

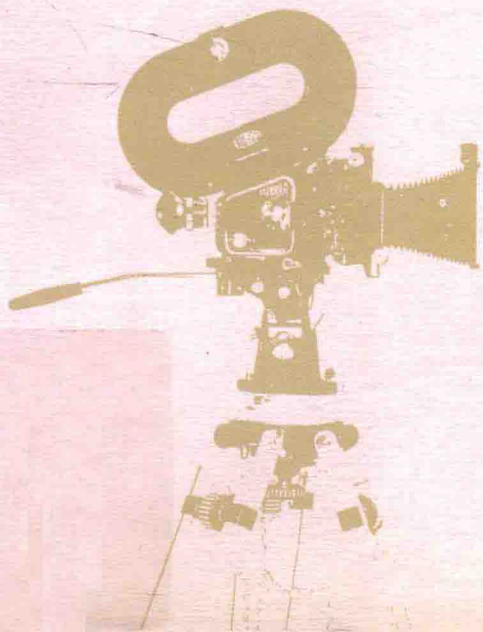


北京市哲学社会科学“十一五”规划项目
北京市教育委员会专项资助

北京市哲学社会科学研究基地报告

北京影视艺术 研究报告 2008

北京市哲学社会科学规划办公室
北京市教育委员会
北京电影学院
北京影视艺术研究基地



 中国电影出版社



北京影视艺术研究基地2009年度重点资助科研项目最终成果之一
2009年度北京市教育委员会“科研基地—科技创新平台”
——中国影视学术创新理论”项目最终成果之一
北京市重点学科“电影学”建设项目最终成果之一

北京市哲学社会科学研究基地报告

北京影视艺术 研究报告 2008

北京市哲学社会科学规划办公室
北京市教育委员会
北京电影学院
北京影视艺术研究基地

CIP 中国电影出版社
2009·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

北京影视艺术研究报告. 2008 / 北京影视艺术研究报告
编委会编; 陈晓云主编. —北京: 中国电影出版社,
2009. 7

ISBN 978 - 7 - 106 - 03112 - 1

I. 北… II. ①北…②陈… III. ①电影事业—研究报告—
北京市—2008 ②电视事业—研究报告—北京市—2008 IV. J992
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 112421 号

北京影视艺术研究报告 2008

北京影视艺术研究报告编委会编 陈晓云主编

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路 22 号) 邮编 100013
电话: 84290815 (总编室) 64216278 (发行部)
64296742 (读者服务部)

经 销 新华书店
印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司
版 次 2009 年 11 月第 1 版 2009 年 11 月北京第 1 次印刷
规 格 开本/720 × 1000 毫米 1/16
印张/13.75 插页/2 字数/223 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03112 - 1/J · 1139
定 价 36.00 元

北京影视艺术研究报告编委会

主 任 张会军

副主任 王鸿海

编 委 张会军 王鸿海 杨远婴 姚国强
刘 军 王海洲 陈晓云

主 编 陈晓云

目 录

笔谈中国电影 2008

回眸的启示	3
文化传承是一种责任	7
电影是情感沟通的艺术	9
票房秘诀	12
声音表达与情感诉求	15
电影声音创作观念的多元化趋势	18
电影产业在逆势中提升	21
中国电影态势及其策略	27
理论思维的前提假设与实证价值的祛魅	31
民族、国家和国家形象	34
拿档期说事儿	37
情归何处	40

盘点中国电影 2008

全球化语境下的中国电影业	45
灵活的中式类型片模式:2008 年中国内地电影的类型互渗现象	58
父权的衰微与身份的找寻:2008 年台湾电影的“成长论述”及其 精神文化特质	66
转型之路:2008 年香港电影综述	77
跨越式发展:2008 年中国电影产业综述	86

2008 年中国电影学研究报告	96
-----------------------	----

对话中国导演 2008

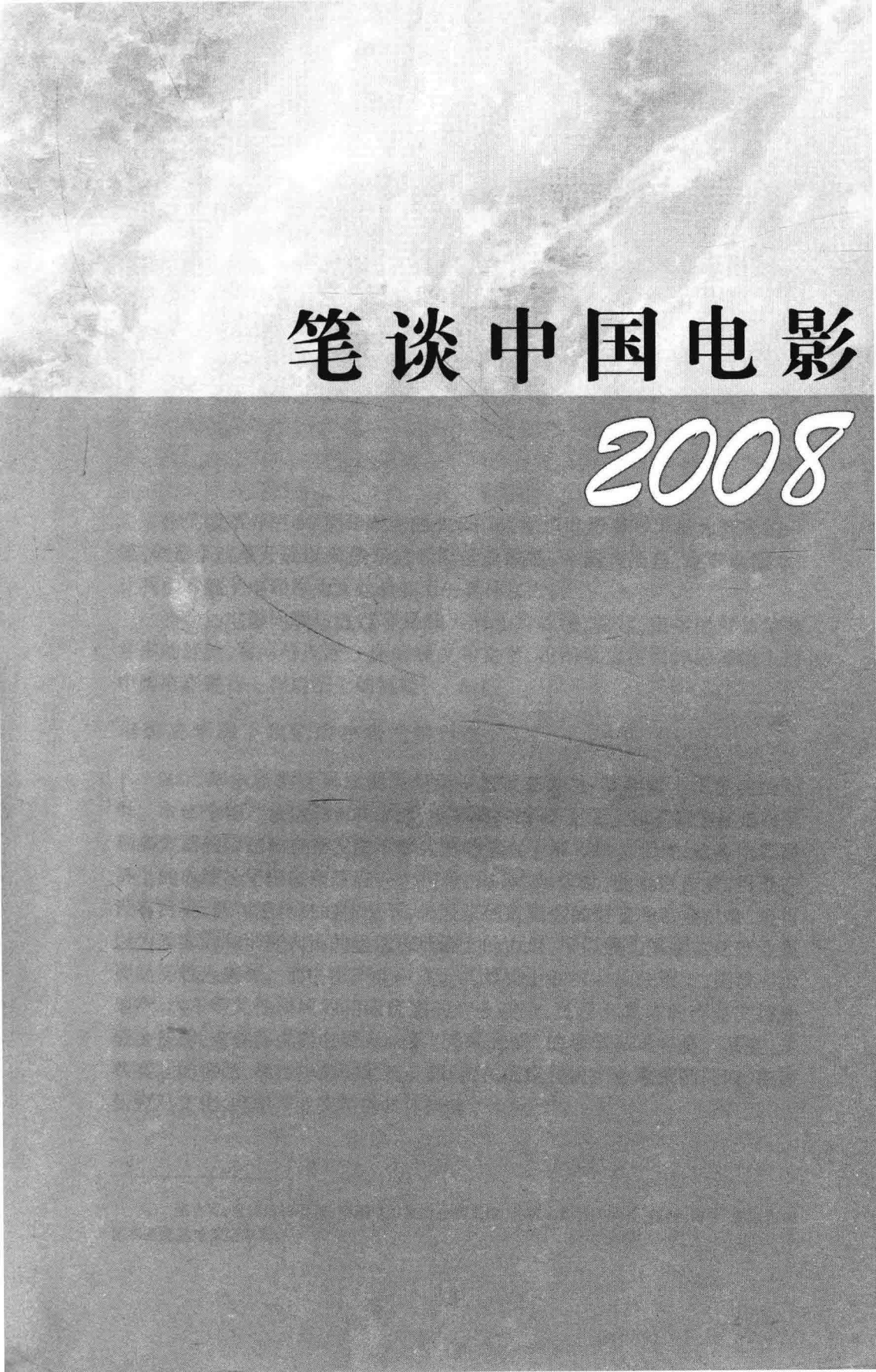
对话中国电影 2008	111
入校 30 年再回首:张艺谋做客电影学院	
畅谈奥运会开幕式总导演台前幕后	121
寻找电影之美:贾樟柯十年电影之路	127

解读中国影片 2008

左·右:中国电影现实表达的一种结构模式	
——兼谈第六代导演的创作转向	139
后严肃主义时期的“历史真实”:《二十四城记》在话语与	
多种艺术形式之间的实践	146
现在时中的过去式:混沌的《二十四城记》	154

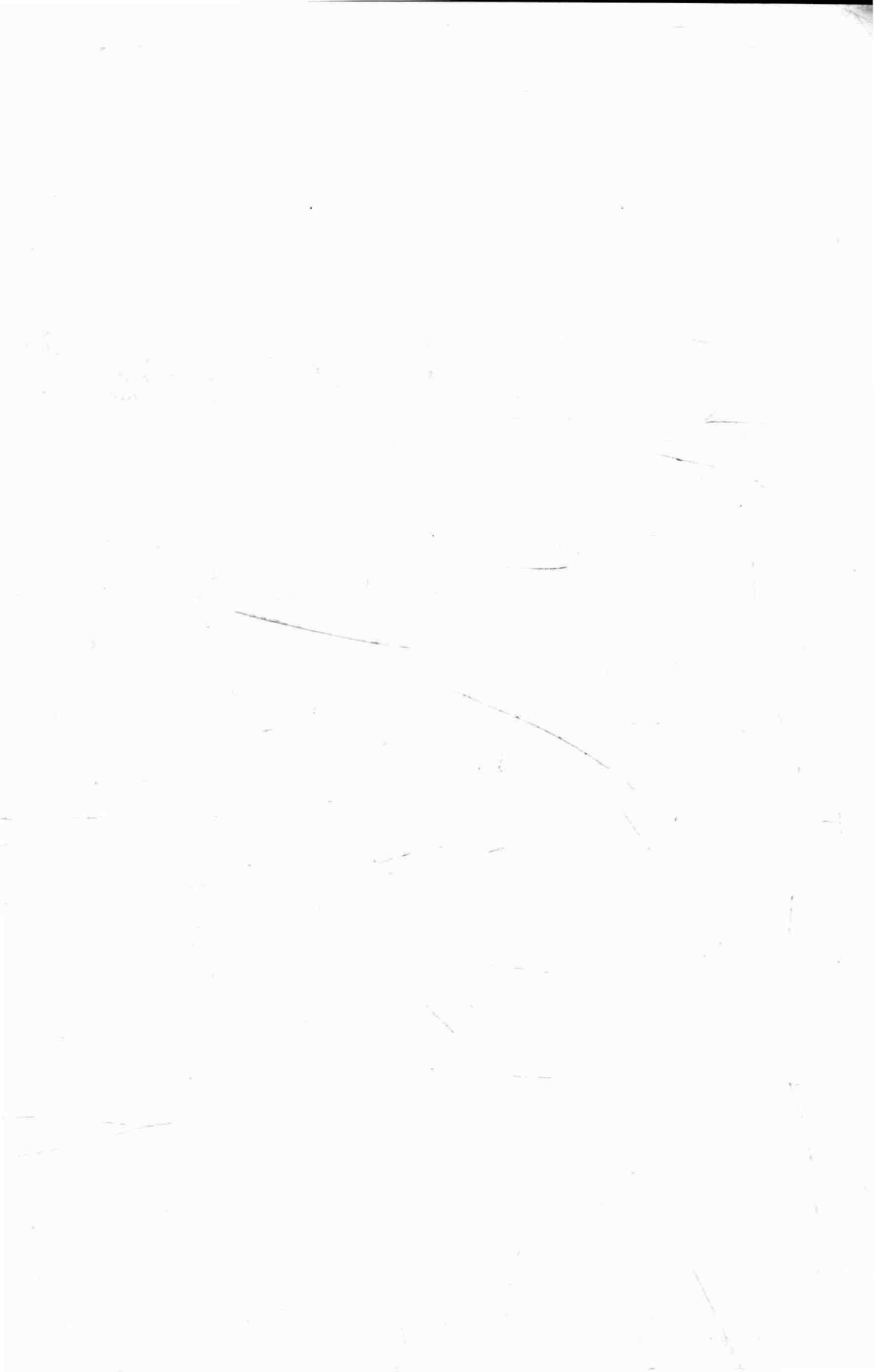
影视教育研究 2008

传统继承与创新发展:改革开放 30 年北京电影学院教学	
历程回顾	163
20 世纪 50 年代苏联对中国电影教学体制创建的影响	178
试论国内影视教育专业课程设置与改革的若干问题	191
“水木境天”:北京电影学院国际新媒体艺术三年展综述	202



笔谈中国电影

2008



回眸的启示

张会军^①

作为改革开放 30 周年纪念的 2008 年,中国电影书写了最为精彩的一笔,创造了改革开放以来最好的电影行业成绩,令国人振奋,令观众满意,让我们看到了电影作为文化软实力的具体实效。

当今的电影回顾与盘点容易随大溜儿写成绩,并且,很多愿意总结非常多的经验,写写与人家一样的观点和文字,我则希望在回眸的基础上对中国电影进行一些启示上的梳理。

电影高票房下我们应该看清楚什么?

2008 年电影的优异成绩为纪念中国改革开放 30 年画上了优美的句号。电影全年产量达到 400 多部,电影票房约 45 亿元。这些数字还是在受到多方面的限制和自身发展不够成熟的情况下取得的。无疑,这些电影经济上的成绩给了国家和政府一个信号,作为“无烟窗”的电影产业,可以在没有污染、低耗能耗材的情况下,为国家创造更多的财富和就业机会,更可以为国家的和谐和人民的娱乐贡献最大的力量,可以成为国家文化产业重要经济收入来源。而电影产业在资金的筹措上和国家的政策上,则没有房地产、汽车等其他领域的相应优惠的产业政策,更没有具体的产业支持和资金扶持,这些都说明电影人维系“无米之炊”的艰辛和不容易。其实,这些实际的情况,都在提醒国家相应部门,在制定经济产业政策的同时,应该研究对文化、电影产业支持的具体措施。

^① 张会军,全国政协委员、中国电影家协会副主席、北京电影学院院长、教授、博导、北京影视艺术研究基地首席专家。

电影创作中现实主义题材尚有缺憾

在中国改革开放 30 年的发展进程中,现实主义的电影观念和创作方法一直是我们的主流。但是,在 2008 年的电影中,真正反映社会现实或者是现实主义风格的电影并不多,不知道是因为题材的缺乏,还是导演有意的选择?尽管 2008 年有《李米的猜想》等一些反映社会现实题材的电影,但较之 20 世纪 80 年代中后期及 90 年代,却逊色很多。这种电影创作中的现实主义题材的缺憾,在相当的程度上反映了电影人的创作勇气和创作选择。关注社会现实,关注现实主义创作,可以帮助我们认识社会和深化思考,应成为电影创作者的责任和自觉。电影的创作不需要迎合别人或者是为了达到某种效果进行拍摄,也不需要改变自己的表现方法用作品去迎合市场利益以期获得大家的认同,只是希望在自己进行了深刻思考以后,用自己的电影语言来表达对社会和生活的一种感受。

小成本电影制作应该思考什么问题?

回顾 2008 年,我们可以感受到小成本电影的魅力,且小成本电影的类型非常丰富,例如以故事构思和情节取胜的《李米的猜想》,采取爆笑喜剧模式的《十全九美》,不但在形式上有所突破,也在票房上有很好的成绩,这些都证明了小成本电影作为市场“黑马”的非凡意义。但是,小成本的电影和新人电影还没有产生直接联系,需要我们关注、扶持和帮助新人,用有限的资金,挖掘和提携电影新人。现代电影已经证明电影明星和巨额资金不是票房制胜的唯一法宝,将所有的东西强加于电影成本,使制作陷入了一种误区,小成本搏大市场已经成为了电影的现实,小成本的电影制作不光是投入产出的意义,而更多的是在电影产业链上的制作策略和市场定位。

贺岁档期电影异彩纷呈、均衡发展

中国人干什么都喜欢扎堆,作为贺岁片,一年中开头的《投名状》、《集结号》、《长江七号》、《大灌篮》和年尾的《桃花运》、《女人不坏》、《梅兰芳》、《叶问》、《非诚勿扰》等电影,形成了扎堆的贺岁档期现象。这个档期为电影的创收提供了最佳时机,不仅创造了最佳票房成绩,其单片票房的不断刷新也带动了电影贺岁市场的实际火爆。值得指出的是,贺岁档期的神话在暑期被《赤壁(上)》动摇了,第一周四天的票房就达到了 1.8 亿元(打破了《变形金刚》保持的 9700 万元的纪录)。我们需要思考的是,贺岁

档期电影异彩纷呈和均衡发展应该怎样进行协调?其电影集中扎堆在一段时间出现,是因为院线的数量?是发行的策略?或是生产的周期?还是市场集中需求?应该做到电影放映的分散和集中相结合,有效组织市场和电影的发行时段,充分利用有效时机,均衡地分配全年的电影发行放映时间。

电影院线票房实际收入与业绩瞒报

尽管2008年的电影票房令我们激动,也使我们感觉到如果单一票价降低,采取薄利多销的模式,会有更好的经济效益。但在中国电影银幕数量缺乏和与国家人口数量、文化需求严重不相匹配的情况下,电影院线成为了销售的卖方市场。所谓的电影“实际预期”和“票房现实”作为两个环节,存在着非常大的差距,电影的策划和制作与票房的实际效果无法得到相互验证。电影制片和发行方都受制于垄断放映,电影院线的票房实际收入还应该更高,仍然存在着电影票房的实际业绩瞒报问题,这是我们电影产业发展的缺陷。在电影发行和放映整体划归国家广电总局管理以后,存在一个需要进行严格管理的问题,应该引起足够重视和着重加以解决,只有这样,才能既保护电影制片方的积极性,也保护电影发行方的积极性,否则,电影的产业链环就会出现断裂。

电影研究应该进一步加强和深入

今天的电影已经与传统电影在影像纪录方式上有了非常大的变化,电影的本性也发生了改变,而我们的电影研究和高层理论人才培养,则越来越不能适应电影发展。现实的情况是,真正在电影的历史研究方面,没有人耐得住寂寞;在理论和批评研究方面,没有人愿意脚踏实地做一些真正学问;电影的研究刊物成为了各种各样学生论文的发表园地;学术研究满足于表面浮华和浮躁的文章,也没有真正能在创作上给电影制作人指点迷津。反而是这些所谓的电影研究,让外行人看不懂,让内行人看不起。一方面我们希望从电影的历史中和曾经的理论中,总结和映照今天的电影创作,同时,我们还希望从今天的电影创作中能够梳理出新的电影理论知识,我们的电影的研究不应该是空洞和无用的,而应该进一步得到加强和深入。

总之,2008年的中国电影成就令人瞩目。但是,其形势是乐观与忧患

并存。我们期望在未来的电影发展过程中,冷静地思考和谨慎地操作,在2009年金融危机的不利情况下,做好电影的创作和生产。

我们期待并努力着。

文化传承是一种责任

孙立军^①

提起2008年的中国电影境况,我一直在想到底是好还是不好。从某些方面来看似乎还是不错的,几部大片的票房都取得了可喜的成绩。不过在这里,我个人认为,2008年的中国电影并没有看上去那么完美。我们不应该为票房的成功沾沾自喜。

总起来看,对于2008年的中国电影和动画,我个人有这么几个启示:

首先,小成本也可以创造大效益。《喜羊羊与灰太狼》600万元的投入创造了8000万元的票房,《功夫熊猫》的投资约1.3亿美元,全球票房超过1.5亿美元。从这个投资报酬率,我们可以看到,要打胜仗,不一定非得飞机大炮,小米加步枪也一样能成。所以我们电影人、动画人首先要有自信,不应该盲目追随和模仿所谓低成本大制作,要走符合自己实际情况的发展道路。

其次,我们也可以看到社会的浮躁。2008年中国的影院建设又迈上了一个档次,各种高档影院的硬件建设又上了一个新台阶。其实这些都使得电影更加小众化了,看场电影更加是一种奢侈的享受。从票价到看电影的停车、吃饭等周边消费,看一部影片大约要花掉200元钱。这对于一般的老百姓来讲并不是一个小数目,看电影并不可能做到真正意义上的普及。

也正是因为这种浮躁,部分电影创作者在创作过程中就把精力更多花在了商业运作上,使得电影的文化底蕴没那么深厚,导致电影投资动辄就高不可攀。我们应该看到,我们的贫富差距现状是多么明显,还有很多贫困山区的孩子看不上电影,看不到优秀的动画电影。那么电影作为一个传承文化的工具,文化传承的工作如何进行?为什么电影不能5块钱、2块钱

^① 孙立军,北京电影学院动画学院院长、教授。

一张票,让更多的人可以去看电影,可以通过电影获得一种精神上的愉悦和升华,可以让文化通过电影能广泛传播。在这里我也希望掌握话语权的相关部门可以有所作为。

电影是有其商业运作的成分,但我们必须首先明确电影的文化责任。一味发掘电影的商业潜质对电影的长期发展是不利的,总有一天这些表面的东西会用尽。我们应该更加关注电影的内在和文化的普及,不能只是片面强调它的娱乐效用。尤其作为电影从业者,我们更有责任把握好电影的传承功用,避免电影的过度商品化。从这点上讲,首先我们就要做到真正尊重电影。

就我的专业来说,动画和电影一样,所承担的传承文化的责任一样重要。但目前动画也面临问题,浮躁的社会对知识的尊重还远远不够。像《喜羊羊与灰太狼》这样的成功只是偶然的必然。它只能是一个暂时的现象,却不可能形成一个良性循环,不能形成一种局面。因为我们现在动画的从业人员,一流的人员在国外或者国内一些比较大的公司做着三流的技术工作,二流、三流的人员才在做一些原创动画的工作。这样的金字塔结构如果能够倒转过来局面就会好得多。这就需要整个社会对知识的一种认识和理解。一些公司如果敢于也有能力启用真正的人才,真正有心去开发他们的潜力做一些原创的工作,动画的创作才有可能更上一层楼。这些根本上都是文化的意识。

所以总体来说,我们还是要树立一种意识,就是把电影和动画当作艺术,首先要尊重这门艺术,要意识到并且坚持它们文化传承、文化传播的效能。我们的电影和动画一定要走平民路线,首先要强调它的公益性,强调电影和动画作为艺术的成分。我们的文化就是我们的民族精神。我们电影人、动画人要用平视的视角,真正潜下心来,冷静地搞创作,把传承和发扬我们的文化、我们民族的精神当作自己的责任。

电影是情感沟通的艺术

钟大丰^①

2008 年是中国电影在历史发展上比较重要的一个年份。中国电影市场规模进一步扩大,当然票房的成功只是一方面,这一年我们也可以看到中国电影创作思想上的变化,创作者对创作规律的认识。前几年的影片高低成本两极现象比较严重,市场向大片严重倾斜的特点非常明显。而 2008 年在创作上一个明显的变化和现象是,有十几部过亿的大片,这在历史上是从来没有过的,但就创作整体来讲,也出现了我们更愿意看到的在中低成本影片创作上的发展变化,表现出一个比较明显的发展趋势,一些影片像《硬汉》、《疯狂的赛车》、《李米的猜想》等等取得了不俗的成绩。虽然除此之外,还有一些中小成本影片无法进入影院市场,这其实也是发展过程中的一个正常现象。我们在看到市场运作不规范导致这种不平衡现象出现的同时,也更应该思考在创作上是否应该有一个更适合市场现实、推动市场发展的变化,这就是一个创作者如何认识创作规律的问题。

这些年创作者们都在尝试把好莱坞、香港的经验借鉴到创作中来,但我们也可以看到简单的模仿不能解决问题,少数影片的成功,多依赖非常规的商业运作,造成一些卖座影片受到比较多的批评。人们从文化、社会的角度对这些影片的商业化倾向提出批评和质疑。我们不能降低影片的文化思想水准来迎合观众。在寻找电影和观众的关系中,部分创作者更多是站在艺术的经验上思考,对商业电影只是一些简单技巧性的理解。经常听到一些导演说自己艺术影片拍得好就一定可以拍好商业电影,结果真正着手时就出现了问题。部分创作者对创作规律,特别是对叙事规律认识较浅,认为有一些商业上的噱头就一定能成功,创作的中心还是落在自我表

^① 钟大丰,北京电影学院国际交流学院院长、教授、博导。

现上,某种程度上可以说是在用艺术思维创作商业电影,这是不足取的。

如何建构和观众的关系是区分艺术创作和商业创作的关键所在。是基于表达自我还是引起共鸣,说到底是否发自内心和观众交流的问题。一些曾经成功的艺术导演放下应有的文化的态度 and 标准,以为用一些外在的东西就可以打动观众,结果商业和艺术上都没有获得成功。究其原因,其实就是不尊重观众,无法和观众平等沟通。总是处于教育者、俯视者的位置就很难真正认识到创作的规律。2008年的创作在这方面就有所好转,像《梅兰芳》、《非诚勿扰》、《叶问》,他们在寻找一种方式,把一种高尚的东西融入影片,无论什么阶层的观众,都能去唤起他们在情感上的共鸣。

这个特点在中小成本影片里也表现得很明显,像《李米的猜想》、《硬汉》,贯穿的内在情感动力都是很强的推动力,主要都不是靠紧张度和动作的炫丽,而是靠人物的情感来打动观众。依靠情感和观众之间的沟通交流是商业电影能够成功的关键。

《梅兰芳》也是抓住了梅兰芳和观众之间的一个关系,通过这些东西把梅兰芳个人的情感经历作为影片的一种动力。其中的问题我们也可以看到,比如前后冲击力上的差别。影片一开始抓住了这个梅兰芳和观众的互动,但后面部分却更多强调了他对艺术的割舍,而没有强调这背后是对观众深深的敬意,形成了一种拔高。包括《非诚勿扰》也是这样优势和缺点并存。影片段落感比较明显,也是和建构与观众的沟通方式的问题,在如何引导观众的问题上没能始终如一。

好莱坞电影的成功不是想象中那么简单的一些模式,它其实有和观众沟通的内在规律,他们的冲突、情节线的设置背后是有情感动力的。他们在文本中让观众投入自己的情感,产生认同。近年许多商业电影叙事的复杂比我们以往的许多电影要繁复得多,像《贫民窟的百万富翁》的时空非常复杂,以往我们以为只有艺术电影才会用这些繁琐的叙事,经典好莱坞都是简单叙事,而现在人们能够接受这种庞杂的信息量,愿意透过这些复杂结构去思索,都是因为,在这些形式背后具有内在情感动力。

我个人认为无论商业电影和艺术电影都要很好地和观众交流,用电影这个媒介,给观众讲述一个故事,通过这个故事和观众进行心灵的沟通。现在我们与观众的交流是互动博弈,不再是之前那种标靶理论——我给你什么你就接受什么。艺术家要传递自己的思考,就必须和观众建立一种有效的沟通,这也是现在电影成功的基础。真正用一种平等和尊重的关系来建构和观众的关系,2008年在这方面看到了可喜的发展,虽然也还是存在

问题。有些创作者不自觉地就把自己放在观众的对立面或是观众的上面。从长远考虑,艺术家要用富有想象力的方式完成人们内心情感的释放,与观众建立对于社会发展有建构性的情感沟通是很有必要的。毕竟,电影是一种情感沟通的艺术。