

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

CIP

中国电影出版社

《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: cfpvgb@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

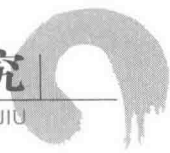
上海市闸北区延长路149号上海大学影视艺术技术学院/20072

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）（以下简称《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, 与国内的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。



《小时代》剧照

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下，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伊恩说得很好：“优雅的爱情，在本质上是将对神圣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，宫沼、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

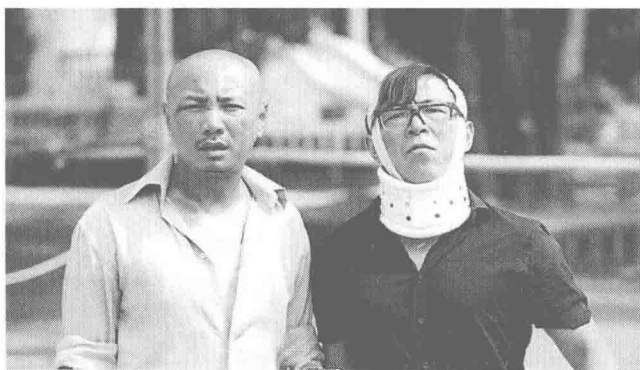


《北京遇上西雅图》剧照

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



《人再囧途之泰囧》剧照

庭。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）