

■ 关 注

在首届中国艺术研究院电影文化论坛上,一致强调——

中国电影发展 重在电影文化建设

□本报记者 徐健

在时下各类关于电影创作现状和发展趋势的研讨会中,中国电影高票房成绩背后出现的短板,以及产业化推进过程中带来的种种问题屡次成为与会专家忧虑和关注的议题。随着建设社会主义文化强国战略的实施。作为当代中国现实与民族精神的文化载体,电影如何在中国当代文化建设中发挥自身优势,承担当代文化建设的使命,如何提高文化发展质量效益和实现电影的公共文化价值,成为中国当代电影发展的重要课题。而站在文化建设的高度,审视中国电影发展中存在的问题,探求中国电影在促进文化大发展大繁荣中的责任和使命,对中国电影的未来发展来说,不仅紧迫,而且意义非凡。日前,由中国艺术研究院电影电视艺术研究所主办的电影文化论坛2011“文化建设与中国电影的发展”研讨会就是从文化建设切入,对文化强国与中国当代电影发展趋向、文化创新与当代电影创作、中国电影文化传播与国际影响力等问题进行了深入思考和研讨。

正视电影在文化建设中的作用

电影作为社会主义文化建设的重要组成部分,是传承民族文化、凝聚民族精神、塑造国家形象的重要载体,是增强国家软实力、维护国家文化安全、提高国家综合实力的重要手段。与会者认为,中国电影应该以深刻的思考书写时代精神,以民族化的表达方式铸就电影的文化品格,用鲜活的艺术形象传达电影的审美蕴涵,充分发挥其在中国当代文化建设的重要作用。

电影不仅仅具有文化价值,也具有文化产业和文化评价的维度,在制定文化产业战略发展目标的时候,同时也面临着如何确定整个产业的文化定位和价值取向的问题。中国艺术研究院研究员贾磊磊指出,当我们把一种文化资源作为文化产业表现题材进行开采时,应该特别注重保持文化自身的意义,不要让文化逻辑被资本逻辑随意改写,更不要让文化指数被物质指数全部覆盖。文化进入电影之后,它并不是完全与商业逻辑相抗衡、相矛盾、相冲突的

元素,我们有很多非常好的文化因素进入电影后起到了提升影片商业价值的作用,进而扩大电影的市场占有。

中国电影资料馆研究员饶曙光指出,在从电影大国走向电影强国的过程中,不应该仅仅只有经济指标和票房指标,也应该有相应的文化指标和精神指标。相对于电影市场体系建设取得的明显进步,比如从9亿票房发展到今年的126亿,我们的文化体系建设出现了一个明显的短板,主要表现在创意能力不足、缺乏人文关怀、缺乏现实社会主义精神和浪漫主义情怀、缺乏主流价值、核心价值观的有效建构和表达,存在着明显的非理性电影消费。从总体上来讲,电影文化体系建设面临着前所未有的种种挑战。电影在当代文化建设中的作用不言而喻,他希望,中国电影能正视问题,为中国文化更好地走出去发挥排头兵的作用。

中国电影需要补“文化”的课

年终岁末,电影《金陵十三钗》的上映再一次引起了评论界的广泛关注。无论从叙事视角、叙事模式,还是从价值立场、思想理念上看,影片都为我们思考中国电影的创作态势以及文化追求提供了一个最新且鲜活的样本。北京大学教授戴锦华从《金陵十三钗》的解读开始,指出是否存在一种关于中国历史、中国文化、中国人的差异性元素或表达。当重新回到近几年的古装武侠大片,从《英雄》《满城尽带黄金甲》,到《赵氏孤儿》,这些影片给我们带来巨大的空洞,提供给我们的仅仅是一种自我价值的中空状态。当中国电影以巨无霸的方式膨胀,是什么样的内容、什么样的软件在填充这个巨大的硬件机制。她认为,要重视剧本作为一部之本的作用,但我们也应该思考支撑剧本的东西究竟是什么?中国电影究竟以什么样的位置体察中国社会和中国历史,它究竟有没有一种有质感的、有体认的电影表述存在。这些问题无疑是我们关注中国电影文化时,需要好好解决的。

中国电影需要补“文化”的课,这不仅是指

电影表现的内容、传达的文化诉求,也是指整个电影文化生态的建设。导演尹力指出,当下的中国电影创作过度娱乐化、题材同质化。中国电影不缺资金,电影院也以每天8块银幕的速度在增长。但是我们没有一种主体的价值观,这不仅仅是电影人的问题,也是整个文化生态的问题。导演王小帅结合自身创作实际,更加关注当下青年导演创作的问题及困境。他认为,中国电影产业化以来,一些有独立性的艺术电影并没有受到市场的青睐,市场更青睐娱乐化的东西。未来中国电影的商业化之路会越走越好,但制衡电影发展的瓶颈依然是原创力和文化生命力。培养电影原创力量,不能忽视年轻的导演,只有让年轻电影人有更大的创作空间,才能为中国电影的丰富和发展奠定牢固的基础。

“冲奥”不是目标,练好“内功”是根本

在中国电影产业化进程中,一方面,我们看到一些电影人坚守艺术理想和现实精神,执著于电影艺术的美学探索,推出了一批有较好口碑和艺术品质的影片,如《碧罗雪山》《钢的琴》等;另一方面,一些电影售票房马首是瞻,追求利润的最大化,以空洞的内容、明星的扎堆、娱乐至死的信条推出远离现实生活、脱离本土文化的作品,更有一些创作者以好莱坞的趣味为艺术标准,以奥斯卡为最终目标,不遗余力地寻求海外的影响力和国际电影人的承认。会议认为,加快中国电影在海外影响力和传播力,是中国电影必须正视的问题。但是中国电影要传递什么?要以什么样的心态和方式走出去,赢得世界对中国电影的尊重,这是电影人面对的首要问题。

部分学者对中国电影片面以“冲奥”为标准的创作倾向提出了忧虑。影评人王旭东认为,过多外在因素的渗入影响着电影文化品格的提升,比如新媒体手段的推波助澜,这使得中国电影呈现出“亚洲的面貌,好莱坞的口味,整体制作风格、手法好莱坞化”的状况。他认为,以奥斯卡为标准的创作,无助于推动中国文化的对外传播,更不利于化解中国电影创作自身存在的各种问题。电影还是应该回归艺术本身,练好“内功”,要有创造艺术精品的意识,体现自身的文化特色。中国艺术研究院研究员秦喜清也认为,中国电影,首要的问题不是如何走出去,而是应该先把国内问题解决好。这个问题的核心是打造中国现代文化。这是提高中国文化影响力的关键。文化问题解决了,电影问题自然而然就解决了。北京电影学院教授黄式宪则对当下中国电影的创造力非常忧虑,认为中国电影还很难走出去,因为当下中国缺乏一种与国外观众对话的价值观。文化自信和文化尊严密切相关,中国电影还是应该多在提高原创力和吸收民族文化营养上多下功夫。

古典优雅

——读王仁杰

□廖奔

仁杰先生是戏曲界优雅的古典诗人,但愿他不是最后一位。

仁杰是为古老的传统戏曲所化之人,无论世风怎样转变,他终日只在红牙象板里究日月、在红氍毹上探生活、在填词吟曲中耗生命。他生在传统底蕴深厚的泉州,自幼耳熟能详的是古老的梨园戏,一生性命以之的是剧本创作。他既从传统戏曲里熏出,就志趣随之、性情从之、魂魄追之,永远孜孜矻矻咏叹不停、填词不已,这些成就了一位“戏痴”、一位出色的戏曲作家。

仁杰的创作方式与今天多数戏曲作家不尽相同,他是在进行真正意义上的“填词”,讲究语言的练达干净、声韵铿锵,他的作品因而充溢了古典词曲的韵味,总是诗意盎然、文采丰赡。戏曲创作本以曲词争胜,这是古老诗歌国度的沿袭传统与丰厚馈赠。明清传奇的智者才思、文人雅趣多体现在曲词警妍上,这成就了一代文学与诗歌的曲牌体制。清代以后板腔体音乐盛行,戏曲的文人阶段与曲词时代遭到否定。“花部”声腔剧种的舞台实践与贩夫走卒、下里巴人的审美趣味相呼应,剧作多艺人自创、文人远离,曲词始挣扎于生活化与文学性的矛盾夹缝里无以自拔。例如京剧,尽管在京都的文化环境里发展为近代最为成熟的戏曲舞台样式,不可否认的是它唱词的逐渐粗鄙化与文化品位的矮化,“自从降了红鬃战”一类半通不通的水词充斥,成为曲坛一大劫难。新中国成立后戏曲家开始努力克服这方面缺陷,60年成长起几代戏手,然而仍然是缺乏文采与文化底蕴者居多,出现一个有造诣的戏曲诗人即弥足珍贵,仁杰其当之乎?

仁杰对于传统的谦逊、诚恳与敬畏态度是出了名的,他最切责时代作手对传统尚不知一二,动辄求新求变,他本人的创作则法古于梨园戏而斤斤守护之。古老的梨园戏因为一直躲在八闽大地的一隅,躲在淳厚民风民俗的最后保留地,静观人世巨变、沧桑陆沉,幸而不为历次社会灾难所遇,历七百余载而一脉存活至今,于是就有了仁杰今天的受惠,也就有了他的“兴灭国继绝世”将梨园戏张扬弘大,这是仁杰之幸抑或梨园戏之幸?而他对曲牌体的古典剧种梨园戏继而昆曲的承袭与偏爱,自然得到不同于板腔体的近代剧种创作的曲词功夫与诗意境界,这当然是仁杰之幸。

在倡导了戏曲变革来冲击掉旧观念的束缚之后,我们发现戏曲离开本体越远了;在时光流逝跨越百年物换星移之后,我们发现传统戏曲的血脉已经逐渐枯竭了。而在仁杰这里,尚固执为之之坚守着一块绿洲,尤为珍稀。

仁杰的传统是化在骨子里的,是他生活方式、为人态度、处世观念的凝结,是做不来而发乎天然

的,这就越加难能可贵。他因而也就固执了自己的戏曲见解,不为时风所扰、所动、所惑地一贯坚持自己的创作主张与实践。他的创作则是任意随性的,决不勉强于外在的强力,只待一己灵感之自然发生。人于是称其有传统文人风骨。

然而如果仅只如此,他也就是一个吴梅而已。他不像吴梅不顾世风的转换,只把传奇律当做死学问来做——当然他也不是学问派,他只是一位古典诗人。仁杰仍然是时代才人,也曾从对普希金的迷恋中抽身。他明了也服膺于时代进步、观念更新、舞台转化、审美风尚迁移,一方面要在舞台上努力延伸传统戏曲的优美生命,一方面也要把戏曲升华为时代艺术使其具有当下价值来作用于时代。他因而有了自己的创作变革,但这种变革只是在传统根基上的稳稳挪移,似乎是“移步不换形”,却有着突然的爆发——他是能够为传统所化然而又能够化出的戏曲作家。

对于这一点,他的《节妇吟》恰似具备象征性。原本按照传统写法和演法敷叙的一个寡母立志勉儿最终成就的故事,后面也按照习见套路由皇上赐匾旌表,然而观众心理预期中的大团圆并未出现,却由寡母耻于年轻时曾心猿出窍为天下所共知因而自尽来收煞,戏的立足之基顿改,反思之立意立出,一下子便化腐朽为神奇、化传统为当下,为创作赋予了现代性 with 当下人文关怀,作品也成为于不动声色中完成对传统的现代引渡的典范。

仁杰的选材总是以小见大,因而能够充分发挥戏曲的传统优势,作品生活气息浓郁、机趣横生、引人入胜、耐人寻味,而不见时风弘大有余、负载过重、干瘪枯燥、冗长沉闷之病。他的《董生与李氏》,用了窥隙逾墙的鸡鸣狗盗手段来描写志诚君子,却在人情尽世理、括俗态出情趣。他的创作多为此类,于平淡风格中透出清丽,既敛眉促膝、娓娓而谈、诗词曲话、满口余香,又情感深挚、态真意浓、热耳酸心、探入髓骸。他的写作总能笔墨洁净、线条流畅、文气墨韵、丰需淋漓,如水墨山水画,功夫在画外,表面上却逸笔草草,一涂而就。他因而在当代戏曲创作中别树一帜、独创一格,为剧坛吹进一缕清新淡雅之风。

像一切剧作家一样,仁杰也有他的才情长处与短处。他长在生旦情爱对子戏的试探、窥觉、嘲弄、调侃,紧紧抓住观众的情趣和注意力,围绕戏核层层剥笋,从而做出人情与人性的绝大文章。这使他掘到了传统戏曲尤其梨园戏的精髓,能够在坚守剧种品格的前提下,为我们提供一场场精神与娱乐的盛宴。但他的创作较狭于对社会生活面的覆盖,常局限于孤男寡女的意惹情牵,于一以贯之的洁傲孤酸文人的逞志喋喋之外,缺乏一些铁腕铜琶之声。但,这也无妨于他的绝佳成就了。

回 顾 2011

2011年,适逢中国共产党建党90周年以及辛亥革命100周年,内地影坛涌现了具有中国特色的献礼片浪潮。在中国电影的产业化语境中,这些影片将政治诉求、精神诉求和商业诉求充分对接,形成了一批类型丰富、题材多样的电影作品,如《建党伟业》《秋之白华》《飞天》《歼十出击》《杨善洲》《钱学森》《郭明义》《辛亥革命》等。这种美学现象在世界影坛都较为罕见,已成为中国电影人利用特殊的历史机遇,对丰富中国电影美学、促进电影产业发展的自觉行为。这类电影对商业元素的使用更加积极、娴熟,在类型化、明星效应等方面体现得尤为突出。

类型语境中的献礼

近年来,类型已经成为中国内地电影主要的商业元素,国产商业电影已经逐渐形成了较成熟的类型美学。2011年的诸多献礼影片中,纷纷糅合了类型片的美学特征,动作、战争、情感、励志、科幻、动画等多种类型纷纷呈现出来。类型,正在成为中国“献礼”电影的最重要商业诉求。

动作类型和战争类型是中国电影类型中的经典,许多献礼片正是应用了这两种类型来实现其艺术价值和商业价值。作为史诗战争大片,《辛亥革命》中以大量的战争场面,展现革命先行者们的大无畏奉献精神。影片中有五场惨烈的战争戏,包括野战、水战、巷战等等。为了还原战争的惨烈,增加真实感,导演张黎用近乎纪录片的手法进行拍摄,使用特殊的摄影技术拍摄演员们不间断地移动以及子弹横飞的惊险画面,将战争的残酷与革命军的英勇真实地表现出来。此外,《建党伟业》以及以广州黄花岗起义为背景的《英雄喋血》等献礼片则借鉴了动作类型。

而在《秋之白华》中,可以看到较为明显的爱情类型元素的应用。尽管在传统商业类型的划分中,并没有明确的情感类型片,但以情感作为主要类型元素的电影却不在少数。影片将瞿秋白和杨之华两位共产党人的爱情故事置于革命历史的宏大背景之下,透过对个人命运讲述反映国家民族的变迁,以新的角度向观众展示了二人跌宕起伏的爱情故事。这种在大时代背景下国家民族的兴亡对个人的爱情、命运产生影响作用的主题模式是情感类型片较为常见的选择,如好莱坞经典电影《卡萨布兰卡》。但在以往以弘扬主旋律为主的献礼影片中,爱情类型十分罕见。这次《秋之白华》的创作者却将较多的笔墨放置在瞿秋白和杨之华的爱情上,以两人的感情发展为故事的推进线索,同时保留了浓厚的含蓄优雅的艺术气质,并试图以营造凄美的爱情诗来获取商业价值。

科幻类型在内地影坛一直处于弱势短板的位置,就连国产商业类型片中的科幻片也没有取得特别突出的成就。而《飞天》却在科幻类型上实现了一定的突破。影片中科幻的部分主要集中在后半段主人公张天聪展开“太空救援”一段,艺术呈现了“飞天”的壮阔场景。这段“太空救援”的段落也在结合现实的基础上对中国载人航天技术进行了大胆的想象,并描摹了一个美好动人的发展前景,成功营造了浩瀚宇宙的“飞天”传奇。此外,2011年的献礼片中,也有部分以动画类型表述的影片如《西柏坡》《民的1911》等。类型的运用,使影片获得了一定的商业价值和艺术价值。

陌生化·揭秘·穿越

除类型运用外,2011的献礼片也进行了其他方面的商业努力,使其跨入主流商业片行列,甚至比纯粹的商业片获得了更超前的商业美学创新。比如《建党伟业》着力于对建党历史

献礼片好看了

□赵卫防



进行不同于经典的表述,希冀通过陌生化叙述获得思想价值和商业价值。但影片对此的呈现,又不是在大的方面逃离出历史真实的框架,而是在主体史实符合经典表述的基础上进行再揭示。影片展示了1911年辛亥革命至1921年中国共产党成立10年间的历史大事件,这些大的历史框架符合经典表述,但每个事件的具体细节却又进行了耳目一新的呈现。比如,影片在展现辛亥革命时并未亦步亦趋地沿革经典叙事,而是以蒋介石假扮护士刺杀陶成章这一大众并不知晓的事件为重点,使影片获得了非常明显的陌生化叙事。这种叙事不但让观众了解了那段熟悉的历史背后的新细节,也以悬疑类型叙事增强了其可看性。揭秘,也成为同类献礼片获得商业价值的一个重要手段,如《秋之白华》对革命者情感的表现就具有一定的揭秘意义。《湘江北去》《飞天》《战时省委》等影片都具有较强的揭秘性。如《战时省委》中共党人谢育才为保护组织假意写了“自白书”,这是以往此类影片基本上没有表现过的情节,具有揭秘的价值。

将当下最具商业意义的“穿越”手法与主旋律题材进行对接,也是献礼片试图进入主流商业片的一种努力,此种手段在《战时省委》中表现得尤为充分。影片将60多年前年轻的革

命者和当下年轻演员进行心灵的穿越,表现他们灵魂的交流。这个创意具有较强的创新价值,时空交错结构不过是其一个方面,近来的创意更在于其超越了时空交错结构,实现了“穿越”。近年来,好莱坞以“穿越”题材电影实现了新一轮的全球征服,从《盗梦空间》到《变形金刚3》莫不如此。好莱坞成功后,中国电影也有多部影片仿效,一时“穿越”成为了最具商业化的手段,但其中绝大多数影片是失败的,甚至使得当下国产片中的穿越成了“恶搞”、“低俗”的代名词。其实作为重要的艺术和商业呈现手段,穿越本身并没有问题,但用得不对或者用滥了就会适得其反。《战时省委》作为一部主旋律影片,借用这种最具商业意义但又最易失败的表现手段,以“穿越”作为外壳,重在营造崇高,摒弃了以往穿越片中的低俗和调侃,取得了较好的艺术效果和商业成就。

“青春中国”为主的明星策略

在中国电影产业日渐成熟的当下,明星路线是必不可少的方法。除产业层面外,明星在美学层面也为影片的艺术质量提供了保证。商业大片中,明星是主要的商业元素,也是观众消费的重要方面。2011年的“献礼影片”纷纷将这一方略发



扬光大,以此来把自身打造成主流商业大片。这进一步表明中国的献礼片所做出的努力正在进入特征鲜明的“化大众”时期。“化大众”正是实现其政治诉求的必经之路。

这批献礼影片的美学策略,以青年偶像明星为主。众多影片选用了青春时尚、阳光活力的青年偶像演员来诠释角色。公众心目中的领袖、革命先驱、著名科学家、历史人物和当代公众人物等,在银幕上都是青春靓丽、充满朝气的俊男靓女,营造出了以“青春中国”为主的生动、具体、可感形象,并以此来营造青春、阳光、浪漫气氛,符合新一代观众审美标准。《建党伟业》中青年偶像明星占据了大多数。而另一献礼大片《辛亥革命》同样延续“青春中国”路线,70多位明星演员中青年偶像较多。其中胡歌饰演的林觉民穿一身白衣去参加起义,在开枪、奔跑时候的动作都像舞蹈一样,在有限的篇幅里让林觉民诗意化、美化,营造出既浪漫又凄美的效果。此外,像《百年情书》中的蒋梦婕和王柏杰,《湘江北去》中的周冬雨、保剑锋,《歼十出击》中的王斑、李光洁、黄奕,《钱学森》中的陈坤、张雨绮,《杨善洲》中的李晨,《第一大总统》中的方中信、韩庚、田亮等等,这些年轻的明星都为献礼片营造出了“青春中国”的时尚形象。

除了用偶像演员着力营造“青春中国”外,众多实力派明星也加盟献礼片,使得这类影片的明星路线更为凸显,也将其商业诉求推进一步。如《辛亥革命》中赵文瑄饰演孙中山,具有较大的难度。赵文瑄的表演力求贴近人物的内心,一切从孙中山的角度出发去思考问题,揣摩他内心的一切,最终恰当地把握了孙中山的内心世界,展示了他的神韵,演出了一位最神似的孙中山。而扮演黄兴的成龙在外形上虽然与黄兴有所差距,但凝重而坚毅的神情却与黄兴的气质比较吻合。其他如《杨善洲》中,实力派演员李雪健多次深入体验生活之后成功还原了杨善洲老书记可爱可敬的形象,获得了当地群众的高度认可。还有《郭明义》选择了双料影帝侯勇来演绎优秀共产党员郭明义。总之,明星方格已经成为当下献礼影片的主要商业策略,此策略使献礼的诉求得以更好的实现。