

论作为大众文化事件的《三枪拍案惊奇》

程 波

摘要：《三枪拍案惊奇》组合当下流行文化元素，力图在解决剧本瓶颈、类型创新和商业利润最大化等方面一举多赢；在电影文本形态上其跨类型、跨文化的特点，又在传播中产生了核心戏剧冲突和外围流行文化元素包裹之间排异、戏剧性和合理性权衡有误的问题，使传播效果与创作初衷间产生“悖论”；其在中国当代民营资本商业电影的发展道路上，又具有一定先导意义。

关键词：三枪拍案惊奇；张艺谋电影；大众文化事件；流行文化；类型化

作者简介：程波，男，副教授，博士。（上海大学 影视艺术系，上海 200072）

中图分类号：J905.2

文献标识码：A

文章编码：1008-6552 (2010) 02-0055-05

2009年年底，张艺谋电影《三枪拍案惊奇》上映，在获得了2亿多票房的同时，更是引发公众对“媚俗文化”的争论，诸如“能让人发笑的是否就是好艺术？喜剧应不应该有一定的文化素养标准？”之类的老问题又被拿来说事，电影从剧本、导演到表演的各个环节，特别是围绕着导演张艺谋和主演小沈阳或捧或棒地出现了多种评价。社会大面积地谈论，很明显，让电影《三枪拍案惊奇》的上映和传播成为了一次大众文化事件，这一事件的发生从某种程度上正可认为是因为它在多个层面上触动了当代社会文化的神经，不论是用人们适应还是不适应的方式；而且，反过来，这一事件的参与者，除了首先是电影的投资、策划、制作、发行者之外，还包括了作为公共权力的媒体、评论者以及一般受众，他们之间的共谋或者相互倾轧，也折射出了当下大众文化心态中隐含的迷惑与局促。

—

从《英雄》开始，张艺谋的电影出现了明显的变化，形式溢出故事、视觉元素比人性展现和人文关怀更突出，这是普遍的说法。而且，相比较于其他“第五代”导演的类似转型，比如陈凯歌在《无极》中表现出来的在面向商业资本要素的要求（视觉、票房、卡司阵容、相对类型化的故事和相对简单的人物性格）和自己的艺术习惯（作者意识、人文性、相对复杂的情节架构、相对深刻的人物性格）中摇摆纠结的情况不同，张艺谋从变化的一开始就呈现出某种彻底性，或者最起码可以说，在两种创作环境和创作模式中自由切换的彻底性。可以毫不夸张地说，张艺谋经过了《英雄》、《十面埋伏》、《满城尽带黄金甲》之后，对于如何在资本、票房、媒体、观众以及主流影响力之间周旋，获取利润的最大化，已经练就得相当成熟了。加之，若干舞台（太庙图兰朵）和广场艺术（印象系列）积聚的人气，通过举国体制和全民狂欢下的奥运会开闭幕式的巨大成功迸发到了一个顶点，以至于“奥运会后的第一部电影”，不论拍什么、怎么拍，都已经在“张艺谋”这个金字招牌下，成功了一大半。正因为如此，《三枪》作为张氏电影谱系中的再一次的变异，才显得轻松随意，才会是喜剧，才混搭得那么不像个“正经玩意儿”。

笔者以为,从张艺谋创作《三枪》的动机和初衷来分析,其有正面和负面两种力量的驱动。

所谓正面驱动,一方面是指其对当下多种流行文化元素有强烈的欣赏兴趣和使用兴趣。中国大陆有独特的“春晚文化”,以语言为主要载体、以喜剧为主要样式的小品文化,构成了其最主要的核心,2009年春晚文化最成功的代言人就是小沈阳,来源于东北二人转,但他所表演的与其说是二人转,毋宁说是打着“二人转”旗号的当代社会流行元素的拼盘,其在大众传播上具有直接性、通俗性和叠加性,在受众的新鲜感还没有丧失的时候,借着当下最火的流行文化样式及其代言人,这对观众的“第一驱动”可能比对创作者的更强烈。而且,不仅仅是春晚小品文化这单一的元素,电视剧文化反哺电影也是一个很有意思的现象。当代中国,长篇电视剧更多地承担了类似80年代长篇小说和电影的社会作用,其容量、影响力以及与受众的亲密性很难有别的叙事作品能够超越。2009年《潜伏》的成功,最终把孙红雷推上了长篇电视剧领域影响力人物的金字塔尖;《武林外传》的余热未消,闫妮古装喜剧中的老板娘形象深入人心。他们和小沈阳一起被使用,其实可以看作是当代社会流行文化进入电影,或者电影借助当代社会流行文化的象征。

正面驱动的另一方面是指,张艺谋在对自身市场号召力充满自信基础上获得的有相对更大自由空间的创新冲动。奥运后的首部电影,选择了贺岁档喜剧这条路,乐观的商业预期,让张艺谋和他背后的民营资本敢于用较为轻松的心态给出一点既顺应贺岁档喜剧要求,又跟自己以前的作品有明显差异的变化来。喜剧选择古装而非当代元素(比如这几年流行的小成本的“底层喜剧”)一是回避现实羁绊,更纯粹地娱乐大众,一是古装更能发挥视觉造型上的长处,更像是高成本大制作的电影;古装喜剧在延续张艺谋这几年诸如“环境电影”的视觉惯性的同时,更多地借鉴了中国传统文化记忆中的“拍案惊奇”的故事模式,让喜剧的层次丰富起来,带有了悬疑惊悚和黑色幽默的味道,这些,对于张艺谋来说,确实是有创新意味的。

但是,到底该如何把这些可以看得到的现有优势综合起来,用怎么样一个完整的故事实现,却是一个难题,这就涉及到前面所说的负面驱动的问题了。笔者以为,剧本瓶颈是最明显的负面驱动力。一直有一种流行的看法认为,摄影师出身的张艺谋,剧本一直是他的软肋,早期的一些电影,内容和故事往往来源于扎实的文学作品,而后期作品之所以引起争议,一个很大的原因正是剧本功力不够。“苦于没有一个好故事,而要寻找一个好故事”这样的焦虑让张艺谋找到了原本和中国观众没有什么关系的《血迷宫》^①。科恩兄弟以独立电影人的姿态登上影坛,从一开始就表现出善于讲与众不同、引人入胜而又意味深长故事的能力,《血迷宫》虽不是典型的好莱坞类型电影,但也带有明显的惊悚和黑色电影的类型元素。选择改编一部对中国观众来说陌生但剧本基础很好的电影,但又不是翻拍,而是把上述的社会流行文化元素和创新冲动与之融合,使其中国化、喜剧化,这正是张艺谋电影《三枪拍案惊奇》的来处。

二

“大众文化是通俗文化,它是由大批生产的工业技术生产出来的,是为了获利而向大批消费公众销售的。它是商业文化,是为大众市场而大批生产的。它的成长意味着:任何不能赚钱、不能为大众市场而大批生产的文化,都很少有地位”。^[1]这种大众文化观强调大众文化是与当代大工业社会和都市社

^① 《血迷宫》是科恩兄弟1986年的长片处女作,还获得过当年圣丹斯电影节的最佳影片。张艺谋敢于从自己对科恩兄弟的喜好出发,在对《老无所依》和《血迷宫》权衡了一番后,花费百万买下后者的改编权,从某种意义上说,是他对自己的品牌号召力和商业预期的自信,也是他创作自由度的一种体现。

会的兴起密切联系的，以现代大众传媒为基础的，自上而下向大众输送主流意识形态的具有支配性的文化形态。对于作为大众文化事件的《三枪》，我们从电影创作的动机和初衷，以及它的策划路径与电影文本以及其影响呈现出的一致性 or 反差的角度入手，进行解读，或许能对其作为大众文化事件的性质有更为深入的认识。追问多种元素在电影中融合得有机与否，是嫁接、杂糅还是拼贴，是理解其叙事特征、影像风格以及褒贬不一的社会反响的切入点。

首先，从叙事上来说，《三枪》在核心的人物架构和戏剧冲突上，比较严格地移植了《血迷宫》——偷情、报复、杀戮，更主要的是，它把原作中的四个人物（酒吧老板、妻子、情人、私家侦探）只知道整个事件的一部分，根据他们只知道的这一部分判断行事，让事件出现了错位，人物在错位的事件中如入迷宫的情节模式继承了下来。酒吧老板雇凶杀人，以为妻子和情人真的已死；妻子以为情人是为了钱与老板发生了纠葛，老板未死，妻子直到最后都还以为是酒吧老板在追杀他们；情人以为是妻子枪杀了老板才冒险为她毁尸灭迹，从而做出了残酷的杀戮；两人从头至尾都不知道私家侦探的存在；私家侦探先是从利益最大和风险最小的角度出发，选择杀死雇他杀人的酒吧老板而非那对偷情者，却又误以为偷情者知道了他的真实行为转而再次追杀他们。这种错位在原作那里，是科恩兄弟钟爱的黑色风格和荒诞性和偶然性主题的关键。不过，错位本身也可能是喜剧性的载体，我们原本有理由期望在《三枪》中利用原作剧本的这一特点大做喜剧的文章，但现实的情况是，《三枪》的喜剧元素恰恰是游离在这一核心情节特征以外，靠小品式的段子、演员招牌式的语言和动作、山寨雷人的戏仿，乃至当代网络流行文化符号的堆积而成，从而呈现出了“故事是故事，笑点是笑点”的闹剧味道来。喜剧电影缺乏戏剧冲突上的喜剧性，即便不算失败，也起码不是很高级的。

反过来看，《三枪》因为力图在核心情节上忠实于原作，不可避免地无法抹杀其具有的黑色惊悚和荒诞性，却又没有能力（可能也不希望这样，因为贺岁剧的定位）呈现出黑色幽默的喜剧性，那么闹剧式的喜剧性反而消解了原作剧本的特色和力量。这种情况下，“忠实于原作”却奇怪地变成了一种消极因素了。而且，在把核心情节中国化的过程中，为了那个在西方当代发生的故事到了中国古代（虽然是淡化了具体的时代背景）在不损失“惊奇”效果的同时，要依然合理、要能自圆其说，《三枪》做了一些为了“忠实于原作”的改变，杀人凶器、藏钱容器、取证配器等进行了一一对应的替换，但一个更重要的事情反倒被忽略了：人物在故事中的迷惑和错位，变得缺乏说服力——比如，老板娘和情人之间的误解是因为前者喝醉了，杀手怀疑情人知道他杀了人是因为后者恰巧在前者埋人丢失烟袋的地方大解，而且还失落了随身的手绢。这些偶然，让原作中的一些精巧的设计失色不少；故事的中国化，是以损失原作的精巧为代价的。

或许可以这么说：《三枪》是一部跨类型（喜剧/惊悚）的嫁接作品，但因为核心戏剧冲突和外围的流行文化元素包裹之间的排异反应，结出了奇怪的果实；《三枪》是一部跨文化（西方/中国）的杂糅作品，但因为戏剧性和合理性两者的权衡有误，显得凌乱生硬。

其次，从电影的制作上说，非胶片介质、较为单一的场景（甘肃张掖丹霞地貌外景+搭景棚拍）、缺乏特技或者大场面让人们对其大制作的预期多少有些落空，而且即便真的是“大制作”（包括购买剧本改变权的费用、发行宣传的费用）其呈现的依然是一种“小模样”，甚至有的评论者尖锐地说，再长的小品只是小品而不是电影^①。成本和票房的反差，票价和观影感受的不统一，让“《三枪》抢钱”的说法出现，人们的批评有了最直接的口实。近几年，国产大片的接连成功攫取了国内电影票房的大部

^① 参见韩寒博客。

分,同时也培养了观众的大片情结,电影非大片不买票看也。《三枪》这样一部电影,从其外部来看,怎么都应该是一部符合观众大片情结的作品吧,但是,这个大片有些怪,喜不喜欢笑不笑另说,反正一眼看过去有些小家子气。

再次,从电影的宣传策略上说,《三枪》摒弃了张伟平张艺谋当年用过、这几年国产大片反复在用的“首映礼”模式,另辟蹊径。一方面,利用可以覆盖全国的电视媒体的综艺栏目和门户网站现身说法^①,特别是张艺谋一改以往与电视媒体疏离的姿态,“亲民”地和主演们一起在节目中“做起了游戏”,这和电影在宣传口径上对抗“低俗”批评的策略——“不要把我们抬得太高,我们就是要拍一部让观众高兴的电影”在气质上十分吻合。另一方面,强调表明其民营资本的身份,通过挑起与官方主流电影体制的对抗,有意无意地制造被排挤的话题^②,从而与电影宣传上刻意凸显的亲民性呼应起来。但是,很有意思的是,进了影院的老百姓对此不十分买帐,4亿的票房预期的落空,观影热潮的迅速减退似乎有一定的说服力。

综上所述,《三枪》就其本体来说,即便不说是拿电影当幌子的当代社会流行元素的拼盘,也是多种元素尚未有机融合的嫁接和杂糅的电影作品;就其传播和反响而言,创作初衷和动机与其结果之间即便不说是背道而驰的,也可以说是存在着明显悖论的。

三

张艺谋在面对有关《三枪》的质疑和批评时,有一个说法往往能为他带来道义上的支持,那就是彻底自我消解的精英姿态。客观地说,所谓大导演不是非拍贺岁喜剧不可,但是他放低姿态,以娱乐观众的态度,很认真地拍了,虽然可能有些没有用全力。在《三枪》里张艺谋把该放下的都放下了,如果说他在以前的视觉盛宴的古装大片里还有一丝讲述寓言的“深度意义”这种精英式的追求的话,那在《三枪》里他确实没有更多要表达的了,他说了一个故事(虽然未见得说得精彩),也负责任地力图逗观众笑(虽然未见得很有品位)。他自认为“拍喜剧是为人民服务,不想被当作一个思想者举着。”^③这些说法当然没有什么太大的问题,我们也乐于接受这是张艺谋的真实想法而非应对策略,但是,我们要追问的是,这样的转变之后呢?如果张导演一直像在《三枪》这样“不思想”,那他的下一部电影(比如《山楂树之恋》)会是什么样子?如果像张艺谋这样在中国影坛旗帜性的人物一直这样“不思想”,那中国电影今后会是什么样?所以,很明显,彻底自我消解的精英态度,虽有对于电影本性认识和电影观念转变上的原因,更主要的还是资本运作和商业利润影响所致,是在这一次创作、这一轮资本运作中的相应态度,是以另外一个层面上的满足和成就作为补偿的,而且是动态调整的。从这个意义上说,《三枪》事件具有向着未来敞开的性质,它预示着电影将更多地从时效性、受众的当下反应、娱乐性上开掘利润点,而电影观念、电影美学、电影叙事、导演风格,以及其在电影史当中的价值预期,这些东西会退居幕后,成为利润的附属品。

接下来的一个问题是,作为文化事件的《三枪》是否具有典型性和可复制性?如前所述,由于各种因素的机缘,都决定了《三枪》具有某种唯一性和不可复制性,是“一次性的事件”。但其策划、制

① 据笔者的不完全统计,《三枪》上映前,央视(星光大道)、辽宁卫视(明星转起来)、东方卫视(精彩老朋友)、浙江卫视(我爱记歌词)以特别节目的形式为电影宣传。

② 张伟平因为感觉《三枪》上映档期受到排挤,以民营资本在电影的竞争中受到国有资本的压制为话题,炮轰了中影公司及其负责人韩三平。参见网易2009年12月22日对张的采访及相关报道。

③ 参见2009年12月11日,张艺谋做客网易时的采访。

作、宣传的模式，乃至从电影本体上说，其包含的对中国电影类型化和市场化的进一步探索，又具有典型性。早几年当张艺谋的《英雄》面市的时候，票房和评价出现了巨大的剪刀差，但几年之后，随着国内电影市场产业样态的变化，人们又倾向于从正面评价《英雄》对于国产大片生产模式的先导意义，肯定其对本土电影工业的示范价值。同样的情况也有可能出现在《三枪》身上。

过去几年，中国电影的发展特别是商业电影的发展上，有一个明显的类型化倾向的内在轨迹。这其中艺术电影借鉴类型因素的情况，比如新生代电影在处理“底层”题材时往往要借助类型化元素。底层喜剧、底层公路片、底层伦理片是最近几年“先锋的底层转向之后”的新生事物。《疯狂的石头》、《疯狂的赛车》、《鸡犬不宁》、《疯狂的彩票》、《好大一对羊》、《我叫刘跃进》、《高兴》一类的电影，或热或冷的喜剧因素和“底层”之间虽非“战略同盟”，但最起码是“互惠合作”的。《叶落归根》（张扬）、《红色康拜因》（蔡尚君）典型的公路片模式穿起了众多底层生活的典型场景。《青红》、《左右》（王小帅）、《我们俩》（马俪文）、《苹果》（李玉）则把特殊的伦理困境放置到底层生活中，似乎只有底层才有这样的困境。也有一些带有官方体制背景的主旋律电影在借鉴类型元素的情况，比如《紧急迫降》、《垂直营救》、《五颗子弹》、《惊涛骇浪》、《东方大港》等灾难片元素的应用。小成本的艺术电影需要票房，高成本的主旋律的电影也不能仅仅只考虑政治效益和社会效益，这说明类型不仅仅是一种电影文本的范式，也是电影市场化机制的凝聚和缩影。与前两者相比，大制作的商业电影更需要也更理所当然地在类型使用和探索上有所作为，这方面颇有传统的冯小刚的贺岁剧自不必说，《集结号》（战争）、《风声》（谍战、悬疑）的尝试也让人眼前一亮，但从整体上说，中国商业电影的类型意识依然相对薄弱，模仿尚且不像，创新更是遥远。在这样的背景下，《三枪》在类型化上力图有所作为的努力还是具有相当的前瞻意义的，虽然跨类型的组合和杂糅比较露怯，但那是能力的问题不是态度的问题。沿着其跌倒的地方走下去，或许能使中国当代商业电影和整个电影工业获得更好的发展。从这个意义上说，《三枪》又是民营电影资本在国产商业电影类型化道路上的一次尝试。

参考文献：

- [1] [英] 多米尼克·斯特里纳蒂. 通俗文化理论导论 [M]. 阎嘉, 译. 上海: 商务印书馆, 2001: 14.