

# 我国商业大片的美学规制及其价值选择

黄柏青

(长沙理工大学 设计艺术学院,湖南 长沙 410114)

**[摘要]**新世纪以来,我国商业大片生产的美学规制有几个显著的特点:一是题材选择的多元化倾向;二是形象塑造的平民化倾向;三是叙事策略的大众化追求;四是影像打造上的奇观化效果。这些美学规制的形成有其背后深层的价值选择及其意识形态的变化,表现了新世纪以来我国电影生产在融合大众美学趣味和中国主流价值观方面达到了一个新的高度。而所有这些对未来我国电影创作和生产有着诸多重要的启示。

**[关键词]**商业大片;国产电影;美学规制;价值选择;

**[中图分类号]**J90 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1671-511X(2016)05-0127-08

新世纪以来,在全球化的语境中,我国的电影产业在与国外大片同台较量与竞争中,一扫以往的颓势,得到了前所未有的发展,取得前所未有的佳绩。自《卧虎藏龙》(2001年)以来,几乎每年都有商业大片横空出世,蔚为大观。《英雄》(2002年)、《十面埋伏》(2003年)、《天下无贼》(2004年)、《无极》(2005年)、《满城尽带黄金甲》、《夜宴》、《东京审判》(2006年)、《集结号》(2007年)、《赤壁》、《非诚勿扰》(2008年)、《南京!南京!》、《三枪拍案惊奇》(2009年)、《唐山大地震》、《让子弹飞》、《赵氏孤儿》、《杜拉拉升职记》(2010年)、《龙门飞侠》、《金陵十三钗》(2011年)、《画皮》、《人在囧途之泰囧》(2012年)、《致青春》、《西游降魔篇》(2013年)、《爸爸去哪儿》、《分手大师》(2014年)等等大片,为中国电影再造了美学奇观。这些中国式商业大片以其逐渐成熟的类型叙事、精良制作、明星效益、奇观影像、普世价值等美学取向,建构了具有品牌效应的全球化中国电影符号形式,并在激烈竞争的电影市场中取得了优秀的票房收入:如《卧虎藏龙》全球有超过一亿美元的票房收入;《英雄》国内票房2.5亿元,全球总票房合14.5亿元;《集结号》仅国内票房就达2.4亿,《唐山大地震》三天就破亿元,总票房达10亿元,《致青春》达到了6.5亿元,2015年许诚毅导演的《捉妖记》更是破天荒地超过了24亿……这也从某种意义上证明了我国电影正在“用本土的、中国式的大片来和世界电影同步,同时建立自己民族电影的优势”<sup>[1]</sup>。这些国产电影大片创作的成功,为市场化、商业化、产业化背景下中国电影的创作提供诸多益处。我国学术界对产业化语境下我国电影的创作有过诸多的分析和研究。这些分析总体上可以概括为我国电影生产者紧跟时代步伐,以观众的审美趣味为导向,以观众的心灵抚慰和精神洗礼为旨归,以视觉冲击与幽默搞笑为手段,创作出了一部又一部既叫好又叫座的大片<sup>①</sup>。在此基础上,有必要探讨、分析,进一步总结产业化以来我国商业大片电影创作的美学规制,探索其内在的逻辑演变规律,揭示其蕴含的深层次的意识形态意蕴,这将对全球化时代我国电影的创作与生产起到积极的作用。

## 一、我国商业大片电影创作的美学规制

我国商业大片是在产业化语境下进行的电影创作和生产,其美学规制有其独特之处,总结起来主要有以下四点。

**[收稿日期]**2016-05-08

**[基金项目]**国家社科基金规划课题一般项目“产业化进程中文艺创作的美学规制研究”(11BZW016);湖南省社科基金规划课题一般项目(3YBA011);湖南省教育厅重点项目(13YBB356)阶段性成果。

**[作者简介]**黄柏青(1968—),男,湖南炎陵人,博士,长沙理工大学设计艺术学院教授,研究方向:美学、设计艺术学。

①这一阶段的研究成果比较多,主要学者有:王一川、尹鸿、鲍玉珩等。

### (一)题材选择的多元化倾向

新世纪以来,我国商业电影大片的题材有多元化的倾向,既有历史节点重大意义的大题材,如《唐山大地震》、《南京!南京!》等;也有源自日常生活、身边故事的小题材,如《天下无贼》、《致青春》、《爸爸去哪儿》等;既有虚构的想象的非现实题材,如《无极》、《英雄》、《画皮》等;也有现实的真实题材《爸爸去哪儿》等;既有反映古代的历史题材,如《赤壁》等;也有反映当下的生活题材,如《人在囧途之泰囧》等等。这些题材有一个总特点,就是能够与时代的发展,与时代和社会的兴趣点紧密结合起来,激发人的兴趣,激发人的观影热情。比如,《英雄》、《十面埋伏》是新世纪初,世界开始转型到视觉时代,电影美学由以前的戏剧美学转型到奇观美学,奇观在电影创作和欣赏中起到至为关键的作用,他们捕捉到的机会,使得电影给人以无限的震撼力和冲击力。还比如,张艺谋导演的《天下无贼》则是在商品社会后,整个社会都很快物质化,人人都精心设防,精于算计,人与人之间已经失去了基本的信任,人人脸上带着伪善的面具,这个时候的傻根怀揣着打工赚来的6万元回家,还相信天下无贼,这个事件与人物形象的出现,就有了格外醒目的社会意义;《集结号》则是在小人物生命个体觉醒的大背景下,对人性的呼唤,对小人物个体生命价值的尊重的期待与呼唤,碰触到了时代的脉搏,受到广大观众的喜爱,连长谷子地执拗寻求“集结号”吹响与否的意义,不仅仅是对46个战士生命意义的追寻,更重要的是对普通战士、普通人物本身的尊重。《爸爸去哪儿》就是在快节奏的现代生活背景下,对亲情尤其是父爱的呼唤这样的大背景下创作与生产出来的一部亲情剧,看似平淡的日常生活,但是因为现今时代已经很难做到,人们为了生活到处奔忙,没有时间,也没有心情停下来与亲人好好享受日常时光。此剧选取影视明星们与他们的孩子的日常生活为题材,满足了大众对影视明星本身的崇拜感,又满足了大众对影视明星及其孩子日常生活的关注欲,以及对亲情的渴望等,所以此剧以一种聚焦明星与子女的日常生活这一特别的方式来呈现,受到了观众的欢迎。

### (二)形象塑造的平民化倾向

新世纪以来的中国电影创作中,大都倾向于塑造能够体现中华民族为正面形象的人物形象。这一时期的正面人物形象,没有以往主旋律电影中英雄人物或者领袖人物的“高、大、全”和“伟、光、正”,而是选取一些普通的小人物作为正面人物的典型,这些小人物是区别以往的英雄主义人物或领袖人物类型的平凡人物,在这些不知名的小人物身上倾注感情,表现其血肉鲜活的个性形象,追求其普世的真善美情怀,蕴含着英雄主义情愫和人文主义情怀,这个审美取向既贴近了当今主流意识形态要求,也符合广大观众的审美情趣与时代价值观念。观众可以通过感受这些既普通又不平凡的小人物的爱憎、冷暖、苦乐,在他们的身上找到自己的影子,在观看时得到心灵的慰藉与共鸣。但这些人物的形象又与生活中的普通人并不完全等同,他们有着更为特殊的生活经历,观众既熟悉又陌生,所以能更关注影片中人物命运的起伏并能投入剧情中去。无论是《唐山大地震》、《集结号》,还是《金陵十三钗》、《南京!南京!》等作品,所塑造的都是大历史背景下的平民形象,这既贴近观众也贴合生活的本质,在他们不平凡的经历下感受生活的奇异体验。例如,影片《唐山大地震》中的母亲李元妮,就是传统的中国女性形象,她勤劳坚强、爱家人胜过自己,但李元妮经历了普通人难以经历的磨难,她在绝望中选择了儿子而失去了女儿,并用一生的光阴固守着真情,含辛茹苦将残疾儿子抚养成人。这种独特的命运变化吸引着观众的注意力,迫不及待的想知道接下来的故事。而方登在地震之前是父母眼中的乖孩子,关爱弟弟的好姐姐,与生活中普通的孩子无异。但在地震后的生活却是未婚先孕、单亲妈妈、远嫁海外等世人看来格格不入的行为。以普通人物前后不一的生活经历引起观众的好奇,观众也随着剧情的起伏体验了方登的由爱到恨的特殊人生,因此,作品的人物塑造既体现了平民化倾向,又有了“观众缘”。

电影《集结号》也是选取了谷子地、赵二斗、王金存、孙桂琴等数个人物形象,并以谷子地为代表来塑造平凡的人物群象。谷子地是连长,作战经验丰富但文化水平不高,为人倔强、认真。战争时指挥全连抗击数倍于自己的敌人,顽强坚决;集结号没有吹响就绝不撤退,最后自己抱着炸药包与敌人同归于尽,后来死里逃生,一直要探寻“号子究竟有没有吹响”的真相!

指导员王金存形象尤其饱满,他本来是一名师范学生,但是战争剥夺了他读书写字教书育人的机会,也剥夺了他与妻子孙桂琴白头偕老、侍奉双亲的机会,他别无选择地成为了一名战士。他与谷子地的结缘缘于他害怕战争想当逃兵,但是谷子地看到的是他有文化的优点,争取上级将他任命为连队副指导员。残酷的战争锻炼了王金存,最终克服自己的缺点,成长为一名英勇杀敌的勇士,战死沙场。影片以个人的视角表现战争的残酷与英雄本色,突破了以往的战争题材电影作品中以“高大全”形象表现英雄的概念化创作观念,用情谊与承诺将牺牲的无名英雄描绘得有血有肉。影片中谷子地没有听到集结号就绝不撤退,表现了军人对命令的服从与坚守。对王金存这样起初犹豫、动摇但最终同样视死如归的人物刻画,不仅同样呈现了既普通又不平凡的英雄主义的价值特征,而且符合一般人性的表现,这些都让人物格外感人。

作为《集结号》唯一的女性形象孙桂琴,她性格坚强,又善良体贴,对王金存的爱情坚贞不渝,希望过平静朴素的生活。战争来了,她勇敢地激励丈夫上前线,一个人在家里照顾婆婆,等待丈夫归来。后来得知王金存英勇牺牲,她执着地要寻找丈夫的遗体。在与谷子地寻找历史遗骨,寻求战争真相的过程中,遇到赵二斗,在谷子地撮合下与其结婚。后来在谷子地找原部队和生活上给予了很大帮助,凸显了一个有情有意的女人形象。观众随着孙桂琴这个女性形象,体验了普通人物非同寻常的命运体验。这种普通人物对爱情的坚守、对家庭的责任、对同志的帮助等等优良品质能唤起观众心中的共鸣。观众通过影片情感的起伏找到了自我情感释放的空间,人们对角色的强烈期盼,正是对自身未来的美好期许。

其他的比如《天下无贼》中的傻根、王薄、王丽等,《云水谣》中的陈秋水和王碧云等,《唐山大地震》中的李元妮、方凳、方达等,《南京!南京!》中的舞女小江,等等,无不是抒写既普通又平凡的人物,他们表现出来的生活之“真”、人性之“善”、心灵之“美”。让广大观众产生强烈的共鸣,也正是这些既普通又不平凡的人物身上所蕴含的“真”、“善”与“美”,唤醒了人们对普世情怀向往与追求,拷问着当代人们的社会责任感、信念价值,体现了更深层的民族价值观念和主流价值内涵。

### (三)叙事策略上的大众化追求

近年来的商业大片强化了叙事策略上明显区别于以往传统主旋律电影的思路,不以宏大的叙事结构歌颂领袖人物,简单宣扬政治理想,直接弘扬主流意识,而是聚焦于普通生命个体,通过普通但却不平凡的小人物或凸显重大的历史事件中人的关怀,或在普通平凡的故事的讲述中人与人之间的温情,用大众乐于接受平等视角来讲述故事,故事的结尾往往以大团圆的情节结束,这样的安排也符合中国人的审美习惯和接受心理。因为圆满的结局叙述更迎合大众化的需要,人们在忙碌一年后有许多坎坷与不满,通过电影中的情节能够得到象征性的宣泄,获得虚拟的满足。善良的观众希望看到主人公历经磨难后能够获得一个圆满的结果。

比如冯小刚导演的《唐山大地震》,最大投资方是唐山市政府,官方起初是想拍摄一部叙事结构宏大的作品,但冯导显然没有按照官方的意图进行,没有着力讲述解放军如何不顾危险解救灾民的宏伟故事,却是回归了中国家庭伦理剧的传统——以母亲的磨难与家庭的亲情打动观众,将平民百姓的创伤作为故事的中心,以骨肉亲情、母女冲突的“小故事”来直击观众的情感命门,通过灾难中一个普通家庭的悲欢离合来呈现唐山大地震“国殇”剧痛。23秒的地震带来的是32年一家人内心的伤痕,贴近大众内心的是电影创作者对骨肉亲情的呵护,对家庭与情感重视。影片从开头地震造成的亲人之“痛”到结尾母女抱头痛哭释怀的人情之“暖”,符合我国观众对人世间的骨肉亲情向往与家人合家团圆的心理追求。

在电影《中国合伙人》中,陈可辛导演想通过符合大众叙事思路的友情、爱情及商业故事,从新梦想学校的创始人成东青的下海故事牵出了那一代人所面临的残酷现实以及对梦想的渴望,展现改革开放三十年的翻天覆地的变化与成就。无论是演员的服装道具或是拍摄的背景环境都随着三十年的变化——跟进,来展现这三十年间经济腾飞后中国商业化思想的巨变。影片中的原型是世人耳熟能详的培训学校新东方,这对于观众而言是极具吸引力的,再加上故事中适度的幽默和激烈的情感

冲突,使叙事更加富有魅力。

电影《1942》是讲述1942年发生在河南的大旱灾、大饥荒的故事,但没有宏大的叙事,而是通过一个地主范殿元和佃农逃荒的悲剧命运来呈现。大灾之年,战争逼近,精明、成熟的地主范殿元带着家人,与佃农赶着载满粮食的马车,随着逃荒的人流逃亡陕西,但是,却没有能躲过灾难!“三个月后,到了潼关,车没了,马没了,车上的人也没了。”这么一个精明之人,善良之辈,也在大旱灾面前无能为力,也遭受妻离子散,家破人亡的境遇,这让与同样是普通大众的观众感叹唏嘘。

而电影《泰囧》与《人在囧途之泰囧》更不是讲述什么大事情,而是讲述三个人在泰国遇到的囧事,明显的搞笑叙事。不追求深层的深刻的思想,只关乎普通人喜怒哀乐的命运。

《集结号》的日常化叙事,也同样以谷子地个人的视角结构全篇,电影《风声》在故事大众化的手段上更加独树一帜,其以观众喜爱的谍战故事入手讲述共产党员对信念的坚守以及顽强的品质。以跌宕起伏、扣人心弦故事情节和五个性格截然不同的角色设定,内容环环相扣,似乎每个情节都在暗含着“老鬼”究竟是谁,让观众无法猜透其中奥妙,符合观众的期待心理。故事本身不仅仅讲述了一个谍战故事,而是在其中蕴含了共产党员对理想和信仰的追求。

#### (四)影像打造上的奇观化效果

新世纪以来的我国商业电影创作,紧跟时代步伐,紧贴视觉时代的脚跟,在影像上打造一种奇观景观,给观众带来的“奇观化”效应,为观众制造一种逃离现实的“梦境”,在强有力的声画体验中感受他人的人生。商业大片“奇观化”的美学表现手法,其实是将好莱坞大片式的视听效果融入作品里,使观众获得感官的愉悦性<sup>[2]</sup>。新世纪以来,我国商业电影大片创作者和生产者们倾心于打造大片影像的奇观化:以大场面的特效场景、超震撼的听觉享受,精心设计的奇观场景,完善声音和画面的剪辑质量来制造视听盛宴。即总体上通过“动作奇观、速度奇观、身体奇观、场面奇观”等奇观美学模式,创造出令人震撼的美学效果,通过这些影像奇观,来吸引视觉时代观众的眼球,达到强烈的视听效果和震撼、惊悚的奇观美感。

比如,2012年上映的《一九四二》,影片开场烹饪食物的各种画面、大全景的如长龙般蜿蜒曲折的逃荒队伍,日军轰炸时混乱场面的血腥暴力场景,表现南京城歌舞升平氛围的舞会、酒宴等场景。这些都以制造奇观化来突出强烈的对比效果。在听觉的表现方面,为了重现轰炸场面、机枪扫射和飞机飞过头顶的直观感受,营造迎面而来的真实效果,影片全部采用了杜比全景声混音,使观众仿佛身临其境就在灾难现场,这种视听效果对观众造成强烈的震撼效果。

在《集结号》中有80%的投资都使用在了拍摄与制作特效上,震撼而激烈的交火与战争爆破的特效都给观众带来好莱坞战争电影般的真实视听感受。而在《唐山大地震》中以三分钟重现23秒天崩地裂、房屋垮塌的灾难特效,大量长镜头与震撼的视听效果将唐山大地震的历史灾难重现于世人眼前。当然,在这些作品中也并没有刻意地单独打造“奇观化”效果,而是将其与剧情和主题进行了很好的结合,让震撼的视听体验为故事情节服务。

在《英雄》中张艺谋也着力打造了一种奇观化的视觉效应。周宪对《英雄》里的奇观化曾经有过精妙的描述:武打的场面背景就很有看点,要么是大漠狼烟的雅丹地貌,或者是风景如画的山水;要么是颇具文化特色的秦宫,或者是文化雅韵的藏书阁。武打动作更是以其造型变化万千而瞩目。将想象力发挥到极致的是电影中所呈现的武打场面,这些武打动作更是颠覆了传统武功戏的真实性时空和动作限制,完全超越了人的身体极限和自然法则而无所不能。比如最具特色的第四场武打,残剑与无名在水面上较量,一会儿从空中垂直落向水面,用利剑在水中划出涟漪,或用手掌撑住水面以支撑身体;一会儿以轻功在水平面上追逐穿行,似跑似飞。两人或是垂直旋转,或是水上打旋子,颇有龙腾虎跃的气象。镜头的处理更是别具匠心,一方面是两人意念的主观镜头展开,另一方面又夹杂着客观镜头来全方位地展现武艺。不但向下俯拍,而且从水下仰拍,从不同角度极尽中国功夫之视觉魅力。更有趣的是对视觉上的细节刻画,对打中水滴也成了利器,两人用剑将水滴击来挡去,可谓匠心独运,这种画面恐怕在世界电影史上是绝无仅有的。诸如此类的细节表现还有很多,总之,

《英雄》的奇观电影特征是显而易见的<sup>[3]</sup>。

## 二、我国商业大片的价值选择

新世纪以来我国商业电影大片的创作与生产,以大众美学和中国主流价值观的融合为旨归,唱响了人文化的主题曲,人文关怀和人文精神在商业大片中显露无遗。通过电影作品人物的塑造、情节的设置、细节处理等等,于无声处表达了对生命个体的尊重,对个体心灵的关怀,对个体情感的呵护,在大事件上凸显小人物身上不平凡的英雄主义精神,在小事件上突出小人物的情感升华,强化小人物身上的道德追求,赞美人间至爱的纯洁无暇,人性至善的人格完满来突出电影传达的普世价值追求。这些价值追求达到对主流意识形态的贴近与契合的目的之外,也流露出厚重的人文主义关怀气息,尤其是对小人物的关注、关怀、关爱让普通大众感动。

在人文关怀的表现上,新世纪以来的作品中无论是《英雄》、《天下无贼》、《云水谣》、《集结号》、《唐山大地震》,还是《南京!南京!》、《一九四二》等等,这些作品的主人公一般都是以普通的小人物的视角来呈现对象,通过小人物的命运变化来呈现对生命的关爱、尊重与呵护。注重普通生命个体的感情生发与延展,肯定小人物朴素的追求、朴素的情怀。这种视角本身就体现了我国商业电影的人文关怀。全球化语境中视觉时代的电影技术语汇正是通过呈现本身来言说故事,突出主题。通过突出让想要呈现的对象和内容,让着意要呈现的对象呈现得更为清楚,也让观赏方看得更清楚;同时把欲以遮蔽的对象和内容加以遮蔽,通过有意识地组织起内容最终呈现和遮蔽来达到自己表达的主题。

首先,人文关怀表现在对普通人物的选择与塑造上。产业化以来,我国商业大片多选择普通人物而不是以往的领袖人物或者重要人物来作为主角。通过对他们的至善心灵加以塑造,对他们的至真情感加以表现,对他们的朴素追求加以肯定,对他们的简单快乐和单纯幸福加以弘扬,等等,这本身就是人文主义最好的体现。例如,《云水谣》的陈秋水,《集结号》的谷子地,《唐山大地震》中的李元妮,《天下无贼》中的傻根,《南京!南京!》中的舞女小江,《泰囧》中的这些人物的至真之情的流露,表现了导演对普通人的关注。这是我国电影大片在主题上的革命性变革。在以前的电影创作中,我国电影主要凸显的是革命领袖和英雄人物的精神气质和伟人胸怀。表现革命英雄主义的责任担当、广阔胸怀和为革命事业勇于献身的革命乐观主义精神。但是比较少地涉及普通人物的精神世界和思想情怀。新世纪以来我国电影主题的转向表明了我国电影创作与生产的革命性变革,他们回归到普通的大众,回归到普通的小人物身上,关注他们的喜怒哀乐和思想情况。这从某种意义上说是人文主义的进步与发展的体现。

其次,通过命运与情感的冲突来表现对某一群体,尤其是普通大众群体,社会底层群体的人文关怀。《集结号》表现了谷子地对誓言的坚守以及对战友们的真挚情感,是当代军人价值的呈现。影片通过对谷子地这一人物命运与情感特征的刻画,展现了导演对革命军人的关注与关怀。影片《唐山大地震》以1976年在唐山发生的7.8级大地震为背景,其焦点不在于以特技重现灾难场面,而“聚焦”于每个家庭成员心中的“余震”,关注灾难下人物命运与情感的冲突,构建了一部心灵史诗。而电影《云水谣》关注20世纪40年代末年轻人的感情故事,影片通过陈秋水和王碧云这对被海峡生生隔离的普通的台湾情侣形象,表现出祖国与台湾分割六十年的悲剧。对于现代的年轻人而言,爱情是电影作品永恒的主题,影片以爱情为核心,表现导演对那个特殊年代人物情感的关注,对于现实中真正被海峡分隔开的亲人、恋人、家人而言都能通过这部作品唤起心中的共鸣。

再次,把时代变迁与人物奋斗相结合,揭示人物成功背后的人文情怀。2013年的新作《中国合伙人》讲述的是成东青、王阳、孟晓俊三个毕业的大学生共同创办新梦想培训学校,并获得成功的励志故事,表现了导演对改革开放30年中下海创业的年轻人的关注,被媒体誉为第一部反映中国现代商业题材的作品。影片淋漓尽致地展现了这些商海之中的时代弄潮儿是如何突破艰难并成为新时代中的佼佼者,其更加涵盖了导演对改革开放30年中下海创业的年轻人和普通人的关注。这些作品

都表现了对特殊群体的人文关怀。

在道德品格的表现方面,新世纪以来的商业电影大片主要赞美了具有传统与普遍意义的“仁爱”、“善良”、“正义”、“真诚”等道德品格。这些美好的道德品质是中华民族的传统美德,也是中华民族生生不息,源远流长的基础保证,更是生命主体相互依赖,共同应对外界挑战的坚强基石。并且,随着社会的发展,尤其是市场经济迅速的推进,这些中华民族的优秀道德品格在很多方面被淹没,被边缘化。相反,金钱至上成为了唯一的评价标准,这种片面的社会评价体系导致了社会道德的歪斜。道德缺失造成了人与人之间隔膜,群体与群体之间疏离。这种状况对我国社会的发展造成了很大的伤害。面对这种状况,人们呼唤传统美德的回归。所以,我国影视剧紧紧地抓住了时代的脉搏,在商业大片中积极引导中国传统道德的重建。例如,影片《唐山大地震》中李元妮夫妇对亲子至爱的勇敢与坚守,对收养方登的解放军夫妇既善良又富有爱心的弘扬;《天下无贼》中对“傻根”所怀有的人间至善赞扬,对王博、王丽夫妇人性善良的肯定;《英雄》中对仇恨的化解,对秦王的理解;影片《金陵十三钗》中对玉墨对姐妹的深厚友谊赞许,对陈乔治对神父养育的知恩图报的感动;《一九四二》中,对人间正义的弘扬,对战乱中饱受疾苦的百姓深切同情。《钱学森》中对钱学森强烈的爱国主义情怀和对科学的炙热追寻的表现,等等。可以说,这些影片中人物所表现的优秀道德品格也正是感动观众的关键所在。

### 三、商业大片创作审美取向与影片成功的多重启示

我国的电影商业大片在市场化、产业化、全球化的大背景中,积极进取,从容应对,取得了不俗的成绩,总结其在审美选择中的经验教训,对我国商业电影以后的创作与生产有着重要的理论意义和实践价值。

#### (一)商业电影创作的审美取向必须与大众的审美趣味紧密结合

新世纪以来,世界逐渐进入全球化时代,也进入到消费社会的时代,进入到信息社会,进入到视觉时代。这几个时代都叠加在一起,构成了这个多维度的社会。全球化意味着整个资源与商品在全球范围内流通与竞争,消费社会意味着这个社会是商品过剩,商品要在这个过剩时代脱颖而出,就必须要有针对性;信息社会意味着这个时候的社会,也不再像以前那样信息短缺,相反,处于信息大爆炸中,整个社会充斥着各种各样的信息,信息明显过剩;视觉时代意味着整个社会、整个世界的变化发展中,图像已经开始取代文字,成为社会的中心。同时,在这个多维度重叠的世界中生活的人们,既有选择多元性的自由与兴奋,又有面对海量信息选择无所适从的压迫和无奈。在这种背景下的大众,脚步匆匆,机械化的工作状态,程式化的生活节奏。处在这一背景下的我国商业电影的创作与生产也面临着种种的抉择,如何找到观众的兴趣点,找到与大众审美趣味一致的电影审美取向是格外重要的关键所在。

这种结合,一方面是回归电影本身,主动追求电影的娱乐性功能;另一方面,还要引导观众,追求电影的深度——思想性。在当代大众文化的影响下,电影的娱乐性功能正在逐渐吞噬电影的思想性,影片的“复制化”、“拼贴化”现象十分显著,很多商业电影如同一场闹剧,思想内涵极度贫乏,电影的严肃性更无从谈起。而新世纪以来的电影商业大片以历史或人物题材为主,并加入了故事的情节化与影片的明星化,在保证题材内容的严肃性的同时注重与娱乐元素的平衡。

首先,商业大片追求选材的多样性与故事情节的丰富性。新世纪以来的商业大片大多选材为多样,既有选择历史或时代人物为主要题材,如《孔子》《钱学森》和《中国合伙人》等,也有的选取灾难、战争、历史等严肃性话题,如《唐山大地震》《辛亥革命》《十月围城》《金陵十三钗》等,还有选择生活题材的,如《手机》、《叶问》等等。可以说应有尽有,无所不包。而在剧本选择上大多使用原著小说的改编,比如冯小刚的三部历史题材作品《集结号》《唐山大地震》《一九四二》分别是由小说《官司》《余震》《温故一九四二》改编的,小说本身就具备了较高的思想艺术价值,保证了故事内容的严肃性。但是这些作品并不是完全按照小说的思路进行改编的,而是对原著进行加工,特别注意改变原著中比较

平淡的情节,增加新的人物,使故事内容更曲折动人并更有利于电影表现。例如,《集结号》的原著小说《官司》其实只有团长和老谷两个主要人物,故事线索也较单薄,缺少生动细节的表现。而在电影中,塑造了更多的人物形象,增加了如王金存、赵二斗、孙桂琴等重要人物。并更突出了战争的激烈场面、矛盾的多重冲突与生活的诸多细节,增加了影片的表现力和娱乐性。电影《唐山大地震》在剧情带给人们悲痛与怜悯的同时,也以好莱坞式的灾难和情节剧结构带来了感官的快感与享受。

其次,商业大片追求影片风格的完整性和娱乐性的统一。例如,近年来的商业大片在演员的选择上更多地集合了各路明星来亮化人物形象的塑造,在《一九四二》中有张国立、徐帆、李雪健、张涵予等,甚至邀请了两位奥斯卡影帝亚德里安·布劳迪和蒂姆·罗宾斯来助阵,用名气和实力兼备的娱乐明星的演出抓取观众眼球。在最近非常火爆的娱乐题材的商业影片《捉妖记》中,集中了吴君如、曾志伟、汤唯、姚晨等具有影响力的大牌明星,使影片更富有魅力和娱乐元素。《泰囧》中的主演范冰冰和王宝强,都具有很强的娱乐性、喜剧性。尤其要指出的是,《泰囧》中所弘扬的小人物的心灵鸡汤远比大人物的教化隐喻有市场,国人的现实生活已经够累,电影让我们看到了比我们更弱遭遇的心理需求,没有大道理,没有装腔作势,打开无数电影屌丝的观影欲望。

### (二) 类型化创作与生产是实现高票房与好口碑相统一的捷径

新世纪以来,我国的电影已经迈入了产业化阶段,电影产业以市场的规律来运作,使电影产业受到公共权力、商业资本以及大众文化的不断渗透,电影界也有了一个共识——成功的作品就应该得到经济利益与良好口碑的“双赢”。越来越多的商业大片,甚至包括主流大片都实现了高票房与好口碑的统一:2007年的《集结号》以2.6亿元的票房创造了当年电影票房的奇迹。影片以真实的故事打动人心,并成为“主旋律”作品的成功典范。2010年的《唐山大地震》创造了6.5亿票房,并实现了三天破亿的票房纪录。影片颠覆以往灾难片形式大于内容的表现形式,以情感与诚意打动观众,“震动”内心,并巧妙结合2008年的汶川大地震,被学界认为是兼具艺术性、思想性和时代感的示范之作。而陆川导演的作品《南京!南京!》以南京大屠杀为历史背景,最终取得了1.6亿的票房成绩,同样以此为背景的《金陵十三钗》取得了6.1亿的票房纪录,成为2011年度华语电影的票房冠军。2015年热播的《捉妖记》更是以超过24亿元的票房打破了中国电影不敌西方电影的神话。这些电影作品在取得高票房的同时,也保证了艺术性与思想性的统一。

### (三) 产业化运作是新时期我国商业大片创作的成功基石

产业化运作是保证电影取得良好经济效益和社会效益的基础,也是被世界电影创作与生产已经证明了的法宝。产业化运作有一套基本的套路,一是,花费重金搜寻好剧本,剧本来源,往往请高手团队精心打磨。目前我国电影产业一个重要的问题就是好剧本缺乏。著名导演张艺谋曾说:“我们总说增加了多少银幕,文化产业、电影产业如何飞速发展,但我要告诉你的是,剧本荒依然非常严重!市场发展这么快,需求量这么大,好剧本却根本跟不上,粗制滥造和快速类型化、复制化,都导致了市场畸形,引发观众流失。”在张艺谋看来,影视创作好剧本匮乏已到了“吃了上顿没下顿”的地步。有了产业化的运作,相对来说,剧本,尤其是好的剧本就有了基本的保障。<sup>[4]</sup>

二是,重金聘请知名导演,聘请大牌明星加盟电影生产。因为知名导演和大牌明星本身的知名度就是一张名片,能够获得较好的票房保证。另外知名导演对电影创制有成功的经验,能够运用自如将电影跟时代风尚和社会氛围结合在一起,制造观影热点,冯小刚《唐山大地震》就选择唐山大地震纪念三十年这个特殊的日子首映,吸引了媒体的目光。比如,华谊兄弟有限责任公司聘请知名导演冯小刚担任自己公司的总导演,签约葛优、黄晓明、范冰冰、李冰冰等大牌明星;事实也证明,冯导以及这些电影明星为华谊兄弟创作和生产的电影带来源源不断的收视保证。

三是,使用专业电影制作团队,加大电影制作的力度。很多电影为了视觉冲击力,往往聘请美国好莱坞电影专业制作公司进行后期制作。比如《唐山大地震》中的地震特效,房屋倒塌,地动山摇,令人震惊;《捉妖记》中妖的变化万千,激烈打斗,等等,都是选择世界知名的专业动画特效制作公司打造的结果。这也说明科技的力量在产业化电影发展中会成为越来越重要的力量。



四是,与媒体合谋,利用媒体加大宣传,扩大影响,营销造势。比如,利用海选演员的机会大造声势,扩大电影的知名度,使得电影还未投产,就广为人知。这一点张艺谋导演的电影最为成功。电影拍摄完成放映之前,又利用首映式,明星促销等手段笼络影迷,稳定和扩大客源。还有,大幅度、高频度的新闻轰炸使得观众不得不面对,首映后的网络评论和灌水等等做法也是电影促销的常见手段。在当今信息爆炸的图像时代,媒介左右着观众的趣味。

五是,在电影创作中适时植入广告,减少电影生产成本。这个在产业化语境下是经常被使用的策略。比如,著名导演冯小刚导演电影就是以充满了植入式广告(product placement)著称,从《大腕》、《手机》到《非诚勿扰》,把植入式广告演绎得淋漓尽致,冯小刚的《非诚勿扰2》对海南旅游业的宣传、葛优的奔驰SUV入画,等等,也为华谊兄弟收获了不少非票房收入。据说《非诚勿扰》的一半投资即由广告主提供<sup>[5]</sup>。

总之,新世纪以来的商业大片以一种积极向上的精神力量将电影的思想导向和商业诉求完美结合,在躬身践行中昭示了中国电影发展的新方向——以商业平台打造上乘的电影大片,在获得高票房的同时,也能让观众体味到影片的思想和文化价值。这无疑是商业大片的成功带给中国电影导演的重要启示。

#### [ 参 考 文 献 ]

- [1] 张宏森,王陈. 2003—2007的中国大银幕——张宏森谈十六大以来中国电影产业的发展[J]. 大众电影,2007(20):4-6.
- [2] 高兴梅. 好莱坞电影里中国形象的变迁[J]. 南京政治学院学报,2015(6):74.
- [3] 周宪. 论奇观电影与视觉文化[J]. 文艺研究,2005(3):18-26.
- [4] 于帆. 国产影视剧本“缺”在哪?[N]. 中国文化报,2012-03-05.
- [5] 张永恒. 植入式广告在中国产业化的五个障碍[J]. 经济管理文摘,2009(8):54-55.

(责任编辑 卢 虎)

---

### 我校获33项国家社会科学基金及教育部人文社会科学研究项目

**本刊讯** 2016年我校获33项国家社科基金和教育部人文社科研究项目,其中国家社科基金27项,教育部人文社科研究项目6项。

国家社科基金项目中,年度项目22项、专项工程重大项目1项、后期资助项目1项、艺术学单列项目3项。年度项目包括重点项目、一般项目和青年项目,我校获重点项目2项、一般项目10项、青年项目10项;立项项目院系分布为,马克思主义学院6项,人文学院5项,经管学院4项,法学院3项,艺术学院、外国语学院、体育系、图书馆、海外教育学院各1项。马克思主义学院申报的“十八大以来党中央治国理政的政治思想研究”获国家社科基金专项工程重大项目。法学院获国家社科基金后期资助项目1项。艺术学院获国家社科基金艺术学单列项目3项,其中重点项目1项,一般项目2项。

(段梅娟)