

# 审美的启蒙性与娱乐性

——中国电影在全球化进程中的探索

刘 星

(四川师范大学 电影电视学院,成都 610066)

**摘 要:**随着全球化进程的加快和文化融合的加深,外国电影对中国电影业产生的冲击越来越大,国内关于电影作品中启蒙性和娱乐性倾向选择的讨论也越来越激烈。在外来电影文化刺激下,单纯的固守本土文化和一味认同西方文化的二元对立论已经不能完全概括中国电影的发展方向。中国电影开始在形式上学习借鉴西方电影的创作手法;在内容上不断进行文化自省,努力实现文化反弹;在产业建设上从政策和资本入手,进行产业改革。中国电影在全球化进程的探索中对电影的启蒙性与娱乐性选择做出的尝试,都是中国电影前进的脚印,亦是中国电影成熟的必经之路。

**关键词:**全球化;审美性;娱乐性;本土文化;文化反弹;话语权

**中图分类号:**J901   **文献标志码:**A   **文章编号:**1672-8580(2014)03-0064-09

全球化是以经济全球化为核心,各国各地区各群体推倒外在疆界,在政治、文化、科技、军事、安全、意识形态、生活方式、价值观念等多层次、多领域的相互联系、影响、制约的多元概念,是人类生活在全球规模的基础上发展及全球意识的崛起。经济飞速发展的同时,我们也意识到,在全球化进程中,经济效益往往与文化效益相互重叠,发达国家凭借其相对领先的经济科技实力,掌握文化输出主导权,在全球化进程中向发展中国家强制输出意识形态。在当今“快文化”影响下,图片、视频已成为文化传播的主要媒介,电影电视也成为目前发达国家文化输出的重要手段。

## 一、全球化给中国电影业带来的机遇和挑战

2012年2月,中美双方就解决WTO电影相关问题的谅解备忘录达成协议,中国每年将增加进口14部美国大片,以IMAX和3D电影为主,美国电影票房分账比例从13%提高到25%。对于全球化给中国电影业带来的影响,国内的讨论普遍集中在票房影响和文化侵略两方面。

关于票房。一方面认为,外国大片的涌入将大量瓜分国内市场。从2012年开始,中国电影

---

作者简介:刘 星(E-mail:745755231@qq.com)

票房的迅猛增长让中国电影市场成为了仅次于美国的全球第二电影市场,外国电影竞逐瓜分中国市场这块大蛋糕,有的电影甚至专门推出中国版。2013年全国电影总票房217.69亿元,其中国产片总票房占比58.65%,进口片总票房占比41.35%。比例上看国产片票房总收益更高,但另一组数据可能更接近真相:2013年在影院上映的国产片约245部,引进上映的外国电影仅有60部;全年上映影片中有60部票房过亿,国产片占33部,进口片占27部。在引进配额严格限制的情况下,进口片用国产片四分之一的上映量卷走了与国产片几乎相等的票房,过亿影片比进口片为45%,国产片仅为13%左右。虽然票房不是衡量影片好坏的绝对标准,但不可否认进口片给国产片带来的票房危机使国产片的生存空间越来越小,票房低回报相对将拍片成本比提高,成本的限制抑制了很多新锐的、小众的影片的发展。关于票房也有更为乐观的认识,一部分人认为进口片虽然短期内对国内电影业产生冲击,但全球化进程中市场的开放将更利于国内电影创作团队对国外电影经验和国外资本的灵活运用。从长远来说,直接的利益刺激更有利于国内电影市场建立良性竞争机制,只有在良性竞争机制下国内电影人才能更明白票房高低并不是评判电影好坏的标准,这将更利于中国电影多层次多类型的发展。

关于文化侵略。一部分人认为国外影视作品对市场占有带来的长线危害比现今的票房危机更值得警惕,好莱坞流水线式电影作品盲目夸大娱乐性,使受众在观影愉悦中沉迷,启蒙性的缺失对本土文化及国民意识形态的磨灭危害更大;另一部分人则认为,文化本来就是一个不断发展的过程,外来文化在本土的传播,利于促成不同文化之间的对话、融合,利于本土文化的自省、升华。

“中国电影发展的背景有两个方面,一个是中国的发展目标,一个是全球化的国际背景”<sup>[1]</sup>,全球化的本质是对市场的争夺,全球化背景下,中国电影只有首先占夺市场,才有话语权,才能实现中国的发展目标。在大背景下如何夺得话语权,得到话语权如何发言,其本质即中国电影在全球化进程中关于审美的启蒙性和娱乐性不断探索的过程。

## 二、影视中的文化观念

受众因观影愉悦移情入梦,此时情感最脆弱,最易接受电影传达的意识形态,电影借由此发挥其启蒙作用;同时电影作为一种消遣商品,启蒙性的存在也必须要有其自身的依据,所以要求电影还应具有娱乐性。以上为理论上的理想状态,而在现实中,在自我利益或表达的极端诉求下,有的电影呈现出仅有启蒙性或娱乐性的一元状态,在寓意晦涩和不知所谓、引人入胜和娱乐至死间常常偷换概念。一部电影在审美上的选择是由创作者的文化观念决定的,全球化大背景下中国电影对于启蒙性与娱乐性的探索过程中大致产生了以下几种意向选择。

### (一)强调本土文化

正如生物对于侵略的第一自然反映为自我保护一样,具有较高娱乐性的进口影片对中国电影市场产生巨大冲击时,部分国内电影人则拿起启蒙论与之对抗,认为电影作为一种文化形式,内容上应强调其在意识启发和民众熏陶中的启蒙性,形式上应突出中国影戏传统的戏剧化风格,以本土审美趣味为导向,倾向主旋律电影。

纵观中国电影发展史,从第一部国产片《定军山》,到第一部故事片《难夫难妻》,再到《一江

春水向东流》、《小城之春》等,中国电影初期不乏兼具启蒙性和娱乐性的作品。新中国成立后,十七年电影多为展示中国近百年来斗争史的革命题材,如《甲午风云》、《红色娘子军》、《早春二月》、《青春之歌》、《平原游击队》、《董存瑞》等。改革开放后,中国电影发展又分为四个阶段:一是1979年到1980年的创新浪潮,主要是解放思想,艺术创作手法多样化,以《小花》、《苦恼人的笑》、《生活的颤音》最为突出;二是1981年到1983年追求纪实美学,在纪实风格上更加追求剧情“淡化”,如《南昌起义》、《西安事变》、《啊!摇篮》、《秋瑾》、《芙蓉镇》等;三是1983年到1986年的影像美学探索期,此时期,中年导演积极吸收青年导演的艺术审美理念和国外先进艺术思想,电影《老井》更是将中国影片推入了世界先进电影行列。这一时期其它代表作还有张军钊的《一个和八个》、陈凯歌的《黄土地》、田壮壮的《猎场札撒》、吴子牛的《喋血黑谷》以及黄建新的《黑炮事件》等;四是1987年至今的多元探索的阶段。1987年陈凯歌的《孩子王》依旧延续其个性创作,哲思浓厚、雅俗共赏,既受群众推崇,也获奖频频。在商业大潮冲击下,导演个性开始凸现,各有所长,各拍其爱。20世纪90年代后,中国电影大致可分三个潮流:一是主旋律电影,除《大决战》系列外,还有《毛泽东和他的儿子》、《周恩来》、《开天辟地》、《长征》、《大进军》等;二是艺术电影潮流,代表导演有宁瀛、黄建新、周晓文、李少红、刘苗苗、夏刚、孙周等,其中张艺谋、陈凯歌是执大旗者,其代表作如《秋菊》、《活着》、《霸王别姬》等;三是娱乐片浪潮,其中张建亚的《王先生之欲火焚身》算是经典。

“地域和民族是文化生长的土壤,国度性和民族性是文化的基本属性之一。”<sup>[2]</sup>中国电影前辈在本土文化的熏陶和哺育下留下了许多富有时代和地域特色的作品,这些作品见证着华语电影人一代又一代马拉松式跑过的荣耀。将这些作品放入历史长河,他们同时也在各个时代各个地区都发挥着非常厚重的启蒙作用,故而启蒙性在中国电影史中的地位可见一斑了。在中国电影发展初期上海也有外国电影放映,但并没有影响中国本土优秀电影的创作、传播,这更加大了部分电影人坚持依靠本土文化和主旋律电影的启蒙性抵抗住外国文化的入侵的信心。

## (二) 认同国外文化

20世纪初以来,帝国主义带来的被侵略惯性,使我们在文化上缺乏自尊自信,全球化进程中西方的经济强势又将一部分人牵引入一种“文化的普遍性”想象之中,这种普遍性想象通常以发达国家的文化秩序、准则、经验作为基本点,这部分人在普遍性想象下表现出对西方强势文化的全面认同。这种认同一方面表现为对电影创作技法的认同,一方面表现为对其传递的意识形态的认同。

电影作为一种舶来品,在我国起步较晚、发展较缓,西方电影在艺术和技术层面都给中国电影提供了很多经验和创作方向。例如张艺谋的《英雄》、《满城尽带黄金甲》为了呈现出色彩艳丽又富有质感的恢弘场面都启用了国外技术团队参与后期特效制作,谍战大片《风声》为表现出裘庄内外命悬一线的危机感,请来了拍摄过《哈利·波特》、《碟中谍》等大片的好莱坞航拍公司负责电影中所有航拍镜头。在叙事技巧上,好莱坞连贯性的剪辑和流畅性的时空组合也给中国电影的创作提供了经验。2013年上映的《北京遇上西雅图》就严格地遵守了好莱坞爱情喜剧制造冲突、塑造人物的规则,用一环扣一环的封闭因果关系的线性发展展开叙事,本片完全可以作为国产爱情喜剧的模板。这些提高影片娱乐性的借鉴,成果很直观地反馈在高票房

回收上,这种对话语权的雄心表现出中国电影人对我在哪儿说的努力,我要说什么的思考。

对电影所传递的意识形态的认同一方面表现为观影时对电影中传递价值观的认同,例如好莱坞对高科技的狂热追求,这也是他们意识形态的一种表达。大片通过刺激的音效、震撼的场面、炫丽的明星展现了许多高科技拍摄手法和物质的欲望,如《速度与激情》系列、《蜘蛛侠》系列、《复仇者联盟》系列、《敢死队》等中大肆展现的游玩、娱乐、刺激情绪,《沉默的羔羊》、《德州链锯杀人狂》、《杀死比尔》中展现的暴力美学,《艳舞女郎》、《爱你9周半》、《野东西》中赤裸的色情消费。好莱坞电影许多作品放弃启蒙性,通过高度娱乐化的“幻觉式”创作手法,填补社会存在的空白,长期在这种娱乐至死的电影意识形态影响下的观众观会在潜移默化中面对社会问题采用“欢乐疗法”,回避社会现实,活在电影构建的伊甸园中。当然也不是全盘否定好莱坞电影中的启蒙性,不过显然,这些作品凭借其娱乐性的强大感染力,它的生产速度、流传广度、影响深度比好莱坞《奔腾年代》、《风雨哈佛路》这类作品要强。创作者对西方意识形态的认同表现为他们在创作时按照西方尤其以好莱坞为代表的审美标准进行创作。近年在西方反响较好的中国电影当属《卧虎藏龙》,一举斩获4项奥斯卡奖,被西方高度评价为“走浪漫主义路线的中国艺术武侠片”。这部影片在音乐上中西合璧;为顺应西方的观影习惯,镜头语言、构图和运动甚至对白都十分好莱坞化;题材选择、景物设置、服装化妆为了满足西方对东方文化的窥视心里也尽量“中国化”。中国观众的反应是作为武侠片打得不过瘾,作为言情片情感缺少韵味,个中原因就在于这里所谓的“中国化”,是为了满足西方对东方奇观化幻想的“中国化”。不过在另一方面也折射出外国市场对中国文化、中国电影资源的需求,说明中国文化具有重大的可利用、可开发的价值,对于我们的民族电影如何走向国际《卧虎藏龙》依然具有很好的示范意义。

### (三)慨然面对全球化,加深文化自省

中国电影在全球化进程中的不断尝试,中国电影人在启蒙性与娱乐性间不断地选择、平衡得出慨然面对全球化的观念,强调全球化并不是一元化、西方化,反之,应是不反复敏感地纠结与东西方文化的差异,尊重包容异质文化。李安的“家庭三部曲”——《推手》、《喜宴》、《饮食男女》中非常鲜明直白地加入了太极、书法以及中国饮食文化等鲜明的中国符号,同时把中国传统的家庭伦理观、处事哲学以及全球化大背景下中西方文化冲突在家庭中的折射都融入到电影并成为灵魂性标志。这些标志在李安娴熟的叙事手法下很好地适应了当时东西方价值观,使其作品兼具现实启蒙性和娱乐性,口碑和票房上都大获全胜,由此可见票房不应该是“绑架”启蒙性的凶手。正如上文所提,在20世纪三四十年代,中国对好莱坞完全开放的状态下,《神女》、《马路天使》、《小城之春》、《一江春水向东流》等中国制造的电影作品依然凭借其本土化的现实体验和审美经验在票房和口碑上获得成功。进口电影在国内上映并不能成为部分国内电影创作团队一味追求影片娱乐性带来的暂时经济效益的借口。列数中国改革开放后拍摄至今依旧为人所津津乐道的作品如《黄土地》、《霸王别姬》、《花样年华》、《英雄本色》等,他们虽然在审美上有不同的追求,但因其熟悉中华民族传统文化,了解西方运作方式,“用最现代的艺术语言来体现最传统的中国文化”<sup>[3]</sup>。既顺应中国观众的思维惯性,赢得市场,又为其启蒙性落实到作用对象,启蒙性发挥作用使受众在审美选择上有更高要求,让电影市场自然优胜劣汰。慨然面对全球化,首先要求要在现代化中保持文化的民族性,最终要求在文化交融中形

成新的具有鲜明民族性的现代化本土文化。

以上三种意向的选择在不同程度上都反映出文化交融过程中中国电影在一定程度上的迷失,而迷失恰恰是一个探索的过程,在探索中才能发现前进的道路。

第一种意向指导我们进行纵向思考,中国电影发展史和中国发展史紧密相连,换言之,电影记录着时代,时代成就着中国电影。对本土文化的强调,首先应该传承传统电影对时代尊重的创作宗旨。早在20世纪20年代中国电影人选择“鸳鸯蝴蝶派”作为支撑就可以看出,一百年前老电影人就在试图平衡电影的娱乐性和启蒙性,“将启蒙的宏大叙事置于娱乐的基本条件之下,娱乐是中国电影抗拒好莱坞电影的剧烈冲击、争取本土观众的必要选择。”<sup>[4]</sup>正如冯小刚在2014年两会上所说:“不要把票房推到艺术创作的对立面、推到主流价值观的对立面,否则就等于把艺术创作推到了观众的对立面。票房的背后是观众的选择,中国电影必须推向市场,自我造血,才能生存下去,否则就没有生存空间。”由于娱乐性创造的票房,使更广大的受众作为启蒙对象,启蒙性的话语权在广度和深度上都更强。当然,这也不是娱乐至上论,启蒙性应该是娱乐性的“合法”前提。早有人提出在美国片场制度下以利益为出发点和目的地的拍摄原则,使美国当代影视美学走向发生了偏差。高科技效果泛滥的《超人》、《蝙蝠侠》等好莱坞影片中,盲目追求所谓“大片”视觉震撼,通过视觉文化削弱甚至代替传统审美。好莱坞“幻觉式”创作手法也对国内观众、创作者产生了巨大影响,许多人在这种疗法刺激下渐渐形成脱离现实社会的价值观。《小时代》应该是国内受好莱坞“欢乐疗法”影响的集中体现,《小时代》系列里充斥着对金钱和奢侈品的狂热追求、对灯红酒绿情欲的急切渴望,无尽的欲望麻痹神经,在娱乐性的糖衣下大行其道,表面呈现出一个丰富炫丽的物质世界,实则体现出精神世界的极度匮乏。《小时代》续集接二连三的出现可见“欢乐疗法”在国内受众中“受欢迎”程度之大,对价值观尚在发展过程中的青少年受众群体的负面影响令人堪忧。所以中国电影的发展要始终紧扣中国的国情和全球化背景。在张艺谋、陈凯歌的中国题材电影里,内容非常中国化,手法和语言绝对是现代性的。这种中西糅合的创作手法有助于减弱文化不适和内容的生动表达。再如最为西方知晓的中国功夫巨星李小龙,他的“看家本领”是东方的,但他的很多武打动作都为电影画面构图和戏剧效果做了修改,这种创作也是现代性。由此可见,固守传统、把娱乐性与启蒙性二元对立,都将阻碍中国电影的可持续发展。面对“帝国文化”的侵入,法国曾经提出了著名的文化反弹理论。“文化反弹理论认为,如果一种外来的浅层文化深度侵害另一种丰厚文化,经历一定的阶段,发展到一定程度,文化就会实施反弹,即人们就会重新认识并认可原有的丰厚文化。”<sup>[5]</sup>文化系统本来就是一个持续构建的过程,中国与外国的交往加深,文化杂糅也是时代文化特征,是文化自省、文化发展的必然趋势。在关于电影审美的启蒙性与娱乐性的探索过程中,首先需要一种身份认同,建立自身的文化品格,形成集体无意识的向心力,让传统文化在时代背景中被再认识、再创造、再传承<sup>[6]</sup>,成为抗拒霸权文化的向心力。

### 三、机制改革

#### (一)产业转型

电影行业发展主要受政治与资本的影响,换言之,关于电影审美的选择,就是由政治与

资本对启蒙性和娱乐性的选择。资本的影响主要体现在资本的运作方式,下文会有所阐述,本段主要阐述在社会主义制度下政府所立的电影审查制度对电影创作的影响。产业转型首先面临的就管理观念与制度的转型。近几年,亚洲地区日韩印三国的电影业飞速发展,生产出许多高艺术水准、好口碑的电影,这种崛起给有良好电影传统的中国电影业带来不少思考。近日韩国电影《恐怖直播》在中国大热,一个受贿被降职的主播一门心思要利用恐怖事件直播打个翻身仗;一个因为被踢开而报复的电台导播向对手泄密;一个 SNC 电视台的领导为了收视率牺牲人质和自己下属主播;一个刚愎自用的警察总署署长根本没把恐怖分子放在眼里结果被炸死;还有一个栽赃恐怖活动罪名的青瓦台办公室主任和一个拒不道歉、最后只闻其声的总统,电影中没有好人坏人,没有输赢对错,没有正义邪恶,有的只是从恐怖分子到主播这些小人物的抗争,直面人性的卑劣和肮脏。再从技术层面上看,此片剪辑明快,镜头切换老道,剧情紧凑,韩片一贯以长镜头见长,此片却用极快的镜头切换营造出引人入胜的效果,绝对不输任何好莱坞同类题材的影片,甚至可以说是密室题材电影的佼佼者。见到相邻小国如此大胆娴熟的电影创作,关于中国电影创作的贫瘠的质疑此起彼伏,2014 年两会上,文化艺术界的政协委员就这一质疑提出:目前国内的文化生产制作水准其实同样很高,但在创作时受广电总局审查制度影响很大,而观众通过网络看的外国电影电视剧不受国内审查制度限制,自然有一方要吃亏。国内首部西部公路电影《无人区》,主要讲述的是男主角开车去西部,一路上不断遇到各色的人,从而引发的一连串故事。故事背后关于人的动物属性和社会属性相互斗争的深层主题都在“公路”上演绎出来。该影片于 2009 年关机,根据审查要求,期间一再进行删改,2013 年 12 月 3 日才正式公映。上映两天即收回 1600 万成本,6 天斩获 1.3 亿票房,与此同时口碑爆棚,在豆瓣网上的评分一度高达 9.2 分。由此可见,中国不乏好作品,中国观众也不是不支持好作品,大家都在电影审美的启蒙性与娱乐性间的平衡中做共同的思考与努力,电影人“声嘶力竭”的创作,观众不遗余力的捧场,都是为了鼓励已经完结、正在筹拍或者将要筹拍的电影,慎重勇敢地表达自己的审美情趣。创作者和观众都迫切希望广电总局自上而下带有强烈行政化色彩的改革,能让有形的手和无形的手用力均等,使电影产业的市场运营规律充分发挥其作用,让电影业的市场适应性、自我调节、市场拓展力度和融资水平得以训练。

产业转型还要求将电影作为大文化产业开发,以资本为基础,建立品牌,构建多元内部结构。好莱坞成熟的商业运营模式给我国把电影作为大文化产业开发提供了很好的思路。好莱坞电影公司通常以电影为切入点,除了在传统领域,即电影院,回收成本,还在衍生品领域,如游戏、玩偶、旅游、主题公园等授权加盟项目创造收益。迪士尼公司就是将电影作为大文化产业发展的杰出范例。把电影作为大文化产业开发,其中最重要的是品牌的建立,鲜明的品牌特征是生产其他产品的先决条件。3D 动画片《里约大冒险》第一部凭借着独特的桑巴风情和可爱的角色设置在全球树立了良好口碑,建立了自己鲜明的品牌特征。第二部品牌营销的发酵效应就非常强大了,比如在香港做的车身广告、主题商场引众人围观拍照并上传至社交网络,成功实现自发性传播,这就是品牌效益。中国动画片《喜洋洋与灰太狼》和《熊出没》利用儿童观众群,相继加入电影贺岁档大军,推出电影版,衍生以动画人物形象为主的文体用品、玩偶、主题餐厅、游乐场等商业行为,获得不少资金回馈。2014 年年初,连综艺节目《爸爸去哪儿》也充

分发挥其品牌号召力来分贺岁档的一杯羹,推出电影版《爸爸去哪儿》。这些作品的衍生开发,虽然初具大文化产业意识,但在品牌建立、品牌发展过程中,方向性、主题性还不够明确,品牌特性不够鲜明,有为了圈钱而圈钱之嫌,可持续发展性不强。单就品牌建设而言,目前国内《狄仁杰》系列和《小时代》系列应该算品牌意识比较明确的代表,其中表现最为优秀的是他们根据目标受众群生活审美习惯,充分利用明星效益进行新媒体营销,在拍片和宣传期间,明星以剧中人物身份发微博,与其他明星、粉丝进行线上互动,根据受众地域分布<sup>[7]</sup>、年龄等特点着重选择地区安排明星进行线下宣传,让电影品牌形象以“日久生情”的方式进入会掏腰包的准观众的生活品牌形象逐渐建立。

## (二)新的资本运作方式

对于一个要走产业化道路的行业而言,必须要以资本作为支撑点,只有基于这样的认识,电影企业作为资本运营的主体,才能成为市场的主体,电影的产业化道路才能走向自觉。过去内地民营电影公司规模扩大主要来自电影收益。国内大型影视公司华谊兄弟一次次以资本运作带动产业规模开启了中国电影产业历史性转型。2000年,太合控股以2500万元入股华谊,华谊兄弟太合影视投资公司成立。2004年,TOM集团投资华谊1000万美元,太合退出。2005年,中国雅虎入资1200万美元。2007年,分众传媒等公司注资2000万美元。据统计,2009年华谊兄弟上市以来,共募集资金11.48亿元。2013年12月24日,华谊兄弟公司公告称,公司拟以自有资金3.978亿元收购浙江永乐影视股份有限公司51%的股权,引得业界震动。实际上,这只是近年中国电影市场资本运作的案例之一,其时代大背景是:2013年中国的故事片产量有望突破800部、全国城市影院票房接近220亿,各项数据均创历史新高。而上述成绩的背后,是影视公司联合获取新的经营空间和资源、公司上市在社会上获得经营资本、行业外的投资加入产业运营等,更多热钱涌入电影圈。与前些年的误打误撞、单打独斗不同,来自各路(国营企业、民营企业、民间、境外等)的资金进入大型影视公司,找到专业操盘手进行运作。资本结构的复合化成为当前电影业的主要趋势和规避风险的良好方法。

## (三)电影产业链建设

对于投资者来说,电影产业链的理想目标是上、中、下游每个环节都有效益点,达到利益的最大化。现在已有影视公司建立了相对完整的产业链,如生产工作室—演员经纪公司—广告公司—发行公司—院线终端。其中院线终端作为电影的流通渠道,甚至是唯一渠道,又直接创造、接收最终收益,所以院线建设成为电影产业链建设中至关重要的一项。据国家广电总局公布的数据,2011年全国新建影院803家,新增银幕3030块,平均每天增长8.3块银幕。2012年万达集团将世界排名第二的院线集团美国AMC娱乐控股公司并购,一举成为全球电影院线的老大,华谊等许多影视公司旗下也建立了自己的院线。中国院线建设已经出具规模,但规范尚不完善,有的院线在利益诱导下利用政策漏洞,向导演许诺重金,把最著名的导演和演员都拉过来,垄断放映他们的作品。有的院线甚至开启自制影视的模式,电影院为了票房收益,盲目追求娱乐性,电影质量难以保证。

一个健康的院线系统应该是多层次、多类型、多价格的,市场为导向的院线盲目推崇娱乐性,使很多小众的、艺术的电影没办法走进影院。有人提出过建立艺术影院,让那些更新锐的、

有想法的导演和演员的作品公映,但这种影院投资回报差距太大,市场是很难包容的,最终也将走向颓废。中国每年电影产出已达 700 部,能进入院线的不过 150 多部,网络院线无疑是一个新的盈利空间,不能上电影院的电影可以考虑发展网络院线,进行线上销售。2010 年,《让子弹飞》在新浪、优酷等网站利用付费点播的方式获利良多。之后优酷、新浪视频、搜狐视频、腾讯视频等 10 多家视频行业代表齐聚中影集团,讨论通过了由中国电影制片人协会发起的《促进电影网络院线发展的若干意见》,按照意见提出的解决方案:网络院线与传统院线共建付费联盟,并将现有一个月的付费窗口期延长至两个月。这一方案又带来新的亟待解决的问题——网络盗版问题,盗版问题必须通过国家采取强有力的措施打击,否则影碟市场将完全被浪费并且严重冲击影院票房,不利于保证电影产业链效益有效化。

#### 四、战略手段

##### (一)内向化发展

前文提到中国影视的发展首先要突出对市场的占有,掌握话语权,短时间内这种内向化内容上要求“从对内的自省维度,应当重视地域性和自足性这两种文化本性,深度开掘民族文化中的优势资源,构建文化自尊,推进全球传播。”<sup>[8]</sup>创作形式上可以借鉴已发展比较成熟的电影类型,纵向上可以对原有成功电影翻拍、模仿,横向上随着社会审美风尚变迁<sup>[9]</sup>,要开拓富有当代社会生活气息的主题。

我国曾因翻拍泛滥、跟风严重,作品盲目追求娱乐性,国家广电总局叫停四大名著的翻拍。如果把迪士尼拍摄的《花木兰》与近年国内翻拍古代经典的作品做一个对比,不难理解广电总局这次态度强硬的原因。迪士尼版《花木兰》把一个中国古代故事进行戏剧化的改编,片中少许的爱情成分使得影片温情程度大大提升,这是国产动画片少有的,在保留故事所述中国旧社会原貌的基础上,情节虽与《木兰辞》有所出入,但也给人们提供了另一个角度来欣赏花木兰;人物设置上加入蟋蟀、木须龙等富有中国特色的角色,增加娱乐性。所以翻拍经典并不是雷区,反而借助经典作品受众面广、剧本原型具有典型性等“便利”条件,更有利于创作具有民族标识度的类型电影。

##### (二)外向化发展

外向化的趋势在今天日益明显:除了上文提到的跨国资本开始进入中国影视制作,开始有中国电影人在好莱坞工作,包括明星、导演、投资者都开始走进好莱坞,参与好莱坞电影制作,还有就是好莱坞电影赶时髦似的纷纷加入中国元素,如《功夫之王》就被称为《西游记》的好莱坞之作,《木乃伊 3》到古长城和横店取景等。不过,个人认为外向化发展中最值得思考的是关于国内许多电影作品“墙内开花墙外香”的现象。

以《黄土地》、《红高粱》、《霸王别姬》等为代表的中国第五代导演的作品,以《小武》、《青红》、《三峡好人》等为代表的中国第六代独立电影人的作品,因表现民族文化边缘状态或独特个人风格在国际比赛中屡屡获奖。他们的作品已经成为国外了解中国的一个重要渠道,之前出现一种观点,认为这些导演是踩在被他们扭曲了的中国肩上表演外国人喜欢的节目而获得奖项,不但不值得拿回国内吹嘘,反而应当抵制。这种全盘否定导演在电影语言和社会思考方



面做出尝试的观点不够全面。电影本身就需要典型集中和艺术渲染，只是在当今跨文化传播中，创作者应该承担起写实社会的责任，不应以歪曲民族精神和社会价值为代价换取虚伪脆弱的所谓国际认同。现在如果继续延续这种讨论，一方面西方已经审美疲劳，另一方面不符合现代中国社会现状，电影应该建立在丰富真实的基础上。

全球化进程中，经济与文化的发展是不可能同步的；在电影发展过程中，启蒙性和娱乐性的发展也是不可能同步的。所以在电影中对启蒙性与娱乐性选择的实践中，创作者和观众都要坚持包容原则，包容探索中的迷失，包容新的、外来的、小众的声音，在文化反弹中掌握话语权，这样才能使中国电影业的探索符合我国的发展目标和全球化进程。

#### 参考文献：

- [1] 王志敏.试论中国电影在全球化趋势下的文化定位问题[C]//传统文化与全球化趋势:第十届中国金鸡百花电影节学术研讨会论文集.北京:中国电影出版社,2001.
- [2] 马敏.中国文化教程[M].武汉:华中师范大学出版社,2002:6.
- [3] 彭吉象.全球化语境下的中华民族影视艺术[C]//张凤铸,黄式宪,等.全球化与中国影视的命运.北京:北京广播学院出版社,2003:1-11.
- [4] 张颐武.全球化与中国电影的转型[M].北京:中国人民大学出版社,2006:24.
- [5] 孟建.“文化帝国主义”的传播扩张与中国影视文化的反弹——加入WTO,中国影视艺术的文化传播学思考[C]//张凤铸,黄式宪,等.全球化与中国影视的命运.北京:北京广播学院出版社,2003:88.
- [6] 孙伟,冯磊.论戏曲艺术与校园德育的交融[J].高校教育管理,2012,(3):27-31.
- [7] 尹朝晖.论区域地缘形象与区域媒体对外传播[J].西北农林科技大学学报:社会科学版,2013,(2):88-91.
- [8] 钱春莲.幻影年华:跨越时空的影像作者研究[M].上海:上海文化出版社,2007:242.
- [9] 谭真谛.试探“日常生活审美化”的批判价值[J].重庆师范大学学报:哲学社会科学版,2013,(3):82-85.

责任编辑:陈于后

## Aesthetic Enlightenment and Entertainment

### ——Exploration of Chinese movies in the process of globalization

LIU Xing

(School of Cinema-Television, Sichuan Normal University, Chengdu 610000, China)

**Abstract:** With the speeding up of the degree of globalization and deepening of cultural integration, the impact of foreign films on the Chinese movies industry is bigger and bigger. In China, discussion about tendency choice of films enlightening and entertaining is becoming fiercer and fiercer. Under the foreign stimulation of film culture, the binary antithesis theory of simply keeping the native culture and blindly acknowledging the western culture cannot completely summarize the development direction of Chinese films. Chinese films began to learn from the writing style of western films in the form, make increasing cultural introspection to achieve cultural rebound in the content, and carry out industrial reform in industry construction. In the exploration of the globalization process, the attempt of Chinese film to choice of enlightening and entertaining is the footprints of China film's advance and the necessary route of Chinese film's maturity.

**Key words:** globalization; aesthetic; entertaining; local culture; cultural rebound; speaking right