

中国电影艺术史研究丛书

中国电影艺术史

1920—1929

秦喜清 著



文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House

中 国 电 影 艺 术 史 研 究 丛 书

—— 丁亚平 主编 ——

中国电影艺术史

1920—1929

秦喜清 著

图书在版编目(CIP)数据

中国电影艺术史. 1920—1929 / 秦喜清著. —北京: 文化艺术出版社, 2016.12

(中国电影艺术史研究丛书 / 丁亚平主编)

ISBN 978-7-5039-4759-9

I. ①中… II. ①秦… III. ①电影史—中国—现代
IV. ①J909.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第046388号

中国电影艺术史1920—1929

丛书主编 丁亚平
著 者 秦喜清
策划统筹 胡 晋
责任编辑 胡 晋
装帧设计 马夕雯 楚燕平
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 (总编室) 84057667 (办公室)
(010) 84057691—84057699 (发行部)
传 真 (010) 84057660 (总编室) 84057670 (办公室)
(010) 84057690 (发行部)
经 销 全国新华书店
印 刷 国英印务有限公司
版 次 2017年9月第1版
印 次 2017年9月第1次印刷
印 张 16.5
字 数 250千字
开 本 787毫米×1092毫米 1/16
书 号 ISBN 978-7-5039-4759-9
定 价 42.00元



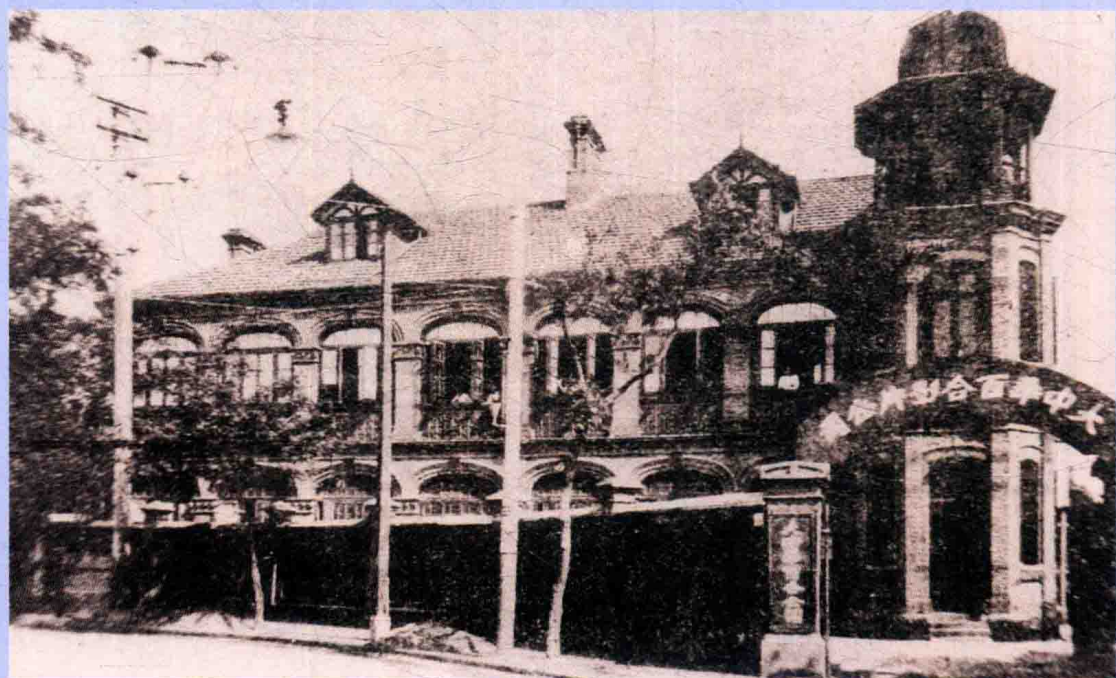
《阎瑞生》剧照



“明星”公司



《孤儿救祖记》剧照



大中华百合影片公司



《玉梨魂》剧照



早期女明星王汉伦



《空谷兰》剧照



天一影片公司创始人之一邵醉翁



《美人计》剧照



《盘丝洞》剧照



早期武侠明星范雪朋



《火烧红莲寺》剧照

目 录

序论 民族认同的三个层面 / 1

一、民族自我与他者 / 2

二、中西选择 / 8

三、传统与现代 / 13

第一章 1905—1919：中国电影的萌芽 / 21

一、有争议的开端 / 21

二、布拉斯基、亚细亚影片公司和中国早期短片 / 24

第二章 欧美电影的放映与中国观众的民族认同焦虑 / 36

一、欧美电影的放映：喜剧片、连集长片和剧情片 / 37

二、认同焦虑：美国影片中的华人形象 / 51

三、国体观念与电影的中国身份 / 60

第三章 初始的模仿与选择 / 67

一、侦探—爱情—喜剧：三个片种的试制 / 67

二、“商务”“上海影戏”与“明星”：鼎足之势与中西选择 / 89

第四章 “明星”个案：民族意识与融冶中西文化 / 110

- 一、郑正秋——平民立场与民族意识的自觉 / 111
- 二、包天笑——通俗小说与外国文学的本土化 / 121
- 三、洪深——隽永的风格与中西交融的审美趣味 / 137

第五章 “欧化”：中国电影身份的焦虑 / 148

- 一、“问题剧”与知识分子电影 / 151
- 二、“欧化”：大中华百合公司的再读解 / 165
- 三、恐怖片移植：马徐维邦 / 183

第六章 古装—神怪—武侠影片：传统叙事与民族认同 / 189

- 一、古装—神怪片 / 196
- 二、武侠—神怪片 / 205
- 三、“六合”与“天一”：民族电影工业初步整合的两个方向 / 222

结语 / 231

附录一：在中西文化比较视野下——《一串珍珠》解读 / 236

- 一、主题：从社会批判到伦理劝诫 / 238
- 二、“项链”：从虚幻到实在 / 239
- 三、人物与叙事：从单一开放到繁复封闭 / 242

附录二：导演侯曜的知识分子电影——从《海角诗人》的残片说起 / 245

- 一、残片的基本面貌 / 245
- 二、从易卜生主义到浪漫主义 / 247
- 三、在古典与现代之间 / 249

主要参考文献 / 252

后记 256

序论 民族认同的三个层面

本书以民族认同为主题，勾勒1920年代中国电影兴起与发展过程。

1920年，商务印书馆正式成立活动影片部，同年挂牌成立的电影公司还有中国影戏研究社、但杜宇主持的上海影戏公司、殷宪甫兄弟和管海峰成立的新亚影片公司。借助于商务印书馆活动影片部技术力量，三家公司分别在1921年推出三部长片《阎瑞生》《海誓》《红粉骷髅》，由此拉开了1920年代中国电影的大幕。1922年明星影片公司的成立，给中国电影的发展提供更强的动力，特别是《孤儿救祖记》的成功，更是大大激发了国人对中国电影的信心和热情，电影成为越来越有魅力的一项新兴娱乐。1924年，中国电影呈现出快速发展的势头，仅在上海的中国制片公司就达到31家。^①根据《中华影业年鉴》（1927）的统计，1925年前后，在上海、北京、天津等十多个大中城市中，电影公司多达175家，其中上海一地就有141家。虽然其中大多数公司尚未出片便不知所终，但这种浮华的喧嚣从一个侧面反映出中国电影业的“风起云涌”之势。^②与此相对应的是，1924年中国电影

① 周伯长：《一年间上海电影界之回顾》（《申报》1925年1月1日）称：公司包括商务印书馆活动影戏部、明星影片制造有限公司、大中华影片公司、上海影戏公司、百合影片公司、新中华电影公司、中华电影公司、中国画片公司、晨钟影片公司、昆仑影片公司（已闭）、长城画片公司、联合影片公司、大陆影片公司、合群影片公司、明月影片公司、上海坤范电影公司、青青电影公司、宝塔影片公司、神州影片公司、远东电影公司、扬子影片公司、新大陆影片公司、新少年影片公司、华北影片公司、新新电影公司、明华影片公司、模范电影公司、月光电影公司、世界影片公司、爱美电影社和菩萨电影公司。另外还有西人设立的兼营发行、制片的电影公司，共六家：环球影片公司（Universal Pictures Corporation）、百代公司（Pathe Orient）、利联影片公司（Lyric Film Exchange）、林发影片公司（China Film Syndicate）、雷玛斯影片公司（Ramos Amusement Co.）和英美影戏公司（属英美烟草公司）；还有一家中外合办的专营推销美国影片的孔雀影片公司（Peacock Motion Picture Corporation）。

② 1926年，上海一地拍摄过影片的公司约有四十家（参见《中国电影发展史》，第54页），对照周伯长有关1924年的统计数字，能够比较准确地看出1920年代中期上海制片公司的实际规模和发展速度。

出品总数只有区区 15 部，而 1928—1929 年，长故事片出品量已达到 203 部，^① 在商业利益的强大驱使之下，中国电影步入规模出品的高潮时期，在争议声中形成了中国古装片和武侠片的第一个黄金期。

在 1920 年代，中国电影实现了从短片到长故事片的转型，试验了多种题材影片的拍摄，从早期犯罪片、侦探片、爱情片，到社会伦理片、哀情艳情片等情感题材的细化发展，直至转向传统叙事的古装片与武侠片，留下了一条清晰的发展轨迹，成为中国电影确立自身的最重要时期。中国电影自身的确立意味着影像表达的民族认同，意味着中国电影风格的确立，这一风格包括影像语言，也包括叙事内容。在 1920 年代的历史文化语境下，民族认同为中国电影的兴起提供了动力，起到了核心的作用，而中西合参成为中国电影风格形成的必经之路，各电影公司对中西文化做出了不同的选择，形成了不同的流派，在中国与西方、传统与现代、通俗与精英交织的文化格局中，参与和表达了中国文化向现代的转型。本书以“民族认同”为主题重述 1920 年代中国电影的发展，在描述这十年中国电影的起伏变化的同时，叙述和分析中国电影在兴起之初如何借鉴欧美与回望传统并重，在中西文化的共同滋养下寻找到中国电影的艺术形式，在复杂的历史文化格局之中确立自身。需要说明的是，由于 identity 一词的多义性，本书出于行文需要会用不同词语表述，“身份”“民族认同感”“民族意识”“民族自我”等术语，都是“民族认同”这一概念的替换表述。

一、民族自我与他者

nation 一词在英文中兼有民族和国家两层含义。民族认同(national identity)是民族国家的重要标志之一。作为一个工业文明的后进国家，近代以来的中国民族认同有着特殊的内容和问题。自 1840 年鸦片战争以降，中国经历了“数千年来未有之变局”(李鸿章语)。与西方列强的战争及其尾随其后的一系列不平等条约完全改变了中国与外部世界的关系，在欧美坚船利炮的进攻之下，中国主权受到极大损害，割地赔款、建立通商口岸，被迫从一个朝贡体系的核心帝国转变为新世界体系的一个弱势国家，大清国灰飞烟灭，古老的华夏大地开始仿照西方民族国家的模式确立起一个新的民族国家。“华夷之辨”已成为逝去帝国的遗音，代之而起的是明显更为强大的异质的西方文明。完全异质的、作为“他者”

^① 参见陈播主编《中国电影编年纪事(总纲卷·上)》，中央文献出版社 2005 年版。

而存在的西方文明使本来多元化的、充满差异的中华民族，获得同质的身份。或者说，中国的多元民族内部的矛盾暂时让位给中西文化的差异，从而使华夏大地的多元民族统一于“中华民族”的旗帜之下。正如有学者指出民族国家的“自我界定总是建立在与‘外部’的关系之上，带有强烈的内部同质化和外部异质化倾向”^①。正是在异质的西方文明的刺激之下，中国开始在国家内部形成一个新的民族身份。

“身份”(identity)一词被认为是一个意义不明确但又不能不用的概念，在中文语境中，英文的identity可译成“身份”“特性”“同一性”和“认同”等。^②塞缪尔·亨廷顿指出，虽然学者们提供的界定不尽相同，但在中心的主题上，它们却是彼此吻合的：“这中心主题是：identity的意思是一个人或一个群体的自我认识，它是自我意识的产物：我或我们有什么特别的素质而使得我不同于你，或我们不同于他们。”正像有学者所指出的那样，它是表达个性和特性的自我形象，是行为者特有的、与他人交往过程中形成的，并且有时会改变的形象。^③因此，认同/身份是一个关联性概念，它总是通过与他者的比较关系来界定自身。同时，这个概念既可运用于个体，也可用于群体。由此，民族认同/身份便成为与他国的民族相区别的一个文化共同体的自我界定。

首倡“中华民族”概念的梁启超在定义民族概念时，也是从中/西、自我/他者这样的对等关系出发的。1922年，梁启超在论述民族问题时指出：

血缘、语言、信仰，皆为民族成立之有力条件，然断不能以此三者之分野，径指为民族之分野。民族成立之唯一的要素，在“民族意识”之发现与确立。何谓民族意识，谓对他而自觉为我。“彼，日本人；我，中国人。”凡遇一他族而立记得有“我中国人”之一观念浮于脑际者，此人即中华民族之一员也。……民族意识……经数十年，无数人协同努力所积之共业，厘然成一特异之“文化枢系”。与异系相接触，即对他而自觉为我。此即民族意识之所由成立也。^④

① 汪晖：《现代中国思想的兴起》（上卷·第二部·帝国与国家），生活·读书·新知三联书店2004年版，第686页。

② 参见塞缪尔·亨廷顿《我们是谁？美国国家特性面临的挑战》（中译本）的《译者说明》，程克雄译，新华出版社2005年版，第20页。

③ 同上。

④ 梁启超：《中国历史上民族之研究》（1922），参见陈其泰、陆树庆、徐蜀编《梁启超论著选粹》，广东人民出版社1996年版，第604—605页。

梁启超从民族意识的确立来界定民族，而民族意识的核心是“与异系相接触，即对他而自觉为我”。这里的“我”实际上就是民族认同的一种形象化表述。他在血缘、语言、信仰之外，借助于“他族”“异系”的对比，突出了“自我”在民族意识形成过程中的重要地位。梁启超对“中国”国家概念提出及论述反映了在清朝灭亡、共和新兴之后，国人建立新的民族认同感和新的国家意识的迫切要求。

巧合的是，电影从19世纪末传入中国，到1920年代，恰好经历了清帝逊位、民国初兴的重大社会变迁。从政治制度到社会民俗，从生活方式到文化娱乐，变化无处不在。在全方位的社会变迁之中，剪辫易服是与建构国族认同、明确民族身份最直接相关的重要事件。1912年南京临时政府成立伊始，革命派便推出一系列文告法令，要求剪辫易服，禁烟、禁赌、禁缠足，除旧布新，孙中山发布了《大总统令内务部晓示人民一律剪辫文》，要求令到之日，限20日一律剪除净尽，作新国之民，除虏俗，壮观瞻。^①值得注意的是，新国之民和“观瞻”联系在一起，与新国民身份对应的就是新的形象。除剪辫之外，作为身份象征的服饰也开始发生变化，西服、中山装代替长袍马褂，改良旗袍成为新女性的象征。外在形象与民族身份高度相关，由此，备受时代关注的银幕中国人形象，也就成为民族身份建构的一部分。

从学理上讲，镜像与自我、认同、身份的确立有着密不可分的联系。雅克·拉康在阐述他的主体理论时，描绘了“镜像阶段”的认同，6—18个月大的婴儿开始学会辨认自己的镜中形象，把自己的镜像看作一个整体，而且是一个理想的统一体。电影以影像呈现为基本形式，在结构上与“镜像阶段”十分相似，世间万物“犹在镜中”，观众则借助于自己的目光在影像中辨认外部世界的存在，辨认自我的存在。正是这种机制上的类似性，现代西方电影理论家会把拉康的镜像阶段和认同概念引入电影研究领域。麦茨认为：“镜是原初认同的场所。就有关成人活动的一般理论而言，与自己的目光认同，虽然与镜像相比只是第二性的，但它构成了电影的基础，因此在讨论电影时它是原初性的：即原初的电影认同。”^②在这种原初的电影认同之下，才会出现与片中人物、形象等的认同，这些认同构成

① 《临时政府公报》二十九号，中国近代史资料丛刊，《辛亥革命》（八），上海人民出版社1957年版，第25页，转引自邱巍《辛亥革命后的“剪辫易服”潮》，《史林》2000年第2期。

② [法]克里斯蒂安·麦茨：《想象的能指：精神分析与电影》（英译本），印第安那大学出版社1982年版，第56页。

电影中的次级认同。总之，认同机制是观赏、理解电影的心理基础，没有认同机制，电影将不被人所理解。

1920年代中国的社会历史变迁呼吁建立新的国家、新的国民身份，剪辫易服后的国人形象需要以某种方式得到确认，电影的出现恰好为确认新身份提供了手段或媒介。只是，囿于当时的技术条件，影像上的中国人先是通过西方人的镜头拍摄的，而具有鲜明殖民主义色彩的西方影像作品让中国观众看到的却是无法认同的民族形象。中国观众特别是知识阶层的观众产生了强烈的认同挫败感。正如研究者指出的那样，民国初的剪辫易服是一个自上而下的风潮，最先接受这一改变的是革命党人，接受革命观念的知识分子，他们身体力行，再加上政府法令的强制性，这种自上而下的风潮就在广大社会阶层中产生回响。因此，西方（主要是美国）电影的华人形象率先给知识阶层的观众带来不适感，使他们产生强烈的认同焦虑。

我们知道，由于殖民主义意识形态作祟，非西方、非白人的华人形象，大多被刻板印象化（stereotyped）^①，只是作为某种异质的亚洲文化的符号而存在。华人形象大多非盗即匪，身份低下，面貌丑陋，他们要么胆小怯懦，弱不禁风，要么喜好暴力，嗜血成性。正如维格曼所指出的那样：刻板印象化就是把复杂的文化编码简化为可消费的视觉和语言暗示，“以明显的视觉形式表现出来的种族逻辑确保了刻板印象化形象的生产与传播”^②。正如美国学者所指出的那样，这些刻板印象化人物形象都是静态的单面人，他们的表演都是说明性的，族群形象也简单地在善与恶、高贵与野蛮、忠诚与背叛等两极之间摇摆，“通过对族群固有‘本性’或明确或隐晦的道德评判使形象种族化”^③。

中国有识之士无法认同美国影片中的华人形象，他们为自己的民族形象遭到扭曲表现而痛感耻辱，因此，摆脱电影对华人的刻板印象化表现，向世界展示真实的中国人形象，成为1920年初兴办中国电影公司的一个重要动机。周剑云指出，美国影片中需用华人形象时，“必以‘卑鄙龌龊野蛮粗犷’形容之”，对此“不良影片”，他一方面呼吁“设法排斥群起抵制”，另一方面又提出更积极的应对方法，那就是国人组织影片公司，“自摄足以发扬中国民族高尚优美之影片 运往内地及欧美诸国 既可挽回利权 又可表示吾民族之伟

① Stereotyped 即是指用某种固定形象来刻画某一人群，比如在美国早期影片中的华人形象基本上都是佝偻背，不是厨子就是洗衣工。这种刻板印象化表现明显是白人中心主义意识形态影响的后果。

② Robyn Wiegman, "Race, ethnicity and film", in *The Oxford Guide to Film Studies*, ed. John Hill & Pamela Church Gibson Oxford University Press, 1998, P. 161.

③ 同上。