

影视文化研究在1990年代的前沿学术影响力。这种努力和影响力是艺术研究院和影视所的学术传统和遗产的一部分。虽然我们作为后辈学人从来没有机会书写一个统一的影视文化从刊历史，但是，任何新的以《影视文化》或《影视文化》名之的影视学术传媒，试图统一当下电影学界的文化研究力量，都不能不借重于她的遗产。这是毋庸置疑的。这延续了许多的年，现在南京大学的文学院戏剧影视艺术系和中国艺术研究院电影电视艺术研究所联手续办《影视文化》，让我们回望过去，更对当下的工作充满信心。中国政治、社会、文化以至学术环境发生了重大变化，电影电视业在最近30年来的发展成绩也相当可观。但是，如果说，现在影视艺术研究视野广阔，既是各不相同的，具有自我确定的现代性，那么，我们就有必要回到现代性的文化话语的起点，以便重新考察影视文化所寓示的广泛意义。影视文化是电影电视创作、生产、制作与评论者互动参与的资源，这些在决定我们对影片、文本的理解的同时，还回应了时代的话语要求和总体性趋向。我们正处于向视觉时代转型的历史进程之中，《影视文化》就只为社会、学界提供自由发表影视学术成果的公共平台，努力把自己与一种生活实践联系在一起。《影视文化》就只为社会、学界提供自由发表影视学术成果的公共平台，努力把自己与一种生活实践联系在一起。《影视文化》就只为社会、学界提供自由发表影视学术成果的公共平台，努力把自己与一种生活实践联系在一起。

影视文化

CINEMA & TV CULTURE

2009

中国艺术研究院电影电视艺术研究所
南京大学文学院戏剧影视艺术系 编

- 张宏森 中国电影发展之路
- 杨伟光 以影像推动中国文化走向世界
- 尹鸿 如影随形：建国60年中国电影的历程
- 赵刚 哭笑不得的现代性——阅读卓别林《摩登时代》
- 王一川 当今中国大导演制胜利通三学
- 鲁晓鹏 空间/流动性：现代性华语电影中的妓女形象
- 罗卡 追寻电影先驱伍锦霞：跨界创作的先行者
- 萧知纬 20世纪早期中国电影礼仪改革

中国出版集团
中国电影出版社

影视文化 · 1

CINEMA & TV CULTURE

主 办

中国艺术研究院电影电视艺术研究所
南京大学文学院戏剧影视艺术系

编委会

主 任 丁 帆 贾磊磊

编 委 (以姓氏拼音为序)

丁 帆 丁亚平 高小健 胡星亮 贾磊磊 李兴阳
吕效平 赵卫防 周安华

编辑部

主 编 吕效平 丁亚平

执行主编 李兴阳 赵卫防

编 辑 杨弋枢 秦喜清 赵小青 赵 远 张晓珍

图书在版编目 (CIP) 数据

影视文化/丁亚平, 吕效平主编. —北京: 中国电影出版社, 2009. 8

ISBN 978 - 7 - 106 - 03117 - 6

I. 影… II. ①丁…②吕… III. ①电影—文化—研究
②电视 (艺术)—文化—研究 IV. J90

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 131077 号

责任编辑: 类成云

封面设计: 姚文婷

版式设计: 李月红

责任校对: 郑先翠

责任印制: 刘继海

影视文化

丁亚平 吕效平 主编

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路 22 号) 邮编 100013

电话: 84290815 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部)

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

版 次 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/889 × 1194 毫米 1/16

印张/14 字数/375 千字

印 数 1 - 2000

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03117 - 6/J · 1142

定 价 40.00 元

写在前面

丁亚平 吕效平

影视作为当代最有活力的传播媒介，除了有其自身的技术、艺术的规范基础外，又和文化、思想有着天然的亲和性。影视文化是电影电视创作、生产、制作与评论者互动参与的资源，这些在决定我们对影片、文本的理解的同时，还回应了时代的话语要求和总体性趋向。我们正处于向视像时代转型的历史进程之中，《影视文化》应运而生，却并不承载或预设太过宏大的目标和期待。《影视文化》就只为社会、学界提供发表影视学术成果的公共平台，努力把自己与一种生活实践联系在一起，这份专辑的再度不期而至，绵密，扎实而酣畅，代表着我们心境的解放。

1980年4月，中国艺术研究院电影研究所创办了《电影文化》。该学术丛刊的具体编辑工作由电影所《电影文化》编辑室承担，中国社会科学出版社出版。第一辑发表了不少重要理论文章，如：《加强电影理论研究的几个问题》（荒煤）、《电影进入八十年代》（钟惦棐）、《论电影人物形象的塑造》（李少白）、《谈电影导演构思的独创性》（张暖忻）、《从事左翼电影工作的一些回忆》（夏衍）、《一个值得重视的电影美学学派——关于长镜头理论》（周传基、李陀），等等。1980年4月到1981年12月以丛刊的形式出版了6辑。在丛刊上发表文章的重要作者还有冯牧、郑雪来、马德波、严寄洲、李幼蒸、罗慧生等。1982年7月起，丛刊改为双月刊，改刊后，至1983年底，共出版9期。此后《电影文化》改为《当代电影》。《当代电影》的这个前史，由当年电影所的学者郦苏元先生在近期所撰文字中记述得要言不烦。

过了将近5年时间，由李少白先生主编的《影视文化》丛刊复由影视研究所编辑出版，从1988年9月至1994年3月共出6辑，由文化艺术出版社出版。《影视文化》被不少电影学者称之为重要的电影研究手册。这个称呼当年虽然有争议，而且所出辑数并不很多，但其中刊发的不少文章仍能够不胫而走，如劳拉·穆尔维的《视觉快感和叙事性电影》、李少白的《电影本性纵横谈》、钟大丰的《从剧作看影戏美学——对中国电影思维的历史反思》

等等。这些文章反映了影视文化研究在1990年代的前沿的学术影响力。这种努力和影响力是艺术研究院和影视所的学术传统和遗产的一部分。虽然我们作为后辈学人从来没有机会书写一个统一的影视文化丛刊历史，但是，任何新的以《电影文化》或《影视文化》名之的电影学术传媒，试图统一当下电影学界的文化研究力量，都不能不借重于她的遗产，这是毋庸置疑的。

递嬗延续了许多年，现在中国艺术研究院电影电视艺术研究所和南京大学文学院戏剧影视艺术系联手编撰《影视文化》，让我们回望过去，更对当下的工作充满热切的期待。也许我们很难把这份专辑总体性的预设完全重新置于过往的自我关涉视域之中，二十多年、十多年前的学术目标，有一部分毫无疑问实现了，有一部分则成为未完成的学术梦想。现在，中国政治、社会、文化以至学术环境发生了重大变化，电影电视业在最近30年来的发展成绩也相当可观。但是，如果说，现在影视艺术研究视野广阔，既是各不相同的，具有自我确证的现代性，那么，我们就有必要回到现代性的文化话语的起点，以便重新考察影视文化所寓示的广泛含义、学术方法、前进路径以至纯粹主义的想象性。这足以激起电影学术探索和传播的豪迈情绪，也让我们具备了一定的条件，有了勇于自我筹划的此在，通过历史化的力量来弥补已经消失的事物秩序，重返具有对话结构的影视文化世界。

目 录

- 1 / 写在前面 丁亚平 吕效平

高端论坛

- 1 / 中国电影发展之路 张宏森
13 / 以影像推动中国文化走向世界 杨伟光

建国60年专题

- 23 / 如影随形：建国60年中国电影的文化历程 尹 鸿
29 / 重建国家理论：60年来中国电影理论批评 陈犀禾
34 / 好莱坞与新中国电影60年 饶曙光
40 / 主流价值与创新表述——建国60年献礼片及当下优秀国产影片笔谈
丁亚平、赵卫防、高小健、秦喜清、曹允迪、李清、赵小青

电影之思

- 63 / 哭笑不得的现代性——阅读卓别林《摩登时代》 赵 刚

导演艺术专题

- 71 / 当今中国大导演制胜术：通三学
——关于张艺谋、陈凯歌、冯小刚和陆川 王一川
77 / 从羚羊挂角，无迹可寻到每况愈下
——李安的电影境界和电影道路 王志敏
82 / 汉娜·施密茨那只伸过去的手 余 纪
88 / 电影导演的产业化生存 赵宁宇

电影文化批评

- 97 / 空间、流动性、现代性：华语电影中的妓女形象 鲁晓鹏
103 / 《赤壁》：一个时代的文化标本 育 邦
108 / 一个现代书写者的“巫言”：朱天文访谈 朱天文 杨弋枢

电视现场

- 117 / 新语境下关于中国电视发展的几点思考 胡智锋
124 / 宏阔历史变迁的艺术表达
——《走西口》、《闯关东》等移民题材电视剧艺术价值研究 周 星

电影史

- 131 / 沦陷的光影之《灿烂之满洲帝国》
——“满铁”时事/文化映画中的“王道乐土”论述 李道新
139 / 追寻电影先驱伍锦霞——跨界创作的先行者 罗 卡
151 / 《青青电影》与早期中国电影的历史现场 丁珊珊

海外广角镜

- 161 / 布拉斯基和早期中国电影的多重显像 [澳]法兰宾
168 / 20世纪早期中国电影院礼仪改革 [美]萧知纬
180 / 奇观王国的建构
——论胡金铨、李安与张艺谋的武侠电影 [澳]玛丽·法奎尔
190 / 现代性时代：杨德昌的电影 [法]奥利维尔·阿萨亚斯

茶 座

- 197 / 我的私人中国电影史 洪 晃
200 / 守护“冗长” 毛 尖
203 / 2009中国电视的机会与动向 李 幸

动 态

- 207 / 西部电影创业高峰论坛综述 杨洪涛 刘 佳
212 / 建国60周年献礼片及当下优秀国产影片学术研讨会侧记 赵 远 贡晓明

■ 张宏森

中国电影发展之路

提 要 2003年国家广电总局颁布《关于发展我国电影产业的若干意见》，从此以后“电影产业化”这个概念才公开地、理直气壮地在各种场合被提出，也同时成为中国电影实践的一个非常重要的方向。实行电影产业化政策以来，中国电影突破了观念、改变了政策、降低了门槛、解放了电影生产力，实现了大踏步的发展。这不仅体现为国产电影产量有了突飞猛进的提升，也包括国产电影票房的大幅度提高。但是，与此同时，中国电影也存在着诸多亟须解决的问题。这些问题关乎中国电影产业的使命和任务，也关乎中国电影的艺术表达、与观众的联系以及电影教育、研究与批评同电影创作实现良性互动等一系列重要命题。对上述命题的讨论与解答，是我们推动中国电影复兴运动得以实现的关键。

关键词 中国电影 产业化 艺术环境 大片 情感

“电影产业化”这五个字到今天为止大家已经耳熟能详，它已经成为电影的一个常识，也成为电影发展的一个方向。但其实中国的电影产业化才刚刚走过了6年的发展道路。2002年，在党的十六大的工作报告当中，中央第一次明确地提出了在大力发展社会主义文化事业的同时，要积极地发展社会主义的文化产业。这是第一次在党的工作报告上，把“文化产业”的概念作了一个正面的阐述。正是由于中央对发展文化产业有了要求，所以与之相伴也产生了一系列对文化体制改革的政策和方针，这之中当然也包括了电影，当代中国电影产业化的进程由此正式启动。

中国电影实施产业化改革的背景与成绩

新时期以来在陆续施行电影业改革政策之后，虽然中间有一些不同段落、不同层面上的实施和尝试，但是中国电影真正走上产业化道路，全面实施电影

产业化政策，还是在2003年。这一年国家广电总局推出了《关于发展我国电影产业的若干意见》，该《意见》在2003年7月份向全社会颁布。从此以后“电影产业化”这个概念才公开地、理直气壮地在各种场合被提出和讨论，中国电影实践的一个非常重要的方向开始确定。

《关于发展我国电影产业的若干意见》包含的核心概念，简而言之，就是：第一次在强调电影的意识形态属性、认识功能和教育功能的同时，开始更多地强调电影的娱乐功能和审美功能。与此同时，国家也从此把电影正式地命名为“文化商品”，或者称之为“文化产品”。实施理论突破，就是强调电影的“文化产品”和“文化商品”的属性，从而更多地去拔除附着在电影身上的沉重的压力。与此同时，我们就把电影行业作为一个可以经营的文化产业来界定。生产电影这样的产品的行业，也就变成了一个可经营的文化产业。理论的突破代表了政策的一系列变革和突破，首先要在国有

单位当中实施微观主体的全面改造，这就是要把国有单位的事业属性坚决地、毫无退路地改革、归趋到它的企业属性上来。这种微观主体的改革措施非常具体。全国有三十多家国有电影制片单位，必须全部地、毫无退路地进行转企改制，并且在转企改制的过程中，电影单位的性质不仅仅是界定为“企业”，还要建立现代企业制度，尽可能实现股份制。这是我们对电影生产机构改革的一个基本要求。与此同时，国家还鼓励一部分条件成熟的、具备了现代企业制度品格的国有电影单位能够尽快上市，进入资本市场。国家对电影生产的准入门槛也在降低，这样能够吸引多种经济成分、多种经济主体来参与国产电影的创作与生产。这一系列措施打破了之前只有国有电影单位能够创作和拍摄国产电影的垄断性模式，由此转变为一个向全社会开放的电影框架。同时，在中外合作电影摄制、院线制深化改革、修建和扩建电影院等方面都推出了一系列的改革方案。从电影理念、观念到电影的制作、发行、放映，再到公益服务、对外开放、合作交流等方面，出台了一系列的关于电影产业发展的若干意见。这个指导意见是中国电影产业发展迄今为止的重要的纲领性意见，是中国电影全面推行产业化政策的根本起点。

我们之所以要坚定地走产业化的道路，原因在于中国电影在世界范围正遭遇着巨大的困境。以2002年为例，我国对外公布的国产故事影片数是100部，但实际上我们的国产故事影片的数量是八十多部。而同一年美国电影的生产能力是674部，日本是470部。第二个数据，同样是2002年，我们国家13亿人口，拥有的电影票房是8亿元人民币，这8亿元人民币当中国产电影所占的份额是两亿元人民币，其余6亿元人民币则系进口影片。而2002年，美国的电影票房是98亿美金，其中美国电影占94%，国外其他电影仅占6%。这是中美两国2002年电影产业的对比。还有一个更引人思考的数字摆在我们面前，即文化软实力、文化指标。软实力其实不软，它需要用硬指标来证明。2002年美国电影本土票房是98亿美金，但是加上它的出口创汇、音像制品、衍生后

产品，美国电影所创造的经济总量已经达1000亿美金，而当时我们8亿元人民币的票房当中，基本上没有衍生的市场价值，这样的差距可谓天壤之别。面对这样巨大的悬殊和对比，如果中国电影再不反省自身、再不警醒自我、再不找准自己的发展道路，那么，中国面临的将是电影业、电影市场的全面坍塌与崩溃。而且电影是一个文化生态链条，它的崩塌不光导致中国的电影业的全面停滞，让中国的电影人有了失业之虞，也影响了中国电影的软件和硬件的方方面面的建设，甚至也影响到了电影理论、研究者们的工作。而其实，中国电影业在2002年还是稍有起色的一年，如果追溯到1998年、1999年、2000年，那对比的数据就更加不堪。所以在这样一种情况下，中央高瞻远瞩，提出了发展文化产业的方向和方针。十六大报告是一个和我们社会发展的文化层面相连接的、非常且有可操作性的一个政治性纲领。

实行电影产业化政策以来，我们突破了观念、改变了政策、降低了门槛、解放了电影生产力，这几年中国电影确实在大踏步地发展和前进。这首先体现为电影产量有了突飞猛进的发展。2002年，我们的国产电影只有不足百部的生产能力，到了2003年改革初见成效，国产故事影片达到了140部。从2003年至今，我国的电影产量从80多部提升到140部、212部、260部、330部、402部，发展到2008年，已达到406部。2009年，国产电影从1月份到4月份每个月的立项都突破了100部，截止到“五一”之前，已经有500个电影项目立项，审查通过的国产故事影片150部。按照这样的一个比例，国产电影年产量还是稳固在400部的框架上。2002年的时候，我们全中国仅有30多家国有电影单位、少量的民有电影单位借助国有电影单位的厂标进行电影的拍摄，投资主体不超过40家。但是经过连续五年的发展，现在国产电影的投资主体已经稳定在了300家。并且其中有40%连续拍摄了5部电影以上。除去故事影片，加上动画影片、纪录影片、科教影片，供电影频道播出的电视电影以及最新出炉的特型影片即3D电影，2008年的电影生产总量是整整600部。按照联合国教科文组织的统计口径和统计数字，

中国电影2008年的生产规模已经位居世界第4,超过了发达国家日本。

其次,国产电影的票房面貌发生了根本性的改观。从2003年开始,我国深化院线制改革,丰富了电影产品,注重了营销和宣传策略,电影票房以每年不低于25%的增长速度向前发展。这个速度超过了我国GDP的平均增长速度的一倍还要多。尤其是2008年,有了突飞猛进的进步和发展,达到了43.41亿元人民币的电影票房,比2007年增长了30%,这个数字创造了全球第一的增长速度。美国在金融危机的背景下宣布其第一季度的票房增长幅度是15%,我国一月份的涨幅则是165%,二月份的涨幅是47%,三月份的涨幅是10%,如果平均下来,远高于美国。而且从市场容量上来看,其中国产电影占60%的市场份额,这是中国电影第一次以相当明显的优势压倒了由美国引进的20部分账影片和40部买断影片。

再次,电影数量的剧增与电影票房的飘红也带动了我国国内新一轮影院的建设热潮。我国去年增加了570块银幕,总数超过了9000块,平均下来,每天增加了1.57块可经营的电影银幕,而一块银幕就意味着一个可经营的电影放映厅。而且,每天所诞生的这1.57个放映厅是符合标准规格的,也就是说,银幕高度不低于8米,杜比环绕5.1立体声,具有舒适的现代空调设备,具有非常符合观赏角度的座椅设置。据中国电影资料馆的专家研究,从世界电影院发展的历史来看,每天可诞生1.57个可经营的放映厅这样一个速度,可以说是空前的。无疑,这样的发展有赖于我们电影票房的快速增长,同时也反映出投资商对投资开发电影院所抱有的信心。万达院线近年的迅速崛起就是一个成功的典范。

除了上述三点之外,数字电影的发展以及对中小城市和县城的电影普及工作,同样也取得了可喜的成绩。我们注意到,在普及的过程中,相关部门采取了很多具体的措施,这些措施既满足了国民迫切的文化需求,同时也是符合我们的国情与国力、符合中小城市和县城的现实承受能力的。之所以争取用1.3K电影放映机来进行普及,就是因为考虑到了这一点。如果不这样,普及电影文化这一良好的意愿就很可能



已投入使用的国家中影数字制作基地

落空,甚至变成一种施加于中小城市和县城之上的负担。进而言之,如果再将这项普及计算在内的话,今年中国所经营的银幕有可能会增加1200块,如果能够达到,那这样的成绩也将会是非常惊人和可喜的。

综上所述,在实施产业化政策以来,中国电影所取得的成效相当显著。中国电影产业化也因为有了一个良好的内循环,才使得其走出国门、走向世界的能力有所增长。这体现在两个方面:第一是中国电影在国外电影节获奖的数量明显增加。在中国电影实施产业化的6年中,我们捧回了柏林电影节的金熊奖,威尼斯电影节的金狮奖,戛纳电影节的银棕榈奖,欧洲三大电影节的最高奖,实际上我们得到了两个半。其他各种类型的电影节的奖杯,大大小小加起来一共79尊——有些较为小型的电影节上的获奖作品还没有被计算在内。当然,这也是我们过去常用的指标。第二个指标,是更具科学性的指标,这就是中国电影在国际市场当中占据多大的份额。事实表明,这个份额也在增长。据不完全统计,去年中国电影在世界电影市场上获得的份额已经突破了16亿元人民币。而仅仅6年前的2002年,中国电影在国际市场上的份额还不足一亿元人民币。通过对数据的前后对比,我们有理由相信随着产业化改革的深入,中国电影在国际影坛上扮演的角色也会日益重要。

中国电影产业的重要使命和重大任务

尽管电影产业化政策实施以来，中国电影取得了长足的发展，但是，我们也绝不能因此就盲目乐观，必须始终保持着冷静的头脑。因为，我国与其他电影强国特别是与美国电影相比，在很多方面存在的差距是相当悬殊的。当我们沾沾自喜于2008年43.41亿元人民币票房的同时，也要清醒地看到，这只是一个人民币的数字。而美国虽然2008年遭受到了金融危机的侵袭，但是本土票房还是达到100亿美元，相当于700亿元人民币。票房上的差距实际上只是中、美两国在电影产业上所存在的整体性差距的一个侧面而已。我们拿电影产业同国内其他产业相比较的话，也常常会感到汗颜。43.41亿元人民币的电影票房，其实还不如一个“康师傅”、一个“娃哈哈”、一个“双汇火腿肠”这样中等品牌的食品一年的销售总收入。这些差距的存在，不仅决定了中国电影在国际影坛和国内的产业竞争中弱势的一面，同时也提示我们，到了必须正视并思考中国电影产业发展的重要使命和重大任务这样一些根本性问题的的时候了。

与此相关的第一个命题，就是发展问题。这是中国电影不可动摇的第一要务。为此，我们必须励精图治，按照胡锦涛总书记在纪念改革开放三十周年大会上讲话中所说的三“不”，即“不后退、不动摇、不折腾”这样的—个精神，来发展中国的电影产业。惟其如此，中国电影才能有真正的生路。

当然，我们也要看到，电影产业的发展不是一蹴而就的事情，而是一个要在循序渐进中不断升级、推进的过程。其实电影产业化的“昨天”、“今天”、“明天”，就像王国维在《人间词话》中曾经表达的三重境界。第一种境界是：“昨夜西风凋碧树，独上高楼望断天涯路”。中国的产业化政策实施之前，国产电影就是“西风凋碧树”，“望断天涯路”，确确实实一片悲怆，一片寂寥和凄凉。第二种是我们必须要坚持的境界，即“衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴”。我们必须迅速缩小和世界电影强国之间的差

距，成为真正能够为国家文化软实力代言的文化形式。这之中需要发挥“衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴”的精神。这也是我们不可动摇的心态，只有咬定“衣带渐宽”，敢于“为伊消得人憔悴”，中国电影才能迎来第三种境界——“众里寻她千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处”。中国电影的希望在于远方，她闪闪烁烁、扑朔迷离，只有对第二种境界的不懈努力才能达到第三重境界。所以发展是不能动摇、不能倒退、不能折腾的大前提。

中国电影产业发展近期目标是在3-5年的时间内，实现两个“一”。这两个“一”就是让中国拥有一万块可经营的银幕以及让电影票房能够抵达100亿元人民币的规模。而我们要追求的中长期目标，则是通过我们一代电影工作者的努力，在两个“一”的产业基础上，真正实现中国电影能够有3万块稳定的可经营银幕，让中国电影能够拥有300亿元稳定的电影票房收入。这是我们这一代人需要共同完成的电影产业发展的使命。

无论是两个“一”，还是两个“三”，在我看来，实现它的关键在于中国电影能否同广大的观众建立起一种良性的关系。尽管近些年来，中国电影也在努力地尝试同观众建立起这种关系，但遗憾的是，这种关系至今为止还是非常微弱、非常不足的。以影片《赤壁》（上）为例，它创下了3亿2000万元人民币的票房收入，是2008年度中国电影市场上票房最高的影片，也是历史上票房最高的一部影片。但是把它平均下来—算，3亿2000万元人民币所拥有的观众人数也不过才1亿1000万。票房最高的影片尚且如此，其他影片的情况就更是可想而知。对比其他媒体的情况，以电影频道（CCTV-6）为例，如果CCTV-6—晚的收视率达到1%，它的观众就有两千万人，而CCTV-6的收视率是经常可以达到2%或3%的，那么一个CCTV-6—晚就可以调动几千万，乃至上亿的观众。由此可见，如果中国电影和中国观众之间不能建立更亲密的关系的话，那么我们所有电影的努力，可能都要大打折扣，可能都要在存在的意义上受到终极的追问、询唤。所以讲产业化、讲数字，不是一个空洞的概念，它关乎电影的生死。

如果将来有一天，我们实现了上述两个“一”和两个“三”，也就意味着电影又开始回归到一种不可或缺的日常的文化活动，电影与观众才真正地普遍地建立起了一种正常的关系。电影在文化软实力中的代表性也才更加有其相应的位置，更加有说服力。我们常说电影是文化的第一大名片，尤其是在国际文化交流中。但是现在我们递出去的这张名片，仅从产业的角度而言还很弱小。这个忧虑不仅仅是中国的，在某种意义上说是带有普遍意义的一个世界性问题。包括艺术电影大国——法国，如今也面临着同样的问题。因此，中国电影要想取得长足的进步和发展，必须首先要拥有中国的电影观众。这个问题看似简单，却无比重要。

第二个命题，是中国电影产业发展给电影创作提出了具体的要求，这也可以说是电影创作上的使命和任务。这就涉及另一个指标，即两个“二”的指标。具体说，第一个“二”是指在中国电影稳固在400部的规模上，要想提高水平，提高质量，满足人民群众日益增长的物质文化需要，满足不同层次、不同审美个体的审美需求，必须要在年度电影生产当中，保证20%的电影能够顺畅进入主流院线。如果将这20%换算成具体的影片数就是80部，也就是说我们必须保证80部有质量的电影能够顺利进入主流电影院线。需要强调的是，所谓“顺畅进入”，就是市场主动欢迎，观众踊跃购票，能够有一定的放映规模，一定的放映时间。与此同时我们要在第一个20%的基础上努力产生第二个20%，就是在20%进入院线放映的影片当中，争取有20%，也即15部左右的电影能够形成群体记忆，从而进入心灵记忆，并进而形成历史记忆。这就是我们要求和期待的优秀作品。

为了实现这一目标，电影局提出了一个“中等突破”的概念。之所以提出这样一个概念，是因为那些100万以上、200万以下的小成本影片，想在市场上占有空间确实是有难度的。而中等成本影片，亦即那些投资在800万-3000万之间的电影，相对来说有更多的拓展空间。考虑到这一点，我认为，中国电影必须实现“中等突破”，因为由于这些中等成本影片既不

具备使用高科技手段的能力，又不具备电影工业化试验的能力，因此它反倒会把精力更多放在包括电影的故事形态、电影的美学表达或者电影的思想发现等这类元素在内的电影叙事层面，甚至也可能把注意力放在对电影的“好看”和“有趣”的追求上。最终让中国的电影产品从整体上形成一个金字塔式结构，塔尖还是大片，但它是少数的，底座是中小成本共同构成的。其中小成本是沙子，中等成本才是水泥。中等成本的电影一定要占据中国电影格局当中的大面积，这才是正常的电影格局。

当然，也应该承认，这两个指标是非常之高的，实现起来可谓任重道远。但是，之所以要“知难而上”，归根结底，无非还是要确立一个科学化的衡量指标。这个指标就是考察有多少电影能够进入电影院，有多少影片能够在观众中产生影响。这就是我们提出20%的关系的理由。它看起来是借用了一种理科思维，但实际上对我们规范电影创作是有意义的事情。总而言之，中国电影的创作在这两个20%上都面临着非常严峻的挑战。这有待于我们深化对电影的理解，有待于我们付出艰苦的电影创新和实践。

创建良性的电影艺术生态环境

如前所述，中国电影发展在这几年中取得了很大的进步和很多的成果，但实事求是地说，中国电影在广大电影观众中的认可度并不很高。社会对电影的批评、诟病乃至恶搞还是大面积存在的，这是中国电影产业在发展当中正在经历的一个过程，也是产业化发展之初的一个必然的过程。要扭转这种现象，让人们相信中国电影美好的潜质、前景，具有值得信任的文化品格，需要我们做出非常大的努力。围绕中国电影如何顺利地完两个20%，如何真正地提高创作的水平这些根本性的问题，我认为，我们必须从以下三个方面入手。

一、中国电影必须要攀登精神的高度。我们不可回避的一个事实是，中国电影还有着诸多让大家不满意的地方。面对这样一种现状，我觉得电影创作者



《英雄》剧照

首先要躬身自问，三省吾身，而不是把责任完全推到观众身上，更不能简单地把理应承担的社会责任推卸掉，把媒体和批评的声音归结为不正常的社会情绪。大片在这些年的遭遇可以很好地说明这个问题。从20世纪90年代中期到2003年我们推行产业化这么短短八九年的时间，从世界范围来看，大片已经发展成为一个重要景观、普遍事实和横扫全球电影市场的有力武器。而恰恰在这个时候，我们也开始加快步伐推行电影产业化政策。那么，这时候，中国究竟要不要参与到全球大片的竞争行列，就是摆在中国电影面前的一个无法回避的问题。2002年年底我国生产出了自己的第一部大片——《英雄》。《英雄》的推出，第一次创下了2.5亿元人民币的票房的事实。这个事实鼓励着我们，让我们坚信中国电影必须加入到全球大片的竞争行列中去。如果中国电影不加入到全球大片的竞争行列当中去的话，我们第一难保本土市场，第二也难以进入世界电影市场，因为如果在这样一个背景下，中国的大片缺席了，就等于中国电影丢掉了自己的“核武器”。

另一个事实是，大片对中国电影产业发展的推动功不可没。《英雄》以降，中国电影市场产生了《十面埋伏》、《无极》、《满城尽带黄金甲》、《投名状》、《集结号》、《梅兰芳》等一大批中国式大片。据统计，截止到2008年年底，就中国电影市场拥有的资本能力和中国电影市场所具有的工业化程度来看，一年至少生产出10部大片是不存在太大问题的。由此可见，大片对中国电影是有贡献

的。它的贡献在于：第一，大片加入了大投入、大制作、大明星、高科技这样四个为国际级别的大片所普遍具有的标准，也就是说，我们的大片已经同国际级别大片的普遍标准保持了一致性，而保持住一致性能够说明我国的国产电影在和世界大片竞争中，已经具备了一种工业实力和资本力量。第二，在一个视听元素泛滥与视觉盛宴风靡的时代，中国式大片拉开了和日趋强势的中国电视剧的区别，它重新建构了中国电影的特殊优势。这个特殊优势就是借助在视觉奇观和视听盛宴上的重拳出击，重新确立电影在大众娱乐活动中的重要性。第三，它唤起了观众对国产电影沉睡已久的热情，并将他们吸引到电影院中来。第四，它带动了投资商修建电影院的热情、兴趣和信心。很多电影投资商投资电影院，确实不是为了大家所喜爱的艺术电影，也不是为了我们所钟爱的“作者电影”，而是为着一个直接的对象，那就是大片。因此，投资商们期待着中国每年在大片上能有可观的数量和稳定的片源，至少要有十部国产大片，再加上一些美国的进口大片，就可以保持正常经营和预期的利润率。也正因为这样，在我们否定和批评中国式大片、在我们阻止中国式大片进入世界大片的竞争序列之前，首先需要保持一个慎重的态度。须知，“大片现象”的出现，或者说中国式大片的挺身而出，是在中国电影产业发展的特殊历史阶段，也是在世界电影格局被大片所改变、所统治的特殊历史时刻，承担着它无法回避的使命。

但是，一个随之而来的现象是，被舆论所批评和诟病甚至恶搞的中国电影，基本上多数还是那些大片。显然，这喻示着一个两难的处境：一方面，我们必须发展壮大中国式大片；另一方面，我们也面临着中国式大片所遭遇到的一种“深度围观”。所谓“深度围观”，具体说就大家都在用冷漠的、讥笑的眼光来看待大片，鲜见正面的、积极的评价。这令我们不得不正视中国式大片所引发出来的诸多问题。当然从客观上来讲，中国式大片的问题相当程度上是源于起步晚，准备不足，上阵仓促，各种前提性的条件还

不具备。在这样的情况下，中国式大片与观众需求之间产生了落差，就不足为奇了。但是，从深度意义上来进一步地探究和思考后发现，中国式大片之所以不能满足观众的心灵需求，让人们在享受到视听盛宴和视觉奇观的同时获得精神的满足，根本原因还在于大片在不断自我膨胀的过程中，不经意间丢掉了经典电影当中所必须继承和必须弘



《梅兰芳》剧照

扬的一些经验。这不禁会促使我们作出如下的思考：我们在充分吸收世界范围内的高科技手段、高科技成果的时候，是否忽略了本土电影中一些正当的价值？我们在创造一个新的电影格局的时候，是否也忽视了观众审美情绪和审美思维中某些固定不变的人文精神？无疑，这些都对中国式大片乃至中国电影创作提出了非常深刻的疑问，同时，也给我们构成了一种具有开放性的思考。

因此，当中国电影从业者特别是大片创作者在各种批评和质疑面前，不能不去正视一个问题，那就是我们必须在精神高度上找回迷失的自己。换言之，中国式大片要想提高创作水平和质量，就必须攀登精神高度。正如美国学者尼尔·波兹曼在其著作《娱乐至死》中所深刻指出的那样，在读图时代，一切重要的文化内容，一切公共事务都在被重新定义和改写。而电视也好，影像也好，往往都披着娱乐的外衣，如此一来，公共事务和文化内容都成为文化娱乐的附属品，人类的活动也由此进入了一个极其危险的时期。在这里，我们不妨借用波兹曼的观点来审视中国式大片。在五彩斑斓、炫美至极的声色光影当中，大片创作者们有没有自觉或不自觉地改写着一些重大的公共事务，甚至重新改写一些文化内容呢？这个问题必须引起电影界的

警醒。在当今的时代，我觉得娱乐是没有错的，正如前述所言，中国电影产业化的突破，一个重要的方向，就是在强调电影的认识功能、教育功能和意识形态属性之外，还要强化它的娱乐功能和审美功能。但是，同样不能不看到的是，娱乐也是把双刃剑，如果在我们创造娱乐、寻求娱乐的过程当中，不能凸显人生的价值和意义，甚至还要去消解这些价值和意义的存在，那么，电影艺术也就简化为一个纯粹的娱乐化的光与影的游戏了。而一旦意义和价值得不到凸显，文化景观和文化判断被推到景深之外的时候，中国电影必然难以逃脱一个新的信任危机。当前一些观众对大片的挑剔、批评、追究、恶搞，其实也正是这一危机来临的前兆，抑或就是危机来临之际的某种曲折反映，而这些言论足以为大片创作者敲响警钟。

他山之石，可以攻玉。在这里不妨借鉴一下美国大片的成功经验。诚然，美国的大片中也存在这样那样的问题，其中相当一部分可能也不能满足我们的审美需求。但是，平心而论，自20世纪90年代以来，在那些富含娱乐性的美国大片中，还是可以常常见到一些正面的价值元素，在整个电影中起着一种平衡性和规约性的作用。一个耳熟能详的典范就是《阿甘正传》。从这部影片当时问世的20世

纪90年代中期背景来看，当时正好是美国已经进入了一个所谓后现代语境社会。在这个后现代语境中，诸如道德、理想、正直、公平、正义、诚信等一切传统的价值元素都被解构，甚至被推向反面，而正在这时候我们看到了《阿甘正传》的产生。

《阿甘正传》代表的就是一种古老的、传统的、恒定的、永不褪色的概念。这种概念在影片中被揉入到汤姆·汉克斯所扮演的一个智障者的形象之中，而这个形象的存在本身，其实正好对美国的当代历史和当下社会构成巨大的反讽。这部影片的成功，让所有热衷于解构、沉浸在后现代语境中的人都得到了某种震撼、某种启迪。即便是到了今天，这部影片依然能够放射出强大的理想主义光芒。这样的影片，使美国大片从向纯娱乐化一头倾斜的趋势，渐渐地恢复为一种平衡性的发展。而且这样一部具有精神价值和高度精神性的电影，实际上也定格成了美国电影史上非常重要的一页。这个传统一直在延伸，延伸到了前些年的奥斯卡金像奖最佳故事片《撞车》。这些都是有深度思考和发现的大片。正是这些获得深度思考和深度发现，同时展现了人类共同向往的理想境界和精神高度的电影之出现，给铺天盖地的大片时代铺设了一个稳固的价值轨道。

其实，在中国自己的电影传统乃至更深广的文化传统中，也依然不乏可资大片借鉴的精神资源。胡适先生在《文学改良刍议》中提出的八点弊病，我以为可以和电影一一对应。陈独秀在文学革命中提出的“三个推翻”，略作翻译，也可以用于中国电影。推翻雕琢的、奢华的贵族文学，建设平易的、抒情的国民文学；推翻陈腐的、铺张的古典文学，建立新鲜的、励诚的现实文学；推翻迂晦的、艰涩的山林文学，建设明了的、通俗的社会文学。九十多年前我们的文化先驱发出的这种重要的文化声音，对应于当下的电影创作，依然有着振聋发聩之效。当然，更直接的资源来自我们的电影传统。在20世纪早期的那些经典影片，比如《八千里路云和月》、《一江春水向东流》、《万家灯火》、《乌鸦与麻雀》等影片中所体现出来的那种扎根现实、直面苦难以及拷问历史的精神追求与审美旨

趣，难道是我们今天能够轻易丢掉的吗？这些都是不能不引起电影创作者深思的问题。

二、中国电影要抵达观众情感的深处。电影是在黑暗中放映的，大家坐在一个黑暗的空间中，集体面对着同一个方向。在这种充满仪式感的审美活动中，观众到底在期待什么呢？我以为，无非是在期待银幕上发出的光亮，以及光亮之中绽放出的生命光芒。这种光芒实际上能够和每个观众内心产生一种作用，借用一个生物学上概念，我将它称之为“光合作用”。中国电影要想发生这种被观众所期待的“光合作用”，在我看来，最为重要的一点，就是要成为一种有温度的电影、有情感的电影。这种电影要能够抵达观众情感的深处。而一部不能和中国观众发生“光合作用”的电影，就很难成为一部成功的电影，甚至说很难被称之为是一部完成了的电影。

在这里可以举一个例子。1979年，美国电影历史上发生了一个非常重要的事件。一部小成本、小制作、小明星的电影竟然打败了科波拉导演的巨片《现代启示录》。这就是由当时名不见经传的由达斯汀·霍夫曼、梅丽尔·斯特里普主演的电影《克莱默夫妇》。之所以会爆出这样的“冷门”，是因为《克莱默夫妇》在“冰冷”的1979年给美国观众带来了一丝温暖。众所周知，1979年时美国已经步入了后工业时代，虽然这是美国现代化进程最快的一个时期，但是，这同时也是那些“现代焦虑”和“现代压抑”等症候高产、高发的时期。生存在都市中的人们看似富足而又自在，实际上内心深处是充满惶恐与不安的。《克莱默夫妇》对人们的这种“现代焦虑”和“现代压抑”，以及在社会关系和家庭关系中可能出现的种种错位和断裂进行了深刻的洞察和人道主义的关怀。诚然，这部影片在思想深度和广度上，可能还无法同《现代启示录》相媲美，但是在票房上却远远胜出。在当年的奥斯卡金像奖中，5尊奖杯给予了《克莱默夫妇》，而《现代启示录》只得到两尊技术性的奖杯。这是电影史上非常有意思也是非常值得注意的一个现象。

毫无疑问，今天的中国社会也正处于一个急剧

转型的时期。转型的艰难、生活的压力，同样让我们每一个生命个体难免感到有些焦虑和恐惧。在这样的情况下，我们更需要从电影中获得一种情感的支持、心灵的关怀以及精神的抚慰。遗憾的是，这些恰恰是很多中国电影所缺失的东西。这些影片不仅自动放弃了对情感力量的呼唤、放弃了对心灵温度的呵护，同样也无力触及这个时代最核心、最重要的命题。最终，它们就难以运用电影这样一种手段，去更有效地吸引观众。反过来看，这也解释了为什么冯小刚的《非诚勿扰》能够一下子获得3.3亿元人民币的票房。一个非常重要的原因，就是在去年中国人经历了一个非常特殊的多事之秋——现代化压抑、转型期焦虑、不幸降临的天灾……在一个特殊的年份当中，冯小刚的电影给我们送来了欢乐和情感力量。

反观第六代的一些导演，他们在这个问题上显然存在着一种“集体迷惘”或“集体困惑”。其实强求他们去舍弃自己的独立思考也是不必要的。但是，如果在他们的电影中能够增加一些有温度的东西，让冰冷的、灰暗的、压抑的电影变成一种有情感的电影，何尝不是一件更好的事情呢？换言之，一部电影其实不必非要那么冷漠、那么绝对地把一个问题推导至偏执的状态，而是还可以设置多种可能性，其中有一种可能性，就是人与人之间、人与社会之间应该建立起一种美好而又富有力度的关系。有了这样一种可能，包括第六代在内的很多电影就有机会打破限制。此外，也不要一味地假定自己拍的是一个商业片，还是一个艺术片。商业电影、艺术电影，抑或主流电影，这些界定其实更多的是来自于理论评论界的想象，完全不必成为创作者进行自我束缚的枷锁。而且实际上在我们的电影创作实践中，这些划分的边界很多时候是极为模糊的。比如，很难说清《集结号》是一部商业电影、艺术电影，还是主流电影。在我看来，它是一个杂糅整合的结果，它是一个多重沉淀的结晶。

三、中国电影要呈现丰沛的人生。中国电影的题材常常被观众指责为故事重复，人物雷同，形象太干瘪，套路太模式化，这是我们对于中国电影一

般意义上的批评。需要指出的是，在这样的批评面前，我们的电影从业者不能不以为然。我们对电影中的现实人生和个体生命的呈现，可能一直因袭着某种固有的套路，这就只能顺从模式化操作，而缺少了一些更加开拓的，更加丰富的，更加多维度的表达。

最明显的一个例子，当属主旋律影片创作了。主旋律影片力图对生活、对现实、对历史进行光明的正面的书写，弘扬主流价值观，强调事物的积极意义。这些本无错，但问题是，其中部分影片的结果往往是“假大空，高大全”，代价就是无人问津。究其根源，还在于部分主旋律电影所塑造的这些英模人物，始终没有和普通人一样的呼吸，没有动机上的平等性。我们把动机的平等性和目的高尚性之间严重对立化了，这么一来，又怎能奇怪观众对这样的电影“弃之如敝屣”呢？那么，相反，如果把社会描述成一片黯淡，人心极度贪婪，人人与人之间相互争夺，诸如此类，对生活进行残酷黑暗的描写，恐怕也同样是一种简单化。这就是我们时常看到的已经走向另一种极端的影片，我将之称为“反主旋律”的影片，这些影片总是想要找到光明的、积极的事物的对立面，然后拿它大做特做文章。于是，我们看到，这样的片子呈现出来的“现实”完全是苦难、凶险的，是残酷、消极、颓废的。一类是特别主旋律，一类是特别“反主旋律”的，这种现象构成了电影表达的“正负极”。我以为，这两种创作趋向的电影存在的问题都是对人生，对社会，对生命个体的简单化的呈现。从实质上说，它们并没有把我们人生中的曲折性、微妙性给予非常完整而又丰富的呈现，均不足取。

任何事物都需要在一个博弈的过程中不断地前进，不断成长，不断地趋于丰富与完善。正如希腊哲人亚里士多德所言：戏剧是个辩论性的过程。戏剧也是我们电影的母体之一，电影也强调它的戏剧化过程，那么在戏剧化过程当中，我以为，应该出现正负两方面的辩论化过程。这个辩论化过程有可能成为电影的一个流程、一个电影的戏剧化模型。它需要在这个辩论化的过程中进行甄别、鉴定、整

合, 同时进行对话、沟通、对抗。如此这般, 中国电影才能羽翼丰满; 而缺少了这样一个过程, 电影的艺术生态环境会变得单一、贫乏, 我们电影呈现出来的人生就必然也是一个单调的人生, 而不是丰沛的人生。实际上, 人生的复杂性、丰富性、微妙性和曲折性, 要远远超出创作者在书斋里的向壁虚构。一方面, 我们承认, 生活永远大于电影; 另一方面我们也努力地让电影企图超越生活。电影艺术正是在这种张力之下获得一种不断整合资源、不断提升和超越自身的力量。

无论是在叙事动机上进行了人为拔高, 还是在叙事目的上全部下降, 都失之于对生活做简单化的书写, 客观上造成了这些影片所呈现的人生并不对应于真实的人生。这个问题无疑应该引起我们的批评和思考。现代大都市中的各种生态, 来自五湖四海的各种人, 来源于不同方向的各种压力, 快速的生活节奏, 激烈的生存竞争, 导致我们每个人都面临着自己来自于生存方面、竞争方面、心灵方面诸多的问题。然而, 面对这样的一种时代的症候, 中国的电影有没有出现足够的具有人道主义关怀的银幕呈现? 我以为是没的。就以那些大量聚焦北京, 在北京拍摄的电影为例, 观众看过之后并不觉得它是写北京的电影。即使那些触及到北京一些现实生活的电影, 到底能不能真正地代表我们每个人内心、真正地代表具体、丰富的北京人的内心世界, 仍然是一个很大的未知数。如此尴尬的缺席与失语, 只能表明创作者发现生活、捕捉生活以及表达生活的能力可能存在很大的问题。因为, 对丰沛的人生的呈现离不开电影创作者独特的发现和独特的认知。个人要有个人不同的发现与认知, 这样才能把丰沛的人生组合、呈示出来。如果大家陈陈相因, 丰沛的人生是难以展现出来的。费孝通先生谈到文化自觉时, 提出了著名的“十六个字”原则, 即“各美其美, 美人之美, 美美与共, 天下大同”。所谓各美其美, 美人之美就是我们既要焕发自身独到的美感, 也要努力呈现我们自己所发现的美感。对于被人焕发和发现的美感, 我们也要真心拥戴, 去认同、去和谐相处。这对于中国的电影创作者来说, 难道不也是一个有益的启发吗?



《集结号》剧照

寻求电影价值范式的转换

长期以来, 我们在电影教学和电影教学体系施行上, 确实形成了一些中国特色。比如, 以北京电影学院为主导、以法国的巴赞电影理论和德国的克拉考尔理论为基础的这种大师级的教学理念, 就是如此。这种理念时时影响着我们的电影人。巴赞强调电影的摄影本性以及衍生出来的纪实美学, 强调在电影中要排除创作者的唯美主义和主观主义形态。克拉考尔强调的则是“物质现实的复原”, 等等。应该承认, 这都是针对当时的电影问题所提出的一些革命性思想, 是对20世纪中叶西方商业电影中出现的过于偏向主观化的一种反拨和纠偏。但不幸的是, 中国的理论研究者获得巴赞和克拉考尔的理论资源的同时也放弃了巴赞和克拉考尔之前所有的理论成果, 其结果就是在教学体系中巴赞和克拉考尔的理论已经形成了一种话语霸权。于是, 在研究电影作品的时候, 大师作品、作者电影开始成为学生们唯一推崇的对象, 而以好莱坞为代表的商业美学经验则都被我们阻挡在了视线之外。

孕育第六代导演诞生的土壤, 正是形成于这样的一个思想背景和教育背景。我注意到在这些年轻导演身上存在着一种我将之称为“零度情感”的趋向。从他们的影片中, 我们看到了社会问题的堆积, 看到了人生苦难的呈现, 看到了历史伤痕的展览, 看到了对矛盾的机械化呈现, 诸如此类, 不一而足。显然, 这样的创作形态之所以形成, 有其个人的原因, 但在—