

2011年 卷 / 下

中国艺术年鉴

王文章 主编

中国艺术研究院《中国艺术年鉴》编辑部 编

电影·电视剧卷

/

动画卷

/

美术卷

/

工艺美术卷

/

摄影卷

/

书法·篆刻卷

/

索引

/

作品图录

电影· 电视剧卷

分卷主编：张啸涛

中国艺术年鉴
2011年 卷

年度评述

2011卷 电影·电视剧卷

中国艺术报

电影

蜕旧变新 重装出发——2011 中国电影创作备忘

尹 鸿 李媛媛

十年前,随着中国加入世贸组织成为事实,绝地重生的中国电影也开始了百废待兴的产业化改革。十年来,中国以主动的姿态和痛苦的磨合,将自己纳入到世界经济的全球化体系中,学习规则、适应规则,并由此带来“中国制造”的十年突进。十年后的今天,中国经济总量已超过日本,成为世界第二大经济体;同时,高速发展的经济也为中国带来了种种内外失调的危机和深层次的发展考验;与这一时期同步,中美谈判时对好莱坞进入中国市场的承诺像一把高悬的达摩克利斯之剑,迫使电影在中国所有文化领域中第一个被推向市场求生存求发展。

九年改革,如今中国电影产量和电影票房总量均进入世界排行前三,中国俨然成为世界电影舞台的聚光点。《英雄》、《天下无贼》、《疯狂的石头》、《集结号》、《梅兰芳》、《窃听风云》、《建国大业》、《风声》、《唐山大地震》、《让子弹飞》等影片也赢得了海内外观众普遍认可。但毋庸讳言,中国电影创作生产中过度商业化、过度急功近利所带来的文化价值观的迷乱、审美品质的参差、艺术技术的粗糙,甚至对待观众的创作诚意缺失,等等,也成为被质疑和非议的带有一定普遍性的问题。在这种毁誉参半的市场氛围中,2011年,中国电影创作似乎正在悄然进行着一场蜕旧变新:动作大片的式微,中小成本影片的突围,类型影片的逐渐成型,面向分众市场的艺术影片的多样化,新一代电影人的闪亮出场,似乎都在表明中国电影创作吐故纳新、重装出发的调整和转型。

一、新都市咖啡电影:hold不住的城市,hold住的情感

世界在变、城市在堵、物价在涨、空气在浊、人心在动,在城市化的急速变迁中,“hold住”成为2011年青年人的一句口头禅。而在众多电影中,正如同在网络上一样,情感成为青年人在都市海洋中是否能够hold住自己的试金石。于是,从年初的《将爱情进行到底》到年末的《失恋33天》,它们或者是对过去情感经典文本的重写、或者是对当下网络情感畅销书的改编,共同创造了hold住情感的都市乌托邦,“情感”似乎成为了青年电影观众跨入2012的救生船票。

《失恋33天》,这部成本不足千万元的小成本电影,用四天过亿元,八天过两亿元,最终以3.5亿元收官的票房成绩上演了中国电影继《疯狂的石头》之后的传奇神话。观众在微博上用话题方式分享着观影体验,品评王小贱的“贱”和关于爱情是奢侈品还是必需品的经典台词,更有不少青年因此感怀自己的失恋故事,告诉自己“爱,就疯狂,不爱,就坚强”。导演冯小刚也用微博表达着自己对这部电影的赞赏:“看了《失恋33天》,一晚上的心情都很舒服,像不经意遇见了一位聊得来的酒友,谁也没劝谁一瓶酒就见底了,分手时有些意犹未尽,却也没有肉麻到难舍难分。以我的标准,这是一部好电影,故事还给导演,人物留下有了交情。”业内业外的共同关注同时推高了这部电影的票房,也让诸多业内人士琢磨:是什么吸引力让诸多观众在《猩球崛起》和《铁甲钢拳》两部好莱坞大片的诱惑下去选择这部既没有大明星也没有大场面的小成本电影?为什么紧接着上映的斯皮尔伯格重头好莱坞大片《丁丁历险记》竟然也在与之同时较量中败下阵来?营销当然是成功的,上年纪的成年人们基本不大知道的“11·11”光棍节的票房爆发,将这部影片在青年人的口碑中推上了高潮。当然,对于这样一部没有足够商业要素的影片来说,仅仅营销显然是不够的。随着时光和豆瓣网上这部电影的观众打分上扬,影片上映场次和票房在第二周一反常态地未降反升。显然,影片触及到了青年人心中最柔软的某个地方,青年观众才会通过各种渠道奔走相告,带来这部中小制作的影片持续高潮。营销推倒的只是第一块

多米诺骨牌。影片击中了当代都市青年人心中对情感美好的向往和奢望。身处转型期的青年一代,和其他年龄阶层的人们一同经历着这个国家在高速发展过程中时空的剧烈压缩所带来的不适和焦虑,在愈发板结化和定型化的社会空间里,寻找着属于自己的身份认同和精神价值。而爱情,则是年轻人生活的一大主题,远离家乡和亲人的新都市青年在城市的水泥森林中用爱情相互取暖,让孤独与疏离的青春岁月带有些许浪漫诗意,当爱情往往不可避免地遭遇错过和分手,青年人希望黑暗的电影院为他们提供一个疗伤的梦想。而《失恋33天》则恰恰用一种都市青年人所向往的温暖满足了这种渴望被“治愈”的情绪:体贴、仁厚、人生导师般的老板、至贱却会说“我陪着你呢”的男闺蜜以及惩罚背叛的招数和对爱情信念的坚持,让网络上流行的所谓“普通青年、文艺青年和2B青年”都能够在其中共享喜乐和宣泄。这种对于都市年轻人情感“贴地气”的描述和分享,才是《失恋33天》成功的内在秘密。

同样的分享也出现在年初的《将爱情进行到底》里。这部由曾经红遍大江南北,成为一代青年青春记忆的同名电视剧改编的电影,以三段式结构,设想了电视剧主人公婚姻关系的三种可能性,在消解电视剧中纯爱故事的同时,也为原作提供了更丰富的层次和意义。更重要的是,通过三种可能性的展示,影片以不同的风格和手法分享了当年“围城外入”如今“围城中人”的80后一代的婚姻体验,通过电影的梦机制,抒发婚姻中的爱情白日梦:婚姻中的爱情仍然需要用浪漫来保鲜、需要用彼此的心去呵护;不管结婚与否,不管是否幸福,人们总是期望有一个人会永远在远方默默地爱着自己。一点小清新、一种小纯情,加上共同的青春记忆、偶像重现,为徘徊在无情生活轨道上的青年人提供了有情的抚慰。

其实,在这之前,始于《爱情呼叫转移》、《非常完美》、《杜拉拉升职记》等影片受到青年观众喜爱的事实已经表明,在这个主流观影人群为都市年轻人的时代,在这个年轻人被城市化的滚滚洪流激荡得漂流不定的时代,那种用诚恳聪慧的创作态度、轻喜剧化的艺术质地、互文化的素材编织、创伤与抚慰相结合的叙事策略,表达hold住爱情和友谊的价值观念的电影,就像一杯咖啡,微苦中透着甜香,往往能够被青年观众所接受、认同、分享,即便影片植入广告密集、影像相对电视剧化、制作规模和技术水准有限,青年观众仍然能够与这些影片对话。

最近几年,在网络上早就传播得沸沸扬扬的泰国影片《初恋这件小事》、印度影片《三傻大闹宝莱坞》、台湾影片《那些年,我们一起追过的女孩》,其实不都是这样的制作规模不大、情感抚慰到位的浪漫小品吗?与过去的都市电影不同,主要不去表现都市的社会冲突、都市的文化变迁、都市的家庭命运,而是表现都市中青年男女的情感失落和坚守,这种新都市电影,已经并将继续成为中国电影的一种被青年观众喜欢的重要类型,它们将为置身于高速城市化的青年人提供情感的“心灵鸡汤”。应该说,当代都市青年正在形成一个电影观众的“部落”,如同布尔迪厄在讨论消费者习性时所分析的,这是一群具有“特定品味”的人,他们“大多会依照风格的选择亲近性原则”选择消费对象。^①这种部落的“亲近性”造就了一个客观的电影消费群体,一个“美酒加咖啡”的生活和电影消费群体,也创造了《失恋33天》所代表的一种新都市的咖啡电影文化。

当然,在随后可以预料的大量跟风模仿之作中,还是只有那些植根于都市青年生活的土壤,显示出足够的艺术想象力和执行力,体现出独特的生活发现和诚恳的创作态度的作品才能真正赢得观众。如同当年的恶搞喜剧一样,同样的东西多了也就必然会糙,最终难免让人反胃。《失恋33天》拓展了一条咖啡化的电影路线,但是如果满街都是咖啡店,咖啡的品质和味道必然会大打折扣。生活发现、情感共鸣、艺术创新永远是艺术的生命。

^① 参见[法]P. 布尔迪厄, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984, pp. 80~90。

二、古装动作片：商业奇观的叠加与类型元素的固化

2011年,以《鸿门宴》、《关云长》、《战国》为代表的古代历史题材片纷纷以大制作面孔出现。这些影片试图用当下的话语方式来重新解读历史人物和历史事件,用“大明星+大场面+武打动作+奇观场景”的商业配方来吸引观众进入影院。然而,这些影片在本年度,纷纷遭遇滑铁卢。不仅多数影片观众口碑不好,而且票房效果与投资规模相比也很不匹配。如果说,这类影片前些年还能用票房效果的正面性来平衡其艺术效果的负面性的话,那么如今则可以说是既不叫座也不叫好。创作上的困境终于大面积地传递到市场反应上,以至于像《武侠》这样的创作/制作品质尚可的古装动作影片,因为这一类型带给的观众审美疲惫和预期降低,也远远没有达到预期的市场效果。

《鸿门宴》在几部古装动作片中,还体现了颇多当代匠心。导演用“鸿门宴”和“棋局”的双线结构重新解读历史上的刘邦和项羽以及那一场在中国几乎人尽皆知的宴席。几位演员的表演中规中矩,打斗场面和情感戏也比较扎实。然而,电影制作水准的合格无法掩盖电影创作上由于商业利益过度追求所造成的对艺术品质的伤害。无论明星的选用、打斗场面的安排还是奇观场景的塑造,更多地是迎合明星消费、动作偏好的所谓商业法则,艺术形象和情节发展的内在逻辑却显得漂浮不定。而在价值观上,左右逢源的结果是进退失措、不知所云。观众既回不到自己过去的“鸿门宴”故事的情感记忆中,也进不到影片提供的“鸿门宴”的混乱表意系统中。同样的症状在《关云长》、《战国》中则表现得更为突出。姜文、甄子丹一线明星的号召力没有挽救电影《关云长》的票房颓势和几乎一边倒的批评。其英文名 The lost bladesman (直译为《迷失的刀郎》)或许更契合这部由“三国故事”改编的古装动作大片。忠孝节义之间脱节的价值体系、信马由缰的故事情节,让109分钟的片长显得拖沓漫长,更让深谙《三国演义》、热爱关公义薄云天的中国观众情感倍受折磨;其制作上的粗糙和情节上的随意,更是有种恃才傲物的轻狂。影片上映以后,在网络上各种戏仿文章和视频也因此频出。《关云长》的问题,并不仅仅是因为它颠覆关羽的传统形象而是因为它根本就没有建构起关羽的任何形象。带着情感暧昧的嫂子,被同样情感暧昧的曹操无所不在地追逐,关羽一路杀人放火、过关斩将,没有了赤兔马,没有了青龙偃月刀,基本成了一场观众不知所以的甄子丹个人的徒步散打游戏。

而《战国》中的孙臧形象,也是失去历史假定性的一种刻意的颠覆性创造。尽管这个题材的故事和情节容量丰富,但这个形象却更多的是对孙红雷所塑造的一系列“大智若愚”形象的过度消费和生硬拼贴。加上各种女人在这场腥风血雨的战争中的不近情理的搅合,不仅很难传递中国军事大师的哲理精髓,更无法与当代人情感产生内在共鸣。最后,历史上赫赫有名的孙臧被观众看成了纯情与卖萌,金戈铁马、斗智斗勇的战国故事反而被儿女情长的羡慕一妒忌一恨的故事所淹没。

如果说,前面几部影片都是以历史史实为基础的武打动作片,那么徐克导演的《龙门飞甲》则是一部虚构的古装武打类型剧。该片再次放大了徐克在《狄仁杰之通天帝国》中迷恋器械、迷恋奇景、迷恋灵异的视觉想象力。明代历史、沙漠背景,神秘高手,你争我斗,一开始,似乎还有当年《新龙门客栈》的叙事张力,但接下来的故事情节却越来越经不起推敲,人物性格莫名其妙地发生各种陡转,武打动作也设计得怪诞滑稽。幸亏徐克显示了一种技术控、场面控的特殊魅力。3D带来的视觉酷炫,几乎可以关闭观众思考的阀门,人物造型的古怪、沙漠场面的奇特、动作冲突的爆发、故事情节的诡异等等,也带来了一种奇观化视听效果。《龙门飞甲》作为奇观电影的典型样本,一方面体现了电影技术带来的想象和游戏的魅力,一方面也体现了古装武打动作片在艺术创新上的黔驴技穷。

大制作的古装历史题材影片对奇观的偏好,对大场面、大明星、大题材的依赖,一定程度上反映了当下中国电影的文化 and 产业环境。大制作风险限制了电影题材的选择,现当代众多历史背景都可能遭遇题材上的禁区。所以,回到历史,甚至重写那些人们家喻户晓的经典,一方面可以回避现当代题材的敏感,一方面也利用人们所熟知的历史故事带来“未成曲调先有情”的市场预期。当然,过去历史从场景到人物的时空差异性,也为电影的奇观强度提供了创作潜力。遗憾的是,高投资的压力使这些影片几

乎都选择叠加商业元素的市场保险策略,拼凑明星、拼凑情节、拼凑场景、拼凑动作、拼凑台词、拼凑观众需求,这种东拼西凑的结果,必然是艺术完整性的割裂和电影审美灵魂的丢失。各种商业元素仅仅是简单的物理叠加而不是审美意义上的化学反应。如同《赤壁》等影片一样,文本的分裂性成为这些影片的共同特点。于是,观众嘲笑的“雷”、“萌”、“搞”、“穿越”、“坑爹”等碎片式特征,基本消解了影片的艺术假定性和类型完整性。

在这些影片消解着观众对古装动作片的信任和预期的同时,几乎所有的这类影片又都在不断重复“侠骨柔肠”、“大漠孤烟”、“金戈铁马”、“壮男美女”、“武打文斗”等类型元素。这一类型的过度商业化和过度自我复制,不仅带来了内地观众的观看麻木,而且也让对中国“功夫片”情有独钟的海外观众审美疲劳。最近海外报刊对中国“功夫片”的类型僵化也多有批评。在本年度的集体沉沦中,古装动作片,这一曾经是国产大片最重要的影片类型,未来不仅必须依赖艺术创新来重振江湖,而且也很可能会经历创作低谷等待观众需求的重新恢复。

应该说,是2000年李安风靡世界的《卧虎藏龙》开启了古装武侠动作片的这一轮华语片浪潮。但《卧虎藏龙》对中国武术、中国道德、中国情感、中国美学中柔韧之美的极致化发掘和呈现,却没有得到后继者们重视,倒是其中的商业娱乐元素被一次次放大。实际上,历史题材作为中国人共同的文化记忆和民族认同的符号,本应有其可供挖掘的资源,甚至成为中国文化独特的影像文本,在全球化时代,成为传播中华民族文化以及不同文化间交流的“形象大使”。中国人的正义观、道义观、爱情观、审美观,在中国的古装影片中,需要真正找到历史与现实、民族与世界、独特性与普适性的统一,当然,更需要商业诉求、艺术审美和文化底蕴的统一,否则,丰厚的资金、大牌的演员、唯美的场景、炫技的镜头和刺激的动作,都将逐渐失去对观众的吸引力,留下的不过是抽空了历史质感的“行尸走肉”般的空洞影像。

三、艺术电影:分化的市场、不同的观众

艺术影片,一直是中国中小制作影片的主体。这类影片,通常不会采用以偶然、巧合和悬念的高强度戏剧化情节剧方式,也不会采用桥段组合的类型创作模式,不会去选取山重水复、柳暗花明的既定的“宣泄—净化”叙事假定,而是根据创作者对生活、对人性的认知、发现和选择,用写实主义手法或者作者化的艺术风格,反映社会变迁、人物命运和人性变异。通常这类影片都很难成为高票房电影,往往只能在有限的市场获得有限的观众。

相当长一段时间,中国电影观众的观影口味都较重,非大制作不看,非商业娱乐大片不看,甚至对这类商业娱乐大片是边骂边看,越骂越看。这一点,似乎成为人们对中国受众市场的共识,也成为许多投资者愿意押宝在大制作商业电影上的原因。但是,本年度的电影市场,观众对大制作商业片的热情却明显降低,相反,艺术影片不仅数量众多而且相当一部分进入了影院市场,不仅得到社会广泛关注,而且创造了可观的票房成绩。美国社会学家威尔逊教授在分析商业社会中的雅俗文化时,曾经这样说:“一个富庶的商业社会既为支持艺术家提供了经济上的剩余资产,又为支持欣赏者的接受活动提供了闲暇时间……不断增多的闲暇机会,也许会使人们以一种提高他们对高雅文化兴趣的方式,来重新审视生活的意义。”^①的确,一方面,社会的商业化,创造了大众更加丰富和多样的消费需求;一方面,电影的商业化,则为观众提供了更多的电影选择。商业为产品和消费提供了空间。随着电影市场的扩大、电影观众的成熟、观影选择的多样化,部分观众的确提高了对“高雅”电影的兴趣,艺术片创作似乎正在迎来市场细分的契机。

《观音山》、《最爱》、《钢的琴》、《Hello!树先生》分别以不同的文艺电影模式表达着电影人的现

^① [美] 罗伯特·N. 威尔逊《商业社会中的雅俗文化》, [法] 福柯等著《激进的美学锋芒》, 周宪译, 中国人民大学出版社2003年版, 第318页。

实关切和艺术观照。《观音山》以风格化的影像表达记录着三个年轻人和一个中年女人在这个充满不安与焦虑、信仰崩塌、人生无所皈依的时代人们寻找爱与重塑信仰的故事。三个处于社会边缘的不靠谱青年无所依傍的青春岁月和命运多舛丧夫丧子感情无所寄托的中年女人的命运飘忽感,呼应着便携式摄像机的晃动影像。在情节安排上,当代年轻人的迷茫与痛苦在一次次自毁式的行为中得到释放,火车穿越隧道时黑暗与光明的交替在表达年轻人狂放不羁的同时,也表达了他们对不确定未来的含混诉求。

而电影后半段,重塑的观音庙则是一种隐喻,一种对爱和信仰重塑的隐喻。这隐喻中,表达着导演对世界思考后的答案:这世界,唯有爱和信仰,可以超越生死,让倏忽而逝的人生具有意义。尽管电影在叙述逻辑和表达上仍有不尽完美的地方,相比前些年台湾表现青年帮伙的影片《艋舺》来说,创作和制作精度也还不够,但其对当代都市年轻人生存和心理状态的细腻刻画,对当代人精神世界的直面与重构,仍然成为当代电影中的佼佼者。在票房收入上,《观音山》以1000万元的投资获得了8000万元的票房,也说明艺术电影的观众群体正在悄然形成。

《最爱》和《钢的琴》则以现实主义模式还原着生活在社会底层的艾滋病患者和东北下岗职工的存在状态和精神世界。《最爱》讲述了一对处于生命尽头的艾滋病男女的爱情与他们对所处的冷漠、封闭环境的抗争。这种抗争,体现在男女主人公舍弃名誉、财产追求爱情与婚姻的选择上,体现在女主角放弃生命对男主角的拯救上。封闭的空间、绝望的人,似乎唯有这点反抗可以彰显人之为人的尊严和价值,导演在有限的创作空间里,通过对农村艾滋病患者这一题材的选择和情节的叙述,表达了自己对人性的悖谬、现实的荒诞性、悲剧性的认知。《钢的琴》则将故事的背景设在了市场经济转轨后,下岗普遍、民生艰难的东北老工业基地,讲述了一位在离婚中失势的父亲,为了争夺孩子的抚养权,不惜代价为女儿制造钢琴的故事。整部电影用烟囱、废墟、手风琴、雪花、歌剧等各种能指表征着传统工业社会向现代商业社会的转型背景,以及在这个背景下曾经属于社会主人翁阶层的工人阶级逐渐滑向社会经济地位最底层的失语状态和社会困境。美术出身的导演张猛,通过大量形式感很强的横移镜头和舞台化的处理方式,表现了这些小人物在当下变动时代的无奈与挣扎。主人公造琴的行为,不仅是为了挽回女儿抚养权的孤注一掷的选择,更是一个身处资本与市场双重重压下的小人物对一个曾经过去的时代集体主义精神的重现与缅怀。导演通过大量诗化的镜头加强了这种抗争的荒诞感和反讽性,用一种浪漫现实主义的手法表达着一种超越现实的价值追索以及对这浮躁时代名利导向的反思。两部影片,前一部由于制作规模较大,商业元素的植入对于艺术影片的美学完整性,还多少带来一些伤害;而后者,则由于其诉求更加纯粹,呈现起来也就更加有生活质感,不仅获得了众多文化和电影奖项,而且也得到了在网络和其他新媒体、新市场延伸传播的机会。

较之《最爱》和《钢的琴》的现实主义风格,《Hello!树先生》则明显带有魔幻现实主义、甚至黑色幽默的色彩。曾经拥有一定社会地位的农民青年树在一次意外事故中丧失了部分视力,跟视力一同丧失的还有有限的一点点人格尊严。表面上,树对这种丧失表现的英雄气短,而内心,却极度焦虑与失衡,在这种失衡中,死去的哥哥和父亲开始在树的眼前出现,树也突然拥有了“预言家”的能力,这种异能让树重新获得以往从未拥有的尊严和权力,变成了“树先生”。然而他自己,却似乎永远蹲在了树上……这样的解读或许只是《Hello!树先生》文本解读的一种,导演韩杰试图创造一种属于自己的电影语言系统来讲述这个故事。然而,这种元语言的尝试带来的是对影片解读的多义性。抛开这种多义性背后的失序不谈,《hello!树先生》对现实生活的敏锐观察和艺术探索的先锋性尝试,仍然值得肯定。这种含混的表达也击中了当代中国人的某些要害,预言家树先生其实是当代中国社会底层小人物的解决自身困境的一种想象,在这个社会正常流动渠道日益萎缩、封闭,社会变动急剧、投机日益盛行的时代,预言家无疑是最受追捧的群体。在政治经济中失去话语权又渴望精神自由的小人物,似乎只有幻想拥有超能力,才能改变自身的命运和在所处时代的位置。王宝强所饰演的树先生,猥琐而文艺,他的发疯与解脱,恰恰是当下社会与人极度焦虑与浮躁的反映。

与之相似，是沉寂多年、重出江湖的“第六代”导演阿年的新作《堵车》。影片的故事，与《疯狂的石头》、《李米的猜想》等等相似，都以一个犯罪与暴力的核心事件为中心、用4~5组与之关联的人物带动，每组人各自沿着自己的轨道飞奔，最后你死我活般地撞在一起。影片打乱了叙事的时间链条，多头叙述、碎片组合，既带来故事的悬念延宕，也带来阅读的完型体验，同时也表达了欲望带来的世界的混乱与无序。堵车，在这里既是一种交通困境，其实也是心理困境，更是人生困境。每一个人都在疯狂追逐，每一个人都在追求自身欲望最大化的同时造成他人生存空间的最小化。堵车就是堵心，既是影片的核心主题，也成为对当今社会物欲横流、人欲横流的一种象喻。影片叙事上的多线组合，因为其明显的人为强制性，可能并不是其最主要的艺术特点，倒是其视听风格的强烈，影像和音乐的大胆给人留下深刻印象。夸张的造型、重金属摇滚的音乐、反差强烈的色彩、计算机影像的奇特、城市里的汽车多层飞驶、几何感鲜明的立交桥、机械震耳欲聋的轰鸣声、人物雕塑般的造型等等，共同为这个“堵车”世界带来了感性表达。“堵车”的喧嚣，被那个高高在上的“U-Turn”的标志所引导，影片在表达世界的拥挤、倾轧的同时，也用几位年轻人的爱，试图表达“堵车无边、回头是福”的“掉头”之路。片尾的大段文字也颇有宗教救赎情怀。但是，影片中过多的个人表达诉求的混合，以及各种表达欲望的分裂和碎片，都使这部电影显示了某些美学上的矫情，艺术完整性和感染力大打折扣，影片最终没有得到观众的普遍认可。

从目前中国电影观众的观影习惯和电影修养来看，现实主义手法仍然是最容易被观众所接受的艺术范式。在现实主义范式下，适当加入喜剧幽默、浪漫主义等风格化元素，往往能够得到观众的认可。而带有象征主义、表现主义等具有形而上的深度美学风格的作品，目前还很难找到与观众的契合点。这一方面说明观众对纷纭复杂的现实变化和人性困境的关注，一方面也说明中国电影观众的审美经验具有自己的文化特质。关怀现实困境、关怀都市生存、关怀人性挣扎的现实主义电影，虽然很难成为电影市场的中流砥柱，但是却可能成为电影市场的重要组成部分。

四、主旋律电影：最大限度地扩展与观众的对话界面

纪念和献礼，一直是中国电影特殊的创作生产机制。2011年，是中国的纪念大年。据统计，庆祝中共建党90周年的献礼片共有28部，公映14部；纪念辛亥革命100周年影片5部。这些都构成了本年度以满足党和政府政治宣传需要、由党和政府各级机构部门直接或间接投资拍摄的主旋律电影的主体。从数量上看，在电影市场化之后，主旋律电影数量上虽然并非主流，但由于这些影片先天的政治背景，仍然在媒体宣传、档期投放等方面享受到了得天独厚的政策优势。2011年，在献礼安排的推动下，在影院市场上产生了较大影响的主旋律影片主要有《建党伟业》、《飞天》、《杨善洲》、《辛亥革命》等。

众多明星参演、投资巨大的《建党伟业》基本上沿用了2009年《建国大业》的“场景史诗体”模式。庞大的明星阵营、场景化的片段叙事、历史情境的影像还原、历史讽喻与现实参照的相互结合成为影片的艺术追求。同时，影片在有限的时间内，充分调动电影的各种视听元素，形成一种既有历史质感同时又情节紧凑、人物鲜明的叙事方式。导演和整个创作团队花费了大量的精力去梳理历史，寻找历史发展的脉络，寻找历史和影像的结合点，让电影摆脱以往主旋律电影空洞、旁白式的影像风格，在客观还原历史的同时，借用了不同类型片的表达方式，形成整部电影在叙事上的张力。这种追求历史感、追求电影化叙述、追求精良制作的以众多人物为载体的编年体史诗影片，试图回到历史原点中去叙述中共为什么能够在数以千计的政党中脱颖而出、这些年轻人为什么选择了马克思主义。

电影从结构上来看共分为三段：第一段，将中共建党的历史背景放到辛亥革命这一中国近代史的开端性事件中，描述了中国共产党成立前十年北洋政府统治时期的政治环境和社会氛围，以史诗剧的类型处理形象表明了中国共产党的产生是历史的必然选择；第二段，以五四新文化运动为主线，再现了中国共产党成立的思想文化准备，用宏大的历史场面和激情的演讲展现风云变幻的历史关头，中国一代知识分子的勇气与担当，塑造了那个时代中国共产党早期领导人的政治情怀和精神风貌，结构较为开放；第

三段展现中国共产党的一大召开过程,采用情节剧方式,加上悬疑和青春片元素。整部电影在艺术本体上做了各种探索,无论是音乐、布景、还是色调、镜头,创作团队都本着精益求精的态度,力图在艺术本体、主流价值和商业诉求的平衡中开创新的史诗片模式。尽管《建党伟业》由于其题材的过于政治化,加上《建国大业》所开创的这种商业模式和创作模式的新鲜感消失,还加上这一题材先天的创作限制带来的思想深度和历史质感方面的虎头蛇尾,更加上政治、商业、艺术三方面的诉求平衡很难水乳交融,最终,《建党伟业》在各方面的评价似乎并没有完全形成共识,而且也没有达到最理想的票房效果。当然,在各方面政策措施的帮助下,其超过四亿元的票房成绩仍然是领先本年度国产电影票房的作品。

而《辛亥革命》在更强调戏剧性和动作性的同时,几乎沿用了相似的“场景史诗”创作模式。该片试图利用明星效应、类型拼贴的方法激发当代人对历史的重新解读和对历史人物的情感认同,在形象的视觉语言和生动的故事情节中再现历史风貌和历史人物。然而,由于导演诉求过于复杂,而对历史的把握和驾驭又力有不逮,造成该片情节推进张弛失序,历史发展的逻辑在动作、煽情和说教中变得有些模糊。大明星的表演也没有能够很好地融入到时代氛围之中。影片尽管场面宏大、事件众多、节奏紧凑、视听讲究,但仍然有历史幻灯片加类型情节剧的拼凑感,艺术完整性受到一定影响。当然,由于其题材受到创作环境各方面有形无形的制约,电影表现的历史的厚重感和深度感以及与今天的对话感不足,则是这类重大历史题材影片留下的最大遗憾。

2011 年度的主旋律影片中,《飞天》因为涉及到中国载人航天的特殊题材而受到关注。影片场面新颖、题材独特、解密细节丰富、故事情节也比较完整,既填补了中国电影航空航天题材的空白,也体现了中国电影特技制作水平的提高。当然,影片在人物塑造上还很难摆脱概念化的束缚,其叙事手段也相对陈旧,政治性事件和台词过于直白。主旋律电影创作面临的问题,首先不是艺术能力的问题而是创作观念的问题,从微观个体命运出发叙述宏观历史背景,而不是从宏观历史背景出发叙述微观个体命运,这是美学与政治学观照生活的不同视角。遗憾的是,在这些影片中,美学的视角往往被政治视角所置换,影响了其号称的成为中国的《阿波罗 13》被世界所共享的可能。

从 20 世纪 90 年代以来,“英雄模范人物片”一直是主旋律电影的重要形态。2011 年,根据真人真事改编、表现共产党人“英雄模范事迹”的影片《杨善洲》,继承了《焦裕禄》、《孔繁森》、《蒋筑英》、《牛玉儒》、《孟二冬》等影片的叙事传统,用尽可能平实的手法、态度,尽可能丰富的细节、情节,塑造了杨善洲这一普通共产党干部的形象,反映了他退休前后带领乡亲艰苦奋斗、植树造林的感人事迹。编导演都自觉抵制高大全的艺术表现手段,自觉抵制概念化脸谱化的创作惯性,形成了影片朴实、细腻、生活气息浓厚的创作风格。李雪健用自己的灵魂塑造了杨善洲的感人形象。在这一点上,另一部献礼片《郭明义》也基本相似。影片同样取材于真人真事。

影片以鞍山钢铁为背景,表现郭明义这位普通工人、工人干部,几十年如一日,爱人如己、甚至爱人超己,处处显示出一个共产党人无私奉献的精神品质。影片中由侯勇饰演的郭明义,无论是外形、气质、行为,都最大限度地还原和接近了生活中郭明义那性格的轴、笑容的憨、心肠的热、生活的简单、语言的通俗,都为人物塑造提供了坚实的基础。而影片也没有过多地去追求戏剧性冲突,虚构大起大落的情节,渲染大悲大喜的情绪,而是老实地选择郭明义生活中各种感人的事迹,用从容的手法还原出来,用生活本身的朴实来打动观众、感染观众。

无论是《杨善洲》或是《郭明义》,其美学意义体现在,当生活能够打动你的时候,尊重生活就能打动观众。过多的技巧性修饰、过多的因果逻辑演绎出的戏剧冲突,常常让本来感动人的生活变成矫情的故事。当然,“英雄模范”其英雄模范的事迹框架、好人好事的题材内容、受难殉道的悲情故事作为一种“范式”,一定程度上决定了这些影片很难真正从个体性格、人性动机、心理成长的角度去展示人物性格和心理的独特性,也很难去表现他们与社会大背景之间的内在联系,这也从一定程度上限制了观

众对这类人物精神世界的理解和沟通。观众可以尊敬他但很难从内心深处理解他为什么是这样的“这一个”，也很难从这些“好人受难”的故事中得到“应该”做一个“好人”的道义激励。

担负明确的政治宣传意义的“主旋律电影”，作为一种特有的电影类型，在电影市场化的大背景下，一直在努力适应市场，扩大与观众的对话界面。虽然“英模影片”在创作模式上没有重大突破，但《建国大业》以来的“场景史诗体”模式应该说还是开拓了新的创作道路。当然，主旋律电影由于承担明确的宣传使命，实际上如果通过公益的、免费的、开放的渠道、体制内的集体组织形式，甚至电视的免费重复播出进行公众传播，也许比通过市场销售的方式会更有效、更恰当。一方面这类影片的传播不会影响到市场本身的运营规律，一方面也可以让这些影片突破消费门槛的制约最大限度地被公众所接触。既然是政治宣传，最好的途径，也许不是市场销售而是公益传播。

五、《金陵十三钗》：一流的电影制作 开放的多元文本

如同冯小刚的《集结号》、《唐山大地震》一样，在2011年，张艺谋的新片《金陵十三钗》也是题材和类型上的个案。其创作题材的奇特、创作阵营的强大、制作规模的恢弘，六亿元的超大投资和国际一线明星克里斯蒂安·贝尔的加盟，分账发行时的强硬和剑指十亿元票房的豪言，都使其成为本年度最受关注的国产影片，观众也在将信将疑中期待着张艺谋的转型之作。

影片选择了广为人知的南京大屠杀作为故事发展的历史背景，讲述在这一历史背景下，12个秦淮河上的风尘女子舍生取义，以自己的苦难换取青年女学生的生还。这一题材的选择，既有导演本身对故事强度的偏好，又有对电影商业因素的考量：全民族高度敏感的题材，加上一群在中国文化中很少被正面表现的妓女命运，都为这部影片提供了前期的巨大关注度。

影片分三段展开，第一段的重点人物是佟大为饰演的中国军人，展现了南京大屠杀时期中国军人视死如归、战斗到最后一刻的大无畏精神；第二段重点人物是那个以小混混形象出现却最终在价值取向和行为选择上皈依于神父的美国人，展现了特定生存境遇下人性的变化和升华；秦淮河上的风尘女则是第三段的表现重点，故事着力渲染了一群本来“不知亡国恨”的妓女在何等情境下发生转变，最终用自己的生命换取了一群青年学生的生还。整个故事层次清晰、情节紧凑，一些关键环节中的人物心理和行为动机的转变也给予了比较充分的叙事铺垫。

特别是妓女们为挽救自杀学生时的“应急承诺”成为她们后来牺牲行为的起点，也是相当明智的转折技巧。影片镜头与场景处理饱满简洁，张艺谋长期以来过度重视视听形式、造型冲击的倾向也受到抑制。故事、情节和人物环环相扣、相互照应、合情合理。尽管影片最后“秦淮景”段落仍然还有一些过度表现的感觉。但应该说，这部影片在原小说提供的素材基础上，在刘恒的编剧支持下，不仅代表了本年度国产影片最高的创作和制作工艺水平，而且也是张艺谋自《十面埋伏》以来艺术完成最出色的作品。

当然，这部影片选择这样一个妓女救赎为主题的题材来表现南京大屠杀，其商业动机很难不被一些观众所觉察和反感。“情色爱国”的批评，在一定程度上是人们对这种题材与商业利益之间的关系所产生的本能的抵触。而影片中，用妓女的被蹂躏去换取女学生们的得救所表现出来的生命价值观，用具有神学背景的美国人担当拯救者的东方主义文化，故意赤裸裸地展示两位妓女被日本兵残暴地奸污和杀害场面的电影伦理，也都肯定会引起观众不同的评价，甚至也会带来相当尖锐的批评。应该说，影片对南京大屠杀的创伤场面的展示，在美学上和伦理上的确缺乏坚定的控制。处理这样敏感题材时，任何猎奇和展览的动机都必须被坚决屏蔽。在这方面，斯皮尔伯格的《辛德勒名单》以及美国电影处理“9·11”题材时，可能都做得比《金陵十三钗》更人道、更诚恳、更关怀。

当然，最近几年，从《集结号》、《唐山大地震》、《让子弹飞》到《金陵十三钗》，大制作电影从古装题材转向近现代背景，似乎电影在离我们的现实越来越近。这种接近，缩短的不仅是时间和空间，更是靠近了当代人的心灵和记忆。当然，现当代中国有太多的身体和心灵创伤，也有太多的苦难与怨

愤,如何用一种更加悲天悯人的态度,处理好商业需要与历史尊重、奇观展示与人性关怀、历史情境还原与意识形态阐释的关系,将成为对这类创作题材必然面临的严峻考验。离我们越近,我们的创作也越艰难,当然,我们的创作引起的观众共鸣也会更强烈。

小结:身体走得太快,灵魂正在跟上这一年,还有许多值得提到的电影创作现象,比如国产动画片在本年度取得了整体性的进步。《喜羊羊与灰太狼》在动画形象和题材系列化方面积累的创作经验;《魁拔之十万火急》在动画美学方面进行的探索;《洛克王国之圣龙骑士》将游戏与电影相结合产生的效果;《兔侠传奇》在中国传统文化、好莱坞风格与3D技术相结合方面做出的努力等等,都是值得重视的国产动画典型文本。

此外,随着青少年观众群越来越规模庞大,类型片细分市场本年度也第一次如此明显地呈现出来。星迷们、类型迷们把电影市场分解得纵横交错。尽管专业人士对类型影片有着种种不屑一顾的蔑视,但是像《孤岛惊魂》、《财神客栈》这些成本低、类型明确的影片,还是因为其明星的粘合度和类型的亲和力,赢得了部分青少年观众的认可。新一代电影观众,消费的不仅是影片而且也是他们心中的偶像和期望,是鲍德里亚所谓的“不但消费物品,而且消费符号”。^①这些影片,不是因为其创作和制作水平而是因为其符号体系完成了特定观众情感投射、类型期待的对象化。当然,如果类型片、偶像片不尊重电影艺术规律,过度消费观众的情感,其艺术生命力必然会相当有限。

总之,过去十年,中国电影的高速发展带给了国产电影蓬勃的商业动力。同时,“身体走的太快,灵魂跟不上”不仅是当今中国的社会现实,也是中国电影市场能力提升快于文化内涵提升的现实写照。随着大制作古装动作片的失宠,香港制造的武打、搞笑、警匪等类型影片的逐渐老化,本年度一批“接地气”的中小制作新都市电影正在崛起,关怀现实人生的艺术影片也逐渐丰富,年轻一代电影人逐渐崭露头角,中国电影期待已久的转型也许正在到来。当然,重装转型需要过程。这过程是否顺利,既依赖于电影创作的政治文化环境是否更加宽松,也依赖于电影生产的市场环境是否更加良性,更依赖于电影人对过去十年电影产业化道路的经验教训的反省是否自觉。技术进步与人文价值的融合、艺术创作水平与商业运作能力的同步、现实关怀与视听娱乐的统一、传统资源与普适价值的交融、艺术想象力与工艺执行力的互动,都将决定着中国电影创作是否能够创造更加辉煌的新的十年。著名传播学家麦克卢汉曾经这样描述过对待传媒变化的态度:“我展望未来时心潮激荡,充满信心……我们生活的这个过渡时代充满巨痛和悲惨的身份渴求,但是这个痛苦是新生的阵痛。”的确,新生的阵痛,决定了中国电影的蜕旧变新仅仅是一个开始,“故事才刚刚登场”。^②我们展望未来,应该心潮澎湃、充满信心。

尹 鸿 清华大学新闻与传播学院教授

李琰琰 清华大学新闻与传播学院博士研究生

① [法] J. 鲍德里亚, Simulations, N. Y.: Semiotext (e), pp. 47~48.

② [加] 埃里加·麦克卢汉等编《麦克卢汉精粹》,南京大学出版社2000年版,第402页。

2011 年度中国电影产业发展分析报告

刘汉文 支菲娜

2011 年,在北美、日本等地电影市场下滑的大背景下,中国电影承续了从院线制改革以来的增长态势。从各项数据来看,电影业在保持较高增长速度的同时,已经开始转型升级。

一、2011 年中国电影产业整体格局

2011 年 4 月 5 日,美国华纳兄弟公司副总裁米勒·奥克斯在拉斯维加斯电影产业博览会上公开说,中国电影市场十年内超过美国^①。2011 年中国电影产业的发展正在实践着米勒·奥克斯的预言:电影产量再创历史新高,国内电影票房跃居全球第三位,电影产业链进一步延伸,网络版权等收益成为回收电影投资的重要渠道。

(一) 影片产量小幅增长,微电影创作风生水起。

2011 年,全国生产故事片 558 部,电影产量保持世界第三,次于印度和美国。电影产量较 2010 年有小幅增长(见图 1)。加上纪录片、科教片和电影频道节目中心生产的电视电影等,各类影片产量达 791 部。

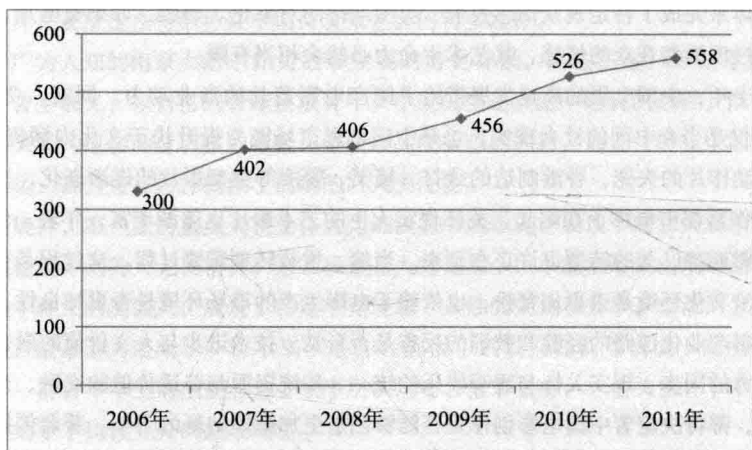


图1 2006—2011 年国产故事电影情况 (单位: 部)

随着互联网和手机等新媒体高速发展,微电影继 2010 年之势,进入“爆发年”。越来越多的电影企业、视频网站、品牌制造商投身于微电影制作和传播,并逐步形成新的商业模式。搜狐网与中国电影集团公司联合推出《7 电影》,湖南卫视与腾讯视频联合投拍“2011 快乐女声·青春态度系列”,腾讯视频与观池公司联合推出《男左女右》,乐视网和新浪网推出“圆梦计划”资助以《冰山》为首的微电影,奇艺网投拍了《在线爱》等,专业制作公司与各大视频网站制播微电影的新闻不断引起社会广泛关注。美国麦克沃德杂志(Macworld)与中国日报网还共同举办了首届国际手机微电影大赛,吸引了众多专业人士和草根群体踊跃参赛。作为电影产业链延伸的微电影,正在成为电影人才进入行业的一大渠道。

(二) 电影票房跃居全球第三,国产影片票房持续占领过半市场。

全国电影票房达到 131.15 亿元,较 2010 年增幅为 29% (见图 2),这已是我国城市票房连续九年以 25% 以上的速度增长。但与 2010 年同期相比,增幅在明显放缓。在全球范围内,中国仍属于票房增长较快地区,位于全球第三,排在美国(101.73 亿美元)和日本(23.76 亿美元)之后,已超过印度电影票房(印度为约 18 亿美元)。2011 年,电影市场创下月票房 15.39 亿元、周票房 4.78 亿元和日票房 1.12 亿元的历史纪录。

^① 王振国《中国电影票房涨势震撼好莱坞》,《广州日报》,2011 年 4 月 5 日。

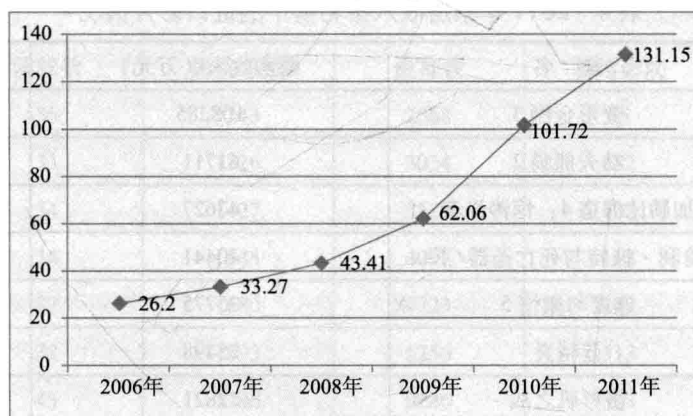


图2 2006—2011年国内电影票房 (单位: 亿元)

国产电影市场份额连续九年超过进口影片。前三季度, 国产电影市场份额落后于进口片票房。但最后一个季度, 一些主旋律影片、商业大片积极作为, 夺回失地 (见表3)。尽管全年未能出现现象《让子弹飞》那样的票房超6亿元国产大片, 国产影片票房仍取得70.31亿元的成绩, 占全年票房总额的53.61%。这说明, 国产电影票房正在从过度集中于大片的局面向一些优秀的中等成本和小成本影片转移。其中, 成本不到一千万元的爱情片《失恋33天》, 挑战好莱坞大片《铁甲钢拳》, 勇夺3.5亿元票房, 创造了市场奇迹, 提振了小成本国产影片的信心 (见表4)。

表3 2011年票房收入排名前十的国产影片情况^①

名次	片名	票房收入 (万元)	上映日期
1	金陵十三钗	46714	12.15
2	龙门飞甲	41220	6.15
3	建党伟业	42290	12.15
4	失恋33天	35607	11.8
5	新少林寺	21623	8.18
6	窃听风云2	21467	1.19
7	白蛇传说	21097	9.28
8	将爱情进行到底	19635	2.12
9	武林外传	18965	1.26
10	画壁	17805	9.29
合计	占全国总票房 21.84%	286423	

^① 数据来源: 国家广电总局网站 www.sarft.gov.cn。

表 4 2011 年票房收入排名前十的进口影片情况①

名次	片 名	票房收入（万元）	上映日期
1	变形金刚 3	108285	7. 21
2	功夫熊猫 2	61711	5. 28
3	加勒比海盗 4：惊涛怪浪	47627	5. 20
4	哈利·波特与死亡圣器/下	40441	8. 4
5	速度与激情 5	25775	5. 12
6	蓝精灵	25498	8. 10
7	洛杉矶之战	22821	3. 18
8	猩球崛起	20831	10. 28
9	铁甲钢拳	14073	11. 8
10	青蜂侠	14029	2. 8
合计	占全国总票房 29.06%	381091	

（三）影院建设积极推进，银幕日增长超 8 块。

影院建设呈现爆发式增长，全年共增加 3030 块银幕，平均每天新增银幕 8.3 块，是 2010 年的 2 倍（见图 5）。

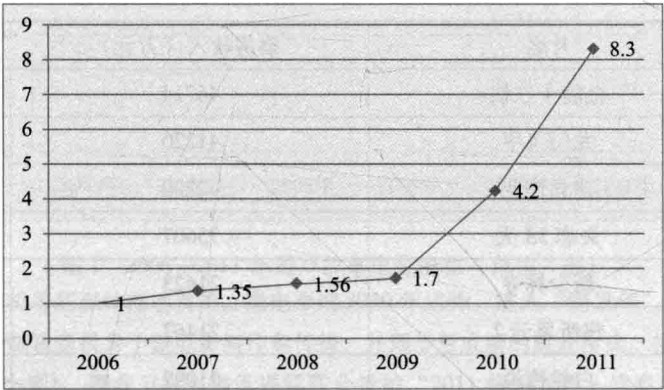


图 5 年度平均日新增银幕情况②

目前，我国电影银幕总数超过 9200 块，影院约 2800 家（见表 6），银幕总数已跃居世界第二，但离美国的四万块银幕还有相当的距离。

表 6 院线制改革以来中国电影市场影院和银幕增长情况③

年份	院线数	影院总数	银幕数	新增影院	新增银幕
2003	32	1045	1923	28	110
2004	33	1188	2396	143	443

① 数据来源：国家广电总局网站 www.sarft.gov.cn。

② 数据来源：国家广电总局电影局。

③ 数据来源：国家广电总局网站 www.sarft.gov.cn。