

2016年中国电影十论

陈旭光

摘要：在新世纪以来中国电影的产业发​​展、美学特征、类型格局和媒介文化等背景下，总结 2016 年的中国电影产业、文化现状与发展，提炼了十余个凸显出来的主要、重要、关键的问题进行了深入论述。这些问题涉及产业格局、批评、创作格局、文化格局、类型电影、艺术电影、青春电影与亚文化、喜剧电影、动画电影、新主流电影、合拍片等。

关键词：2016；中国电影；产业；类型；创作；艺术；美学；文化

作者简介：陈旭光，男，教授，博士生导师。（北京大学 艺术学院，北京，100871）

中图分类号：J992 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552（2017）02-0058-17

一、高峰与低谷的辨析：“不以物喜，不以己悲”

回顾 2016 年，不难发现——中国电影产业的一个重要现象是票房增速放缓，市场理性回归。事实上，这一苗头早在 2016 年暑期档就初露端倪。暑期档一向被看做最热门、最吸金的档期。2016 年暑期档，7 月电影票房 45.1 亿元，同比 2015 年的 55.06 亿元减少了 10 亿元，是在近年来一直强势走高的“惯性”中突然走低和“负增长”。2016 年暑期档的低迷一时引发业内人士的极大关注和困惑乃至焦虑。

但我觉得不必过于拘泥于某一固定的时间段。不要在意于高峰还是低谷，高峰不必傲骄，低谷也不必杞人忧天。不以物喜，不以己悲。我们还是应该把关注对象拉开些距离。从新世纪以来的历史维度，从整个全球化的世界背景来看，不在乎于一城一池之得失。以我的判断，虽有电商票补减少、甚至非常态的“资本搅局”、票房造假等现实因素，但票房走低的原因是多方面的，如 IP 神话的失灵或破灭，某些影片的内容浅俗低劣，类型单一，一窝蜂等。从好的方面来说，这在一定程度上说明我国消费者正日益走向理性消费，观赏趣味在优化，妄想赚快钱的影片势必被市场淘汰，这能够促使电影人反思自省。但就总体而言，中国电影产业的上升在三五年内是刚性上扬的，远未到“瓶颈”。现在市场化了，市场票房的高低虽与供给侧出现和累积的问题相关，但毕竟是观众、市场自己决定的，太着急也没用。

果然，我们很快就迎来了 2017 年春节档的再次上扬。一些品质、口碑不怎么样的电影重新席卷票房，又给哭笑不得的电影人吃了一记“定心丸”。总的来说，“尽管这一年的商业类型电影略偏保守、稍显平淡，更缺乏艺术性突出、现实性彰显、综合指标均很强的大片、力作，但不可否认，中国电影已对类型的融合与突破形成一种自觉意识，在类型的多样化方面有令人欣喜的拓展，也涌现出一批能够满足不同观众审美与文化需求且富有个性优秀作品。

与此同时，随着需求的日益增长以及类型、风格、题材、品种的趋于丰富，观众的分层与文化的多元之间形成了互为张力的关系，这也深刻地形塑着中国电影的文化整体面貌，不仅使得‘新主流电影大片’^[1]这样的话题重归学界视野，也使得中国电影呈现出分众化、类型化、多样化的电影格局。”^[2]

二、喧闹与秩序重建：网络时代电影批评的信任危机与多元化标准

在今天，网络已经像水和空气一样成为我们的日常生活本身。“媒介的日常生活化”早已不再是新

鲜的论断。在社会学的意义上，网络更是不断重组一个个独立于社会的新社区或新阶层。这些阶层或社区不以物质资料的占有和社会地位、生产关系为划分标准，与社会平行但又时有交叉，虽然是虚拟空间，但对现实和生活的影响、介入越来越明显也越来越强势。

网络对电影的全方位的强势影响与日俱增，不仅仅是网络购票、网络宣发、网络口碑舆情，也不仅仅是网生代的电影受众和电影创作思维。

2016年与网络传媒相关的一个现象是年末围绕豆瓣打分而引发的涉及网站、观众、评论者、电影资本方、甚至电影的官方管理者的轩然大波。在这场轩然大波中，国产电影在评分和口碑上似乎出现了严重的舆情危机，作为社会阶层群体之缩影的观影群体（出品方、导演、影评人、观众等之间）的撕裂是如此之剧烈，令人不禁愕然。

2016年末，打着张艺谋招牌的《长城》和打着王家卫招牌（监制）的《摆渡人》等电影在上映后遭到了以豆瓣为代表的电影网站的“低分差评”，有些电影或导演甚至招致谩骂和类似诅咒的人身攻击，使得出品方和导演家人愤愤不平，要诉诸法律。随后而起的各方舆论之争再次将网络影评、网站打分的可靠性问题，对观众观看、票房高低的影响力问题，包括对往年争论过的“水军”和“自来水”对票房的影响问题，以及电影评价标准的问题，等等，均放到了我们面前。这说明，在当下，一方面，电影的评分机制、网络影评信誉度遭受到了信任危机；而另一方面，则是网络舆情、网络影评、打分的影响力问题受到了各方面的高度关注和重视，而这种影响力、实现度到底如何？如何发生？如何实现？可否量化？某些网络影评、网站打分是否受资本控制？是“水军”还是“自来水”？某些影评人是否过于苛刻？某些观众是否属于不懂电影的“非观众”等等，则远未清晰。于是，各方各执一词，陷入争论之中。当然，对导演进行几近人身攻击的恶意评价暴露出某些网络批评伦理底线的缺失。无论如何，网络与电影之间的关系更为密切了，其影响力的提升毋庸置疑，同时，网络批评的兴起对电影批评的建构，对学院派批评也形成了挑战。许多学院批评者也介入、讨论关注此事件。

现在我们的问题是，在当下这个多元价值与多种批评形态共存的语境中，在这个可能“人人都是批评家”的“微时代”，具有普遍共识性的批评形态、批评标准已经不可能了吗？众声喧哗的网络时代，我们到底应该如何评价电影？我们应该如何建构一种综合开放多元的电影评价体系？

归根到底，依托于网络的影评、打分、争议，实质上也是不同文化、资本，不同意识形态的较量，是多种“象征性权力”^①的斗争和较量，当然，如果资本过度介入，水军力量很大的话，也可能成为一场“金融经济”和“文化经济”^②的斗争和较量。

正如笔者一直主张的，当下中国电影生态需要在一种宽容多元的文化心态和文化姿态下提倡一种“综合多元开放系统”^[3]的电影评价标准体系而不是唯一指标的批评标准，无论票房还是艺术抑或网络口碑（包括网络打分，影评人打分）都不能是唯一指标，这是由媒介环境的日新月异和电影艺术生产独特的工业性特征等复杂性因素共同决定的。

在当下历史与现实“多元决定”的时代，我们需要评价对象视点的综合，评价体系的开放，还有判断指标的多元。

必须注意，当下网络社区的重组和粉丝文化的崛起对电影批评与传播产生了很大的影响。网络重组了社群，然后重构了粉丝，粉丝在很大程度上会反作用于电影。今天我们面临的很多问题都跟网络

① 象征性权力的概念参见陈旭光《青年亚文化主体的“象征性权力”表达——论新世纪中国喜剧电影的美学嬗变与文化意义》，《电影艺术》2017年第2期。

② 约翰·费斯克指出，“我们生活在工业化社会中，所以我们的文化当然是一种工业文化，我们所有的文化资源也是如此，而所谓资源一词，既指符号学资源或文化资源，也指物质资源，它们是金融经济与文化经济二者共同的产品。”[美]约翰·费斯克《理解大众文化》，中央编译出版社，2001年，第33页。

受众有关,受众在网络上发生互动,重组社区,由一盘散沙变成有“组织”有认同感的“氏族”或“部落”,他们的力量不容小觑。还有,电影批评则呈现出“微化”趋势。近年来,随着中国电影产业的不断发展,影评的写作形态、功能和传播方式等都在发生巨变。褒贬鲜明、简洁凝练的微博、微信体的网络影评客观上需要用最简括的文字抓住电影最核心的问题,直接的或一针见血、五体投地的褒贬赞弹才最能抓住眼球。不妨说,网络微时代,电影批评已经“微批评”化了。

今天对于电影来说,毫无疑问,单一的艺术标准、文化尺度、“唯票房”的工业标准、唯口碑的网络舆情标准都是片面的。我们应该提出一个综合开放的立体评价标准体系,让各种不同的评价标准在一个新的评价体系之内都占有其合适的位置,不是“一元论”的标准,而是多元论的标准系统。这样一种标准的建立,一方面跟电影作为综合艺术的特点,以及电影理论和批评从一开始就具有的跨学科性,都有相关之处。这也与我们在短短的20—30年的时间之内,关于电影的观念认知从“事业论”、“宣传工具论”,到“艺术论”、“文化本体论”,到工业、产业论的迅速跨越式发展现实密切相关。

首先,电影的批评标准要根据批评对象的性质、宗旨、意图、功能、实现度等的不同而有不同。例如艺术电影与商业电影,“作者电影”与类型电影的标准就不应该相同。对于张艺谋的《长城》,我们也不必以第五代导演的昨日标签来衡量张艺谋,甚至不必像对待早年他的电影大片如《英雄》的标准来衡量。我们得面对这部中美合拍的商业大片,一部标准的好莱坞电影工业体系下的产物。而对《摆渡人》,我们也不必因为王家卫监制的标签而以王家卫独有的那种小资情调、非叙事性、抒情独白化的艺术电影的期待视野来规范。当然这不是说就可以完全放弃对商业电影的艺术评判,而是说商业电影有自己不同于艺术电影的艺术逻辑。另外,对于《路边野餐》《长江图》《塔洛》《我的诗篇》等艺术电影,更不应该以商业片的票房标准来衡量,东边轰隆西边雨,这些片子在众多电影节上的获奖,在影迷粉丝、小资小众中的美誉度又岂是票房可以购买或弥补的!

其次,要适度尊重电影的大众文化特性以及相应的娱乐、消费功能,因而评价标准要开放、灵活、综合、“立体”、多元,既不能“票房至上”,也不能无视票房而“艺术至上”、孤芳自赏,要把大众喜闻乐见、通俗易懂的标准与艺术传播的广度和接受的实现度等一并纳入考量评价的指标。

再次,还要加入制片和票房的标准。我们虽不能“唯票房论”,但票房一定程度上的确代表了观众的接受度与共鸣度。作为一种文化工业,电影应该有投资多寡与产出回报即制片的考量。制片成本与票房收益应该成为评价电影的一个重要维度。也就是说,我们悬拟的是一种综合的标准而不是一元化的标准,无论是艺术的、产业的还是其他的。

2017年,我们瞩目于建构一种综合开放多元的电影评价体系,也寄望中国电影走出2016年相对的“低谷”,继续稳健、良性、优化地可持续性发展。

三、整合与细分的张力:“合家欢”电影与类型的多元化发展

在新世纪中国电影产业的发展态势中,我曾提出,“合家欢”式的中等投资以上的大片与各种中小成本的类型电影(“小片”)的分化,是具有代表性的两种电影产业向度,并有继续加大分化的趋向。^[4]

毋庸讳言,新世纪之初,中国电影曾经有过古装武侠电影大片的“一片独大”,甚至是“我花开后百花杀”的“霸气”。《英雄》《满城尽带黄金甲》等“大片”追求大营销、大制作、大场面、大明星等原则,凸显场景、画面,营造视觉奇观,追求强烈的视听效果,同时淡化情节。虽然问题不少,骂声不断,但毕竟盘活了中国电影市场,拯救了世纪之初岌岌可危的电影工业,历史地看,绝对功劳莫大。稍后,以《疯狂的石头》为代表的黑色幽默喜剧电影,以《失恋33天》等为代表的“小妞电影”、青春片、青年喜剧电影等“小片”也开始崛起。小片与大片追求镜头画面的唯美造型不一样,

其结构形式、视听语言、美学风尚、文化表达，都更符合网络时代、全媒介环境下成长起来的青少年一代的视听习惯和接受程式。

笔者曾经从观影与大众文化传播的角度论述过这一分化趋向：从媒介背景和电影本体的角度看，“大片”和“小片”均是电影对全媒介时代的适应和反应：大片坚守经典电影、银幕、影院电影等原则，排除其他媒介的影响，把大屏幕、影像奇观性做到极致。“小片”则是小成本投入，精准地瞄准某一类观众，做好类型、分众，常常融入其他媒介的技术、手段、语言方式，走向一种全媒介时代的新电影。^[5]

一定程度上，古装大片衰落之后的“合家欢电影”是对大片的一种替代。“合家欢电影”表达普适性、主流化的价值观，更多偏喜剧形态，欢快、热闹、祥和，明星阵容强大，男女老少皆宜，以动漫电影或动漫风格居多。因为要照顾一少一老两头，照顾儿童口味为首位，常在春节、五一、十一长假等节假日档期上映。一般投资较大，具有获取高票房的潜能。如《西游记之大闹天宫》《捉妖记》《大圣归来》《美人鱼》《西游降妖》《功夫瑜伽》等都有这种特点。

“合家欢电影”有着极大的观众优势和市场潜能。首先，在一个网络化的时代，网民们在虚拟的网络空间中，可以重新组成一个个远离实体社会、隐匿真实身份，地位权力无差异，跨性别、跨身份、跨阶层的社群，网络上的同气相求更可能统一话题、统一热点和统一趣味。其次，因为社会安定、生活富裕对于家庭和谐、幸福感的需求等，加之节假日尤其是春节期间全家观看的需要。例如2016年的票房翘楚《美人鱼》，以奇幻的想象力和人（鱼）性温情，加之现实问题的直面如环保、贫富阶层冲突与和谐共处问题，并一如既往葆有周星驰特有的喜剧风格，最后以破30亿人民币的票房纪录而高居华语电影之首。

但另一方面，类型、题材、风格多样的小成本电影是当下中国电影文化消费的刚性需求。这不仅是满足最广大的人民群众日益增长的文化消费的需要，也是由于中国电影观众的基数足够大，再小众的类型电影也能够满足一部分人的观影需求。于是，此类电影在运作上往往精准地瞄准某一类受众，并在此基础上争取“以小博大”。这几年来，如青春片、喜剧片、“小妞电影”、公路片、心理惊悚片、恐怖片、犯罪片、动画片、奇幻魔幻片等，都有发展，表现尚为不错。今年的类型片发展态势也呈现出分化和多元发展的良好态势。黑色片《追凶者也》以其分段环形的叙事结构与荒诞离奇的黑色幽默，指涉了当下的社会现实；武侠片《箭士柳白猿》延续了导演徐浩峰的“新派武侠”之路；青春片《七月与安生》对于当代女性个体心理的表现颇为细腻，对女性心理理想与现实的矛盾，“自我”与“本我”的对话乃至分裂等青年心理的挖掘，使其展现出其他青春片所没有的深度，代表了中国青春电影的成长；均由香港导演执导的警匪动作片《湄公河行动》与《寒战2》，分别表现出当下合拍电影的两种不同路向：前者为大陆化新主流大片的升级，香港警匪电影的主流化和文化融合；后者代表了本土化港式警匪片的坚守。

小众化的艺术电影有《驴得水》《长江图》《路边野餐》《我的诗篇》等，构成为2016年中国电影复苏的一个“绝对信号”。还有颇难定位的《罗曼蒂克消亡史》，它具有艺术电影的气质和情调，采用多线性、碎片化叙事手法、怀旧、优雅，风格独特，但明星阵容强大，实际上不无商业野心，既体现了导演在艺术上的追求，也表现了某种艺术与商业结合的追求努力。

这些现象说明，中国观众的类型、风格、题材偏好是异常丰富多样的，差异化很大。类型并没有大小高下之别，而主要看你是不是按照类型电影的规则去做，是不是控制成本，是不是定点精确地瞄准了受众。

未来，我们应该追求“合家欢”电影与多元化的类型电影之间形成合适的张力这样一种电影发展态势。

四、大众与小众的裂隙与缝合：艺术电影的“逆袭”性生长

2016年中国电影的一个突出现象是，以《路边野餐》《长江图》《我不是潘金莲》《百鸟朝凤》《箭士柳白猿》《冬》《罗曼蒂克消亡史》《塔洛》等影片为代表的艺术片的逆势崛起。甚至还有《我们出生在中国》《我在故宫修文物》《我的诗篇》《生门》等多部颇具历史和文化责任感的纪录片。这种艺术电影复苏且多元化发展的态势，说明了中国电影在内容、风格类型上细分的可能性，也说明了中国电影观众细分的可能性。同时让我们对中国电影观众逐渐提高艺术品位的可能性，对中国电影渐趋合理的生态有了自信（前不久还有激进的精英评论家批评中国电影观众为“非观众”，因为他们只喜欢非艺术、非精英的“非电影”）。

当然，艺术电影并不是类型电影。它有自己的特点，自己的独特的创作、传播流向、生产规律和规则。中国电影自上世纪80年代以来，在主旋律电影和商业电影之外，还可发现一支“艺术电影”的脉络：“从几代导演共同努力的艺术的‘苏醒’，到以第四代导演为主体的艺术创新潮流，到以第五代导演为主体的新时期电影艺术的高潮和高潮过后的萎缩与分化以及‘后五代’导演对艺术与商业的融合，到第六代导演的边缘坚持，以及新世纪以后，第六代导演和不断冒出的新生代导演关注现实，融合艺术与商业、与主流的努力……”^[6]因此，第四、五、六代导演所践行的艺术电影观念与市场化趋势发生了矛盾，他们长期处在与市场、受众的矛盾与艰难的磨合中，常常面临着转型的痛苦。

新世纪以来，在商业化的喧闹中，艺术电影一直走着一小众化的、疏理市场的道路。2016年，《路边野餐》《长江图》《我的诗篇》等，作为小众化的艺术电影，却努力培养、拓展自己的受众市场。《我的诗篇》还发起了众筹，虽然票房无法与商业片比，但或在一些国内外电影节颇有斩获，或在小众圈子、影评人那里美誉度颇佳。

几部艺术电影还颇为耐人寻味地与诗歌这一文学形式发生关系，“无论是《路边野餐》《长江图》用诗歌来叙事和表意，还是《我的诗篇》直接以工人诗人的作品和生活为表现对象，亦或是其他艺术影片通过声画所传递出的诗情，都让2016年的中国电影在整体上透露出浓浓的诗意。”^[2]

这些电影，既像当年第四代导演作品《巴山夜雨》《城南旧事》《小街》等那样用独特的电影语言营造充满诗情画意意境和人性人情美的银幕世界，更常以诗人为表现主体或诗歌语言直接成为字幕或诗人主人公的朗诵表达或诗情传达，它是纪实的、诗意的，更具有某种艺术表现的先锋性意味。这或许是一些电影人在一个缺乏诗意的时代的倔强执着的诗意表达，是在一个时代的加速度中，慢下来的、回归心灵的启示和呼唤。

《路边野餐》用一个长达42分钟的长镜头来贯穿过去、现在和未来。影片在制造出一种梦幻感和一种超现实韵味的同时，也表达了某种禅味。仿佛通片就是对影片片头《金刚经》“过去心不可得，现在心不可得，未来心不可得”的禅语阐释。青年导演毕赣把自己的同名诗歌作品集中的多首诗歌用在了影片之中。影片内外的诗歌和影像内外的诗意交织出一种暗昧朦胧，“味之无极”的境界，而这种禅境界就像禅宗那样源于生活而非远离日常生活。

《长江图》仿佛是一首写给长江母亲河的抒情诗，诗电影味道更浓，象征隐喻意味也更为强烈。一方面，它情节性不强，以一个人的长江之旅也即心灵之旅为线性叙事结构；另一方面，电影设置了大量的隐喻和象征，散发着浓烈的神秘气息（甚至佛道玄学境界）。“故作深沉”的主人公，既沉溺于感性肉欲又总是在“生活在别处”的召唤下苦苦寻觅人生意义和理想化的昔日恋人。他仿佛在与长江“谈恋爱”。“长江”的意象时而肉身化为感性而神秘的女性形象，在不同时段与主人公发生性关系（这里似乎镶嵌了一个“巫山云雨”的神话原型）。男性与女性，母亲河与浪子，人与自然，漂泊与皈依，精神与肉欲，种种复杂隐晦玄秘的表意，在低光摄影下的苍凉风景、大提琴音乐和诗歌的念白中

弥漫隐现……我感觉影片颇具现代主义电影的气质和情色感性味道，容易让人想到第六代电影《苏州河》以及法国现代主义阶段的某些情色现代主义电影如《红色沙漠》《魂断威尼斯》《放大》之类以及塔尔科夫斯基风格的诗电影。

《我不是潘金莲》《箭士柳白猿》以及《冬》等则表现出对中国古典艺术精神和绘画美学传统的继承。《箭士柳白猿》的萧疏极简而又余味袅袅的造型，僭越凝练大量留白的“新派”武打和故事叙述都别有味道。《我不是潘金莲》以圆形画幅惊艳一时，成为一个话题。似乎是受中国古代以团扇、屏风等圆形物件为载体的人物山水画的启发，冯小刚别出心裁地在电影中交替使用圆形画幅、方形画幅和标准的宽银幕画幅。在圆形画幅时，以一种“去特写化”的景别选择，使得这种让人与景融为一体的中远景镜语表现方式，与中国古代人物画的某种写意造境的美学达成了形似。该片不仅在镜语体系上，而且在整体韵味上均致力于传达一种东方美学的境界。

但问题可能在于，圆形画幅营造了某种东方美学韵味和“陌生化”效果，一定程度上却间离了社会现实，使得社会批判锋芒有所降解。当然，在艺术表现上而言，这种疏离感也可能营造出对严峻社会问题批判性讽刺的荒诞感。此外，从接受效果而言，人在圆形画幅的画面中的比例太小（比如几乎没有范冰冰的特写镜头），观众较难融入戏中，这种圆形画幅表现出来的美与电影的社会主题是否和谐是一个问题，这种美与普通观众的疏离则显而易见。

而且吊诡的是，无论冯小刚还是出品方华谊兄弟，都希望这部电影能斩获商业性高票房，不仅排出了强明星阵容，为此也不惜借题发挥，试图制造与万达高管出走和排片问题的“事件”，这些营销手段亦绝非中小成本艺术电影的定位。

艺术电影与大众的疏离同样体现在电影《百鸟朝凤》中，而且以制片人“惊天一跪”的话题之举引发争议，吸引眼球而逆袭了票房。该片是作为第四代导演的重要代表更兼有第五代导演教父之美誉的吴天明导演的“绝笔”、“封山”之作。第四代导演电影特有的那种诗意、忧郁、抒情的风格和气质，属于那一代导演的镜头语言在电影中颇为明显。这种诗情画意和人物关系、叙事模式、戏剧化方式、象征表意方式与今天主流电影观众是有一定隔阂的，全民观看、票房大卖显然不现实。当然，在全球化语境和文化多元化的艺术生态中，类似于《百鸟朝凤》这样的小成本艺术电影有存在的必要。

这是一部有着心灵传记、心灵寓言性质的作品。主人公焦三爷可以说是吴天明导演的“投射”和“反身”。电影在文本内部和电影与社会文本之间，戏里戏外都充满了耐人寻味的文化隐喻，具有复杂的文化寓言性，给我们带来了深刻的思考。电影中的唢呐是文化遗产的符号，是传统文化的隐喻，唢呐和唢呐人的命运更是一种“文化守灵人”命运的隐喻。而吴天明导演已经把自己投射成“文化守灵人”的形象。虽然，电影对中西文化的冲突与对立的呈现稍显简单化。篇末那个抒情性幻觉化的镜头段落，焦三爷气势不凡地起身背对我们拂袖而去。这个镜头似乎隐喻着：如果我们不珍惜传统，如果我们慢待我们的文化，而一味沉浸在娱乐狂欢之中，最终损失的是我们自己。或许，我们没有办法扭转90后、00后的观影兴趣。但是如果在市场、影院之外，通过高校或者其他平台创建一些艺术影院基地，就能使我们的文化生态与文化传播更具丰富性。为少部分观众和一部分非主流的中国电影特别是较为优秀的艺术电影提供更为良好的平台，是一个健康正常的文化生态所应该考虑的。

在我看来，因为中国电影的广阔市场，以及合理的艺术文化生态的要求，我们在大力发展类型电影、新主流大片的同时，应该允许、扶持艺术电影如《路边野餐》《长江图》等小成本、实验性艺术电影。为此需要加大艺术院线建设的力度。当然，艺术电影的运作与商业化的类型电影是不一样的，不能要求或刻意追求艺术电影的票房价值。

不管怎样，新世纪以来，艺术电影的坚守或变革，为商业电影、新主流电影提供了源源不绝的艺术借鉴和艺术养分。艺术电影与商业电影、主旋律电影、主流电影等的互渗共融，为现实主义电影的深

化和类型电影的探索、新主流电影的建设等都作出了不可低估的贡献。

2016年艺术电影的逆势崛起也表征了电影观众中大众与小众的分裂。小众的艺术电影,相比于商业电影,票房是很难大卖的。但这是正常的,它可能会在其他方面得到商业电影类型电影所不可能有的收获,如国内外电影节,如口碑,如来自知识分子精英群体的评价等。另外,在艺术消费市场或观众消费口味上,商业电影、主流大片、艺术电影的时分时合,此消彼长,百花齐放,既符合电影观众欣赏的差异性特点,满足了一批精英小众影迷们的需要,也促使一般观众欣赏能力和美学品味的“升级换代”和分流。

五、喜剧的底色与多元化:与其他类型叠合或向其他类型渗透

在喜剧性已经成为文化底色的泛娱乐化、泛喜剧的时代,喜剧电影成为国产影片中最受观众喜爱的类型之一。当然,喜剧是一种比较宽泛的大类型,严格的喜剧电影类型界定不免捉襟见肘。一些学者就干脆放弃从类型电影的文本惯例方面去寻求界定,而是巧妙地也是避重就轻地从观众反应的角度来界定喜剧电影。

的确,喜剧电影较之其他类型电影,在结构、情节、氛围、影调、空间造型等方面并没有一般的经典类型电影惯有的经典编码、叙事模式等。但这并不妨碍我们探讨喜剧电影类型的问题。我觉得,与其探讨“喜剧类型电影”,不如换一个思路——探讨喜剧电影的“类型性”。究其实,中国电影学术批评界颇为“显学”的“类型研究”,是一种宽泛的“类型性”、“类型化(趋势)”、“类型性特征”的研究。类型研究,毫无疑问是中国当下电影学术界颇具生命活力的学术领地。同样,我们也在“类型性”的意义上使用喜剧电影(类型)这一概念。由此,我们就可以拥有更为开阔也更为灵活的话语空间。

作为“母类型”,2016年喜剧电影全面与其他类型进行类型融合或向其他类型渗透。现作简要例举如下:

1. 喜剧与“青春(爱情)片”或“小妞电影”

喜剧片与青春片(或爱情片)或“小妞电影”的类型融合一直颇为普遍也相对稳定。2016年的《陆垚知马俐》《摆渡人》《七月与安生》可为代表。其中《七月与安生》系近年具有一定思考深度和思想力度的佳片,从类型的角度看,也大体属于喜剧与青春片或“小妞电影”的融合。

2. 喜剧与刑侦犯罪片

一般而言,喜剧片与惊悚、悬疑的刑侦破案、犯罪电影关系应该不甚密切,因为喜剧会冲淡紧张气氛,但中国电影从《疯狂的石头》《三枪拍案惊奇》到《无人区》《不二神探》《唐人街探案》等,都在侦破、悬疑的叙述主线外加进许多喜剧要素,包括喜剧性冲突、喜剧性表演等。2016年的《绝地逃亡》《快手枪手快枪手》《追凶者也》等属于此类。

《追凶者也》系黑色幽默喜剧风格的犯罪片,张译扮演的“职业杀手”因为剧情的戏剧化的错位和误识到处碰壁、狼狈不堪,别有黑色幽默味。

3. 喜剧与奇幻电影

近年的《西游降魔》《捉妖记》《西游记之大圣归来》等奇幻类电影也与喜剧多有融合。以《西游记》为IP的一系列电影常有很好的观众缘即“合家欢”气质,多次在春节档独领风骚,家喻户晓的《西游记》本身的喜剧性以及此类电影的喜剧性追求功不可没。

《美人鱼》以某种“半奇幻”(人鱼同体,人鱼同界)的影像风格和想象力,营造了既世俗也清新的喜剧性,不仅再现了周星驰喜剧既有风格,还对环境保护的现实面对,人鱼和谐共存的形上之思增其生活质感和思想厚度,此外影片还充分展现出香港制作团队成熟的类型意识和驾驭工业化大片的

能力。该片颇有香港底层平民生活气息和港式喜剧气息，那些衣着世俗、造型服美奇幻不足，简陋有余，像个大杂院“七十二家房客”式的美人鱼世界，活脱脱是香港下层平民的群像。当然，多少有赖周星驰的品牌号召力（但恐怕不仅仅是），《美人鱼》以33.9亿元票房的惊人表现稳居中国电影票房榜首。

4. 喜剧电影与艺术电影

《驴得水》《我不是王毛》是本年度喜剧电影与艺术电影形态融合的佳作。这些艺术电影的文艺气质和喜剧性体现了精英意识和知识分子情怀，加之表演上的含蓄蕴藉，别有一番喜剧风味。《驴得水》利用了戏剧IP，具有浓厚的戏剧舞台化倾向，但这并不妨碍该片的艺术品格，反倒成就其独特的喜剧风格，尤其是表演。该片弘扬久被压抑的反思“国民”劣根性的启蒙主题，直击人性之恶，自剖知识分子心理，反思之深颇为鲜见，是喜剧电影，也是整个中国电影的突破。《我不是王毛》以诙谐幽默的方式来讲述严肃的战争故事和冷峻的现实生活，调侃战争、现实的荒诞，反思战争的残酷，现实的压抑无奈。

当然，往年最为普遍也颇为成熟的喜剧与公路片的融合（如《人在囧途》《无人区》《人再囧途之泰囧》《心花路放》《后会无期》《港囧》），2016年则付诸阙如。

总体而言，2016年不是喜剧电影的“大年”。但喜剧作为最受欢迎的电影类型或电影风格显然会继续有大的发展。虽然当下喜剧电影创作中存在的问题是明显的。有些喜剧电影在价值观上表现出不以为耻也毫不隐瞒的对商业性、感性刺激、世俗化、物质享受的追求；有的表现出明显不切实际的虚幻的理想化追求和梦幻化表达；有的表现出怀旧式自嘲，对现实的逃避，“轻化”表现；有的一味打闹，以夸张的动作表情掩盖剧作的轻飘和价值观的混乱……但不管怎样，喜剧电影仍是国产影片中最受观众喜爱的片种之一。青年喜剧电影受到青年人的喜欢更是事实和现实。而且，青年观众在沉重的过程中自会选择，自会在观片实践中提升自己的判断力，如古装戏说风格喜剧电影近年的衰落，《大话西游2》的奇迹难再就证明了这一点。

喜剧是公民天赋的权力，也是青年人的权力，我们要尊重这种权力，也要认可作为青年亚文化表征，作为青年人“象征性权力”表达的权力，要认可青年喜剧美学不同于成人社会，但也可能成为主流文化的喜剧美学标准（网络环境中成长起来的青年受众的“笑点”、节奏就与成人非常不一样）。

在很大的程度上，喜剧文化和喜剧精神已经成为我们这个时代的主导性文化精神。当下勃兴的喜剧电影以一种喜闻乐见的“娱乐化”的形态出现，改变了几千年来中国传统的“寓教于乐”、“文以载道”的说教化面孔，适应了网络时代青年观众的娱乐需求，并使得青年亚文化从正统的、悲剧主义的精神桎梏中解放出来。这是喜剧电影的文化意义。

六、亚文化与主流文化：青春电影的成长、成熟和故作老成

几乎在任何社会，青年亚文化都居于边缘地位，与主流文化处于紧张状态。所谓青年亚文化，是源于青年社会阶层的某种非主流文化。在主流社会中，青年总是被认定为需要接受教育和再教育的被动角色，缺乏独立的话语表达，无法表达自己的意识形态，处于不被社会关注的状态，偏离中心，地位低下。因此，“年轻人为了有别于主流文化而创造的他们自己的文化，以‘叛逆’为主要色彩，以示青年文化偏离、排斥甚至对抗‘成人文化’或‘主流文化’。”当然，“它并不全盘否定主流文化，而只是在符号象征的层面上，去夸张它与主流文化的差异，并且让这种夸张通过有意忽略主流文化的某些方面，同时又有意突出某些方面去完成。”^[7]

因为青年文化在社会中没有占据主导地位，长期处于被压抑、没有发言权、没有聆听者的边缘人状态，于是，他们“通过传播媒介和受众，象征性形式被做成叙述、风格流派和语篇的形式”，执着地以

自己的方式寻求自己的“象征性权力”^[8]表达。

青春电影,无疑是这种青年亚文化的象征性权力表达的一种形态。但一直以来,中国电影由于种种原因,“成年人气息”过于浓重,“青年文化性”积弱不振。某些电影虽然以青年人为表现主体,以青年心理探寻和青年问题表现等为题材和视点,但“意识形态的浸淫或者往其它类型影片的倾斜,使得这些影片多了一份明朗的理想主义色彩,少了青春感伤、青春忧郁的私密性和真诚性。”^[9]

所以中国一向发达的是主流电影,一种主流商业大片,新世纪以来的大众化趋势,更使得一种“新主流电影”成为“八面玲珑”的主流形态。

但自新世纪以来,与电影受众的不断年轻化的趋势相应,如《全城热恋》《失恋33天》《爱》《致我们终将逝去的青春》《匆匆那年》《小时代》《七月与安生》等青春爱情题材,轻喜剧风格的影片,在国内电影市场掀起了一股青春浪潮,“青春仿佛变成一种对于以都市为核心背景的物质和文化消费的载体。影片往往风格清新,影像时尚,常有时尚题材与欲望主题的隐晦表达”^[10]。

当下青春电影中表达的青年亚文化的特点大致有:彻底的生活化和世俗性,自觉的商业市场意识,好走极端,没有节制,崇尚感性,不刻意追求深度、意义,不愿意正视现实的冷峻乃至严酷,乐于对现实作梦幻化的、轻化的表现。

2014年中国电影票房前10名中,《匆匆那年》《小时代3:刺金时代》《同桌的你》均属于青春片。《匆匆那年》《小时代3》均改编自同名小说,在原著的青年读者即粉丝群中颇有号召力,横扫票房。

近年来,从《致我们终将逝去的青春》《那些年我们追过的女孩》《滚蛋吧,肿瘤君》《七月与安生》,以及从微电影IP发展来的《老男孩之猛龙过江》(颇为难得的男性青年视角和主体)等来看,中国青春片的成熟老成颇为明显。

《七月与安生》寄寓女性成长过程中的理想与现实、身份与责任、闺蜜与爱情、自我与本我等多重矛盾,在艺术性(尤其是两位女主表演上的“惊艳”)上也颇为值得称道,代表了近年青春电影的某种成熟。

中国青春电影有一个“少年老成”现象颇意味,似乎应了“少年不知愁滋味,为赋新词强说愁”这一心境。很多青年似乎还没有年轻就老了,纷纷回忆往事,唯恐自己不老,甚至自称“老男孩”而倚老卖老,好为人师。如韩寒在《后会无期》《乘风破浪》中好以密集的“金句”阐发他们领悟到的人生哲理。这似乎暴露了青年人耐不住“青年”,“青年亚文化”亟不可待要融入主流文化的潜意识。年轻人迫切希望自己老成持重,这也折射了中国社会看重资历、年纪的“老年社会”的主导文化性。中国的艺术家很少持之以恒的先锋性,总会在激进的反抗之后,回归社会、世俗、家庭,也说明了这一问题。

七、文化的外来与本土:电影的类型杂糅与“本土化”问题

20世纪以来的中国艺术,是近代国门打开之后在中西文化冲突的背景下发展起来的。于是,艺术的传统与现代,外来与本土,艺术如何处理文化精神、美学精神、艺术精神这些本土和传统的東西与外来文化样式、形式的关系,是“西化”还是“民族化”、是革新还是“守旧”、是崇“古”还是尚“今”等问题都是20世纪中国艺术发展重要的、屡屡发生争议甚至批判的焦点性的问题。

中国电影的发展也要处理相关的外来文化与本土文化的关系问题——类型的外来与本土化就是一个重要的问题。类型电影的生产模式和批评话语均源于西方,准确地说应该是美国。类型化作为电影生产制片创作规范或模式,近年在中国有一种强化甚至泛化的趋势。应该说,类型电影是中国电影发展最重要的途径之一。韩国电影以及20世纪六七十年代的香港电影做得比较好的重要原因,也是由于采取了一种类型化发展的策略。

当然，就像本文在喜剧电影那一部分谈到喜剧的类型性研究一样，我们说，类型研究也不宜“泛化”，类型性也是有底线的而不是无边的。我认为“类型”研究要坚持几条“底线”：

其一，尊重其美国源头性。美国是类型电影的大本营，有过极为成功的类型电影经验、体制、规范和优秀的范例性作品。

其二，尊重其商业诉求性。相关联的有“明星制”、“制片人中心制”等商业电影运作机制。至少，艺术电影不能成为一种类型，当年的主旋律电影也不能成为一种类型。某些电影的题材分类更不能与类型电影划等号。

其三，类型电影一定要讲好故事。类型电影不是抒情，不是诗意，而是可信的故事。类型电影的“作者性”不要太强。顶多是“体制内的作者性”。

其四，类型电影要表达普适性的价值观和道德伦理观，不能太理想主义，不宜表达少数精英知识分子的先锋性，有意冒犯或亵渎世俗的伦理道德观。

从类型创作的角度看，《火锅英雄》具有其浓郁的本土气息、地域风情色彩，它表现出一种纪实影像风格与表现性影像风格兼具的特点。该片在现实题材、犯罪、惊悚、黑色荒诞、青春等类型或亚类型与商业化元素的开掘融合等方面的努力，对当下中国电影的类型化建设与发展具有一定的启示性意义。

《火锅英雄》具有较为明确的商业化定位和类型性追求，还有着活色生香的世俗生活浓度，底层小人物群像。此外，该片还是一部透着青春的感伤、生活失败的忧郁感伤和“身体受伤”意象的某种“青春残酷物语”电影。它黑色荒诞、世俗感性、热气腾腾，辛辣而生猛，气质是黑色的，节奏却锋利明快；它类型复杂，元素众多，但整体则较完整。

当然，与电影《煎饼侠》中这个“侠”字不无自嘲和致敬意味的旨趣相似，这里的“英雄”也当另作别解。这自然是在没有英雄的年代，原不想当英雄的普通青年平民（偶有赌博坏习）一不小心当了一回英雄的成长“别传”——一种“被成为”的英雄！在影片最后，他们虽非顶天立地、可歌可泣的悲剧英雄，却也是一种真正的平民英雄：重情义，念亲情，念旧，有底线、血性，还守规矩。这是一群符合时代需求，各方面都能接受的“老炮儿”式的“英雄”。他们是被自己的卑微而执著真诚的情怀而成就的，“被成为”的市井“英雄”。^[11]

《火锅英雄》的类型追求极为明显，但它又很难用某一好莱坞单一类型来衡量和界定。我们梳理一下与《火锅英雄》有关的类型。

第一，警匪电影。劫匪抢劫银行是影片的重头情节设置，虽然“警察故事”并不多，叙事是从作为主角的三个屌丝青年发出的。故又不是严格意义上的正宗的警匪片。因为中国有一个不成文的戒律，犯罪主角不能是警察。

第二，犯罪片。实际上三个主角即三个屌丝青年并没有犯罪，他们只是赌博而已。他为扩张火锅店挖到了储蓄所的地下钱库，竟然面对诱惑忍住不拿，实际上似乎是“逆袭”成为了“英雄”。这其实是对犯罪片类型程式的改写，是一种反类型实践。

第三，惊悚悬疑侦破片。影片有惊悚、悬疑的要素但不太强烈。片头交代抢劫发生，节奏紧张明快，直接进入了核心情节，平地立起了一个贯穿全片的悬念。

第四，黑色电影。黑色电影与犯罪警匪悬疑电影是有颇多交集的。《火锅英雄》里面，既有《偷枪拐骗》《两杆大烟枪》，属于香港“银河映像”的《暗战》《PTU》等经典黑色电影的影子，还有重口味的影调，暴力美学风格的镜头，低角度的照明、不稳定的构图——这些都是颇为典型的黑色电影视觉图谱与影像风格。

第五，青春片。影片的青春电影特性明显。其中对校园初恋、暗恋的回忆，校园乐队组合，一直没

有收到的情书，青春打斗的热血，白衬衫领带的美少年劫匪，内秀纯净的邻家女孩，血气方刚的兄弟情义等的表现，不断提示我们一些熟悉的青春电影记忆，如香港“古惑仔”电影，台湾的《恐怖分子》《牯岭街少年杀人事件》《猛钾》等。

《火锅英雄》虽然都不乏上述类型电影或亚类型电影的某些要素或侧面，但都无法以单一类型来概括。也许正如片名所提示的，这是“一锅煮”式的“火锅电影”。一定程度上，影片是综合了韩国、美国黑帮犯罪片的残暴和英国盖·里奇电影的黑色幽默风格，用“犯罪片”的外形包装了一部“台湾风格”的青春片。这是中国式的警匪片，是“美式”、“韩式”、“港式”犯罪片、警匪片等的“本土化”扩容与“青春变脸”。

因此，《火锅英雄》在类型的本土化和类型叠合上做得比较成功。

首先，类型与类型要素的多元叠合与杂糅。在犯罪黑色的主打类型之外，影片还融合了青春、爱情、黑帮、喜剧等多种其他类型或亚类型。

其次，类型杂糅策略机智地适应了类型的“本土化”要求以及电影审查和观众期待视野的制约，也是好莱坞类型电影“本土化”的当然表现。

再次，《火锅英雄》通过体现类型杂糅，还进行了对多种经典电影的从细节、镜头到影像的“模仿”和“致敬”，有意无意地炫酷了一代电影新导演丰富、深厚，而又驳杂的影像素养以及某种“迷影”本色。这是他们对电影真爱的一种诚意表达，代表了娴熟、阅历、从容和敬畏，也是宣告——他们不是来“打酱油”的！

当然，《火锅英雄》虽然在犯罪、侦破等类型的拓展上颇可称道，但它实际上并没有走得太远。它不像某些美国、韩国的同类电影，并没有过于渲染犯罪、暴力，也不着力表达黑色电影常有的存在主义哲学观念和厌世悲观情调。毫无疑问，影片反而强调表现或是倾诉那种信守诺言、互相关爱救助的兄弟之情，老少相谐的家庭亲情和美好念旧的青春之情、青涩朦胧的爱情。

这些意向无疑是颇为“本土化”的。也许，对于那些犯罪电影、警匪电影、黑色电影的“影迷们”来说，该片的悬疑、惊险、扭曲、暴力美学、风格化等还未达极致，不够过瘾。但对于主流的中国观众的消费需求和中国电影审查制度与放映现实来说，这样做才是务实稳健的。

八、动画电影的传统、革新与出路：从《大圣归来》到《摇滚藏獒》

关于动画电影，我们不妨说，动画电影是现实世界的模仿的模仿，变形的再变形，假定的再假定（剧情片是第一次模仿、变形和假定），是人们自己看自己的哈哈镜。动画是儿童少年的欢乐谷、神话、想象界，也是成年人的童话和现实寓言。

据统计，在几乎每年的美国电影票房前10中，动画电影大片常常可以占到三分之一的席位。相形之下，动画电影在中国的文化影响力和商业潜力远未充分发掘。作为颇有合家欢气质和潜质的动画电影，它理应在塑造国家文化形象，吸引国内“合家欢”式最大可能数量主流观众，传播主流核心价值观，增强国家文化“软实力”，推动中国电影、中华文化的海外传播即“走出去”发挥更大的作用。而且动画电影之于当下中国电影文化建设的意义而言，它不仅仅是就一个片种，它还是一种风格、一种美学、一种文化。

因为，“动漫电影，本来是儿童电影，在以成人为主流的常规剧情电影中处于边缘地位。但近年的电影现象似乎使得动漫电影让人刮目相看。先是动画电影《大圣归来》的走红，‘自来水’军大汇聚，票房逆袭创新高。《捉妖记》是真人与动画同台的‘半动画’电影。《滚蛋吧，肿瘤君》电影语言也极为鲜活灵动，融进了很多动漫语言，白百合的表演极为夸张，说是‘动漫化’表演也不为过。这不仅仅表征了虚拟世界‘二次元文化’进入我们的生活，也在改变着电影影像的风格。”^[4]

2015年,《大圣归来》以将近十亿的前所未有的动画电影最高票房,开启了中国动画电影的一个新时代。与好莱坞动画大片相比,从《大圣归来》的投入、制作手段、技术含量和艺术品质等指标来看,可能还算不上动画大片。但这部“现象级”的动画电影对于中国电影产业的贡献已颇可称道:超过八亿人民币的票房奇迹不仅创造了国产动画电影的票房高峰,还引发了一个被称为电影营销奇迹的“自来水”现象,还“制造”了电影投资的众筹模式新话题。就此而言,《大圣归来》无论是在创意、创作、制作、发行、营销等各个阶段,其成功经验都有待总结,都有可能为我们提供难能可贵的经验和启示。

《大圣归来》是一部具有较为成熟的多元化的美学风格的电影,也是一部有着文化自觉的电影。一方面,它立足中国传统文化,有效运用了那些我们耳熟能详的中华文化符号;另一方面,它也借鉴融会美系、日系的动漫风格。尤其是在受众的多元开放上,它是跨多年龄段的美学风格与文化表意的集汇,可以满足不同年龄段的人对不同美学的不同需求,是一部具有“合家欢”气质的电影。它是对传统文化的一次现代性改造,不仅吸引了小朋友对大圣的崇拜,也唤起了大人们对大圣的记忆,甚至也唤起了部分中年观众对当年《大话西游》中的孙悟空形象的回忆。从创作主体性的角度看,创作者不乏“文化自信”,影片也有一种有容乃大的包容性文化建设心态。对照美国动漫大片,他们可以拍中国题材的《功夫熊猫》《花木兰》。我们拍自己的文化经典孙悟空孙大圣,当然可以对它进行全新的改造,更多一点中西文化的融合,让在美系、日系动漫电影浸润下长大的几代青少年在接受孙悟空这样的中国形象时多一点亲切感、亲和力。

《大圣归来》打破了“魔咒”,不仅宣告了“大圣”的“王者归来”,也唤起了电影人的信心,凝聚了电影人的期盼,希望就此揭开中国动画电影升级换代的“动画大片”新时期的到来。2016年的3D动画《摇滚藏獒》是继《大圣归来》之后的一个重要动画电影,但因为种种原因却未能再造辉煌。

《摇滚藏獒》是一个“合家欢”式的童话。生长于喜马拉雅山深处的藏獒波弟离乡背井,放弃祖传的乡村保安的职业,到大城市追求音乐理想,开始了一个边缘小镇“青年屌丝”的追梦之旅。在城市中,要绑架它的世故狼群的种种惊险如影随形。他从最底层“程门立雪”式地求师学艺,最后以自己的才能、诚恳、毅力和真情的音乐收获了朋友、老师、事业,进而打败狼群,拯救家园于灭顶之灾。最后,它在与狼群的较量时,在绝境中焕发出传说中他们家族曾经有过的巨大超能力,以超能量的音乐的威力,打败入侵家园的狼群,也完成了音乐创造的最高峰。“大乐与天地同和”,他最后收获的是化敌为友、社会和谐、美美与共、音乐化人、天人合一式的大同境界。影片中,现实与理想、族群与社会、社会与个体、理想与现实之间的冲突环环相扣,冲突不断,喜感十足。

相较于中国动画电影的“低幼化”的通病,《摇滚藏獒》的情节叙事并不单薄,而是有着追梦、成长、历险、保卫家园等多线并置的复杂叙事。它有时间、空间跨度的“穿越”:时间上是从远古时期祖先保卫家园的族群记忆开始,一代一代的藏獒肩负起保卫家园的重任,又一代一代面临着山外世界的威胁和诱惑;地域上,有乡野和城市间的穿越:从喜马拉雅山深处田园牧歌般自给自足的世外桃源乌托邦(但却几乎手无寸铁,守卫的士兵形同虚设)到险象丛生、危机四伏、世俗享乐的大都市。影片的“追梦少年”自我成长的故事是完整的。

多类型叠加、多元文化、风格的融合也是该片“合家欢”诉求的一个保障。该片融合了动画电影与音乐片的类型特点,还有喜剧元素、黑帮电影元素等。《摇滚藏獒》是一种多元文化的融合,是一个中国底色但具有全球视野的成长故事和“励志寓言”,有着非常丰富的现实隐喻。中西文化符号,美国导演,中国的漫画原创,中西合璧的制作团队,藏獒+摇滚的元素组合——这些多元性、混合型显然超越了不同文化、年龄、性别的观众,成就其“合家欢”品质。

该影片对于成人而言,还有些许现实隐喻的意味。也许因为是美国导演,影片的造型、叙事不无

“美国化”，而整个故事对社会阶层、结构关系的指涉不免让我们想起《疯狂动物城》（似乎已有人将其称之为中国版的《疯狂动物城》）。但细细一看，两者在解决终极性问题的途径及方式上大为不同。

《摇滚藏獒》中有个高潮性情节，除了乐器手无寸铁的波地被狼群逼到了悬崖边上，岌岌可危，但问题的解决却是乌托邦式的。波弟突然有了真气，真气弥满的音乐焕发出惊人的力量，使得所有的人都在一种不可思议的迷狂中“飘”了起来。虽然这种人品大爆发似乎有气功等传统神秘文化的依据，毕竟太玄虚了，而就文本叙事而言，情节上更是铺垫不够，来得太突然了。

而在《疯狂动物城》里，充满尔虞我诈的动物社会，最终解决的手段是法制精神和法制手段。女主角本身就是一个警察，她从底层做起，侦破了一个惊天大案，解开了社会最高层的黑暗和阴谋，所以活脱是美欧政治电影的模仿和动画版。而在《摇滚藏獒》中，狼群世代在山外窥视着羊的村庄，波弟进城，他们就敢跟踪、绑架，活脱一副无法无天的黑社会匪徒，但与一般黑帮电影必有警察不一样，《摇滚藏獒》中警察和法制是缺席的。最后波弟回去拯救家园，也只有几个手无缚鸡之力的音乐人朋友跟随。

这或许是影片叙事上的漏洞，但也可能是一种现实隐喻，是“现实界”的寓言化，是对法制、秩序之缺失的渴望与呼唤的象征性表达。归根到底，与那个喜马拉雅深处藏地世外桃源一样，这电影本身就是一种乌托邦电影，是对现实生活中真实问题的一种理想化回避，一种“欲望化”表达。

《摇滚藏獒》虽然不无“合家欢”电影的特质，也有中西电影人、中美合拍电影的优势互补与文化融合，有对流行音乐元素的利用。但它对传统开掘不深，对美国动画模仿过多，加之过于简单的情节和解决问题的方式，以及排片、档期等复杂问题，使之没能完成《大圣归来》之后的继续辉煌。

在中国电影迅猛发展的节奏中，动画电影的文化影响力和市场潜力仍远未充分发掘。

九、“新主流电影大片”的高度与限度：以《湄公河行动》为例

电影是一种以大众文化为主导文化定位的大众艺术样式。一般而言，中国电影一直以来有一种约定俗成，心照不宣，虽不那么科学但却颇为实用的“三分法”，即主旋律电影、商业电影、艺术电影的区分。但新世纪以来，这三者的区分一直处于变动之中，界限越来越模糊，或者说，尤其以某些大片为代表，这三者发生了一个互相融合、互相借力、有容乃大的动态过程。而从“大众文化”的角度看，一方面是艺术电影、主旋律电影向大众文化靠拢、转化的“大众化”的过程；另一方面，则是原来就具大众文化性的商业电影进一步融合主旋律电影、艺术电影的要素的过程，此即大众文化的“主流化”。因此，中国语境中电影的“大众文化化”或“主流化”，实际上是一种“中国特色的大众文化化”，^[12]这种“共同文化”的形成是中国电影发展的“别无选择”和自然趋势，是主流文化、大众、知识分子、市场、资本等的“合谋”和“妥协”的结果。

于是，在新世纪，大众文化填平或跨越了高雅文化、主流文化、通俗文化、商业文化等原先存在的鸿沟，高雅与通俗、主流与支流不再针锋相对、格格不入，精英文化开始走下神坛，面向大众，进入“寻常百姓家”；通俗文化则步上台阶，向主流靠拢。多元的文化在经济、政治、商业与文化的全面渗透中互相交融，形成“新主流文化”。这实际上就是新世纪以来“新主流电影大片”的基本路向。

“新主流电影大片”的一个重要路向可以归纳为“主旋律电影的商业化”，即随着中国电影产业化进程的推进，主旋律电影也开始探寻商业之路。通过商业策略的使用，如巨额投资、明星策略、大型的宣发营销等产业化运作，力图弥补主旋律曾经缺失的市场性、商业价值；当然，商业化运作也促进了主旋律电影所承担的主流意识形态宣传功能的完美实施。这也是一个双赢的格局。新世纪以来。从《云水谣》到《建国大业》《建党伟业》《辛亥革命》《战狼》《智取威虎山》等，起起伏伏但不断开拓。“新主流电影”的发展与大批香港电影人北上合拍也有很大的关系。《投名状》《十月围城》《风

声》《叶问》《中国合伙人》《亲爱的》《智取威虎山》等均有明显的香港电影文化与内地红色电影文化融合交杂的痕迹。《湄公河行动》也是如此。

2016年的《湄公河行动》在暑期档的低潮后掀起一个票房小高潮，重振了电影人的信心。《湄公河行动》在2016年的电影舞台上引人注目且堪称“救市”的重磅英雄。从另一个角度看，它是践行“新主流电影”的重要成果。《湄公河行动》取材于真实事件——一个引人注目的国家行动。此类题材若放在20世纪90年代拍摄，绝对会拍成纯粹的主旋律电影，会有很多有形无形的“雷池”，如党性原则、集体主义、组织纪律性、国家形象、英雄人物等等，导演不自觉地把自己套在长期以来几乎约定俗成的一些创作原则中，不敢强化电影的戏剧性、传奇性，不敢渲染打斗的“血腥气”，不敢宣扬个人英雄主义。以前我们还有不少“英模题材”的传记片，热衷于塑造几乎不食人间烟火、苦行僧式的英雄形象。这些英雄形象颇为“伟光正”，不苟言笑、兢兢业业，总是牺牲自己和家人的幸福。但是观众不爱看，日益世俗化的社会氛围早已使得观众的精神气质和审美趣味发生了极大的变化。观众会觉得这些形象是神而不是人，没法感到亲切。

但是，在“新主流大片”中，创作者往往用机智的手法跨越这些限制。如冯小刚拍《集结号》时，歌颂无名的个人牺牲者，表达个人对集体的有限度的僭越和质疑；比如徐克拍《智取威虎山》，加入了不少娱乐性、传奇性的成分，把飞机开进威虎山，把“蝴蝶迷”变成了一个受苦的女人。《湄公河行动》的导演是香港导演林超贤，再加上金牌监制梁凤英、黄建新，这也使得“新主流大片”在叙事策略、美学与文化策略上都呈现出与香港电影文化之间的亲缘关系，也奠定了其“新主流”之“新”。

当然，我们所说的“主流”不能被局限在政治考量中。尽管在最初，主流电影与主旋律电影有直接关系，但现在的主流电影如果不在“政治正确”的前提下吸引主流的年轻观众，那么“主流”也只能是一种空洞的“主流”，我们不能仅仅落在政治上、话语权上的主流，要争取观众年龄上、数量上（体现于票房）的主流地位。

《湄公河行动》里的方新武作为孤胆英雄的动作与行为有很大尺度的突破，比如拿着刀对犯人审讯或者吊在直升飞机上审讯，以前的电影恐怕是不能这样表现的。显然，在好莱坞电影英雄形象影响下的青少年受众，喜欢的往往是美国式的个人孤胆英雄。《湄公河行动》中张涵予饰演的英雄有点这种味道，但对于他的性格深度、行动逻辑等的挖掘仍然不够，比较空洞，有点符号化。相反，那个不幸牺牲的卧底的“夹心人”，虽着墨不多，但呈现了复杂的性格深度，给人的印象要深刻得多。

《湄公河行动》的成功表明：现在，“我们的电影观念已经发生了很大的变化。以前我们奉现实主义为至高无上的准则，强调艺术是生活的反映，强调电影的社会教育、文化宣传功能。事实上，《湄公河行动》的现实生活事件原型本身并没那么激烈、紧张及戏剧性，从报道材料看，似乎没有动刀动枪，就是顺藤摸瓜，守株待兔，抓住了罪犯，他们甚至都来不及真刀真枪反抗。不用说，这个事件的文化象征意义或者说民族主义价值要远大于行动本身。但电影通过一种夸张化、强情节化的修辞进行了艺术化的表现，如在他国如入无人之境，无所不能，包括“虐待”等非常规审讯的细节。这些情节能通过审查，使观众欣然接受，没被批评指责为“不人道”、“反纪律”等，说明在政治正确的前提下，创作的尺度还是越来越宽了。电影在真正意义上回归到娱乐、奇观、戏剧化本位。我们不再以一种庸俗的现实主义、再现论的原则来严格衡量，也不再以单一的社会道德功能来规范，更不会重复电影史上比照社会现实进行上纲上线批判的《武训传》这样的悲剧。也许我们已经悄悄完成了一种“娱乐超功利”、“游戏无利害”的艺术观。^[1]

毫无疑问，这是中国电影在电影观念上巨大的变革，也是中国电影走向未来发展，从电影大国走向电影强国的强有力保证，因为观念是引领现实的。

目前，“新主流电影大片”面临的问题是它的“同质化”和“平均值化”。“新主流大片”在一个

类型杂糅、文化融合的场域下完成,不像纯粹的艺术片或者特定的类型片如惊悚片、动作片、犯罪片、心理片等,可以将自身的“类型特性”,如心理变态、连环杀手、“武打的舞蹈化”等做到极致。“新主流大片”因为考虑到主流化普适性价值观,就很难在某些影像文本层面上做到极致。因此,“新主流电影大片”尽管可能八面玲珑,四面讨好,老少皆宜,甚至是“合家欢”,但同时也带来个性缺乏的问题,可能哪方面都做得不足。

十、全球化时代合拍电影的文化较力——以《长城》为个案

当下的语境,或许可以有“全球化”、“全媒介”、“互联网+”等种种角度各异的界定。无论如何,好莱坞电影文化仍然继续保持着强大的全球影响力。百余年来美国一直强力输出以电影为“软实力”载体的美国文化,收获巨额经济利益。而作为人口大国的中国则是美国电影最大的海外市场。这几年来,虽然中国电影总票房强势上涨,且国家也可能略有调控,但美国电影的票房仍占到了接近一半。另外,在电影生产层面上,合拍片(包括中美)的比重在逐步提高。电影生产中异质、跨地,资本、人力、文化的多元融合必将成为一种常态。

所以,在当下一全球语境下的电影大片合拍,已经不是本土文化与细分文化、传统价值观与西方价值观的简单对抗,而是进入到一种互融、互惠、互利的状态。当然,其中仍然会有暗暗的较力,有各自的优势和生机的占据或表达,但这是以合作、共赢、互相包容为前提的文化发展方略。

我们以《长城》为例,来看看本土文化与外来文化“较力”的状况。

《长城》是一部无惊无险但大气稳健、视听觉颇有冲击力的“美式”商业大片。也可以说是一种真正意义上的“高概念”、“重工业”电影大片(投资1.5亿美元),一种跨国魔幻电影大片。换言之,也是张艺谋完成的向投资方、向中美市场提交的一份循规蹈矩的“作业”:绝非优秀,但基本合格。

对于《长城》的评价,我们强调其商业大片的属性和“中美合拍”的工业定位。它只是一部标准的好莱坞电影工业体系的产物。《长城》由中影股份、乐视影业、传奇影业、环球影业灯光联合出品,但从制作、监制、编剧,到音乐、服、道、化几乎都是好莱坞制作团队。当然,女主、导演和设定的故事发生地是中国,品牌性符号是中国的长城。此外,影片的首映虽然选在了中国,但目标受众市场并不仅仅限于中国本土。

新世纪以来,我们有不少方式各异、比重不一甚至颇为悬殊的各种合拍,中韩合拍、中美合拍、中法合拍,但值得铭记的不多(中法合拍的《狼图腾》或许是颇为成功的例外)。有的所谓合拍充其量不过是中国名演员在美国电影中“打酱油”。鉴于此,《长城》也是一次中国电影人向美国好莱坞学习“合拍片”制作要交的学费!

张艺谋曾自述自己是第一次执导拍摄真正意义上的中美商业大片,也可能是中国电影导演的第一次。他自述像《英雄》《十面埋伏》等都还是一种文艺大片的思路和制作方式,拍摄过程中制片人并没有过多的干涉,但这部电影,它的运作是工业化的,基本上是“制片人中心制”的产物。尽管因为张艺谋的名气,中国故事与中国市场的首选地位等,他还是有一定的发言权。但从几次他的答记者问看出,他还是有相当的约束、无奈,甚至改个台词都要经过制片人批准,每天拍的素材要发回传奇影业去审阅。

美国好莱坞工业体制下的《长城》是稳健的,一如画面的整齐、典型的张艺谋团体操风格。制作方是著名的美国工业光魔和维塔,做过《魔戒》《阿凡达》《金刚》等电影大片的特效,他们的联手保证了电影场面、视听效果的某种好莱坞水准。这也使得张艺谋一贯追求的视觉美学原则得以贯彻。

电影仍然具有明显的张艺谋印痕。如大量仪式性的场面、镜头:殿帅被饕餮偷袭致死,全军站满长城,披麻戴孝,甚至还有来自张艺谋老家的激越而悲怆的秦腔响起,满天的孔明灯,同仇敌忾的宣

誓颇有惊天动地感人效。至少，把马特·达蒙等几个西方个人主义英雄改造过来了，加入中国文化的集体主义保家卫国战了。

电影还蕴含有诸多文化理念、普适性的价值观和基本人类信念，如信任、诚信、集体主义、家国利益等的追求和表达，而这在张艺谋还是自觉的，它试图“借船出海”，朴素、简单地向外国观众传达中国文化。

有人把《长城》的情节概括为“西方英雄帮助中国英雄，联手在中国长城打败人类公敌饕餮怪兽”。对一部试图打入欧美主流电影市场的大片来说，这或许是易于为海外观众理解和接受的剧情。

《长城》在美国的上映，是其工业化、全球化运作的一个有机环节，这或许能够让国外观众自张艺谋《英雄》以来，再一次感受中国的奇幻亚文化（《英雄》迄今仍是华语电影北美市场首位，它传达的是一种飘逸奇观的东方诗性美学）——虽然《长城》中传达的文化不那么纯粹和彻底，在北美的票房也不太好。

一定程度上，《长城》在中国电影业的发展历程中有着某种里程碑式的意义。因为《长城》是真正意义上的中美合拍片，也是张艺谋首次尝试一种全球商业大片类型。这种大片生产与当年他导演的《英雄》《十面埋伏》《满城尽带黄金甲》《金陵十三钗》等并不一样，那些电影最多只是与港台的“合拍片”。从这个角度看，《长城》无疑是一次有益的中美合作拍片的试水，意味着中美电影一种全新的合作模式的开启。如果我们“不以票房论英雄”，无论成败如何，《长城》的“投石问路”之功值得肯定，“以身试法”之勇值得敬佩。换言之，《长城》的历史意义要大于现实意义。

此外，《长城》具有电影之外的观念革新意义，它会在一直进行中的中国电影观念变革历程上有力地助推一把。上个世纪80年代“改革开放”以来到今天，经过以世纪之初的中国电影大片为开端的电影全面市场化、商业化运作，电影的商业、工业、市场化等观念已经逐渐深入人心，但在实际的电影生产上这些观念却很难彻底贯穿，时有反复。如张艺谋、陈凯歌、姜文、陆川等导演就经常在“作者电影”与商业电影的纠葛中矛盾彷徨，“首鼠两端”。就此而言，《长城》的实践，在中国电影的生产制作历程上会推动两种观念变革：其一是“制片人中心制”观念，其二就是导演生产观念（而非导演创作观念）的建立，即“体制内的作者”观念。

毋庸讳言，全球化背景下，美国电影对中国几代电影观众——尤其是80后、90后，甚至是00后观众——的观影趣味和观影选择都有极大的影响力和“控制力”。而张艺谋与美国电影体制的合作，也不可能像以前那样以他为中心。在“合拍电影”中，异质、多元、跨地的文化融合必将成为一种常态。在此种发展态势下，中外电影文化、产业互相影响、互相融合的态势将越来越明显。毫无疑问，电影中会有越来越多的“文化拼贴”、文化杂糅的现象，会有越来越多“合拍片”“国籍不明”。《长城》是走在前面的先行者。

我们说，中国电影应该有对美国电影工业体制（如制片人中心制、明星制、电影分级制）的大胆借鉴、移植、借用实验，在一种“文化自信”的前提下，中国电影还应该勇于把自己“投入”、“抛入”到各种合拍片的制作体制中。俗话说，“不入虎穴，焉得虎子”，只有这样，才能真正借船出海，推动中国电影走向海外，实施中国文化的海外传播。

2016年中国电影，虽不是“高峰”但也称得上异彩纷呈。在类型、主题、题材、美学风格、文化景观等等方面都呈现出多元的形态。整合或分化的观众，各异其趣的审美取向和差异化的观影方式，都“多元决定”了中国电影前所未有的开放性、丰富性与多样性，以及我们在文化上的开阔性、包容性和“文化自信”性。而“合家欢”与类型多样的分立，文化的分层与融合，受众的整合与细分，美学的分赏与共赏，产业的规范与合作，也正是作为一种大众文化的电影（艺术、产业或文化等等）最大限度地为最广泛的社会各阶层观众实施最大可能的、充分的文化消费服务的最好写照。

当然,中国电影仍需要继续开掘传统文化的宝藏,让中国的电影更秉有中国精神和中国气质,更好地讲述“中国故事”。我们更要有中国“文化自信”,要更大踏步地走向海外,不惮于更多的合拍电影。在电影产业上,我们要更加努力致力于产业的规范化、法制化,拒绝票房虚假,拒绝资本游戏,打造公平合理的产业竞争环境与合理积极、宽容务实的电影舆论和电影批评环境;而在风格和类型上,我们既需要各种中小成本的类型电影、喜剧风格的大电影、合家欢电影、新主流大片,也要走差异化竞争的道路,在丰富多样的电影探索上百花齐放、百家争鸣。

参考文献:

- [1] 张卫,陈旭光,赵卫防,梁振华,皇甫宜川.界定 流变 策略——关于新主流大片的研讨 [J].当代电影,2017 (1).
- [2] 陈旭光,石小溪.2016 中国电影年度景观:产业、艺术与文化 [J].创作与评论,2017 (1).
- [3] 陈旭光.电影批评:瞩望多元开放评价体系 [J].中国文艺评论,2016 (9).
- [4] 陈旭光.“受众为王”时代电影新变观察 [J].当代电影,2015 (12).
- [5] 陈旭光.全媒体时代的中国电影:“大片”与“小片”的审美分化 [J].文艺研究,2012 (2).
- [6] 陈旭光.中国艺术电影三十年 [J].文艺研究,2009 (1).
- [7] 陆扬.文化研究概论 [M].上海:复旦大学出版社,2008:303.
- [8] [美]詹姆斯·罗尔.媒介、传播、文化——一个全球性的途径 [M].浙江:商务印书馆,2012:185.
- [9] 陈旭光.喜剧电影的“后冯小刚”时代 [J].北京电影学院学报,2010 (2).
- [10] 陈旭光.近年喜剧电影的类型化与青年文化性 [J].当代电影,2012 (7).
- [11] 陈旭光.火锅英雄的类型探索:在类型与超类型之间 [N].中国电影报,2016-04-13.
- [12] 陈旭光.大众、大众文化与电影的“大众文化化”——当下中国电影生态的“大众文化”视角审视 [J].艺术百家,2013 (3).

[责任编辑:华晓红]