

# 论新时代中国电影发展新思路

饶曙光

**摘要：**进入新时代，中国电影必须战略性布局中国电影工业体系，推进工业体系的完善，辩证看待中国电影重工业和轻工业的关系；中国电影理论批评要为中国电影可持续繁荣发展贡献理论智慧和能量，也要建构自身的话语体系和评价体系，坚守学术初心，吸取本土文化和电影传统的营养，迎接第三次中国电影理论批评黄金时代的到来；当下中国电影产业的主要矛盾是广大人民群众日益增长的多样化、差异化的电影需求与不平衡、不充分发展之间的矛盾，只能通过艰难的结构性调整逐步实现结构性优化，创作出更多有筋骨、有道德、有温度的好作品来加以缓解，同时创造更多新的需求，推动中国电影从产业的黄金十年走向创作的黄金十年。

**关键词：**中国电影；工业体系；理论批评；电影产业；电影创作

**作者简介：**饶曙光，男，研究员。（中国电影家协会，北京，100013）

**中图分类号：**J992

**文献标识码：**A

**文章编号：**1008-6552（2018）04-0115-05

—

2015年10月25日，原电影局局长张宏森先生在“中国电影新力量”论坛上强调中国电影要形成“重工业产品推进，轻工业产品跟进，大剧情影片镶嵌在中间”的生态格局和产品体系。随后，在“首届中国电影工业技术交流会”上，不少资深技术制片人围绕国内行业政策、市场需求、国际经验、技术标准进行深入交流，涵盖CG视效、VR虚拟、MOCO、表情捕捉等诸多领域，会议认为“中国电影内容的发展方向将会以大制作、大视效电影为未来发展的主流，由此带动中国电影工业化的产业升级成为当前的大势所趋。”<sup>[1]</sup>

我们不妨回顾一下中国电影产业的发展，特别是最近几年电影市场的加速度发展。当2008年广电总局做十年规划的时候，提出的中国电影的增长目标是10%—15%；但是，近几年来，我们的增长速度已经超过了20%，有的统计高达复合增长30%。不过，我们为了这个增长速度付出了很大的代价。很多有效的资源其实在很大程度上被消耗掉了。2014年，中国电影市场票房没有达到300亿，很多人非常纠结。笔者当时认为，票房没有达到300亿或许是一件好事，可以让中国电影人更清醒更理智地思考中国电影高速度发展所带来的问题。——很多深层次的问题已经开始暴露和凸显，只不过被高速增长以及漂亮的数字所遮蔽，所谓“一俊遮百丑”。笔者也明确提出要降低中国电影的发展速度，提高中国电影的发展质量。2016年春节档红红火火之后，中国电影市场突然出现了增速放缓的情形，一度让不少中国电影人产生了悲观的情绪，作出了悲观的判断。各种各样的“拐点说”“中场休息说”应运而生。<sup>[2]</sup>2017年春节档之后到《战狼2》之前，美国好莱坞大片在中国市场占据强势地位。2013—2015年，我们的很多喜剧片、青春片等所谓“轻电影”一度赢得了观众的喜爱和追捧，让好莱坞也有点无所适从，笔者戏称为“游击战”。可以说，这种“游击战”短时间内发挥了效用。然而，好景不长，缺乏创新的青春片首先出现了效益递减的情形，面对好莱坞特效大片呈现出无能为力的态势。这种情形让我们意识到：需要推进中国电影重工业产品，需要有足够量级的影片与好莱坞大片正面抗衡，更需要有打“阵地战”的能力。像《智取威虎山》《湄公河行动》《战狼2》等影片，即使不叫重工业产品，

至少是重量级的作品能够与好莱坞大片对抗并且赢得本土市场。只有游击战与阵地战相结合,中国电影才能获得更多的主动权和话语权。没有一个坚实的电影工业基础,没有电影工业体系的不断完善,没有电影工业水平的不断提升,中国电影就很难实现整体性的升级换代,实现从电影大国到电影强国的有序转变。

所谓电影重工业不是没有美学的,也不是粗鄙的。中国电影进入新时代,产业升级及其整体性的升级换代是必须的,建构工业美学规范和体系也是必须的,甚至可以说是一个硬币的两面,缺一不可,相得益彰。为了抗衡好莱坞,特别是能够与好莱坞正面抗衡,中国电影必须战略性布局中国电影工业体系,推进工业体系的完善,并在此基础上有序发展中国电影的“重工业”。与此同时,中国电影又必须吸取当年中国式大片的历史教训,避免价值观混乱和粗痞化美学,在工业化升级换代的过程中同步完成工业美学建构和表达。从2002年的《英雄》到《无极》《夜宴》《满城尽带黄金甲》,中国式大片对中国电影产生了很大的影响,包括价值观混乱、叙事逻辑无序、创意和想象力不足、对技术盲目崇拜、缺乏人物形象塑造等问题,确实有一些经验和教训值得我们去总结。由此,我们的中国式大片必须建构应有的美学及其美学体系,满足新时代的观众,尤其是年轻观众日益多元的艺术诉求和消费需求。

笔者在这里特别强调,我们必须辩证看待中国电影重工业和轻工业的关系。电影重工业不是万能的,因为任何一个电影重工业的发展不仅需要强大的电影工业体系、技术体系、人才体系准备,还需要充分的文化、美学准备,盲目推进中国电影重工业,就有可能是拔苗助长。事实上,如果没有强大的电影工业体系、技术体系、人才体系准备,以及相应的文化、美学准备,就必须秉承“师夷长技以制夷”的理念,积极推进国际“高端”合作,有效吸纳先发、先进国家重工业电影经验。另外,像《你的名字》《摔跤吧,爸爸》《看不见的客人》《天才杀手》等影片也给我们一个启示:中小成本电影也有很大的市场空间。所以,我们一方面要坚定不移推进电影工业体系的完善,支持电影重工业,另一方面还要在中小成本电影上下更大的力气,提高中小成本电影的艺术质量和市场竞争力。我们必须通过重工业和轻工业配合、“游击战”和“阵地战”配合的方式赢得更多的市场和更多的话语权。

## 二

事实上,没有哪个国家和地区的电影实践、电影现象像当下中国的电影实践、电影现象这般复杂、反复和多变,任何一个概念、理论的提出都有可能出现“反证”(比如针对电影重工业以及重工业产品,有批评者就强调电影在本质、本性、本土上是创意产业)。因此,中国电影理论批评必须有所作为,承担起相应的历史责任和使命,包括构建中国电影学派,为中国电影可持续繁荣发展提供更多、更好、更及时的理论支持和理论智慧,提供中国电影话语体系、话语评价体系,提供电影的中国方案和中国道路。

进入新时代的中国电影理论批评必须要有新思路、新气象、新作为,一方面要为中国电影可持续繁荣发展贡献理论智慧和能量,另一方面也要做好自身的顶层设计,实现自身的可持续繁荣发展。既要在战略性层面有新谋划,又要在战术性层面有新手段。在笔者看来,尽管融媒体时代在最大程度上已然是“渠道为王”,但真正意义上的电影理论批评必须要有学术定力、学术耐心、学术自信,以富有专业性、建设性的态度和表达赢得公信力,实现应有的传播力和影响力,不必在乎一城一地的得失,不必在乎能否挺立潮头,不必在乎是否成为万众瞩目的焦点和中心,把热闹和产业数字数据让给媒体,专心致志坚守自己的学术初心和学术伦理,相信久久为功必有“后”报。身处融媒体时代,任何一个电影理论批评工作者都不能走封闭僵化的老路,不能机械地以不变应万变,更不能居高临下端着架子,而应当努力调整自己的思维方式和话语表达方式,善于利用新媒体、多媒体、全媒体有效传递自己的

声音和观点，实现学术话语的大众化表达及其接受。

在笔者看来，任何争论都是有意义的——争论的意义其实在很大程度上不一定要达成完全共识或者一致性意见，而是争论过程本身可以让争论双方进一步从不同的角度、不同的层面去思考问题，弥补自己一开始可能没有想到、没有想透的方面。电影作为一种建立在各种各样的科学发明基础上的艺术，或许从诞生之日起就带有“工业”的基因——世界电影的中心迅速从诞生地法国转移到美国，根本原因在于美国人借助市场机制迅速建立起了比较完整的电影工业体系。电影有时候被称为是“工业时代的艺术”，但关于“工业时代”本身，争论就非常大。事实上，历史发展本身从来都不是“单线、单向叙事”，而是“复线、复调叙事”，比如随着“工业化”概念的出现，“前工业化”“后工业化”“再工业化”等概念也在争议中接踵而至。当前，提出建构中国电影工业美学不是无的放矢，不是一个纯粹的理論问题而是一个具有很强针对性的现实问题。相信随着时间的推移，大家会对这个问题有更加清醒、清晰的认识，而且感受多多。电影评论、电影舆论场，已经是电影生态系统最重要的组成部分，各种力量此起彼伏、此消彼长，你方唱罢我登场，其争论、争夺之激烈是圈外人难以想象的。舆论场的制高点就是话语权，话语权在某种意义上来说就是经济领域的定价权。有作为，才可以获得话语权、定价权；而不作为，即使曾经有话语权、定价权也会失去，最终被边缘化乃至被淘汰。

众所周知，上世纪30年代、80年代分别出现过电影理论批评的黄金年代，但笔者更为期盼的是出现第三次中国电影理论批评的黄金时代。这不是空想，不是无的放矢，而且具有强烈的现实可能性：首先，中国电影丰富、复杂乃至多变的实践为中国电影理论思考、理论创新提供了足够的实践支撑和理论空间；其次，中国电影未来发展并不是既定的、已知的，尚有众多未知的领域，比任何时候都更需要理论的智慧和理论的指引；再次，中国电影理论批评有自身的传统可以传承并且发扬光大，同时又全方位学习和借鉴了西方几乎所有的理论和批评流派。更重要的是，经过几十年的培养、成长和积累，中国电影理论批评的人才队伍可谓是牛肥马壮——或许正面临一个从量变到质变的“临界点”，理论批评创新动力超越了过去任何一个时代和时期。电影理论批评可以以集体性、群体性的努力和智慧为中国电影可持续繁荣发展贡献不断前行的理论指引和力量。

经常有人与笔者探讨这个问题：中国现在能不能出现像钟惦棐先生那样可以一言九鼎的电影理论批评大师？能不能出现像《谈电影语言的现代化》那样可以成为时代性标志的电影理论批评文章？笔者认为：不太可能。无论是钟惦棐先生，还是《谈电影语言的现代化》，都是在特定历史条件下产生的；除了个人的素质、才华乃至个性等因素之外，更有极其特殊、复杂的社会政治和文化原因。那么，我们能不能出美国那样的电影批评文章，一篇文章就可以在很大程度上影响一部影片的票房走向呢？答案也是否定的。因为，那样的电影批评文章有美国最大的报刊提供专栏，稿费从优并且高到可以维持一个作者比较体面的生活；作者亦有相对的独立性，并且长期坚持一以贯之，才得以对观众建立起权威性。事实上，任何一种权威或者权威性都是建立在某种特定的体制机制包括运行方式基础上的，很难机械照搬和复制。网络的迅猛发展特别是微信公众号的出现，一定程度上提供了一种类似于大报刊专栏电影批评作者的模式，一度让人们捕捉到了某种端倪，但由于资本无孔不入的介入，电影批评的独立性、专业性及其权威性很难一以贯之。黑格尔曾经说过：凡是现实的都是合理的。马克思也说过：人们创造自己的历史，但并不能随心所欲，而只能在既定的历史条件下创造。笔者以为，任何人的历史地位和影响力最终都取决于你的作为、你的努力、你的坚持。更重要的是，不要去攀比，不要去模仿别人，做好自己。从某种意义上说，中国电影未来发展并非已经有现成答案，有很多“未知”的领域和方面，须臾不可停止，更不能缺乏理论层面的思考。我们今天的很多东西是不完善不完整的，甚至有可能是错误的（世界上只有机会主义者永远正确，但这种永远正确是极其有害的），但只要能够带给大家进一步思考的维度和参照，能够给大家提供“纠错”的机会和机制，就是有价值、有意义的。



## 三

众所周知,《星球大战》系列电影不止是一个电影神话,更是一个商业传奇,所创造的包括品牌价值在内的商业价值已经是一个天文数字。支撑星球大战系列电影的不仅是好莱坞完善的工业体制和高科技制作团队,还有其精细分工且高度合作的专业化团队,这是中国电影可望而不可及的。达到这样的标准,不说五十年,二十年、三十年恐怕是需要的,这不是长他人志气,而是正视自己的短板。除了工业体系和技术层面之外,《星球大战8》还试图建构大剧情叙事结构及其人物关系——这对于北美电影观众非常有效,因为他们不仅具有“星球文化”,而且有很多的观影经验和积淀;但中国电影观众未必然,特别是95后新电影观众,以及三四五线城市的电影观众。尤其是《前任3》成为“爆款”和《星球大战8》在中国电影市场的低迷及其形成的强烈反差,引起了人们的广泛关注,甚至引发了激烈的辩论和争议。有人为《星球大战8》感到惋惜乃至痛心,更多的人对《前任3》感到迷惑不解,认为影片质量、审美价值与影片的高票房不相称;甚至有人干脆断定《前任3》不是一部好电影。众所周知,不仅什么是好电影,而且什么是电影,迄今为止仍是众说纷纭,尚无定论。毫无疑问,好电影的标准因为每个人的立足点、方法以及审美观念、经验的不同有所差异,但更重要的还有一个出发点和落脚点的问题。在电影理论批评大师钟惦棐先生看来,“电影美学的历史使命和时代使命,不仅要从银幕上去寻找,更要从银幕下受其感染的观众中寻找……我国的电影美学,一刻也不能脱离我国广大观众,这是我们电影美学意识中最根本的意识”。<sup>[3]</sup>依照笔者的理解,电影美学不仅存在于银幕也就是电影本体,存在于电影创作过程,同时也存在于观众的感受和接受当中;电影观众在某种程度上是电影美学的出发点和落脚点。中国电影的生命力乃至核心竞争力,就在于本土电影可以触发与观众在情感、思想、价值观等方面的多层次的良性互动交流,形成独特的观影体验和现象。好莱坞电影在工业体系、高科技特效技术以及面向全球讲故事方面是无与伦比的,但好莱坞电影满足的只是观众的娱乐性需求、好奇心需求、视听奇观的需求。明白了这一点,中国电影在发挥本土优势的同时尽快弥补各种短板,就会形成优势竞争力,找到抗衡好莱坞的制胜之道。

中国电影理论批评要建构自身的话语体系和评价体系,全方位借鉴国外电影理论是必须的,但更重要的还是要从本土的电影理论批评传统尤其是本土电影理论批评家们的思考中去寻求更多的智慧和力量。从中国的文化当中吸取更多营养,从中国电影传统当中吸取更多的营养,也就是说,中国电影升级换代一定要有中国电影史的纬度。笔者认为,我们独特的文化传统,包括中华美学经验,包括“一带一路”倡议战略,其实都为当前中国电影的升级换代争取更大的国际化生成空间,并且通过更有效的国际合作来构建世界电影新秩序的一个历史性的机遇。

现在,我们已经有了5万块银幕,用不了多久就可以达到8万块银幕。每增加一块银幕就意味着必须提供相应的内容生产,就好像每增加一个人就多一张嘴吃饭。如果我们没有强大的内容生产能力,建好的电影院就有可能给好莱坞做嫁衣——这种可能性是存在的,不是危言耸听,也不是杞人忧天。另外,网络电影或者说网络大电影的分流也是比较明显的。笔者曾有机会跟爱奇艺、腾讯、优酷等的从业人员讨论网络电影的问题。单单爱奇艺一个平台,每年播出的网络电影就有2900多部。事实上,已经有相当数量的年轻观众习惯于通过网络看电影。问题也就来了:观众一定要进电影院看电影吗?进电影院看电影的形式是永恒的吗?<sup>[4]</sup>

我们必须承认,中国电影的复杂性、矛盾性、多面性可能是其他任何国家都不具备的。还有一系列的关于工业化、后工业化、全球化、后全球化带来的叠加的问题,由此不断产生很多新矛盾。如果没有新的思路,不能找到更多更有效的方法,我们就很难实现中国电影的可持续发展,难以推动中国电影从产业黄金时代走向创作黄金时代,难以争取中国电影在国际环境中扩大话语权,难以用电影来提

升我们的文化软实力和文化影响力。对于文化建设，党的十九大报告提出要坚持中国特色社会主义文化发展道路，激发全民族文化创新创造活力，建设社会主义文化强国；同时，明确提出了“坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛”的战略目标。中国电影要实现文化繁荣、文化自信和文化自觉，需要大家共同努力，共同思考，共同提供思路和智慧。

众所周知，20世纪80年代始，我国社会的主要矛盾是“人民日益增长的物质文化需要同落后的社会生产之间的矛盾”。十九大报告对中国社会的主要矛盾表述为“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。这个重大调整符合中国经济社会发展的新变化，符合我国已经成为世界第二大经济体的国情，更为新时代中国社会主义文化繁荣兴盛提供了战略性指导思想以及战略性机遇。习近平总书记指出，“必须认识到，我国社会主要矛盾的变化是关系全局的历史性变化，对党和国家工作提出了许多新要求”。为此，就必须“在继续推动发展的基础上，着力解决好发展不平衡不充分问题，大力提升发展质量和效益，更好满足人民在经济、政治、文化、社会、生态等方面日益增长的需要，更好推动人的全面发展、社会全面进步。”“发展不平衡不充分”的问题“已经成为满足人民日益增长的美好生活需要的主要制约因素”。近十多年来，人民高层次的物质性、社会性和心理性需要不断增长，唯有经济建设与人民的物质需要平衡发展，社会建设与人民的社会性需要平衡发展，文化建设与人民的情感性、心理性、价值性需要平衡发展，才能在满足人民高层次物质性需要的同时满足人民高层次的社会性需求，尤其是情感性、心理性、价值性需要。“十九大”对中国社会主要矛盾的判断和表述也特别适合于电影。在笔者看来，当下中国电影产业发展仍然处于初级阶段（或者说成长阶段），主要矛盾是广大人民群众日益增长的多样化、差异化的电影需求与不平衡、不充分发展之间的矛盾。不可否认的是，这种矛盾和问题比较突出，甚至比较尖锐。毫无疑问，我们必须坚定不移地走中国特色社会主义电影发展道路，不断满足广大人民群众日益增长的多样化、差异化的电影需求，因为这是人民对美好生活的向往不可或缺的有机组成部分。对于电影来说，除了不平衡、不充分发展之外，或许还可以加上不匹配——现在中国的银幕数量超过了5万块，从结构上来说已经出现了差异化的空间。但实际上，中国电影市场结构同质化比较严重。笔者认为，中国电影的关键问题不是发展速度问题，而是通过艰难的结构性调整逐步实现结构性优化，加大供给侧结构性改革力度和强度，创作出更多有筋骨、有道德、有温度的好作品满足广大人民群众日益增长的多样化、差异化的电影需求，同时创造更多新的需求，反过来对创作层面形成倒逼态势，推动中国电影的可持续繁荣发展。

进入新时代，中国电影必须有新气象、新作为、新思路、新提升、新境界。过去十多年，中国电影、中国电影市场的发展速度很快，有的影片票房也很高，从数字上看很漂亮。但是，高速度发展也带来了很多问题，一些高票房的电影不乏庸俗、低俗和媚俗，更多满足了观众的娱乐性需求、消遣性需求，并没有有效满足观众的精神性需求、情感性需求、思想性需求和价值性需求。“讲品味、讲格调、讲责任”的电影创作及其制作需要从我做起、从现在做起。满足观众的新需求，才能创造中国电影的新辉煌，兑现中国电影的强国梦。

#### 参考文献：

- [1] 阎密. 3D博览会成3D产业发展风向标 [N]. 国际商报, 2015-11-03.
- [2] 饶曙光, 尹鹏飞. “拐点”论争与中国电影结构性优化 [J]. 浙江传媒学院学报, 2017 (2).
- [3] 钟惦棐. 钟惦棐文集 (下) [M]. 北京: 华夏出版社, 1994: 261-265.
- [4] 饶曙光. 当前中国电影的十大挑战 [J]. 电影新作, 2017 (3).