

21世纪媒介理论丛书

媒介转型论

从第五代、第六代导演看中国当代电影的商业化转型

■刘 阳 著

MEDIA

Media Transformation

MEIJIE ZHUANXING LUN

MEIJIE ZHUANXING LUN

Transformation

MEIJIE ZHUANXING LUN

Media Trans

中国传媒大学出版社

媒介转型论

从第五代、第六代导演看中国当代电影的商业化转型

刘阳 著

中国传媒大学

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介转型论：从第五代、第六代导演看中国当代电影的商业化转型 / 刘阳著. —北京：中国传媒大学出版社，2008.1

(21 世纪媒介理论丛书/邵培仁主编)

ISBN 978 - 7 - 81127 - 101 - 0

I. 媒… II. 刘… III. 电影市场学—研究—中国 IV. J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 012871 号

媒介转型论：从第五代、第六代导演看中国当代电影的商业化转型

作 者 刘 阳
策 划 欣 文
责任编辑 蔡开松
责任印制 曹 辉
装帧设计 大鹏工作室
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024

电话：86 - 10 - 65450532 65450528 传真：65779405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京京晟纪元印刷有限公司

开 本 670 × 970mm 1/16

印 张 19

版 次 2008 年 3 月第 1 版 2008 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 101 - 0/K · 101 定 价：38.80 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

历史转折关头的明智选择

——《21世纪媒介理论丛书》序言

今天的中国,一个发展中的大国形象,已昂然崛起于世界的东方,让人刮目相看。世界惊奇地发现,中国社会面貌光彩焕然,已非昔日可比,这似乎只是弹指一挥间。

回首过去,我们看到了辉煌的成就和灿烂的微笑,同时也看到了艰辛的汗水和坚实的脚步。中国的媒介与传播研究,也与我们的时代同命运、共呼吸,演绎出激越曼妙的交响,我们既取得了累累硕果,也面临着重重挑战。作为一名长期从事媒介与传播研究的中国学者,我亲身体验、感受到了这些年中国学界所走过的不凡历程,可以说是发展与困惑同在,成就与问题并存,我深深体会到祖国给予的坚强支撑,历史带来的巨大机会。

人至三十当是而立之年,而当中国改革开放迎来它的三十周年之际,中国的媒介与传播研究似乎再一次走到了历史的十字路口,正处于前所未有的困惑与选择之

中,面临着“向何处去”的问题。那么,在这一特殊的历史转折关头,中国媒介与传播研究最明智的选择是什么呢?我认为应该是——

第一,要以历史为经,以现实为纬。当一门学科再一次站在十字路口时,最重要的莫过于先静下心来,反思和回顾已经走过的路。我们回顾和总结媒介研究的历史,并不是要沉溺于它、迁怒于它,而是要以史为鉴,从中吸取教训、累积经验,为当下的媒介理论和媒介现实服务。换句话说,我们研究历史,要联系现实,研究现实,承前启后,继往开来,才能使媒介理论有着深厚的历史和现实根基。

第二,要以媒介为经,以社会为纬。新闻是社会的镜子,媒介是社会的大脑。研究媒介需要联系社会,研究社会需要指向媒介。媒介是这一学术研究的起点和终点。因此,研究媒介理论,需要以锐利的学科眼光加以审视和分析,也要用社会的尺度来丈量和称衡;要强调媒介理论思维与话语的主导性,也要向更广阔的社会领域延伸和扩展。以媒介为经,可以确保其学术价值和理论意义;以社会为纬,可以落实其社会价值和实践意义。通过媒介研究,推动社会进步和国家发展。

第三,要以规律为经,以意义为纬。规律所在,科学所托。积极探索和揭示媒介规律,是媒介理论研究的基本宗旨和首要使命。作为一门社会科学,媒介理论研究不应该止步于探索和揭示媒介活动中内在矛盾诸方面的联系和斗争的客观法则和必然趋势,还应该突现和彰显这一过程的价值和意义,进而说服人们自觉遵循媒介规律,主动按媒介规律办事,从而进一步支配、制约和优化媒介活动的姿态、现状与趋势。规律、意义和行动共同构成了学术研究的金三角。

第四,要以中国为经,以世界为纬。中国是媒介理论研究的坐标点,而世界则是它的参照系。如果媒介理论研究不

同中国特定的历史—社会—文化条件相结合,不在中国五千年民族文化的土壤上生长出来,不能指导具体的媒介活动,而只是简单地贩卖、照搬和空谈西方媒介理论,那必然会遭到人们的拒绝,甚至反对。但是,要推进媒介理论走出国门、走向世界,同国际学界进行平等的对话和交流,则必须严格遵守学术规范和游戏规则,在坚持中国学术主体性的基础上,使其具有世界元素和全球视野。

正是出于这种思考与选择,我们组织撰写和出版了这套《21世纪媒介理论丛书》。这套丛书宛如一阁雅集,泛着书香,和着墨韵,透着笔力,跳着新意,凝着理性,闪着睿智,翻阅在手,会让人感到亲切可读,不忍释卷。这套丛书绝不泛泛而谈,更不人云亦云,而是深刻专注于一论,以一个特殊的视角来观照媒介万千世界的复杂性的某一侧面或某一问题,如同透过一个视窗看到了万花筒的一次奇妙变换,或者像是随着一位导游进入一个秀丽壮美的旅游胜地,眼前美景让人不由地击节赞叹。

这套丛书中的每一种著作,都坚持以理论与现实中最迫切需要解决的问题为导向,选准研究的切入口,运用国际学术界最先进的理论与方法,最前沿的思想与观念,着力思考问题产生的原因、路径和影响,以及如何科学、合理地解决问题,努力将问题的研究向深度和广度开掘。同时,丛书作者尽力不受媒介理论研究中传统范式和旧有成果的束缚,面向现实,立足交叉,追踪前沿,聚焦集成,努力把内、外两个学术世界的优点和精华收归己用,并积极探索适合课题对象和内容的研究模式、思维方式和理论体系。

这套丛书的作者基本上都是浙江大学传播研究所毕业的博士生,寒窗苦读之后,学术成果斐然。如今,他们当中有的已是教授、副教授,有的已在学术界有一定的知名度。在浙大读研期间,他们利用学校丰富的馆藏资料,阅读了大量

的国内外一流的新闻学、传播学、社会学、政治学和媒介学等方面的专著、教材和论文,掌握了一整套先进的科学研究方法和技巧,在通过博士论文答辩的基础上,又积极申报省级以上课题并获得立项,经过进一步深入研究和体系化,最终形成了已达预期目标的科研成果和学术专著。因此,这些成果和专著不仅符合上述要求,而且具有紧追前沿、观点新颖、内容创新、分析深刻、表述精当等特点,具有相当的理论价值和实践意义。这套丛书的出版在一定程度上可以说是对于这批浙江传播学人呕心之作的一次全面检阅。

我们深知,学术研究犹如探险,入之愈深,得之愈奇。值得庆幸的是,时代在感召着我们不断求索进步,我们所做的,只是承继前辈的脚步往前多迈了一步,仅仅是负起了这代学人应负的社会义务、历史责任,本不该有“探骊得珠”的奢望,但若这套丛书能为媒介理论研究和媒介运营实践起到“抛砖引玉”的作用,能为中国媒介和谐与社会和谐的建设稍尽绵薄之力,又能引起媒介学界和业界人士的一些关注和批评,对于我们来说,就是莫大的荣幸和鼓励了。

邵培仁

2007年12月于浙江大学传播研究所

目 录

第一章 引 论 / 1

第一节 中国媒介转型的外环境和内环境 / 1

一、社会转型的外部环境 / 2

二、内部环境 / 10

第二节 中国电影的商业化进程 / 18

第二章 众声喧哗的时代

——转型的时代语境探因 / 22

第一节 主流体制系统的动荡与调整 / 22

一、电影制片管理革新 / 23

二、进口大片的冲击 / 28

三、审查制度改革 / 32

第二节 市场强势发力 / 38

一、新兴媒介的冲击 / 39

二、民营影视机构异军突起 / 43

第三节 社会文化因素的全面渗透 / 49

一、当代电影的多元文化语境 / 50

二、大众化转型的社会趋势 / 56

第三章 突围与归依

——不同的商业意识表述策略 / 61

第一节 第五代与第六代的诞生语境 / 62

一、开拓创新的第五代 / 63

二、独具个性的第六代 / 68

第二节 裂变·妥协·整合 / 72

一、第五代的裂变 / 73

二、第六代的妥协与整合 / 86

第三节 戴着镣铐的舞蹈 / 100

一、第五代——精英文化的使者 / 101

二、第六代——拒绝交流的个体 / 104

三、对第五代、第六代商业化转型的思考 / 107

第四节 世俗梦想的乌托邦

——兼论冯小刚之贺岁片 / 108

一、贺岁片的诞生语境 / 109

二、冯氏贺岁片的特质 / 111

三、冯氏贺岁片的局限 / 121

第四章 审美流变的表征

——转型前后审美风格的不同 / 123

第一节 表意与叙事的整合 / 123

一、从启蒙复兴的艺术风格到个人化、多元化的嬗变 / 124

二、凸现感官美学 / 130

第二节 反叛与回归 / 137

一、新现实主义式电影 / 138

二、操作性电影 / 143

第五章 守望与救赎

——有关转型中电影本文的文化传播策略 / 151

第一节	艺术与商业的矛盾 / 152
一、艺术与商业的共谋 / 153	
二、艺术电影对商业性认识的误区 / 158	
三、商业电影缺失艺术性的现象 / 161	
第二节	匡正失衡的叙事 / 165
一、问题与弊端 / 166	
二、思考与对策 / 171	
第三节	数字化时代的中国电影 / 178
一、数字化的八面来风 / 179	
二、数字化的双刃剑 / 182	
三、数字技术与电影文化 / 187	
四、中国电影的生命线 / 191	
第四节	跨文化传播下的中国本土电影 / 193
一、本土化:中国电影的自救策略 / 194	
二、跨文化传播:中国电影的腾飞之途 / 203	
第六章	开拓与创新
——有关转型中电影的市场化运作策略 / 215	
第一节	明星制与中国电影产业化 / 216
一、电影产业链中明星制的作用 / 216	
二、中国的明星制现状 / 223	
三、明星制在中国电影产业化中的前景 / 228	
第二节	中国电影的市场营销 / 233
一、国产大片的整合营销 / 234	
二、艺术电影的市场营销 / 243	
第三节	后电影产品市场 / 247
一、后电影产品市场现状 / 248	
二、后电影产品的市场营销策略 / 253	

第四节 中国电影的品牌化战略 / 257

一、打造中国电影品牌 / 257

二、创立电影公司品牌 / 263

结 语：百年华诞 世纪之光 / 271

附 录 主要分析影片 / 275

参考文献 / 281

后 记 / 289

第一章 引 论

第一节 中国媒介转型的外环境和内环境

“20 世纪末的媒介变革,是发达工业社会以及全球社会目前面临的最重要的社会变革之一……这些变革对我们共享的世界有着经济、政治和文化方面的影响。我们的文化被媒介化的程度,比起人类历史上存在过的任何文化被媒介化的程度都要深远。”^①这段话可以看做是对自 20 世纪 90 年代以来中国媒介转型的综括。自 20 世纪 80 年代中国当代社会步入转型期,这种转型是以改革开放的名义破题的。伴随着政治、经济、文化、新媒体技术的发展,媒介的构成形态、生产机制、话语方式和传播理念等都发生了翻天覆地的变化。市场经济驱动下,在媒介这个各种力量角力的竞技场上,“影像社会”、“消费社会”、“信息社会”、“后现代社会”等新现象和新问题层出不穷,大众传媒的生产力被空前地释放,媒介产品迅速增长,呈现出品种多样、形态各异的特色。广播、电视、电影、互联网、手机、DV、数码相机等先后粉墨登场,各自占领着自己

^① [英]尼克·史蒂文森:《媒介的转型——全球化、道德和伦理》,顾宜凡等译,北京大学出版社 2006 年版,第 1 页。

的阵地,以一己之长尽诉时代风流。本书选取的是作为“第七艺术”的电影,引入中国百年之后的现状与境遇,以此管窥豹,见微知著。

一、社会转型的外部环境

先让我们来总结一下媒介转型的大背景。必须说明的是,媒介转型离不开社会转型这个外环境,媒介转型是社会转型的有机组成部分,因此有必要对这一强势外力做一番考察。

1. 政治背景

十年“文革”浩劫,我国原有的政治体制发展成为畸形的以阶级斗争为纲、以权利意志和强制性行政手段为调节方式的非法制化政治体制,这种高度集权的社会政治导致社会结构高度单一,自主性和流动性很差,社会结构高度板块化,社会阶层和社会身份结构单一。改革开放松动了中国这种单一畸形的社会结构,实现了劳动力资源的自由流动,以及社会再分配在一定范围内的合理进行。总的来看,改革推动的中国社会结构的深刻转型,主要表现为由原先的“全能型社会”结构向多元化的社会结构转型。在全能型社会中,政治上的国家对社会进行全面支配与控制,社会并没有自主的细胞。所有的个人与机构都是国家机器上的零部件^①。

以建立社会主义市场经济为发展方向的中国当代改革开放,在释放巨大的经济、社会和文化能量的同时,促进了中国当代社会结构的调整,即由单一走向多元化。原先被破坏的社会秩序逐渐恢复正常,政治体制也发生了根本性的转型,呈现出一种前所未有的民主与开放。在这种宽松的政治氛围中,新闻媒介摆脱了“文革”时期的高压束缚,不再是被政治力量所操控的阶级斗争的宣

^① 萧功秦:《从发展政治学看中国转型体制》,《浙江学刊》2005年第5期。

传工具,而是逐步在政策和法律允许的范围内获得了相当大的自主权。

“文革”时期新闻媒介被严密地控制,完全沦为反革命集团大搞阶级斗争的工具。大众传媒在“两报一刊”的领导下遵循“舆论一律”原则,媒体充斥着极端狂热的个人崇拜现象、阶级斗争文章、上纲上线的大批判以及为反革命集团歌功颂德的吹捧高调。在“破四旧”、“横扫一切牛鬼蛇神”的口号下,优秀传统文化被视为封建流毒,许多珍贵典籍被红卫兵烧毁、破坏,大量原本应是民族瑰宝的传统艺术形式被贬得一文不值,取而代之的是千篇一律的革命样板戏,中华女儿不爱红装爱武装,全国上下一片火热的阶级斗争气象。广播、报纸随处可听、可见政治口号、阶级批斗,生产建设让位于清除阶级敌人。在以阶级斗争为风向标的氛围中,外来文化没有丝毫传通的可能,舆论口径保持高调一致,公众根本无法表达真实意愿,信息通道被堵塞、信息严重失真,媒体丧失了社会监督和信息反馈功能。改革开放后,媒体被松绑,乘着经济建设的东风引吭高歌,较之“文革”时获得了极大的自由。公众被禁锢的头脑得以解放,新信息、新知识大量涌现,新思想、新观念层出不穷。真理标准问题的讨论在全社会范围内广泛开展,文学界产生了寻根文学、伤痕文学等反思性质的革新运动,政治不再是衡量一切的标准。对外经济交往的日益频繁也促使了国外的新思潮、新观念进入中国,多年来形成的落后思想、保守观念和陈腐的价值观不断遭受冲击,在新旧碰撞的较量交替进程中,国人的精神面貌随之焕然一新。

同时,市场经济活跃的社会使得信息渠道畅通、信息来源丰富,公民的知情权和舆论自由得到了相当程度上的保障。媒介成为公众表达意见的平台,拥有足够话语权的公众通过媒介对各种社会现象发表自己的意见、建议,或是在法律许可的范围内就公共事务和时政要闻表达观点,甚至进行大规模讨论,以此引起决策者重视,推动自下而上的舆情传达,促进公共决策的形成。媒介控制

社会舆论的方式也由直接控制转变为选择控制和渗透控制,注重发挥媒介的议程设置功能,而不是单纯地以教化为主。这正是现代民主社会的重要特征,也是现代政治民主的重要内容。从这个意义上说,媒介已经由集权控制工具逐渐向“公共领域”转变。

2. 经济因素

“文革”时期我国的经济建设基本上处于停滞状态,中共十一届三中全会确立了“解放思想、实事求是”的思想路线,提出“改革开放”的基本国策,经济建设成为当代中国的主旋律,它所产生的持续效应波及到了社会生活的方方面面。

(1) 相关政策的调整带来了利益分配格局和社会利益结构的改变

计划经济体制下,平均化、大锅饭是显著特色,干好干坏一个样。个人利益服从集体利益,整个社会的生产、分配、交换等经营管理的权利大多集中在各级政府部门手中,由上而下、层层节制的权力结构是当时利益分配的大致布局。但是改革开放后,农村实行的包产到户,城市推行的工资改革、医疗制度、养老保险、失业保障制度改革等政策,彻底打破了原有的社会利益结构,身份限制被放开,转而根据个人经济状况和职业身份进行重新分配,这就使社会各阶层的经济地位和社会地位发生了极大变化,导致了社会阶层的分化。传统的“以政治身份、户口身份和行政身份为依据的分化机制”^①转变为当前的“以职业分类为基础,以组织资源、经济资源和文化资源的占有状况为标准来划分社会阶层的理论框架”^②,这充分体现了经济体制改革对社会结构分化的影响。

伴随着经济增长而来的是人们社会地位的提高,主人翁意识充分体现,参政议政的积极性大幅度提高,公民意识空前高涨。中

① 陆学艺主编:《当代中国社会阶层研究报告》,社会科学文献出版社 2002 年版,第 4 页。

② 同上,第 8 页。

共十五大报告中强调要“逐步形成深入了解民情、充分反映民意、广泛集中民智的决策机制,推进决策科学化、民主化,提高决策水平和工作效率”^①,客观上也推进了我国政治民主化的进程和媒介转型步伐的加快。

(2) 社会价值观念的嬗变

以往的“群体本位”强调社会和国家利益优先,个人要服从集体,统治阶级意志和中央集权方式拥有至高无上的权力。人们长期生活在自给自足的自然经济社会中,新中国成立后又处于高度集中的计划经济体制下,再加上政治运动和意识形态批判形成的安分守己、求稳怕变、不主动出击的中庸心态,使得国人长期囿于小富即安的保守状态中,缺乏奋发进取、敢为天下先的“弄潮儿”精神。改革开放后,以利益取向为主体的“个人价值”对我国的传统价值观造成了激烈的冲击。人们必须接受优胜劣汰的生存法则,平等交换、互惠互利等市场经济体系中的观念在人们心中掀起了巨大波澜。一部分善于抓住机遇、奋力拼搏的人先富起来了,当然也有一小部分人在市场经济的大潮中迷失自我,享乐主义、拜金主义曾一度泛起,物欲横流、道德滑坡的现象也不鲜见。但是随着经济体制的不断完善、政府宏观调控的加强,以及公民法制意识的增强,转型期的这些过渡现象必然会得到有效遏止并最终消失。

(3) 消费方式悄然转化

长期处于农耕社会的国人清心寡欲、节衣缩食,以省吃俭用为主流消费观,这种影子甚至在海外第一代移民中还非常明显。但是物质生产和商品供应的丰富,生活水平的提高和收入的增加,国人的消费观念由节制型转向宽松型、生存型转向享受型。同时,国家实行的八小时工作制、双休日制度、劳动节、国庆节等长假制,都在倡导假日消费。据资料统计,1996年城镇居民业余时间中,48.

^① 转引自刘建明:《天理民心——当代中国的社会舆论问题》,今日中国出版社1998年版,第232页。

1%用于读书,35.1%用于欣赏艺术,20.7%用于种花养草,19.8%用于观看体育比赛,14.7%参加体育活动,29.5%用于其他^①。另有资料显示,1997年城乡居民用于娱乐、旅游、购买图书等项的开支已占总收入的三分之一强。且近几年,这个数字日呈上升之势。随着经济成为各项工作的重心,以及传统观念的嬗变、消费观的调整,媒介发展迎来了良好的内部经济环境和契机。传播技术不断进步、新媒体诞生、传媒集团分化组合、文化产业化进程加快,特别是入世后,在与狼共舞的险恶环境中,中国的传媒业发展获得了长足的进步。

3. 科技革命

从中外传媒文化发展的历史进程来看,技术的影响具有普遍性。技术进步催生了多样化的媒介形态:

印刷术不仅帮助形成了“新的假想社群”(new imagined communities),而且还促进了批判实践的新发展。文化知识不再为传统所束缚而拘泥于社群的条条框框,它们得以在书本、报纸以及活页印刷品中被保存下来。资本主义、民族主义以及印刷术的同时出现催生了批判性公共领域的形成。^②

社会转型时期的技术进步以及先进技术运用于新闻传播,给传媒业带来了巨大的进步。技术革命使媒介的传播手段日益先进,领先的通讯设备加快了信息传播的速度,扩大了信息传输的范围。我国的报业基本完成了由“热排”到“冷排”的过渡,国产激光照排系统已经完全占领了国内市场;彩色照排系统的应用,使报业进入新阶段;计算机技术使传统的印刷业步入纸质媒体和电子媒

^① 转引自1997年6月10日《光明日报》。

^② [英]尼克·史蒂文森:《媒介的转型——全球化、道德和伦理》,顾宜凡等译,北京大学出版社2006年版,第42页。