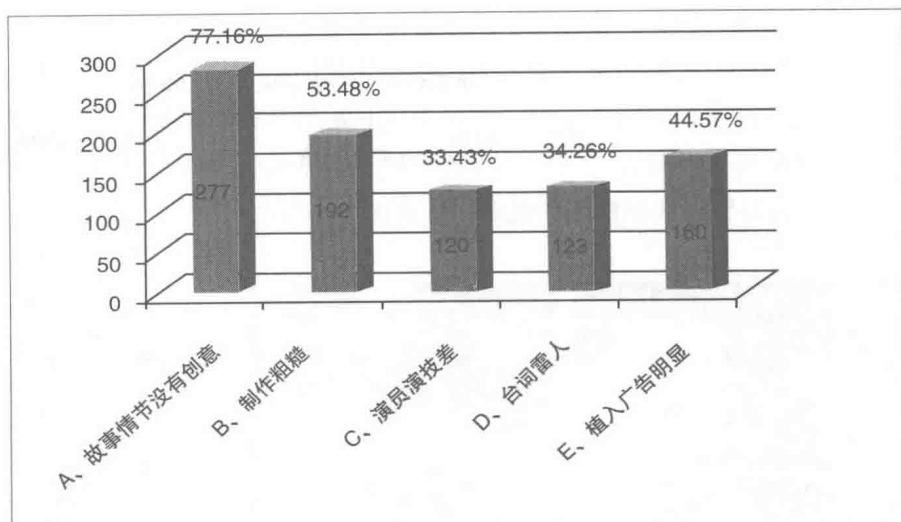


图2

最后，中韩两国彼此的文化铺垫不同。韩剧在中国流行多年，形成了庞大的韩国影视明星粉丝群，中国观众对于韩国明星熟悉与热爱的程度比韩国民众恐怕有过之而无不及，而对韩国导演和编剧，中国观众则不甚了解。这种差异在我们所做的观众调查中也体现了出来（见图3）。

从图表中可以看出，对于观众观看决定起影响作用的因素依次是题材、演员阵容、电影宣传、电影导演和获奖经历。这跟韩国影视市场相去甚远。韩国电视剧业的编剧、电影业的导演，往往成为市场上的决定因素。这从既有的中韩合拍片的市场表现上已经可以看出端倪。如由许秦豪导演，高圆圆、郑宇成主演的《好雨时节》，据可以查到的网络资料，在中国内地市场的票房只有区区15万元，而在韩国的首周票房是150215人次。同样，由金泰勇导演，汤唯、玄彬主演的《晚秋》在中国内地的总票房是6686万元，也只能说是差强人意，而在韩国的首周票房就达459506人次。两部影片的导演都是韩国很著名的电影导演，而在中国却少有人知。许秦豪虽曾有《外出》《危险关系》在中国放映，虽然《八月照相馆》《春逝》在中国电影从业者和大学生

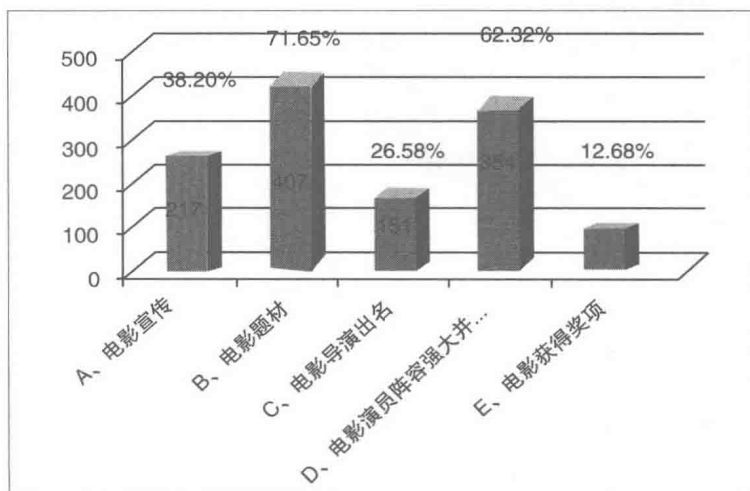


图3

群体中有一定知名度，但是，普通观众对他并不了解。同样，如果金泰勇不是与汤唯结为夫妻，在中国就更没人知晓。两部影片在中韩两国的市场表现反差很大，主要是两国电影观众观影驱动力不同造成的。中国观众只对极少数中国导演表现出忠诚度，而且像韩寒、郭敬明这样拥有大量粉丝的新晋导演，其号召力也并非真正形成于他们的电影作品。而韩国影视编导对韩国观众则具有更大影响力。



《大长今》剧照



学哲学出身的韩国导演许秦豪，处女作《八月照相馆》以浓郁的散文文化风格和东方哲学韵味而赢得了名誉与尊重



《好雨时节》一改《八月照相馆》《春逝》《幸福》悲伤爱情的风格，讲述了一个开朗温暖的爱情故事

此外，中国电影观众构成具有低龄化、年轻化的特征。我们的调研发现，观影主体是年龄在18-35岁的人群，占到了有效问卷观众的79.22%（具体年龄分布见图4）。这个年龄段的观众群体，基本是伴随着中国电影产业化的进程成长起来的，而中国电影的产业化在产品形态上的重要表现就是娱乐化。这个群体更看重的是影片的娱乐功能，对喜剧、穿越、恶搞、调侃更感兴趣，而不再对宏大叙事、高大形象、艺术探索心怀敬意。而且从个人生命周期和家庭生命周期角度看，这个群体基本是由在校大中专学生、就业不久的各类毕业生以及年轻务工人员组成，基本处于单身、爱恋和两口之家的阶段，因此对电影的题材选择也会有所偏向。他们喜欢情节性强的故事，喜欢快节奏的叙事，对于叙事节奏舒缓、人性刻画深刻而灰暗的“文艺范”“虐心”电影作品，他们选择回避。他们甚至也喜欢悲伤的爱情故事。《万箭

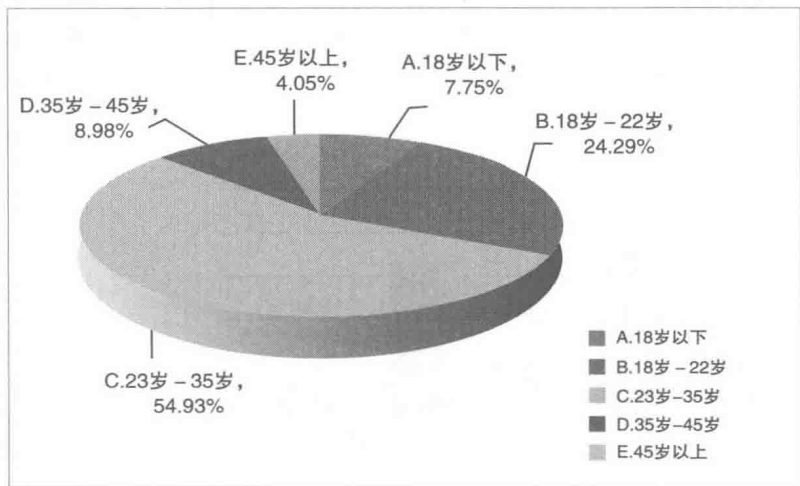


图4

于单身、爱恋和两口之家的阶段，因此对电影的题材选择也会有所偏向。他们喜欢情节性强的故事，喜欢快节奏的叙事，对于叙事节奏舒缓、人性刻画深刻而灰暗的“文艺范”“虐心”电影作品，他们选择回避。他们甚至也喜欢悲伤的爱情故事。《万箭

穿心》《钢的琴》《美姐》等影片的票房惨淡与观众的构成以及观影心理是存在因果关联的，甚至连张艺谋的《归来》都遭到青年观众的诟病，也是同样的道理。如此看来，许秦豪的影片在中国市场上不能大卖，就很容易理解了。

四、中韩合拍片发展的应对策略

《中韩电影合拍协议》的签署是两国政府部门站在一个新的高度上给两国的电影工作者提供的一个更加宽广的合作平台，具体到如何实施好这一合拍协议，还需要相关行业部门、从业者做好更加细致、更加专业的功课。

首先，该合拍协议虽说属于艺术创作和制作协议，执行过程中存在评价/权衡标准不一、弹性较大的弊端，如果协议不够明确、规范、细致，很容易产生一些责权利方面的纠纷。但是合拍协议也是一种经济协议，合拍双方或多方都要以规范的契约精神来对待商定好的合拍工作合同，并规范地、刚性地执行。不能随意增大合同执行弹性，更不能利用合同中双方、多方理解上的分歧，来牟取自身利益，侵害他人利益。由于是国际合作，中方参与者既要保护好自身的利益（包括知识产权、合法合理的经济利益等），也要尊重和保护合作方的合法合理利益。如果因为中方因素导致合拍项目不能继续进行，应该按照约定积极主动赔偿合作方相应的损失，以维护中方电影企业的良好形象。无论是导演，还是著名演员，乃至具有比较明显优势的制作者，都是社会的公众人物。如果让他们对合拍运作产生不良印象，造成的直接经济损失可能还是小事，对其他团队的合作信心产生影响才是更严重的后果。韩国导演郭在容与春秋鸿公司和《杨贵妃》剧组半道分手，应该是有教训可以吸取的。

其次，正如前文所述，中韩两国在电影管理规则、观众观影行为上存在很大差异，中韩合拍片就必须正视这些差异，做好影片的观众定位和市场细分预案，使得合拍项目在相对专业的市场调研基础上进行。可以与相关的调查机构、数据提供商（尤其是大数据提供商）进行合作，对即将启动的合拍项目进行市场评估，并及时调整故事情节、人物搭配、演员阵容及主要投放目标市场，以保证双方或多方投资者的利益得到最好的保护、最好的回报。在前文中提到的合拍片《大明猩》中，中国投资方为华谊兄弟公司。华谊兄弟作为中国上升速度较快、管理绩效较高的民营电影制作企业，在这次投资中显得有些冲动与冒险。《大明猩》是以棒球运动为主线的韩国故事，棒球在韩国很受欢迎，而在中国却不为绝大多数观众熟悉。以这项运动为故事主线，中国观众难以产生认同感。所以，该片在中国内地的11272万元的票房，虽然还说过得去，但应该不是华谊老总希望的票房。

最后，要联合相关公关机构，做好中韩电影品牌影响力研究和电影品牌推广工作。中韩更常见的合拍方式是“优才加盟”模式。无论是电影企业，还是电影艺术技术人才，想要实施合拍项目，都必须预先做好企业和人才的市场影响力调查，以确保电影产品投入市场后，加盟的优才确实能产生足够的市场号召力。对于中方而言，做好韩国电影企业、电影导演和演员等人才在中国电影市场上的影响力调查，是极为重要的。如果采用“优才加盟”的方式邀请韩国人才加盟电影项目，如果这个电影项目

的未来市场主要定位在中国内地，那么韩国电影品牌（包括企业和人才）在中国的影响力调查，就可以作为决策的一个重要参考指标。当然，也可以有意识去做一些韩国电影品牌的推广工作，以增强他们的影响力。韩国女演员秋瓷炫在中国电视剧界的成功就是一个很好的例子。如今，她已经开始向大银幕发展，她的第一部大银幕作品《全城通缉》已于2014年11月6日已在中国上映。

（作者单位 苏州大学凤凰学院；本文为江苏省教育厅资助项目“江苏电影产业发展战略研究”成果之一，项目编号2010SJB760011。文中所引用的调研数据，均来自笔者指导的学生对苏州市影院观众观影行为的调查结果，调查小组成员是刘丽君、杨梦莹、李爱云、于枫璇4位同学）

■ 康 宁

“CEPA”十年：从“去本土气质”到“内地化”转变

——内地与香港合拍片的文化窘境

提 要 从2004年“CEPA”签订至今大量香港电影人“北上”拍片。内地与香港合拍片已经从最初的“水土不服”，到现在的“游刃有余”。合拍片数量上涨，票房逐年攀升，但这种表面繁荣却掩饰不了其背后出现的文化窘境。大规模“北上”的香港导演呈现出“去本土气质”到“内地化”的转变，内地与香港双向的合作变成单向的依附，香港本土市场和文化亦因此受到影响。这种现象的产生，是由于香港本土文化无法具有文化流动性，内地与香港之间的文化差异导致两地在相当长的时间内难以在电影文化上达成共识，这是内地香港合拍不得不直面的问题。

关键词 本土气质 内地化 文化流动性

一、独一无二的“合拍片”和褒贬不一的“CEPA”

通常所说的合拍片是指两个或多个国家（地区）的制作单位共同合作拍摄的电影，发行时通常有两个或多个语言的版本。合拍就是由两个或两个以上电影制片机构共同投资、共享影片著作权及影片市场收益的一种制片方式。中国合拍片有对外（境外国家和地区）合拍片和国内合拍片两种形式，合作各方投资方式和数量、发行分成的比例和结算方式，以及权利与义务等均在合作协议书中明确规定。^①

本文中所提及的合拍片，指的是内地和香港合拍的电影。然而，这又不是一般意义的合拍片。这是世界电影史上的独一无二的现象，完全超越了一般意义的合作拍片，成为“九七”后香港的政治、经济、文化向内地靠拢（“再国族化”）和排斥（“去国族化”）的一个标记^②。两地合拍的存在，不仅仅是地域和国家文化互补和经济互利，也成为冷战结束后不同政治地域探索交融在中国政治化意识形态体系中呈现的一个例证。^③

从CEPA的正式实行到2014年已经整整十年，这十年内地与香港合拍片的风格发生了很大转变，香港的本土市场也由之引发一系列连锁反应。2003年6月29日，中

① 名词解释-合拍片，参见<http://ent.xinmin.cn/2012/02/18/13700959.html>。

② 马杰伟：《市井国族主义：重划大陆与香港的文化版图》，载吴俊雄、马杰伟、吕大乐编：《香港·文化·研究》，香港大学出版社2006年版，第257页。

③ 刘辉：《意识形态和商业利益的博弈——港产合拍片论》，《文艺研究》2014年第2期。

中央政府和香港特区政府签署《内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排》（简称“CEPA”），将香港电影进一步纳入国家体制认同的范畴内，标志着香港电影进入新时期。其主要内容包括：港产片通过审查后将不受进口配额限制在内地发行；香港拍摄的华语影片是指根据香港条例设立或建立的制片单位所拍摄的，拥有75%以上的影片著作权的华语影片，主要工作人员中香港居民应占整体员工数目的50%以上；香港与内地合拍片视为国产影片在内地发行，港方主创人员所占比例不受限制，内地主要演员的比例不得少于影片主要演员总数的三分之一；对故事发生地无限制，但故事情节或主要人物应与内地有关；合拍片、港产片粤语版可在广东地区发行、上映；港资可在内地以合资、合作形式改建电影院，但投资比例不超过75%等。

该协议于2004年1月1日起正式实施，给香港电影打开了一个拥有13亿人口的广阔市场。从2004年开始，内地与香港开始广泛合作，拍摄了大量影片，形成了合拍片的风潮。2003年内地与香港合拍片仅有35部，2004年便达到43部。发展到2012年，合拍片已经占到了香港电影工业的八成，不仅如此，在市场上也成为主流，约占年度票房的八成。^①

据中国电影合作制片公司（CFCC）2013年统计数据显示，2013年我国获准立项的合拍片共55部，涉及2个地区（香港、台湾）、4个国家（法国、美国、英国、韩国）。其中，内地与香港合拍片占到了62%。此外，2013年我国审查通过的合拍片共41部，其中，内地与香港的合拍片占到了68%。而此前，2003年至2012年间，内地与香港的合拍影片数量总计达到了322部，占内地与境外合拍影片数量的68.5%。^②

与此形成鲜明对比的是香港本土的市场，据香港电影协会公布的《2013香港电影市道整体情况》显示，2013年香港上映港片共42部，跌破近年平均高于50部的水平。生存空间压缩与人才流失，使“港片复兴”依然悬置。而转向内地，香港主创依然是中国市场的最大赢家。2013年国产影片票房前30中，港人执导的占据14席^③。

由此可以看出，在电影市场的占有率上和票房占有率上，“CEPA”确实起到了较为积极的效果，然而在文化方面就不尽然了。

二、内地化带来的文化窘境

香港电影从20世纪30年代开始就有了海外市场凌驾于本地市场的问题，但不同的是，以往东南亚和台湾观众把香港文化推崇为一种消费文化，作为一种可以享受的“神话”。但是对于内地消费者而言，香港本地文化是吸引内地观众的要素之一。内地观众在某种程度上有“消费”香港本体文化的欲望，但除此之外，亦需要在香港电影中找到一些可以满足自我主观性的影像和内地社会文化价值。除了投资者和观众两组问题，最令香港影人担忧的是内地电影审查制度。香港制片商担心的不是审查本身，而是在“CEPA”签订之前，香港制片商不明白审查制度的条件而造成恐慌。^④

① 阿木：《CEPA十年看合拍：从磨合到共融》，《中国艺术报》2013年6月28日。

② 数据来自中国电影吧，<http://tieba.baidu.com/p/2870646281>。

③ 刘静、魏晋茹：《2013年中国电影产业年度发展报告》，《北京电影学院学报》2014年第2期。

④ 范可乐：《CEPA前后香港电影对于港人域外意识的交涉》，《电影艺术》2014年第3期。

很多学者认为“CEPA”之后最大的转变是作者身份的转变。香港影评人和学者曾经担心在“CEPA”签订后的电影合作过程中，内地投资者、观众需求，甚至政府机关会有一定程度的创作权，进而导致港产电影的本土作者身份受到动摇。十年的“CEPA”时光，实际情况是香港的电影人为了让电影更顺利地进入内地市场，容易向内地需求“让步”并使香港主观性逐渐“外在化”，其实也就是“内地化”。

当然，在香港电影人尝试熟悉内地的创作环境去创作电影的时候，也并不是一帆风顺的。北京电影学院杨远婴教授曾用了一个极为贴切的比喻来形成“CEPA”签订后的香港电影，她认为，内地投资者和政府部门注意到“CEPA”签订后的香港电影，许多时候有“顺得哥情失嫂意”的问题。比如《十月围城》（2009），杨远婴教授认为，经过三十多年改革开放的社会经验，内地观众同爱国主义有着复杂的主观性关



《十月围城》剧照



《中国合伙人》剧照

系。《十月围城》希望“讨好”香港制片想象中的内地观众，但这种童话式的爱国主义却与内地观众的现实脱节，难以成为内地观众对国族问题和情感交流的媒介。

尽管香港人很担心香港最终会沦为内地电影的一种独特的制作中心，或者成为国内电影的一个域外工厂，但是这最终还是逐渐变为了现实。

较为典型的代表有电影导演陈可辛、许鞍华、徐克、杜琪峰等，他们在“CEPA”签订之前就和内地有多次合作，“CEPA”签订之后更是把拍摄电影的主场地放在了内地，甚至以前热衷于拍摄香港本土题材的彭浩翔，也曾经做了几次进入内地市场的尝试。

陈可辛进入内地市场的过程并不是一帆风顺，也曾经有过遭遇票房失败和观众不解的《如果·爱》（2005），甚至有为他的导演风格带来很多争议的《武侠》（2011）。陈可辛导演在某次访谈中称自己是在“挣扎着适应”。《中国合伙人》（2013）的成功给他带来巨大的信心，片中大量20世纪80年代的音乐的适时使用，唤醒了太多人有关80年代的集体回忆，怀旧气氛的营造完全打破了香港和内地文化背景的壁垒，观众对陈可辛导演的认同感到达一个顶点。由这部影片开始，陈可辛导演的内地化程度进入到了一个新的阶段。陈可辛因为2014年执导的《亲爱的》具有较为明显的内地特征，被认为是“内地化程度”最高的香港导演。这是一部根据内地社会新闻改编的亲情伦理片，从题材到风格，从演员表演到叙事节奏、人物关系的处理和营造，都是极尽内地化。

许鞍华从《玉观音》（2004）、《姨妈的后现代生活》（2006）、《黄金时代》

(2014)以来一直带着浓重的文艺腔调,但是也逐渐将影片的拍摄重心转移到内地,不管是影片的场景还是演员的选择,题材的选取,都逐渐放弃了她作为香港导演的主体性。从《天水围的日与夜》(2008)转移到了流亡战乱的《黄金时代》。《黄金时代》选取了萧红这样一个以最真实的个人感受为写作源泉的拍



《姨妈的后现代生活》剧照

摄对象,在战乱、流亡的背景下讲述萧红的人生经历,尽管电影的形式上创新,但整体上仍旧是一个更贴近内地观众的电影,对内地人的观影习惯、心思把握已经非常精准,与香港的观影习惯和经验已经没有了太多关系。

徐克的尝试从《深海寻人》(2008)、《女人不坏》(2008)一直到《狄仁杰》系列电影、《龙门飞甲》(2011),以及3D电影《智取威虎山》都在尽力尝试将故事的背景设为内地。他在进入内地市场的过程中尝试在坚持自己风格的同时迎合内地的市场,在此过程中他付出了惨重的代价。而他正在拍摄的红色电影几乎可以说直接拥抱了主旋律,可以算是香港电影人在内地市场最极端的一次尝试。

杜琪峰是极具香港本土气质的导演,他的最重要的尝试体现在《毒战》(2013)。在这部电影中,他完全以天津为背景,将内地写实主义警匪片拔高到一个



《画皮》剧照

空前的程度。换句话说,他只是把自己一贯鲜明的艺术风格移植到内地背景之上,里面带着些电影作者的孤傲,以及一丝不屑。

我们不得不勇敢地面对“CEPA”这种扭曲的题材与合作关系,这种一切向票房和意识形态屈服的姿态终于彻底地破坏了香港电影的艺术创造力。内地与香港合拍片尽管还贴着香港导演的姓名标签,但是已经全然失去了香港气质,或者说缺少真正的香港因素,香港演员和香港的城市不再像以前那样是影像展现的主题。从《画皮》

(2008年)到《新宿事件》(2009年)到《十月

围城》到《亲爱的》(2014)的合拍在用一种超乎想象的力量,以摧枯拉朽之势彻底摧毁了香港电影独有的文化气质。

香港电影注重“娱乐精神、类型观念、极致化表达,以及工业创作模式等”^①,香港电影的发展,存有先天的弊端——浓重的商业色彩,导致电影文化难以坚持。整个合拍片发展的进程,就是香港电影文化消弭的过程。最初,消失的是20世纪八九十年

① 刘佳:《合拍片时代香港电影何为》,《紫荆杂志》2013年11月1日。

代形成的讽刺精神和多元类型；然后，消失的是香港的地域色彩和语言；再后，消失的是香港人的身份。现在的合拍片，已经无法从影像、对白、情节上辨认出香港电影的特质，残存的仅是剪辑手法和武打特技。^①

在飞速增长的票房数据的巨大谜团下，急功急利的电影人已经忘了香港电影应该具有的本土气质。再也看不到小马哥、古惑仔和嬉皮笑脸的九品芝麻官，再也感觉不到惆怅慵懒甚至颓废，取而代之的内地主旋律通俗剧，弥散的是城乡结合部浓重的广场舞的味道。

“CEPA”之后，香港一以贯之的娱乐戏谑风格不可避免地成为牺牲品，比如曾经港人引以为傲的政治讽刺、地域讽刺、色情、鬼怪、放肆篡改经典桥段都必须戛然而止。追求利益最大化、和气生财，成为香港和内地合作拍摄电影的原初动力，在此过程中香港电影人情愿扮演弱者角色，他们尝试在社会主义意识形态中修正自己的电影文化理念，甚至还要耍小聪明篡改胶片做双结尾、双版本之类影片供内地审查，在这个自我修订的十年的过程中，香港电影实现了转变，逐利的动机牺牲了香港电影的传统，合拍模式顺利改变了香港电影的原有形态，融入内地特色成为一种新的形态。曾经风靡一时的香港电影几乎全部消失，只隐约在合拍片中闪露一丝港式武打的痕迹。在商业利益和意识形态之间，从开始的交织，到最后的合并，香港电影融入“中国电影”的概念之中。这个结果令香港本土电影人士几乎难以想象和接受，甚至产生情绪反弹。香港电影观众情愿购票观看西片。^②

三、香港电影本土气质和“文化流动”

“CEPA”签订所带来的经济上的优惠使得“合拍片”蒙上了一层金色的光环，香港电影人无法抵御这种强大的诱惑力，只能调试自己顺利进入“CEPA”所指向的内地模式。然后不得不面对的问题接踵而来的现实。香港导演进入内地市场的过程，是其集体“去香港气质”的过程。用陈可辛导演的话说，这个过程是“对过往的舍弃，对自己的剥离”，香港文化的特殊性和复杂性决定了这些电影人根本没有途径携带自身的文化元素进入内地市场；另一方面，这样一种具有集体的“内地化”倾向的合拍片，也因为其“文化流动性”非常弱，几乎不被外域地区所接受。



《狂舞派》剧照

本土气质是一种无法量化的电影品格。从几个具有明显香港气质的电影来看，《狂舞派》（2013）在香港大受欢迎，因为电影展示了一群热爱舞蹈的香港大学生，本土面貌鲜活；《低俗喜剧》以本土挂帅，声称低俗

① 刘辉：《意识形态和商业利益的博弈——港产合拍片论》，《文艺研究》2014年第2期。

② 刘辉：《意识形态和商业利益的博弈——港产合拍片论》，《文艺研究》2014年第2期。

幽默是“港片的核心价值”，取得了2012年香港本土票房亚军的好成绩；与其同样的《一路向西》（2012），以港式粗俗与软色情挂帅而爆冷卖座；《那夜凌晨，我坐上了旺角开往大埔的红van》（2014）的香港风貌、俚语脏话与政治隐喻，也被认为非常本土而被追捧。《人间小团圆》（2014）讲一个香港家庭的故事，在香港上映以《香港仔》为名，强调是“百分百本土情怀”。今天，香港观众喜欢在电影中看到香港实况，也为港式粗俗发笑。大家觉得那是合拍片找不到的“香港本土味”^①。

港片主流从不是本土写实，有时亦非为本地观众而拍。然而，这仍然无损其本土味，因为港片从来不是某种特定的片种或题材，相反，它是微妙的文化混合体，当年观众看《东方不败》（1992）、《济公》（1993）与《春光乍泄》（1997），亦从没批评这些电影不够本土。所谓香港味，其实无以名状，往往是某种风格与视野。

“文化的流动性”这一概念源自曼纽尔·卡斯特“信息资本主义”论述的启发：“在信息主义的模式下，流动空间的逻辑居主导地位，被信息化资本主义视为无价值且无政治利益的地区，财富和信息的流通跳过这些地区绕道而行，甚至连人们于今日世界中沟通和创新，生产与消费乃至生活的基本科技设施都剥夺了。”“文化流动”是指在文化跨区域、媒介传播的过程里，最大限度地减少文化折扣，达到文化信息精神的共享、认知与再开发，由此构成内部相互共生的文化生态圈。作为具有特殊文化属性的产品，合拍片的“文化流动性”是指影片在跨区域放映时，内容与形式抵达观众消费层面不被耗散的能力，以及观众对影片故事情节可信度及其价值观的接受程度。^②

香港的文化囊括了五彩缤纷、众声喧哗的语言现象，狂欢式的对历史感的否定和对多元化的肯定是新世纪对生命力的礼赞和追寻，这些都是香港电影赖以生存的文化土壤。

结 语

2004到2014年，是内地和香港合拍片艰难探索的十年，也是香港导演逐渐磨掉棱角进入内地市场的过程，同样也是香港文化和内地文化不断地在碰撞中抵抗的十年。

“CEPA”的出现确实让内地和香港的电影进入了一个全新的阶段，票房的不断上涨似乎呈现出“双赢”的大好局面，然而香港本土气质的消失和香港电影本土化的表现实在是让人唏嘘。香港电影本土气质的消失是在内地与香港合拍片过程中无法避免的趋势。如何在这样的一种文化窘境中突围，是内地和香港合拍片不得不面对的问题。

（作者单位 北京电影学院；本文系2014年国家社科艺术学青年项目“香港电影文化的对外传播”课题阶段性成果，课题编号14CC110）

① 《“本土”不是港片的标签》，原文载于新华网：http://news.ifeng.com/a/20140517/40341761_0.shtml，2014-11-05。

② 聂伟、冯凝：《寻求“流动性”：新世纪内地与香港合拍片的现状与未来》，《电影艺术》2013年第4期。

Images have been losslessly embedded. Information about the original file can be found in PDF attachments. Some stats (more in the PDF attachments):

```
{
  "filename": "MTM4MDI0MTQuemlw",
  "filename_decoded": "13802414.zip",
  "filesize": 50088936,
  "md5": "e24c2eb0c4a70d80248ba4534d2a412c",
  "header_md5": "b6fc5aa3301e6a185abb08500771dba5",
  "sha1": "26f2c61d7ae77793d3a4674c1a2df58136c0fbfd",
  "sha256": "fa1089b0795a284ba4e6cc37326fad554bcb180cbf49a4402e909bf58237be6e",
  "crc32": 1139790307,
  "zip_password": "52gv",
  "uncompressed_size": 60746219,
  "pdg_dir_name": "\u5f71\u89c6\u6587\u5316 11_13802414",
  "pdg_main_pages_found": 236,
  "pdg_main_pages_max": 236,
  "total_pages": 243,
  "total_pixels": 1883135304,
  "pdf_generation_missing_pages": false
}
```