

中国第六代导演



贾樟柯



管虎



陆川



宁浩

商业歧途

学院派导演的

年终特稿②

文／本刊特约撰稿 关鑫

近年来,在世界各大电影颁奖礼上,内地电影罕有斩获,这很大程度上缘于中国电影自觉的商业化进程,从某种角度上说这标志着电影产业的成熟和发展,因过度追求小众艺术导致全面萎缩的台湾电影业可以作为前车之鉴。但市场化运作不应该以牺牲艺术电影的生存空间作为代价,为什么不能对艺术电影给予资金和舆论上的扶持呢?不要再让有追求的电影导演的艺术理想在商业歧途上徘徊消磨了。

《二十四城记》

商业妥协改变不了票房惨败

2009 年 3 月,中国第六代导演贾樟柯辗转各大城市推广他的《二十四城记》。在这部以三线厂前世今生为内容的电影中,贾樟柯保留了他冷峻简约的艺术风格和对生活的审视态度,但还是谨慎地做着商业化的妥协,他第一次在自己的影片中启用了包括陈冲、吕丽萍、陈建斌在内的明星阵容。让职业演员去做非职业化的表演,不仅让观众在对影片人物的认同上产生困惑,也让《二十四城记》本应具有的纯粹影像风格和绝对真实力量在创作的内耗中大打折扣,从而失去了成为一部艺术精品的机会,这或许是这部影片在 2008 年戛纳电影节上铩羽而归的原因。更可悲的是,贾樟柯的商业化企图在电影市场上并未得到观众的回应,那些对他的作品如数家珍奉若神明的文艺青年们没有如约到影院来捧场,160 万元的票房成绩可以用惨败来形容。

贾樟柯是目前中国为数不多的在国际影坛上具有艺术号召力的中国导演,他的《三峡好人》是中国最后一次在世界三大电影节上获得大奖(2006 年威尼斯电影节金狮奖)的影片。今年 3 月底法国影星朱丽叶·比诺什到中国参加法国电影节,当被问及最想合作的中国导演时,她说了两个人的名字,一个是贾樟柯,一个是姜文。但是,被影院拒绝的贾樟柯,注定了只能继续通过盗版碟商和网络下载来传达自己的电影理念。

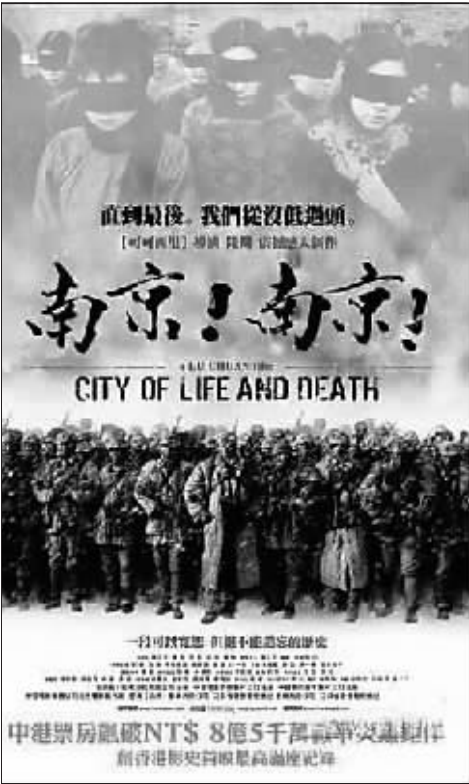
《狼灾记》

口碑票房双败的灾难

7 个月后的 10 月 2 日,《狼灾记》上映,导演是被誉为“中国最有希望成为大师”的田壮壮。作为上世纪八十年代中期中国电影的中兴力量第五代导演的代表人物,即使是 20 多年过去了,田壮壮最多被人提起的还是他当年拍摄的《猎场扎撒》和《盗马贼》的零拷贝记录,以及他以俾睨天下的姿态说出的那句“我的电影是拍给下个世纪的观众看的”的豪言。可惜的是,时间已经进入的 21 世纪,他的电影依旧乏人问津,即使是包装为魔幻情欲大片的《狼灾记》,口碑和票房的双败也不过是又成就了一次商业灾难而已。

对于一直固执地坚持着自己的艺术化创作之路的田壮壮来说,《狼灾记》是他最接近商业化运作的一次,故事格局和主创阵容的国际化背景都为他提供了证明其艺术电影的商业价值的机会,遗憾的是,艰涩晦暗的视觉通道和模糊跳跃的叙事表达让众多观众面对田壮壮关于人性与兽性、生命与自然宏大主题的探讨无所适从。在票房惨败后,田壮壮在一档电视访谈节目中说:“中国现在不需要大师,中国人不需要大师来指点迷津。”

面对着中国艺术电影与电影观众之间的双重背叛,豪情不再的田壮壮话语中充满着悲凉。



陆川作品《南京！南京！》



宁浩作品《疯狂的赛车》



管虎作品《斗牛》

《麦田》

繁复空洞的艺术赝品

当各种娱乐信息充斥着媒体受众的视听,现实中的人们更自觉地满足于对现实生存做肤浅的娱乐化解读时,学院派导演所代表的悲天悯人的精英文化,则日益显现出一种高处不胜寒的落寞和无奈。同样曲高和寡的创作困境还出现在经过多年蛰伏不约而同于今年推出新作的第五代导演何平和孙周的身上。

《麦田》的票房失利很大程度上可以归结为同档期过于强势的《建国大业》和《风声》的挤压上,但影片本身的口碑也证明了何平在创作中并没有将个人化情怀的泛滥控制在不让观众感到疏离的范围之内这样的一个事实。何平也是特吕弗所言的那种“一生只拍一部电影”的那种导演,从《双旗镇刀客》、《炮打双灯》、《日光峡谷》到现在的《麦田》,何平坚守着他的陌生的闯入者的经典西部片剧情模式,在他的侠义化影像体系中,可以找到很多的创作源头,如中国传统侠义精神、日本武士电影、意大利通心粉西部动作片,这也让他的作品成为具有个人独特表达方式的中国武侠电影。

《麦田》在镜头语言和光影造型上臻于完美,何平在题材上依旧执着于展现一个封闭空间内的人性交恶,长平之战的宏大背景更增加了故事的悲剧宿命感,但也许由于时隔六年重执导筒的何平对自己的倾诉欲望和艺术野心过于放任,《麦田》最终呈现出的浓烈风格化和仪式化特征让影片最终沦为繁复空洞的形式主义艺术赝品,虽然影片在某种程度上具有了人性和政治寓言的高度,但表达上的剑走偏锋让《麦田》在单纯追求娱乐享受的观众的期待视野中渐行渐远。

《秋喜》

个人化表达与商业元素不兼容

孙周的《秋喜》走的是当下中国内地最火爆的谍战片路线。尽管有跟风之嫌,但孙周还是凭借自己的功力让《秋喜》呈现出不同的气质,最成功的地方在于对人物心理的细致刻画,从《风声》中的“虐人”到《秋喜》中的“自虐”,孙周奉献了新中国电影史上最具人性光辉的革命信仰主义者人物形象。然而,影片最失败的地方在于对商业元素融合方式上的生硬和刻板,于是我们看到了诸如《黑客帝国》中的子弹时间、《无间道》式的英雄对决、吴宇森的鸽子和慢镜头等场面。当然这一点对于先入为主地把影片定位为一部常规谍战电影的观影者来说,则是另一种失败,那就是在一部商业电影中不合时宜地融入了导演个人化的创作情怀和表达方式。

不知道有多少观众能参透秋喜这个灵魂人物身上的象征意味,这种文艺片的作料对大多数观众的直接观感就是“雷人”和“做作”。因此可以说孙周在《秋喜》中对商业化的妥协是一次双败

的尝试,他没有找到让个人诉求和观众诉求都达到最大化的临界点。

《疯狂的赛车》《南京！南京！》

个人风格与商业的双赢

这时我们再回想张艺谋、陈凯歌这些顺利完成商业转型的学院派导演时,应该能够对他们创作上的自我扬弃产生更清醒的认识。其实《建国大业》的执行导演黄建新也是一名第五代导演,当然《建国大业》的成功有着诸多的创作空间以外的因素,不过一个长期关注社会现实问题的黑色喜剧导演能够在这样的宏大历史题材中游刃有余,也证明了黄建新在由个体达到公众表达方式上的适应能力。相比起曾经被供奉在新时期电影艺术神坛上的第五代导演而言,使命感不那么沉重的第六代导演更容易找到与这个电影商业化浪潮相融合的契合点。就在《二十四城记》上映的前后,《疯狂的赛车》和《南京！南京！》的成功就从不同的角度证明了这一点。

从《疯狂的石头》到《疯狂的赛车》,宁浩的成功不仅仅是他个人的成功,可以说他带来了中国小成本电影希望的春天,一千万的投资和一亿票房,《疯狂的赛车》创造了业内的奇迹,有效地刺激了投资商对内地年轻导演的信心,也造就了《夜店》、《倔强萝卜》等跟风之作的小规模成功,这对中国电影工业的长远发展是具有战略意义的。《南京！南京！》虽然招致了海量的争议和口水战,但这部 2009 年最具话题性的电影在商业上的成功是有目共睹的,更可贵的是陆川在这部电影中坚持了自己精神上的独立,黑白影像下的纪实美学让影片呈现出一种让人窒息的冲击力。与《南京！南京！》相映成趣的是,另一名第六代导演管虎今年推出的小成本电影《斗牛》则以黑色喜剧的形态探讨了战争中人性与兽性的命题。

内地的艺术电影曾经在世界影坛上形成过一股强劲的中国力量,但以 2003 年张艺谋转型拍摄了《英雄》以来,在世界各大电影颁奖礼上,内地电影罕有斩获,这很大程度上缘于中国电影自觉的商业化进程,从某种角度上说这标志着电影产业的成熟和发展,因过度追求小众艺术化而导致全面萎缩的台湾电影业可以作为前车之鉴。但市场化运作不应该以牺牲艺术电影的生存空间作为代价,即使是高度成熟的美国电影市场,每年也有大量的具有探索性的艺术电影和独立电影问世,这不仅仅关系到促进电影多样化发展和满足部分高端观影群体需求的问题,而且也代表了一个国家的思潮活跃度和社会包容性,从而构成国家文化形象的重要标志。所以,除了完善和扩大艺术院线建设,有关部门对艺术电影的扶持更应该成为国家文化发展战略的重要一环,内地每年有对主旋律电影的专项基金支持,为什么不能对艺术电影给予资金和舆论上的扶持呢?不要再让有追求的电影导演的艺术理想在商业歧途上徘徊消磨了。