

直
面
文
化
现
场

梁振华
主编

HUANYING
LIUNIAN

幻影流年

新媒体时代电影文化述评

梁振华 著

浙江古籍出版社

激
活
感

驗

大众文化档案

梁振华 主编

幻影流年

新媒体时代电影文化述评

梁振华 著

浙江古籍出版社

图书在版编目(CIP)数据

幻影流年：新媒体时代电影文化述评 / 梁振华著.
—杭州：浙江古籍出版社，2014.6
(大众文化档案 / 梁振华主编)
ISBN 978-7-5540-0249-0

I. ①幻… II. ①梁… III. ①电影评论 - 中国
IV. ①J905.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 075864 号

大众文化档案

幻影流年

——新媒体时代电影文化述评

梁振华 主编 梁振华 著

出版发行 浙江古籍出版社

(杭州市体育场路 347 号 电话:0571-85176986)

网 址 www.zjguji.com

责任编辑 陈小林 伍姬颖

责任校对 吴颖胤

封面设计 刘 欣

责任印务 贾 敏

照 排 杭州兴邦电子印务有限公司

印 刷 浙江万盛达实业有限公司

开 本 710×1000 1/16

印 张 17

字 数 240 千字

版 次 2014 年 6 月第 1 版

印 次 2014 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5540-0249-0

定 价 39.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与本社市场营销部联系调换。

总 序

21 世纪是中国经历巨大变革的年代,经济高速增长,改革步入深水区;伴随着网络时代的到来,各种社会思潮与文化现象异彩纷呈;纷繁芜杂的时代语境下,文化场域受制于各种力量的驱动,经历着由表及里的深层演变。过去的十余年,中国大众文化众声喧哗,万象萌动,无疑成为新世纪最醒目的时代注脚和文化景观。

聚焦新世纪以来中国社会文化生活中具有代表性的“事件”和“现象”,“复原”一幅斑斓五彩的中国大众文化地图,是本套丛书编撰的初衷。丛书包含电影文化卷、电视栏目卷和网络文化卷。丛书的作者,均为成长于新世纪的青年学人,接受过扎实的学术研究训练,术业有专攻,又能对当下社会文化现场保持敏锐的触觉和鲜活的感受。他们勾勒的这幅新世纪大众文化地图,丰富多彩的时代信息蕴涵其中,且由此可以折射出中国民众新世纪文化心理、审美情感的流变轨迹。

大众文化的现场是零散而断裂的,对其进行整合性的思考,需要有与文化碎片耳鬓厮磨的耐心。如同一千个读者,就有一千个读者眼中的哈姆雷特,对每一种大众文化品类,也自然会有形形色色的解读视角和书写方式。编撰者串接起这些碎片,目的并非在于求得定解,而在于存留记忆,拒绝遗忘。从另一个角度来看,任何一种文化现象都有割不断的精神渊源。置身转型时代的社会剧变之中,致力于见证与梳理大众文化的流变轨迹,其意义也不是单纯地“立此存照”,而是试图穿越让人眼花缭乱的文化图景,探讨社会精神文化变迁的奥秘。

对大众文化批评而言,如何选择批评对象、确立批评立场,是一个令人困惑的问题。传统意义上的批评尺度和批评方法,面对瞬息变化的大众文化生态时,常常显得乏力,有隔靴搔痒和自说自话的困窘。这个时候,如果依然操持僵化、呆板的批评话语,势必会逐渐削弱与鲜活文化现象对话的能力。对于社会转型期的大众文化,真正契合实际的反思当建立在形象识度的前提之上。“大众文化档案”的编撰,首先要做的就是从刻板的学院批评话语中解放出来,克服“不及物”的评说方式,直面文化现场,激活感性体验,向读者展现大众文化品类的魅惑面容、婀娜身段和性感装束。

在这套丛书中,编撰者挑选了新世纪大众文化不同领域里具有代表性、体现时代印记的作品、事件、现象,进行“档案式”复原的同时,展开适度的文本解读和文化分析。刚刚逝去的年代里,那些惊鸿一瞥或者傲然耸立的大众文化事件、现象、作品,建构起了当代中国文化版图中一条生动而清晰的脉络。正是这些耳濡目染的记忆,在很大程度上参与了世纪之交中国人的思想、情感和人格构造,也成为洞察当代中国文化时不可或缺的精神资源。

中国的大众文化从起初犹抱琵琶半遮面,到今天风生水起,成为了人们文化生活的主导内容。于大众文化而言,我们是旁观者,也是参与者;我们是倾听者,也是发言人;我们是消费者,同样也是创造者。在这个意义上,这套丛书与其说是一份僵固的文化档案,毋宁说是身处这个时代的中国人一份鲜活而及时的记忆图册——它串联起那么多生动的景象和声音,激活了那么多难以忘怀的生命回忆。在这张虚拟的文化地图上行走,会与各种各样的人和事久别重逢;驻足的瞬间,我们可以凝神、回味、思索,从而以更清澈的目光,辨析时代精神文化的来路与去向。

梁振华

2013年5月4日

于北京师范大学励耘学苑



电影,这头现代文化工业的睡狮,披着巨型娱乐产业的大旗,在新世纪的中国苏醒,站立,重振雄风。(图为电影《英雄》剧照)

目 录

CONTENTS

总 序 001

1 大片魅影 001

十年大片记 002

《英雄》的诞生 014

《赵氏孤儿》：被篡改的史诗 024

中国电影的 3D 前传 031

2 市场漩流中的执拗抒情 039

作为艺术的电影 040

贾樟柯现象透析 049

《南京！南京！》：个体主义美学秀 059

3 过山车上的冯小刚 067

冯小刚的常与变 068

《非诚勿扰》：冯氏喜剧的终结 074

《一九四二》：“这是我想了一十八年的电影” 080

《私人订制》：无所依归的银幕漫游 086

4 让子弹再飞一会儿 091

姜文:世界围观中国的精神样本 092

《让子弹飞》:隐秘的癫狂 103

站着能把钱挣了吗? 107

5 性与中国电影 117

性与中国电影:一部观念变迁的影像史 118

情色之禁与审查制度 127

《色,戒》:银幕内外的“色”与“戒” 135

6 新都市 新时尚 新电影 143

青春总动员:中国电影的新势力 144

《失恋 33 天》:黄小仙儿大闹 2011 152

《将爱》:致我们已然消逝的青春 158

《爸爸去哪儿》:“昙花”还是“真理”? 165

7 草根的银幕狂欢 171

谁在笑? 在笑谁? 172

宁浩:“疯狂”之后 179

《泰囧》:纯正的“献媚”与喜剧的起点 188

8 东方好莱坞的夕阳之歌 193

港产片:一个时代的背影 194

《无间道》系列:新世纪的灵光乍现 206

《岁月神偷》:香港往事与香港味道 211

不得不说的王晶 216

9 主旋律电影的规训与突围 225

主旋律的和声与变奏 226

《建国大业》:中国式献礼 233

《十月围城》:别一种主流叙事 241

10 新媒体电影时代 247

媒介革命与影像盛宴:新媒体电影面面观 248

《老男孩》:一不小心长大了 255

后 记 261

1

大片魅影

十年大片记

1994年8月1日,国家广播电影电视部出台348号文件,决定自1995年起,由中影公司每年以国际通行的分账发行的方式进口10部“基本反映世界优秀文明成果和当代电影艺术、技术成就”的“好电影”,这就是后来被称为“大片”的10部进口影片。据说,在疑义声中,张艺谋和姜文叫得最响。他们明白好莱坞的进入意味着什么——在好莱坞坚船利炮的进攻下,本土影片溃不成军,这在许多国家和地区不乏先例。最卖座的10部好莱坞电影进入院线,无疑给中国电影业投下了一枚重磅炸弹。

其时,舆论和业界关于“好莱坞影片大举抢滩,国产片路在何方”的讨论一度纷扰,影业人士担忧掌握美国大片进口配额的中影公司将成为美国片商的“洋买办”。相传,北京市电影公司甚至专门致函中央某部长请愿:“让美国的影片占领我们的电影市场,用中国的票款养肥外国的片商,不利于稳定整个电影行业的军心。”

1994年11月,第一部进口分账式大片《亡命天涯》在六大城市首映,由于当时政策的松紧反复,它在首轮放映和次年年初的复映中只取得了220万元的票房。1995年1月,第二部进口分账式影片《红番区》(香港电影)强势登陆,狂扫票房3500万元。此后的中国银幕上,陆续出现了《真实的谎言》、《石

破天惊》等制作巨大、场面刺激、视效惊人的好莱坞电影,这些强烈刺激肾上腺激素的进口影片首次向中国观众传达了“大片”的概念。

1998年,来势汹汹的《泰坦尼克号》成功抢滩,尽收3.6亿元票房,直占当年全年票房的1/4,刷新了中国电影票房纪录。当年的全国电影票房收入只有14亿元,而美国分账影片票房竟高达7.85亿元。

反观中国本土电影,却是一派惨淡光景:《阳光灿烂的日子》、《霸王别姬》等佳作的荣光散去后,内地电影市场持续低迷,世纪之交的中国电影全年票房甚至跌破10亿元。

《南方周末》后来对此总结:“从《亡命天涯》开始,中国电影一语成谶,亡命天涯。”^①

正是在这种好莱坞大片的刺激的危难处境下,中国电影人开始思虑自救,他们把目光投向银幕上的“入侵者”,通过师法好莱坞电影,拉开了中国式商业大片制作的序幕。在“好莱坞”“进犯”时率先振臂呼号的张艺谋,首先在行动上扛起了大旗,他在2002年拍出破冰之作《英雄》,带领着久困低谷的中国电影业走出严冬,绝处逢春。

巨狮苏醒

2002年12月14日,张艺谋与北京新画面影业有限公司(张伟平任董事长,张艺谋任艺术总监)合作的中国首部商业大片《英雄》全线上映。影片凭借空前的投资和营销,集结梁朝伟、张曼玉、李连杰、甄子丹、章子怡在内的演员阵容和恢弘绚烂的奇观画面,一举夺得2.5亿元票房,迈出了中国古装武侠大制作的第一步。在海外,它又紧追《卧虎藏龙》掀起的东方武侠电影的热潮,凭借着东方想象和写意美学席卷了11亿元的总票房。

^①夏辰:《综述:回首进口大片八年风雨历程》,载于《南方周末》,2002年2月28日。

2002年的国内票房总额达到9.5亿元,张艺谋实现了单片票房占全年总票房1/4的雄心。而《英雄》更重要的意义在于,它把曾经对中国电影失望的观众重新拉回影院,中国电影产业化的大门从此打开,市场力量迅速被释放。

两年后,又是由张艺谋、李冯、王斌三人组成的编导团队,再次高调推出新作《十面埋伏》。该片在外在的审美与艺术表现手法上承袭了《英雄》的唯美主义风格,明星组合、视觉奇观、密集宣传再次创造了国内电影市场的票房纪录。2005年初,张艺谋凭借电影《十面埋伏》夺得第一届中国电影导演协会年度票房导演奖,评委会给了他这样的评语:“以非凡的才华和不倦的努力创造出中国式的视听奇观,对国人重新走向影院,对国片进入北美主流市场,作出了无可争辩的贡献。”面对持续低迷的国内电影市场,《英雄》、《十面埋伏》以堪称一流的主创团队、演员班底,创造了一次次的票房奇迹,为低迷的电影市场打入了一剂强心针。

张伟平和张艺谋携手把中国电影带入了“大片时代”,也开创了一种可供复制的“大明星、大导演、大营销、大市场”的制作模式:邀请香港地区、亚洲乃至好莱坞的大明星、优秀制作团队,配合国内强势的发行方,凭借强大的社会效应在国内市场回收成本。“大片”从此成为热词,并不再专指好莱坞舶来片。

陈凯歌的《无极》、冯小刚的《夜宴》、张艺谋的《满城尽带黄金甲》等接连问世,掀起了商业大片的创作热潮,院线银幕一时热闹纷呈。2007年,冯小刚的《集结号》吹响了主旋律电影的新号角,主旋律片元素、艺术片元素和商业片元素的交融让观众看到了大片的另一种可能性。香港影人北上后的大制作《投名状》(陈可辛导演)、《赤壁》(吴宇森导演)、《画皮》(陈嘉上导演)也相继涌现。2009年,韩三平和黄建新合作执导的融合主旋律和商业元素的《建国大业》票房大胜。2010年,冯小刚的《唐山大地震》和姜文的《让子弹飞》先后刷新了中国大片的票房纪录,拓展了中国大片的新格局。2011年,借着张

艺谋的新片《金陵十三钗》的观影热潮,中国电影全年票房突破了百亿元大关。2012年,新人导演乌尔善执导的《画皮Ⅱ》和冯小刚执导的书写民族灾难的史诗巨作《一九四二》,又给电影票房成绩单添上了两笔华彩。

这种以资本和市场为导向,强调大投入,启用全明星阵容,以高制作水准和震撼视听效果吸引观众的大片,类型多以古装、动作为主,同时扩展至战争、灾难、魔幻等类型。披着“古装加武侠”外衣的大片,追求传统的中式美学和东方写意诗学,它们把目光投向被长久疏远甚至弃绝的民族历史文化,从那里汲取营养,在文化特质、叙事智慧、大众(市场)认知等多重意义上,开创了中国电影的新可能。

大片体现了中国电影工业的最高水准。在制作上,它要求大投资、大导演、大明星、大场面,在宣传、发行、上映、外延等一系列市场推广行为上,它们唯“眼球经济”是大,通过密集和广泛的媒体宣传、衣香鬓影的开幕盛宴、奇招迭出的营销方式,极尽造势之能事以招徕观众。

在商业大片狂飙突进的整体路线中,也离不开同香港、台湾电影合作程度日益增强、密集的这条轨迹。港台班底的合拍大片,如《赤壁》、《投名状》、《十月围城》、《功夫》、《画皮》、《狄仁杰之通天帝国》和《龙门飞甲》等,都标志着海峡两岸暨香港影人的密切合作,共同拓展着华语商业大片的视域。

民族电影事业在好莱坞电影的刺激下迈出了振兴的第一步,而全球化进程携带的消费社会的意识形态也随之在中国落地生长。差不多和大片的诞生同步,地产业在中国的土地上急遽增长,各大城市陆续开始建设作为大型商场标配的现代化影院。电影消费相继又拉动了饮食、娱乐等相关消费行为,电影迅速成为深受大众欢迎的都市娱乐产品。银幕如疯草狂长,硬件已全然就绪,追求大场面、大效果,非大银幕不能感受其震撼的大片成了急就章,充当起现代化大银幕的第一批淘金者。

在消费文化环境下,这些用重金打造的大片每每被宣传、营销成一个重大“社会事件”,看大片也超出了简单的看电影的意义,而是成了一种都市生

活体验的象征。从豪华的首映礼到现代化的高端电影院,从追捧明星到戏谑台词,看大片背后附着的文化符号,为中国日渐崛起的中产阶级提供着进行身份认同的重要功能。电影成了一种最值得贩售的软性商品,甚至是一种炫耀性消费。在这个意义上,大片生长于中国电影从“文化事业”转变为“娱乐工业”的现实土壤上。

2002年2月1日,新的《电影管理条例》正式生效,非国有资本的电影单片许可证发放制度正式实行,极大地刺激了大量民间资本涌向电影行业。从2003年起,电影产业化的需要也催生了国家的电影扶持政策,在这一年,广电总局颁发了第18号令《电影剧本(梗概)立项、电影片审查暂行规定》和第19号令《中外合作摄制电影片管理规定》,鼓励电影生产,其中的重要环节是制片业的初步放开——外资允许进入中国制片业,一些民营机构也拥有了独立拍摄电影的条件。该年10月,第20号令随后签发,鼓励非国有资本参与电影产业全链条(拍摄、制作、发行、放映),外资也获准进入除院线经营外的其他环节。

《英雄》身后的十年,正是中国电影经历商业化洗礼,走上商业化运作道路的十年。大片把观众带回了影院,中国电影的票房开始节节走高。国产电影在2005年终于在票房上首次超过了美国大片。2002年,仅有一部《英雄》票房过亿,到了2012年,已然有21部电影位于年度过亿票房榜单上。

电影,这头现代文化工业的睡狮,披着巨型娱乐产业的大旗,在新世纪的中国苏醒,站立,重振雄风。

十年进与退

如果把2002年“上市”与“救市”的《英雄》谓为中国本土大片时代肇始的象征,从《英雄》、《十面埋伏》、《无极》、《夜宴》、《满城尽带黄金甲》、《投名状》、《墨攻》,到2010年底的《赵氏孤儿》、《让子弹飞》,再到2011年的《金陵

十三钗》，在十年的时间里，中国电影完成了作为一种准类型形态的大片的谱系建构，也以空前亢奋的方式书写着极尽华美绚烂的消费主义影像美学。慨当以慷的史诗情结，去现实化的叙事策略，宫廷权谋、欲望角力的母题，在伺候声色光影、构筑视听奇观上的精细雕琢，以及享有跨国界声誉和深孚票房号召力的各工种演职人员班底……凡此种种，编织而成银幕上幻彩斑斓的炫目图景。

在狂飙突进的早期阶段，在各大腕导演执导的商业大片票房一路高歌的同时，质疑和批评也纷至沓来。大片屡被指责对视觉奇观过分强调几近滥用，破坏了电影在形式和内容上的平衡。它们往往形式大于内容，想象力局限，故事蹩脚，人物贫弱，价值混乱，缺乏思想和内涵。

隐藏在《十面埋伏》浮华表象下的空洞与虚妄被批评，因为除去虚伪、空洞的三角恋故事以及一堆虚假的江湖情义，整部电影作品几乎无法留下让人记忆深刻的情节和内涵。评论家朱大可可将《十面埋伏》的上映和观影情况概括为“一次罕见的精神中风事件”，他毫不客气地指出，“一部耗资巨大的‘民族大片’，瘫痪在全国首映的现场。尽管影片沿袭好莱坞式的媚俗叙事，却无法让公众获得基本的价值认知。它既没有国家主义的政治信念，也丧失了流氓英雄的江湖真情；与此同时，张艺谋还丢掉了《红高粱》时代的情感叙事能力，情节造作，逻辑混乱，台词滑稽，两个捕头和一个女人的三角爱情故事，被演绎得捉襟见肘，破绽百出，所有这些叙事技术上的拙劣化，都已到了令公众难以忍受的地步。”^①

陈凯歌耗费三年的心血之作《无极》，本意在探寻“虚幻历史中的真实时间，梦影世界中的永恒命题”，追求的是《哈利·波特》、《指环王》式的奇幻风格。但是结合影片实际来看，《无极》的“奇幻”陷入了在艰深玄奥的文化命题和泛娱乐化的叙事策略之间顾此失彼的难堪之境，最终沦为抽象文化符号（从

^①朱大可：《埋伏在影院里的文化霸权》，载于《南风窗》，2004（8）。

内涵思想到外部影像)的蒙太奇展示,从根本上取缔了历史与现实的所指。

《夜宴》与《满城尽带黄金甲》大胆尝试跨古越今,打通东方与西方的题材移植时,却因文化价值上的断裂而使故事陷入非古非今、颠倒东西的混乱境地。前者直接摹写《哈姆雷特》,它所包蕴的历史质感和人文精神不是中国式的,而是属于莎士比亚和欧洲文艺复兴时代;后者改编自20世纪30年代的话剧名篇《雷雨》,尽管生搬硬套了一个五代十国的历史背景,探讨的命题却依然是去中国化、去历史化的:影片在艺术风格和精神内核上直接承袭原著的欧化色彩和现代意味,揭示的是人类恒久的生存困境,并可从中窥见基督教的原罪思想与报应观。

中国式大片时常面临“票房长虹,恶评如潮”的尴尬境遇。这不仅体现了全球化时代市场收益与艺术水准之间的矛盾与博弈,也恰恰呈现了华语电影在融入全球化、一体化电影市场时必然经历的困境。对于张艺谋、陈凯歌等亲手缔造过中国电影一个辉煌时代的主创者来说,这一尴尬情形的出现,固然和驾驭商业巨制的功力和经验有关,也证明了缝合商业话语和艺术个性之间沟壑的艰难。自《英雄》以降,《夜宴》、《十面埋伏》、《满城尽带黄金甲》……中国大片投入一次比一次骇人的投资数额,推出一场又一场奇招迭出的宣传推广攻略,也往往伴随着最急切的疑虑、最沉重的叹息,连接着声势空前浩大的批判。然而,这些迭出不穷的大片就像一场场艺术家与市场的蓄意“合谋”,让我们见证着“眼球经济学”在文化产业场域周而复始地运演:唇间笔头的滔滔浊浪刺激着愈加旺盛的消费欲望,千疮百孔的口碑摇身变为迅速增值的消费文化符码,以混乱畸形的逻辑参与着资本神话的建构。在华丽的布景、精致的造型、俊美的偶像面容之后,掩藏的是空洞肤浅、难以自我维系的蹩脚故事,更别提这些故事欠缺的深层文化意蕴与哲理思考。事实上,近年来民间对大片众口铍金的苛责,在话语结构内部并未获得思想质地上的深入。立意瘠薄、内涵空洞、情节粗糙、风格华而不实乃至台词的“荒诞”,是这些大片被激烈指摘和无情讥讽的主要理由。然而,若将这些影片纳