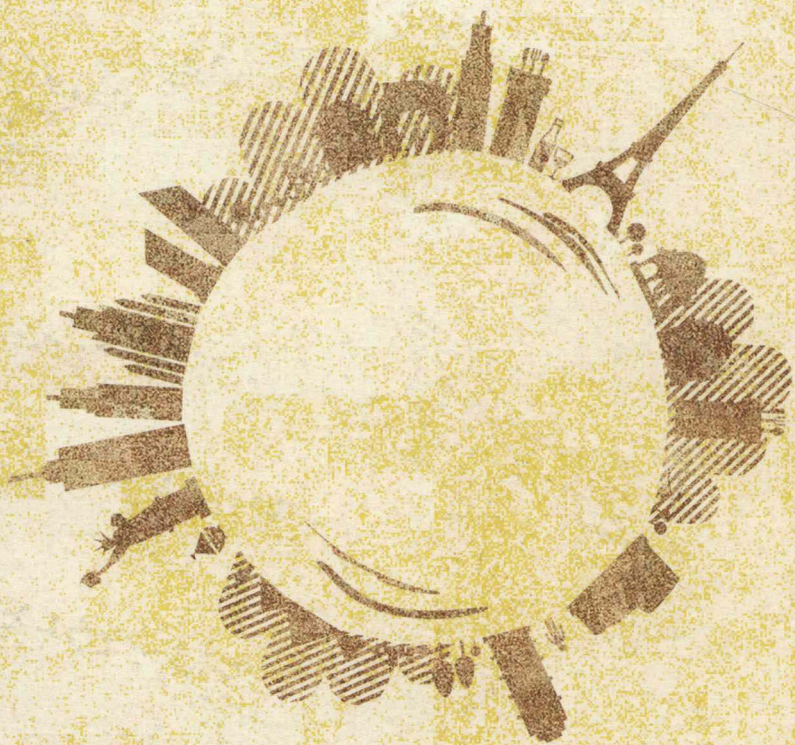


黄金时代的 中国影像

孙佳山 著



「走出去」的历史节点

「韩流」的「举国体制」

生态话语与「泛科幻」

《三体》的思想资源

国民币的命运

民族风格之惑

小镇青年的罪与罚

广电危机

网络游戏与中国故事

网红与通货紧缩

《人民的名义》

.....

孙佳山 著

『镀金时代』的
中国影像

文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House

图书在版编目 (C I P) 数据

“镀金时代”的中国影像 / 孙佳山著 .—北京:

文化艺术出版社, 2017.8

ISBN 978-7-5039-5647-8

I. ①镀… II. ①孙… III. ①电影评论—中国—文集

②电视影片评论—中国—文集 IV. ①J905.2-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第190596号

“镀金时代”的中国影像

著 者 孙佳山

责任编辑 魏 硕

封面设计 丁智睿

出版发行 文化艺术出版社

地 址 北京市东城区东四八条52号 (100700)

网 址 www.whyscbs.com

电子邮箱 whysbooks@263.net

电 话 (010) 84057666 84057660 (总编室)

(010) 84057696 84057698 (发行部)

传 真 (010) 84057660 (总编室) 84057670 (办公室)

(010) 84057690 (发行部)

经 销 新华书店

印 刷 虎彩印艺股份有限公司

版 次 2017年8月第1版

印 次 2017年8月第1次印刷

开 本 710毫米×1000毫米 1/16

印 张 12

字 数 135千字

书 号 ISBN 978-7-5039-5647-8

定 价 32.00元

序言

我们可能正处在全球性大萧条的前夜，这里用可能，并不是在讨论它的可能性，只是还不能确定这场很可能是20世纪30年代世界经济危机之后的新一轮总体性危机，究竟在哪一天到来，以何种程度到来，会不会远超近一个世纪前的那场浩劫而已。的确，这些细节可能并不在我们今日就能预料到的范围内，就像即便到了1929年的秋天，一切都还像从马克·吐温的《镀金时代》到菲茨杰拉德的《了不起的盖茨比》当中所精湛勾画、辛辣嘲讽的歌舞升平、河清海晏一样，整个时代都闪烁着金碧辉煌的耀眼光芒。颇具意味的是，当我们今天再回望彼时彼刻的那些熟悉的画面，和此情此景的中国现实，未免有些太过神似，而其后发生的历史，则已毋庸赘言。经过近百年的辗转腾挪，我们已再次走近将不知把我们带向何处的又一个历史节点，这同时也是认清我们今日之真实处境的历史景深。

上述都是我们今天描摹、触碰这一历史周期的中国影像的基础背景和前提。

本书选择“镀金时代”作为关键词，不仅是要对我们所处的这个时代的性质做出基本的判断，更是希冀以此为基点，通过对当代中国的影像逻辑的梳理，对于已经山雨欲来的全球大萧条时代的文艺生态做出提前

展望，并提出具有实际操作性的建议 and 对策，这也是一切学术的真正价值和意义所在。因为，当今世界，发展文化产业，提高文化软实力，已经几乎是这个世界上绝大多数国家的发展战略的内在组成部分。尽管我国已经开始坐稳了在这一周期内“坐二望一”的历史结构，20世纪的悲情也早已淡然；但就像所有后发国家一样，我们的现实生活中被嵌入了太多错位、扭结的诉求和纷争，在可预见的未来仍无法彻底挣脱。也就是说，我们正在面对，并还将面对更为复杂的中国现实。

所以，对于我国而言，如何面对即将到来的全球性大萧条年代，就更具有历史关口式的重要意义。对于大萧条，电影理论当中有一个被广为以讹传讹、口口相传的说法，就是越是在经济危机的年代，电影反而有着很大的机会。通俗地说，就是现实太让人失望了，电影可以给人安慰。这种说法的直接论据就是好莱坞反而在20世纪30年代世界范围的大萧条中获得了长足的发展。然而，即便我们不讨论魏玛共和国时期的德国电影产业对于好莱坞的直接影响，仅仅是中美两国不同的国情、不同的历史发展阶段等多层次的复杂因素，以我国现有的文化工业基础等诸多“中国特色”的叠加——在全球性大萧条年代，一旦失去了金融杠杆的撬动，以中国电影为代表的中国文化产业，会不会陷入雪崩式的绝望？恐怕未必只是危言耸听。

毫无疑问，中国经济不可能无限制增长，中国文化产业虽然搭着中国经济这一强劲“顺风车”，但即便是超越了美国文化产业随着历史大势摘得了世界第一的桂冠，也早晚都要触及它自身的增长的极限。在可预见的未来，或者索性在这里明确给出时间表，未来20年之内——当世界性经济危机来临的时刻，如果中国文化产业不能尽快完成这一关键性的深度阶段“盘整”，那么诸如华语电影就将面临一种前所未有的难堪——华语电影将不仅不会像20世纪30年代的好莱坞电影那样，在经济危机中成为海量新兴中产阶级（随时跌回底层）的精神寄托和慰藉，反而会在其中加速衰败——电影史、文化产业理论在此问题上的既往判断，都将因此而改写。这就是我们在此时此刻，讨论这一历史周期的中国影像的时

代意义。

而且更为复杂的是，在这一历史阶段，又适逢建立在传统互联网基础上的移动互联网这一新兴媒介形态，正在经受史无前例的媒介迭代效应的历史洗礼。

当前学术界、主流媒体，就这一波由移动互联网标识的媒介迭代所带来的对传统文艺生态、格局的冲击效应的最大认知误区，还不仅在于不了解我国文化产业的产业成绩和真正问题，而是对我国互联网使用的真实格局几近一无所知。简而言之，在我国现有的近8亿网民中，有近90%未受过本科及以上学历以上的高等教育，有70%多年龄未超过40岁，农村网民的比例开始接近30%；而且超过绝大多数学术界、主流媒体想象的是，我国迄今为止仍然有1.22亿网民，也就是每6个网民当中还有1个人依然在通过网吧上网，这种状况和局面显然是在学术界和主流媒体的认知范围之外的。

这波以移动互联网为核心的新媒体浪潮，的确将媒介杠杆作用发挥到了人类迄今为止全部媒介经验的极致，但我们必须清醒地意识到上述结构性变化才是这种大时代变局的真正根源。在这一历史进程中，一方面，新媒体确实有可能为全社会的发展进步，发挥排山倒海的积极推动作用；另一方面，新媒体的媒介杠杆放大效应也很有可能被利用、被操纵，起到相反的阻碍作用。来自这两方面的作用和效果，结合我国互联网领域的上述真实状况，尤其是在未来的全球性大萧条年代，无疑都将会在以网络文艺为代表的我国文化产业的实际演进过程中，有着最为极致的深刻体现。

在这个意义上，以移动互联网为表征的媒介迭代效应，对传统文艺生态、格局的冲击、影响和所连带的问题、意义和困境，包括辐射范围等，就绝不在我国当前文化产业自身的范围内，其将注定波及文化、经济、政治等更多领域，这对于我国的文化治理、互联网治理乃至国家治理，都是前所未有的挑战。

也正是由于山雨欲来的全球性经济危机和史无前例的移动互联网时

代的同时到来，我们将注定要面临一个至少是由这二者综合并产生复杂“化学反应”后的波诡云谲的大时代，文化艺术更不可能置身事外，我本人也没有找到“镀金时代”之外对这个时代更好的形容词。

所以，我想在这里着重强调的是，本书所要处理的“中国影像”，并不局限于过去传统学科范式中的电影、电视范畴。因为就算抛开我国文化娱乐工业总体水平较低、发展不平衡这些现阶段无法逾越的具体原因，全球经济危机和移动互联网的累加效应就已经溢出了电影、电视这些传统文艺门类的表意容量，自然也难免一定会有新的文艺形态，特别是跻身于移动互联网这种当代新媒体的网络文艺这种新的文艺形态，来承载这一历史周期的“中国影像”。

简要地说，“中国影像”将不再专属于电影、电视，同样能够提供视觉娱乐、愉悦和审美的网络文艺，不仅一样可以传递、呈现“中国影像”，而且将更有力。电影、电视虽然不会也不可能消亡，但新的文化艺术疆域为其提供的驻留空间非常有限，它们曾经的“领地”也将无疑会被移动互联网时代的网络文艺大面积侵蚀——它们将注定拱手相让曾有过的“半壁江山”——例如相当一部分的商业类型片在过去曾起到的文化功能，将被网络游戏等新兴文艺形态取代。

当然，影视领域正在发生的这一切并不是“例外”，这不过是传统文化艺术生态、格局在由这场历史性的媒介迭代所产生的一系列剧烈变革中的一个具体缩影而已。以网络文艺为中心，我们这个时代的文化艺术生态、格局，正在被重新改写，而伴随着全球性经济危机的波浪性冲击，这一重构进程势必还会更为激烈，而且很可能会被大尺度加速。

也正是基于这样错综复杂、千头万绪的脉络、线索，以及它们的累加、叠加，既为我们这一代学人提供了大时代的历史契机，也是本书和这一领域的研究所必须面对、不能逃避的巨大历史挑战。

改革开放走到今天，依托于过去30多年乃至新中国成立60多年不断累积的，还在源源不断加速产生的，具有全球原创性的中国经验、中国故事，可能真的只有在这个大时代里，中国的思想、理论、知识、方法，才

有真正的弯道超车的可能；至少会在下一历史周期，成为全球知识谱系的重要组成部分，继风起云涌的20世纪60年代之后，再次具备世界性的普遍示范意义。这是包括了中国经济崛起、移动互联网的媒介迭代以及全球性经济危机、大萧条，这些来自不同方向的多重复杂作用力，在这个历史时刻形成合力的结果和产物，已经远超出了所谓“文化多样性”“美美与共”等过去30多年我们所熟知的那些时髦话语的涵盖范围。那么，我们这一代学人，要不要抓住这样的历史机遇？这样的历史机遇意味着什么？我想在这里已经毋庸赘言。

因此，本书的立意和宗旨，将不追求拘泥于过去讨论传统媒介形态下的传统文化艺术的方法和范式，而是力图以移动互联网的媒介迭代效应为方法，将这场已经发生并将一直延续到全球性经济大危机、大萧条年代的文艺生态、格局的多维度大转折周期的历史细节，予以尽可能细致、深入、全面的理论呈现。因为，现实永远是最细腻的，任何理论都不可能具有将其僭越的能力。

我很清楚，对于我个人而言，这是一项严峻的考验，某种程度上，这项研究有着前所未有的难度；但我也同样明白，它对于这个年代以及下一历史周期的中国与世界的巨大意义。这本书作为我的第一本学术著作，既是我整个青春岁月的一种总结和升华，同样也是我学术回应、处理这一对于全世界都同样适用的历史挑战的一个学术起点。对于这样有价值的问题，我至少还会拿出10年时间，做持续追踪式的研究——这不仅是一个单纯的学术问题，对于我们整个国家的文化安全，都有着底层源代码式的意义和价值。

谨以此书，献给我在中国艺术研究院奉献青春的这8年。

目 录

1	序言
1	上篇 “镀金时代”的外在影像空间格局及其想象力的穹顶
3	第一节 “走出去”：中国影像的历史十字路口
10	第二节 日本法西斯形象的变迁与东亚“新”空间
24	第三节 “举国体制”，成为韩国“四项基本原则”的“韩流”问题
34	第四节 港式警匪片：东亚“后冷战”文化格局的形成与瓦解
43	第五节 沉重的枷锁：香港现实与未来的影像博弈
52	第六节 生态话语与这个时代想象力的穹顶
59	第七节 “泛科幻”话语与当代资本主义的未来逻辑
69	下篇 “镀金时代”的内生影像空间结构及其深层次的危机
71	第一节 世纪之交的“刺秦”之变
85	第二节 国民 IP 的当代命运
95	第三节 民族风格实践的困境
103	第四节 小镇青年，票房增量的罪与罚
116	第五节 新型城镇化视野下的三种乡愁纪实形态及其悖论
129	第六节 正在来临的总体性广电危机

137	第七节 网络游戏：文艺的“旧观念”与时代的“大变革”
142	第八节 让网络游戏讲好中国故事
147	附录
149	《人民的名义》，反腐剧、涉案剧爆红背后的产业成因与传播逻辑
160	网红的产业脉络和现实困境
170	当“韩流”开始中国制造 ——东亚大众文化的未来格局
181	后记

上篇

『镀金时代』的外在影像空间格局
及其想象力的穹顶

第一节 “走出去”：中国影像的历史十字路口

21世纪以来，随着我国国力与日俱增，在世界范围尽可能传播、推广中国文化成为从官方到民间都在关注的焦点和共识。然而，在中国文化“走出去”的实际过程中，也不可避免地遇到了很多困难和阻碍，同时国内学界、新闻界的相关研究和深入报道都相对薄弱，关于我国当代文化“走出去”的具体状况和问题也缺少详细的资料和信息，这些都在一定程度上影响了我国当代文化的有效输出。其中，如果选择一个最具代表性的领域，那么我国的电影产业无疑会首当其冲。

一、中国电影资本的海外进击

的确，自从2010年中国电影票房冲过100亿门槛之后，在接下来的6年里，实现了近5倍的增长，这在世界电影史上都是浓墨重彩的一笔。与之相对应的是，在过去几年，中国电影产业同样在海外开疆拓土。仅在2016年，中国资本在文化娱乐领域的对外并购、投资总额度就达到了75.7亿美元，电影产业则以63.9亿美元独占鳌头。

在这场资本的饕餮盛宴中，最引人瞩目的显然是万达。王健林在2016年万达年会上表示，文化产业在2016年的收入，约占万达整体收入

比重的1/4，已成为万达的支柱产业，而电影产业正是万达这一新的支柱产业的最核心组成部分。截至目前，万达旗下院线在全球范围已拥有美国的AMC、卡麦克，澳大利亚的赫伊斯，欧洲的欧典、北欧院线等15个国家的1470家影城、15000余块屏幕，约占全球票房份额的15%。事实上，万达已经成为世界电影史上前所未有的横跨多个大洲的院线集团。不仅如此，其还计划在2020年实现占据全球电影票房20%份额的“小目标”，这在整个人类历史上都是史无前例的壮举，而且这还不是他们的全部野心。2016年1月12日，万达宣布以不超过35亿美元的价格收购曾出品《哥斯拉》《侏罗纪世界》等大片的美国传奇影业，这是迄今为止中国文化企业在海外最大的一笔文化投资。在此基础上，2016年万达还一度险些收购维亚康姆集团旗下著名的派拉蒙影业49%的股份。作为好莱坞六大制片公司之一，派拉蒙影业推出了《教父》《夺宝奇兵》《阿甘正传》《碟中谍》《拯救大兵瑞恩》《怪物史莱克》《变形金刚》等诸多具有世界影响力的经典大片。可见，万达的真正目的是通过在院线渠道所积累起来的强势话语权，逐步进军内容生产等电影产业链的上游，最终完成对电影领域全产业链的整合。

万达的大举进军海外并不是这个领域的个案，近年来受到全社会广泛关注的以腾讯、阿里为代表的互联网企业同样力图在电影领域不断发力。在2016年腾讯旗下的腾讯影业直接投资了电影《魔兽》和刚刚面世的《金刚：骷髅岛》，而腾讯投资的影视公司STX，则购买了好莱坞影视制片公司IM Global的控股权。阿里也与斯皮尔伯格旗下的安布林公司签订了投资协议，还参与投资了2016年上映的《碟中谍5》，并享受其全球票房分账。在泛娱乐已经成为未来发展方向的现实语境下，以腾讯、阿里为代表的互联网企业都在为其自身平台的影视自制内容提前布局。

而且，不仅仅是诸如万达这种房地产企业在诉诸业务转型，也不只是互联网行业试图对电影这些传统行业进行“降维打击”，更不只是民营资本在不断构建自身的资本版图；我国电影产业的国有资本也一扫长期以来的悲情形象，以前所未有的姿态积极投身于这场盛宴。2017年1月

19日，中影集团和上影集团两大老牌电影国企同时放出爆炸性消息：中影集团发布公告称，拟投资1500万美元与美国环球影业就电影《速度与激情8》进行项目合作，并在中国大陆地区为该影片提供院线发行；上影集团也发布公告称，将与华桦传媒合作向美国派拉蒙影业注资10亿美元，在未来3年派拉蒙的每部电影中，都至少提供25%的资金，并有权选择延长合作期限。

二、“走出去”的“内忧外困”

毫无疑问，引入以好莱坞为代表的海外电影产业的优质IP、人才队伍、制作技术等相关文化工业资源，无论是对于国有、民营资本，还是对于转型企业和互联网企业而言，都是它们现阶段的不可逾越的不二选择；而且优质IP的开发，还会延伸到主题公园、衍生品等相关产业链的下游环节，这将不仅有助于实现上市公司的业绩增长，在资本市场上还将进一步拓展想象空间。

然而，仅仅因为这些原因还远不足以使万达、腾讯、阿里这些资本大鳄，以及中影、上影这些老牌国企巨头在进击海外市场上付出如此的热忱和精力，这其中还有着更为复杂、更为直接的历史和现实的多重原因。

众所周知，2012年2月中美两国政府签署了《中美关于用于影院放映之电影的谅解备忘录》，该备忘录将于2017年2月到期，这意味着中美双方将就分账大片的配额问题展开重新谈判。从20世纪90年代开始，关于好莱坞电影“狼来了”的恐惧，一直像达摩克利斯之剑一样高悬在中国电影的头顶。早在2007年4月，也就是整整10年前，美国就向WTO就中国对电影、录音制品等产品的某些限制措施进行了上诉，也就是著名的“中美出版物案”。2009年12月，WTO的争端解决机构最终通过了该案的上诉报告，裁定我国政府颁布的《电影管理条例》第30条和《电影企业经营资格准入暂行规定》第16条违反了我国《加入议定书》和《入世工作组报告》中的相关条款。于是2012年的《中美关于用于影院放映

之电影的谅解备忘录》将原来每年引进美国大片的20部配额，再增加14部3D或IMAX的大片配额，票房分账比例也从原来的13%升至25%；同时增加中国民营企业发布进口片的机会，中美合拍片也将享受中港合拍片的同等待遇^①。在那之后又经过3年，2015年9月26日，在习近平主席访美期间，中影集团与美国电影协会签署了具有正式商业合同效应的《分账影片进口发行合作协议》，进一步在法律上保障了相关条款的落实。

不仅如此，2017年2月，新一轮的中美分账大片配额问题谈判，还有着更为实际的背景。为了避免票房下滑的不利局面，2016年的分账大片数量多达39部，事实上已经超过了2012年《中美关于用于影院放映之电影的谅解备忘录》中规定的34部的份额，在今后这一份额势必还会进一步增加。在2016年，已经狂飙突进近10年的票房在以看似猝不及防的方式戛然而止之后，由各个领域投资过热所叠加的演员天价薪酬、院线扩张产能过剩、国产影片盈利低下等种种结构性问题开始集中爆发，并且在短期内没有扭转的迹象。在这个意义上，“走出去”，尤其是选择合拍片的模式，从商业角度而言，就是当前中美相关电影企业的最现实选择。不仅好莱坞借此规避了分账大片的配额限制顺利进入中国市场，并获得更多票房回报；中国电影企业也通过这种方式，开始真实地触碰到好莱坞的世界商业版图的各个环节。自然，最近几年来合拍片的立项审核数量大幅激增，2016年更是达到96部，其中71部通过了审核；而在10年前中美纷争初起的年代，合拍片则长期维持在二三十部的规模，通过审核的影片也仅仅10余部而已。毋庸赘言，这些积弊甚深的“内忧”，在即将或者说已经到来的“外困”面前，还将被进一步放大，来自政策和市场的多重挑战正在疾风暴雨般地迅猛袭来。

^① 丁亚平、储双月：《市场博弈背后的机遇与挑战——2013年中国电影本土与海外市场观察及思考》，《艺术百家》2014年第2期。

三、软实力如何变“硬”

在这里需要强调的是，今天的合拍片状态早已不是20世纪90年代、21世纪初的外方投资份额占多数的那个历史阶段，中外的投资比例已然发生了翻转。除了与好莱坞六大制片公司合作的少数大片之外，在大多数情况下，中方的投资份额都占据了主导地位，从这个角度也特别能够看到中国电影在今天所存在的突出问题。我们就以《长城》为例。《长城》是迄今为止，合拍片领域第一部由中国导演拍摄的在全球市场发行的英语电影，按照中国电影产业“借船出海”的思路，其一旦获得成功，在未来就还会有更多中国导演、编剧等参与到好莱坞电影的拍摄、制作环节中。

因此，尽管《长城》自上映以来恶评如潮，但目前国内电影产业界就社会舆论对《长城》的批评的反驳，无外乎就是从这个角度展开，强调《长城》作为一部高概念、强阵容、大制作影片，是国内电影在文化工业意义上与好莱坞接轨并展开深度合作的代表。我们的确不能轻视这种技术标准意义上的文化工业体系，例如我国的电影版《三体》，在资金充裕的情况下迟迟不能面世，就是因为还没有相应的文化工业能力来呈现预期的视觉特效，所以上述理由确实也存在相当的合理性。

然而，《长城》所携带的复杂的文化表征和行业困境还要从其自身说起。如前文所述，《长城》的美国投资方传奇影业已经被万达收购，而从作为渠道入口的院线角度来看，万达在北美、欧洲、中国大陆市场的市场占有率都高居榜首，也就是说，从拍摄、制作到发行、放映，万达都已开始强势介入；但结果却无比尴尬，号称史上投资最高的、真正意义上的中美合拍片《长城》，在美国的档期仅仅被排在了2月中旬——几乎是现有档期的最差选择，这对于正在全球范围不断吹响进击号角的中国电影来说，实在是一个太过辛辣的讽刺。

《长城》的历史节点意义在于，充分揭示了中国电影在资本扩张和内