

# 转型语境下当代电影批评价值的认识与评价

李云凤

**摘要：**电影批评的价值问题是电影批评学所要探讨的基本理论问题。然而，当下对电影批评价值的认识和评价上还存在一些问题，这些问题直接影响着对学院批评、媒体批评和网络批评的价值认定及其存在的合法性。如何正确认识与评价电影批评的启示价值、学术价值、宣传价值、自我表达与交流价值，是文章主要的探讨点。

**关键词：**电影批评；启示价值；学术价值；宣传价值；自我表达与交流价值

**作者简介：**李云凤，女，文艺学博士生。（江西师范大学 文学院，江西 南昌，330022）

**中图分类号：**J90

**文献标志码：**A

**文章编号：**1008-6552（2013）04-0095-06

转型语境包括三个层面：社会转型、电影创作转型及电影批评转型。自上世纪90年代以来，中国社会在经历着计划经济向市场经济的全面转型，由此带来了社会结构、思想观念、价值观念、生活方式、利益结构等方面的变化，并促成了大众文化的崛起。大众由80年代的沉默群体、启蒙对象，转变为主体意识增强、具有自身的利益诉求和价值取向的社会力量。他们在发出自己的声音，要求相应的话语权。大众以票房表达着自己的观影需求，影响着电影生产的方向。新世纪以来，网络的普及为大众表达提供了便利的平台。电影批评的自我表达与交流价值借助网络，获得蓬勃的生命。在社会转型的大背景下，电影创作在发生深刻的根本性转变。电影创作由具有独创性的艺术行为向工业生产性质的制作行为转变；电影制片厂由享受国家财政拨款的事业单位，向自负盈亏的企业化管理体制转变。由此导致电影生产必须面向市场，面向广大电影观众，沙龙电影难于生存。与之相适应的是电影宣传和营销受到前所未有的重视，电影批评的宣传价值得以凸显。电影批评自80年代中后期开始也在发生转型。西方现代电影理论的引进，推动电影批评范式由本体批评向文化批评转换，使得电影批评对创作和观赏的价值削弱，理论和学术价值增强。也即是说，社会转型、电影创作转型及电影批评转型催生了电影批评的新价值，同时促使其原有的价值或者淡化，或者加强，或者发生调整与改变。

从学界对电影批评价值的研究和认同情况来看，电影批评对电影创作和观赏的价值（以下简称启示价值）是得到学界最大认可的一个基本价值维度，对这一价值的研究成果也比较丰富，其内涵比较明确。值得注意的是，对这一价值的认识经历了由侧重政治思想倾向到关注艺术审美的位移。然而，进入90年代以后，这一价值却面临危机，以致有人惊呼“批评无效”，不少学者也纷纷撰文，认为电影批评对电影创作和观赏已不起作用。<sup>①</sup>学界对电影批评的宣传价值一直存在较大争议。自我表达与交流价值长期受到忽视，没有得到应有的研究，当被提及时，也是作为负面现象受到指责。可贵的是，李道新的《影视批评学》对此价值作了较为集中的探讨。学术价值虽然事实上已经成为学院批评的主

基金项目：2012年江西省研究生创新基金项目（YC2012-B015）、2012年江西师范大学研究生创新基金项目（YJS2012045）《中国当代电影批评的价值观念问题研究》的研究成果之一。

① 可见高力《苦涩反省：重提电影批评的无效性》、周星《电影批评的批评之思考》、陈晓云《电影批评的泛文化现象》、彭加谨《影视评论应该有所作为》、熊立《问题意识·科学方法·批评体制——危机中的电影批评之出路》等文章。

要价值,但理论界和批评界对这一价值的研究却很薄弱。这些问题直接影响着对当下三种主要电影批评形态(学院批评、媒体批评和网络批评)的价值认定及其存在的合法性。如何正确认识与评价电影批评的启示价值、学术价值、宣传价值、自我表达与交流价值,已成为摆在我们面前的迫切问题。

## 一、电影批评的启示价值

关于这个问题,钟大丰有一段论述能给我们启示。他认为“电影批评的作用和意义主要在于提供一种参照和启示,帮助创作者更好地认识时代、社会和观众对电影创造的期望和要求,至于它到底能对创作者产生多大的实际影响,则在更大的程度上依赖于电影批评本身与电影市场和时代意识形态主流变革前沿之间的吻合程度。”<sup>[1]</sup>“真正能够给电影规定发展道路和方向的只能是社会、市场和观众的需要。”<sup>[1](95)]</sup>由此可见,电影批评启示价值的实现受到诸多复杂因素的影响,存在很大的不确定性。即使批评家们认定自己的批评文章能对创作实践有利,如果不被电影创作者采纳,那么批评的启示价值也无法实现。不采纳的原因有很多,如创作者可能根本就没有看到这篇文章;或者虽然看到了,但与其艺术旨趣相左;或者虽与其旨趣相谐却与观众的需求不合,以市场为导向的电影创作只能跟着观众走。

从这个角度来反思电影批评的启示价值得到较好实现的上世纪80年代,就可以发现其中存在的问题。电影批评对创作的引导主要在于对艺术电影创新潮流的倡导,在80年代前半期体现为正价值,到中期则渐渐暴露出负面影响,虽然责任不全在批评,但与批评有一定的关系。对于80年代前半期的娱乐电影创作而言,批评不仅没有起到良好的促进提高作用,反而因噎废食,做出了不少武断而带艺术偏见的负面评价,给创作者带来了一定的心理压力,影响了创作。因此,1987年、1988年电影创作与电影理论及批评的矛盾尖锐化、公开化,不是偶然现象。也因此,这时创作界和理论批评界都有不少人开始呼吁创作与理论、批评的三家分立。由此可见,即使批评能对创作产生启示价值,这种价值有可能是正面的,也有可能是负面的。因此,不能对启示价值不加区分地一味加以倡导。电影批评对观众的启示价值在80年代同样存在问题,或者说已部分丧失。“叫好不叫座”和“叫座不叫好”体现的正是专家影评和普通观众的审美差异,而这一现象在80年代不是个别,而是在娱乐片和探索片的批评与观赏中普遍存在。普通观众乐于观赏娱乐片,而专家影评大多对此评价较低。不少专家影评对探索片评价颇高,而电影院里此类影片经常观众寥寥。这种现象,当然不能说体现了批评对观众观赏影片的启示价值。进入90年代以后,随着电影批评范式向文化批评的转换,以及批评学科意识的增强,批评日益学院化,集中到高校和科研院所中,成为学院批评。从电影实践来看,此后的电影创作更多地受市场和观众的影响,对电影观赏的引导则逐渐由媒体批评和网络批评承担。

对电影批评的启示价值,我们应该用理性的眼光来看待。首先,我们必须意识到批评发挥作用的社会文化语境、时代主潮已经发生了变化,不能再用启示价值作为衡量电影批评价值的主要甚至唯一维度。对启示价值的过于关注,有可能妨碍我们对其他价值的认识与评价,甚至可能使我们无法看到或根本容不下其他价值。这样就很难客观地、恰如其分地评定各类电影批评的价值。启示价值之所以成为电影批评的基本价值定位,得到批评界的普遍认同,是因为实用理性传统在我国的根深蒂固。启示价值体现了批评者的社会责任感和人生价值,同时,与现代知识分子凭借自身的专业知识为社会服务的精神理念又是相通的。另外,启示价值还体现了批评者对创作和社会的干预能力,一定程度上也是其权力和地位的象征。因此,批评的启示价值弱化,意味着批评者社会地位的降低和干预社会的能力甚至权力的减弱,也使批评者丧失了部分社会价值,由此产生深重的焦虑感是理所当然的。批评

者应该积极调整心态，看到批评的多种价值，既可继续为增强批评的启示价值而努力，也可转换批评重心，在实现批评的其他价值中实现自己的人生价值。其次，我们应该认识到，市场经济条件下的电影创作更多地受市场的制约，批评如果无助于电影创作的市场取向和市场价值实现，就很难对创作产生影响。因此，如果批评要对创作产生影响，批评自身将面临着批评理论、批评方法、批评范式、批评价值观念、批评传播渠道、批评文体等各方面的调整，是一个宏大的工程，需要较长的调整转型期，更需要批评者们有这些方面的自觉意识。再次，如前文所言，电影批评启示价值的实现存在诸多不确定性，是各种合力综合作用的结果，不是批评者个人或群体所能左右的。从批评者的角度来说，我们应该努力使批评或至少一部分批评有助于创作，有助于电影的健康持续发展，为我国的电影文化事业贡献自己的力量。但同时，我们不必为批评没有在短时间内见效而懊丧苦恼或忧心忡忡，不断加强自身的建设，提高批评水平和解决电影问题的能力才是根本。电影批评对创作的价值，在大多数时候是营造出一种舆论氛围，为创作提供思想和理论滋养，由创作者根据自己的需要自由地做出选择，潜在或潜移默化地影响创作，而不是指挥或左右电影创作。或者说，批评对创作的价值，有时不是立竿见影的，而要经历较长的时间才能显现出来。

## 二、电影批评的学术价值

从80年代后期始，学术价值之所以逐渐成为电影批评的重要价值维度之一，原因有三个。首先，与中国电影理论的民族传统和存在形态有关。钟大丰曾说到“至今仍有人认为，中国电影长期没有自己独立的理论，而只有电影评论。的确，在中国电影历史上，较少有以纯理论形态出现的理论表述，但这并不等于中国人没有对电影做过理论思考。事实上中国人对电影的理论思考大多是通过电影批评的形式呈现出来的。”<sup>[1](35)</sup>也就是说，这类批评文章通过对电影文本、现象等的分析阐释，在批评的过程中把自己的理论观点表述出来，并加以论证。其理论性较强，很多内容本身就是一种理论阐释，可以直接上升到电影理论的高度，因而具有学术价值。其次，从构成上来说，电影批评包含了对电影理论的批评和对电影实践的批评两部分，前者被称为理论批评，后者被称为评论或影评。理论批评无疑具有学术价值。正如饶朔光在谈到电影理论时所言“这种学科化、学术化的电影理论有自身相对完整和独立的研究领域和概念系统，因而也有某种自足性，即并不依赖于创作实践而有自身相对的独立的价值和意义。”<sup>[2]</sup>对于理论批评，我们也应作如是观。最直接的原因，则是80年代后期的理论转向和电影批评学科化建设的必然结果。80年代后期是电影理论争取独立价值和地位的开端。一些电影理论研究者明确表示其学术重心将从理论的启示价值转移到学术价值上来，将投身于电影理论的学科建设上，而不再关注理论能否对电影实践产生作用。<sup>①</sup>这一转向既是中国电影理论经过一段时间的发展和积累后，谋求建立一门独立学科的必然要求，也是引进西方现代电影理论产生的必然结果。电影理论的这一转向对电影批评产生了重要影响，电影批评也随之加快了学科化、理论化的进程，电影批评的理论意识加强。随着一批中青年批评者把现代电影理论运用于影片分析，批评进一步科学化，使批评显现出与80年代中期以前不一样的面貌。随感式、印象式的经验批评虽然还大量存在，但以某种电影理论、批评理论、批评方法为支撑的批评自觉意识逐渐增强。这无疑使电影批评具有更高的理论含量，提升了批评的学术价值。

在中国当代电影批评发展的实际中，学术价值和启示价值似乎呈现出此消彼长的矛盾关系。对于

① 可见李陀、郝大铮、周传基、钟大丰《电影，科学的对象，重提“电影是什么”》及李迅、钱竞《电影：如何作为科学的对象》等文章。

创作而言,因为电影符号学、叙事学、意识形态理论、女权主义理论、精神分析理论等现代电影理论本身不是创作论,而是批评的方法论,即使批评者想用这些理论来帮助创作也无法如愿。这一点已为个别创作实践的失败经历所证明。对于观众而言,这类批评过于艰深,专业名词和术语太多,而且批评者对理论的运用也还不够娴熟,生涩之处难免,观众无法看懂这类批评,甚至根本没有兴趣阅读。有些电影理论和批评界的专业人士,对这类批评文章也很难接受,认为这些批评沉迷于对各种西方现代电影理论的引进、翻新、搬用、操练,用深奥、晦涩的理论术语哗众取宠,故弄玄虚,满足于在理论圈子里自说自话,轻视或忽略批评对创作和欣赏的实际指导作用。这些问题确实一定程度上存在,但不能将这些问题完全归罪于批评的理论化,更不能以此作为反对批评的学术价值的理由。批评的理论化与理论的批评化是整个文艺理论和批评的大势所趋,也是文艺批评学科化建设的必然结果。电影批评要成为一门现代学科,就要有自己特定的研究对象、概念、术语、范畴、理论、方法、学科边界、学科规范和基本问题,必定要追求科学化、学理化、系统化,要求电影批评具有学术价值。因此,王一川认为,“批评的学理化,就是说批评不应当仅作为直接的阅读印象的记录,而需要在此基础上依据一定的学术框架或模型去加以阐释。”<sup>[3]</sup>也正是在此意义上,贾磊磊提出“对于影片的评论只是电影批评的一般职能,仅仅是电影批评的一个微观领域。电影理论批评的学术、学科建设才是我们着意进行的一项宏大工程”。<sup>[4]</sup>从长远来看,批评的学术价值与启示价值不仅不存在矛盾对立关系,学术价值反而有利于启示价值的提升,因为加强电影批评学科的建设,才能从根本上增强电影批评解决实践问题的能力。当下电影批评启示价值弱化,不是因为批评的理论建设太强,而是太弱,对批评的理论研究不是太多了,而是太少了。

### 三、电影批评的宣传价值

“宣传”一词的含义,《现代汉语词典》解释为:对群众说明讲解,使群众相信并跟着行动。从某种意义上说,电影批评就是宣传,是对批评者的艺术观念、价值观念、思想观点、政治主张等的宣传讲解,也是对电影所具有的各种价值、优点的宣传讲解,目的是劝服创作者和观众接受其意见,对创作者和观众起到一定的引导作用。只是不同的电影批评文本,宣传的侧重点不同,有的侧重政治宣传,有的侧重艺术宣传,有的侧重商业宣传。胡克在《中国电影理论史评》中谈到二十年代的电影理论批评时指出“一些发表在影片特刊上的理论评论文章,自我宣传味道浓厚,不遗余力地夸耀其优点,回避或掩饰弱点。”<sup>[5]</sup>李梦学在谈到80年代的电影批评争鸣时则认为“良好的学术氛围不但起到理想的宣传效果,而且还营造了宽松的创作环境”。<sup>[6]</sup>显然,他们都认为批评具有一定的宣传作用。

电影批评的商业宣传价值,在我国的影视批评及电影批评教材中基本没有得到研究。学界对这一价值的理解不一。1996年,邵牧君发表《影评的任务》一文,提出影评的任务“不是指导观众,不是当观众的先生,更不是当电影制片人和电影艺术家的指导员。你的任务是给观众提建议、做向导”,要“树立‘为观众服务’的思想,强化‘为电影做好宣传员’的意识”。<sup>[7]</sup>邵文中所指的影评,我们现在通常称为媒体批评,而不是指发表在学术刊物上的学院批评。该文一发表即引起激烈的论争。《文汇报》发表了多位学者的文章,提出不同意见。不少学者对批评要为电影发行、放映服务,为电影做宣传,还难于接受。原因有二:第一,在电影宣传中,批评者的权力发生了置换,批评者丧失了指导者、立法者的权威地位,成为服务于电影发行、放映的从属人员,褒贬要看人脸色,评说要受人指挥,丧失了批评的独立品格和崇高性。第二,为电影宣传服务的电影批评,操作上不够规范、严肃,存在很多违反批评原则、庸俗化甚至低俗化的现象。电影宣传形同商业广告,功利性过强,而且还往

往是夸大其词、哗众取宠、故弄玄虚的失实广告。为了招徕观众，有些宣传有意放大甚至杜撰影片中的色情、挑逗、感官刺激内容。学者的清高孤傲使他们很反感这类批评，不屑也不耻于为之。90年代中期以后，电影批评在批评形态和价值功能上都已经发生分化，电影的价值功能和运行环境也已经发生了很大的改变，而很多学者的观念中却还没有批评分化的意识，这场论争就在所难免。

王志敏在《从麦茨理论谈电影批评观念》一文中介绍了麦茨的电影机构理论，把电影批评定位于促销机器，进而提出“电影批评者的工作，有时是检查，有时是裁判，有时是促销，这种促销与一般的商品促销有所不同，这是一种更为根本意义上的、永久性的促销”<sup>[8]</sup>。解玺璋也认为，在电影发展注重营销的时代，“电影评论应该成为电影营销的灵魂。……没有电影评论的支持，电影营销很容易走上歧途，成为纯粹的‘商业炒作’”。<sup>[9]</sup>当下的电影发行和放映方也是把电影批评作为一种宣传、营销手段。笔者认为，电影批评的宣传价值本身无可厚非，在市场经济条件下，电影需要批评的大力宣传为其鸣锣开道。电影创作的成本很高，投资风险也比较大，尤其是一些商业大片，投资上亿，如果不借助强大的宣传、营销攻势，恐怕连收回成本都很难，更毋庸说盈利。如果批评能为电影的宣传、促销贡献一份力量，也是在发挥批评的作用。关键在于，宣传和营销同样要遵守一定的价值原则和道德底线，必须做到真实、客观，不能做虚假广告，欺骗消费者。同时，依然要遵守批评的职业道德和基本价值立场：好处说好，坏处说坏。从长远来看，过度拔高的正面宣传和过分贬低的负面宣传都会使聪明的观众和读者意识到批评背后的操纵力量，从而对批评和宣传的可信度、公正性、客观性产生怀疑，进而产生被愚弄和忽悠的恶感。因此，只有真诚、客观、公正、有理有据的电影批评，才能真正发挥宣传的价值。在具体实践中，宣传价值的发挥确实存在种种不尽如人意之处，只许说好话、不许说缺点、歪曲事实、脱离实际地吹捧、美丑颠倒等现象屡有所见。积极的态度应该是对这种价值展开客观、深入的研究，认识其正面与负面影响，对正面影响加以充分利用，对负面影响提供可行和切实有效的规避、防范措施，加以规范、引导，而不能因噎废食，或一棍子打死。如果能做到这样，则不仅能避免或减轻宣传的负面价值对电影批评信誉带来的损害，还能增强电影批评的有效性，对批评界和电影业界都有利。

#### 四、电影批评的自我表达与交流价值

电影批评的自我表达与交流价值受到诟病的原因主要有三个：一是完全沉迷于自说自话、自娱自乐、自我表现，批评文章私语化或玩文字游戏，无法起到沟通交流作用；二是停留于观后感的初浅层次或情绪化的宣泄，缺乏理论深度、真知灼见和普遍有效性；三是脱离影片文本任意发挥，主观性、随意性比较强；电影批评不见电影，更不见批评，只有随感。客观上说，有些批评文章确实存在这些弊病，但并不是批评的主流。因此，对自我表达与交流中存在的弊病，我们应该进行批评和矫正，对其中的优长，则应大力倡导，绝不能泼脏水把盆连孩子一起倒掉。

英国电影理论家欧纳斯特·林格伦认为“人们必须首先感受和了解，而后才能进行分析。决不能让理智对美学问题有先入为主的判断。任何健全的评论的首要前提，是评论者必须专心致志地和虚怀若谷地使用自己的全部官能（感觉、感情和理智的官能）来对待艺术作品。”<sup>[10]</sup>也即是说，电影批评的前提是批评者对影片有敏锐、丰富的艺术感受力，通过对观影体验及感受的深入分析、省思、检视、咀嚼、把玩，通过与自己内心的交流，达到对影片更细腻、更深刻、更完整的审美享受。有如作家通过文学作品来表达自己的思想情感、体验感受，电影批评也是批评主体表达自己思想情感、体验感受的一种途径，只是它们均由电影触发，是观影后的结果。因此，从最普泛的意义上说，一切电影批评都

具有自我表达与交流价值。只不过,主体意识、自我意识较弱的批评者,这一过程经历的时间往往比较短,且多被控制在潜隐的无意识状态,很快就过渡到理性的批评分析和阐释。主体意识、自我意识较强的批评者,则比较注重对自我观影感受、审美体验、艺术直觉的表达。也许由影片中之一点生发开来,“精骛八极,心游万仞”,“借他人酒杯,浇自己块垒”;也许紧紧围绕影片但却让读者感受到批评主体的才情横溢和人格魅力,字里行间激发读者与之产生共鸣乃至思想上的碰撞,体验到一种心灵上的愉悦与震撼。这样的批评文章具有创造性和独特的个性,是批评主体自我价值的实现和艺术品格的表露,是个体性情的自由舒展和表现。如张会军所言“电影批评,是一种思想观念的自我表达”,“是评论家自我直觉、感觉的细化过程;电影批评,可以充满个人强烈的主观意念”。<sup>[11]</sup>

相对而言,注重自我表达与交流的批评文章较具个性色彩,保留了批评主体较多的主观性和感性体验,个体性情及个人观点会有较多的流露,在批评话语和行文表达上甚至能形成一定的特色和风格,能使读者得到如同阅读优秀的散文般的审美享受,从而比千人一面、千篇一律的批评对读者更具吸引力。当然,自我表达必须控制在一定范围内,不能毫无节制或过度自我,以致无法被他人接受,失去交流价值,更不能成为非理性的泄愤、辱骂或人身攻击。从批评的内在要求来说,批评应该是个人性与社会性的结合,在注重自我表达的同时,也要能对观众或读者有所启迪、帮助,使人受益,更要求批评者倾听他人的表达,实现相互交流。这样,批评的自我表达与交流价值才能真正实现。

#### 参考文献:

- [1]钟大丰.是谁在为创作指路[J].电影艺术,1995(3):39.
- [2]饶朔光.走向多元分化的中国电影理论批评——新时期电影理论批评回顾[J].当代电影,1995(2):80.
- [3]王一川.批评的理论化——当前学理批评的一种新趋势[J].文艺争鸣,2001(2):56.
- [4]贾磊磊.媒体时代电影批评的道德失序与话语重构[J].艺术百家,2006(2):13.
- [5]胡克.中国电影理论史评[M].北京:中国电影出版社,2005:41.
- [6]李梦学.中国电影呼唤理论评论[A].章柏青,楼为华.电影学大视野——中国电影评论学会成立30周年学术论文集[C].北京:中国电影出版社,2012:344.
- [7]邵牧君.影评的任务[J].电影评介,1996(2):4.
- [8]王志敏.从麦茨理论谈电影批评观念[J].电影艺术,1999(3):74.
- [9]解玺璋.营销时代的电影评论[J].电影艺术,2004(3):12.
- [10][英]欧纳斯特·林格伦.论电影艺术[M].何力译.北京:中国电影出版社,1994:169.
- [11]张会军.电影批评的思考[J].北京电影学院学报,2003(4):1.