

【文学与艺术研究】

中国古装大片的跨文化消费与视觉经验*

——以北美市场为样本

陈林侠

摘要:古装大片是21世纪中国电影成熟最迅速的类型片,在海外跨文化消费的语境中,这类影片所提供的视觉奇观成为最具消费价值的内容,《英雄》《十面埋伏》爆发出惊人的市场号召力。但从2006年后,古装大片被市场过度消费,在海内外市场失去影响。究其原因,在于影片对视觉经验的认识存在误区。《满城尽带黄金甲》及其以后的古装大片,将重点放在服装、布景等传统的电影美术领域,忽视了数字技术对视觉经验富有想象力的开发,视觉经验迅速雷同、萎缩,具有本体性意义的视觉经验越来越少。当下中国古装大片需要借助数字技术发挥视觉想象力,开发出自身特殊的电影语言,回归叙事电影的正途,通过时间的连续性、认知心理的逻辑性、视线匹配的视点,“有序”地组织起本质上属于片段的视觉奇观。

关键词:古装大片;奇观;叙事;视点

中图分类号:J90

文献标识码:A

文章编号:1003-0751(2021)03-0152-07

21世纪初期,在《卧虎藏龙》的刺激下,张艺谋的《英雄》《十面埋伏》以相似的影像风格、故事情节及价值观念,迅速形成古装大片新类型,不仅在国内盘活市场,大大提振了产业的活力,而且在世界范围内创造了前所未有的票房纪录,获得广泛的市场空间。但接下来,《无极》《满城尽带黄金甲》《夜宴》等古装大片一方面以强大的宣发、排片优势继续斩获国内票房,但另一方面引发学界乃至普通观众激烈的批评。更糟糕的是,从2006年票房腰斩迄今,古装大片在国内外市场上均深陷困境,难有起色。对于普通观众尤其是身处跨文化消费语境中的海外观众来说,观看中国古装大片不过是“一次性”的娱乐活动。在笔者看来,此类影片最大的吸引力是以武打动作为核心的视觉经验,尤其是数字技术时代产生出的不同于胶片时代的视觉奇观^①,其次才是故事内容及其人物、情节。因此,从视觉经验的角度厘清古装大片的接受状态,就显得特别重要。

一、北美市场古装大片的生存状况

截至2020年6月,21世纪以来中国古装大片(含海外制作)在北美市场共35部上映^②,包括武侠、动作、魔幻、战争、历史、喜剧等子类型,但主要集中在武侠(有10部之多),这种类型在票房方面也是占尽优势,前十名^③中有5部,前五名中有4部。值得注意的是,古装大片从武侠到动作、魔幻、战争、喜剧等类型的嬗变,反映出依赖动作场面、减少故事内容、搁置起价值观念的内在倾向。在21世纪的消费语境中(尤其是在跨文化消费语境的海外市场),古装大片返回早期电影纯粹依赖视觉经验的状态,成为汤姆·冈宁意义上的“吸引力电影”。它通过各种方式架空故事内容与意义,或限定在完全虚构的君王家庭内部,或重述早成历史典故的战争故事,或选择大众早就熟悉的神话魔幻。如此种种,就是为了重点表现武打动作,以视觉奇观提高文本的消

收稿日期:2020-12-25

*基金项目:国家社会科学基金重大项目“中国电影文化竞争力与海外动态数据库建设”(19ZDA271)。

作者简介:陈林侠,男,中山大学中文系教授、博士生导师(广州 510275)。

费性,然而票房反映的情况事与愿违。《太极 1:从零开始》《封神传奇》《奇门遁甲》《苏乞儿》就是典型的失败案例。

那么,哪位导演促成了古装大片这一类型的形成呢?一般的说法是李安,但实际上应非张艺谋莫属。从数量上说,张艺谋有 5 部^④,李安仅《卧虎藏龙》1 部,并且李安的兴趣重点在于现代题材的英语片而非华语电影^⑤,《卧虎藏龙》不过是偶一为之。结合票房来看,除了《卧虎藏龙》和《铁马骝》,其他导演都难以与张艺谋相提并论。正是由于《英雄》(5371 万美元)、《十面埋伏》(1105 万美元)在海内外市场均斩获了极高的票房,在世界范围内引起广泛关注,国内社会资本才会迅速进入影视领域,很快推出与之相似的《无极》《夜宴》《满城尽带黄金甲》。更重要的是,张艺谋是这一类型思想观念的奠定者。

《卧虎藏龙》是李安改编自清末民初王度庐的同名小说,沿用了原作的官民(贝勒、提督与罗小虎)、侠隐(李慕白、俞秀莲)的江湖空间;在思想观念上,注重传统文化,虽有个性解放,但更有儒释道的三教合流;影像风格依赖香港武侠片发掘出来的“吊威亚”,强调人物克服地心重力、动作的迅捷飘逸。古装大片显然不是遵循这种思路。它之所以越来越远离武侠所固有的价值观念,就是因为《英雄》从一开始就奠定了“反武侠”的趋势。张艺谋不同于李安表达清末民初时期传统的“江湖想象”,也不同于梁羽生、金庸等港台新武侠小说强调的现代政治的“江山寓言”。他纯粹从视觉美感的角度拆解“武”和“侠”,一方面彰显了作为一种单纯展示画面造型的视觉奇观的武术之舞,另一方面含混甚至取消了“侠者”的社会身份与政治立场。这在《无极》《满城尽带黄金甲》《三枪拍案惊奇》《影》中越来越明显,影片架空了历史背景与故事原型的限制,武打动作泛滥,侠义精神退隐。古装仅仅成为一种区别现实的服装符号,影片在一个似是而非的时空中展开“阴谋论”的故事,人物在权欲与情欲之间挣扎,不断挑战人性底线。这种价值倾向实际上在《英雄》所透露出的权力崇拜中已露端倪。

从发行的时间来看,2004 年之后,北美市场每年都会出现古装片类型,在 2012 年前后,发行达到高峰(2010 年 2 部、2011 年 3 部、2012 年 5 部、2013 年 3 部)。如果说发行数量折射了发行商及院线对

市场的预期,那么,票房则表现当下古装片真实的生存状态。从票房数据看,2012 年的《太极 1:从零开始》(21 万)、《龙门飞甲》(17 万)、《画皮 2》(5 万)、《赵氏孤儿》(2.9 万)、《武侠》(1.1 万),5 部票房合起来不到 50 万,离北美外语片平均票房 100 万相差甚远。这可以说是以“华狮”(Chinese Lion)为主的北美发行商与观影需求之间的错位所致。对于北美观众来说,2000 年的《卧虎藏龙》是唤起古装大片海外观影热情的开始;2004 年成为高潮,一年之内上映了《英雄》《天地英雄》《十面埋伏》3 部古装大片;2006 年发行的《满城尽带黄金甲》是北美市场古装大片由盛转衰的分界点,票房从 656 万跌至 2009 年《赤壁》的 62.7 万。此后,古装大片在北美市场票房持续下跌,各种子类型、导演、演员均未使之略有起色。中国古装大片在经历了短暂的过度消费后,已彻底失去市场空间。

二、古装大片的视觉经验:从创新到萎缩

古装大片对跨文化消费的普通观众来说,吸引力在于视觉经验。电影的视觉经验非常复杂,具体由三个部分构成:一是以演员表演为核心,包括服化道等环节创造出来的视觉经验,这是直接诉之观众视觉,也是主要的视觉内容;二是电影化手段带来的视觉经验,包括推拉摇移等镜头运动,特写、大特写、全景、大全景等景别,以及平行、交叉、隐喻等各种蒙太奇,均会带来特殊的视觉经验;三是画面构图带来的视觉感,如突出空间透视的深度感,注重平面构建的浅景深,利用门框、窗户、遮挡物等进行画内空间的“再建构”,等等。

大凡票房成功的古装大片在这三种经验方面都各有特色,其中,尤以《英雄》为最,成为整个系列的源头。在第一种视觉经验中,张艺谋以“分段讲故事”的方式,集锦式聚集了主要人物在棋院、书院、湖水、宫殿、枫杨林、沙漠等各种场合中交战,这与《卧虎藏龙》《铁马骝》《霍元甲》等一再展示追逐、打擂、技击等场面异曲同工,但比后者更为激烈、精彩地囊括了叙事与奇观两种元素。《英雄》的特殊在于,不仅表现无名、残剑、飞雪与秦王之间的交战,而且将视觉经验的重点放在无名、残剑、飞雪、长空等正面人物之间旗鼓相当的比武。与此同时,这种非线性结构最大限度地容纳了人文(服装、书法、音乐、兵器、建筑)和自然(风景)视觉经验,前所未有

地突出影像的“唯美”，从而奠定了整个类型的美学基调。在第三种由画面构图带来的视觉经验方面，《英雄》与《卧虎藏龙》一样都注重画面构图，突出人物摆脱重力的飘逸潇洒，以及在速度、动作、方向等自由多变。但不同的是，李安注重利用门框、门洞、窗户的轮廓线以及人物的站位进行画面的“再构图”，在平面上营造出一种深度的空间，传达幽深遥远的审美意趣；张艺谋则特别强调正面的中心构图，频频使用特写、大特写表现人物与道具的细节，用全景、大全景表现自然风光，两种极端的景别将“唯美”的拍摄对象作为视觉焦点，直截了当地呈现在银幕上。《赤壁》用长焦/特写表现人物、用广角/全景表现环境，可谓典型地沿用了这种构图方式。

在第二种视觉经验方面，《卧虎藏龙》与《英雄》存在本质的区别。《卧虎藏龙》的镜头运动在方向规划与拍摄对象方面，摆脱了拍摄对象的限制，显示出自身的逻辑性与主体意识。如开场的第五个镜头表现吴妈跑入内院报信，但镜头运动摆脱了人物运动的制约，不是紧跟吴妈，反而是后拉成全景，介绍内院的整个环境。第六个镜头先于吴妈进入俞秀莲的房间，直接切换成俞秀莲的脸部近景，凸显听闻李慕白到来后的复杂表情。这种镜头的主体性及其视觉经验可以追溯到费穆的《小城之春》。

与之不同的是，《英雄》借助数字技术的电影化手段，在中国电影史上第一次充分使用“子弹时间”，创造出崭新的视觉经验，产生出香港学者林松辉所说的“慢美学”^⑦。《十面埋伏》《无极》《一代宗师》《长城》等大片延续了这种视觉经验。在与长空交战的棋院中，雨水不断从屋檐富有韵律地流下、长空用长枪搅起一片水雾、无名的脸与剑穿越六串的水滴，等等，让人耳目一新。当残剑与无名在湖上交手时，两人在湖面上踏波而行，镜头隐藏在水下拍摄到了隐隐约约的人影，细微地捕捉到一滴水珠被当作武器，在空中来回穿梭。这里，唯美的画面难能可贵地诠释了诗意。

《英雄》的电影化手段带来的特殊视觉经验，还体现在突出画面深度的 Z 轴运动方向，显示出立体电影发展的端倪。在秦军屠城的箭雨中，镜头似乎能够跟随一支飞箭，穿越空中，射入窗户，最后钉在木托上，发出嗡嗡的震动声。这是数字技术摹拟出的第一人称的追随镜头，具有强烈的代入感和全新的视觉效果。《十面埋伏》频频使用这种方式，表现

小豆子、飞箭、飞刀、石头在 Z 轴方向的深度运动。《赤壁》的箭阵以及数字虚拟的长镜头，白鸽从诸葛亮手里飞向对岸的曹营，牵引观众的视线变化实现转场。《长城》出现火球的追随镜头，飞箭在空中从左至右、向前折向的飞行路线。《霍元甲》《影》大量使用节奏快慢变化的镜头，表现惊险的比武过程。这些电影化手段及视觉经验都能在《英雄》中找到相似之处。

作为票房由盛转衰的标志，《满城尽带黄金甲》尤其值得重视。在笔者看来，古装大片从这里开始，视觉经验发生了重大转向。该片最显著的特征，是发挥宏大的人海场面与人工搭景，在传统的美术领域表现服饰道具及其生活环境的视觉经验，电影化手段则过于常规，乏善可陈。《赤壁》从武侠转向战争类型，不仅在视觉方面沿循这一特征，而且进一步将这种依赖数量、场面、人工置景产生出来的视觉经验“合理化”。镜头语言，这个更能体现电影本体意识的手段，则比较陈旧，甚至有所退化，未能产生出独特的视觉感。如孙权猎虎的场景，多用长焦和特写，将两个独立的主体强行地剪辑在一起，在真实效果方面却大打折扣。从表面上看，射虎的飞箭与《英雄》中被抛向空中的毛笔、《十面埋伏》的飞刀相似，但与数字虚拟的跟随镜头非常贴近飞行物相比（第一人称的主观视点），缺乏飞行的拟真性与视觉的带入感，实际效果类似于第三人称的客观视点。

在大资本投入、国际视野、高回报的期待中，古装大片的视觉经验反而退回到传统的美术领域，走上了一条越来越狭窄的道路。值得深究的是，《满城尽带黄金甲》之后的古装大片明显依赖道具与布景的视觉经验，到底带来怎样的审美变化？这就需要仔细比较三种视觉经验的差异。如上所述，第一种以表演为核心的视觉经验具有直接的感染力，也是观众最容易感知的内容。这是从戏剧舞台表演延伸而来的，却经不起重复审美的静止状况。古装大片借助于某种固定的物件，如道具、人工置景、服装，所传达的传统美学，是一种已经相对稳定甚至有些程式化的视觉经验。第三种经验则是绘画、摄影发掘出的视觉经验在电影中的延续，隐藏在特殊的构图空间，在多次重复中，也能对观众产生情感与心理的暗示。

严格地说，第二种视觉经验才真正具有电影的本体性意义。镜头语言是电影艺术赖以成立的前

提,导演的场面调度虽然包括摄影机及其机前的一切元素,但爱森斯坦认为:“镜头调度就是最高发展水平的场面调度。”^⑧镜头语言及其调度是电影艺术与舞台艺术区别的关键,由此足见其重要性。然而,对于大多数观众来说,镜头语言却是隐而不显的。原因有二:一是镜头光学记录的透明性以及连续性剪辑,人们难以察觉到电影化手段(镜头语言)所具有的特殊内容;二是因为镜头语言历经百年发展,其特有的视觉经验已经被人们习以为常,当常规的镜头语言及其电影化手段的视觉经验被观众日常化,它也就失去了吸引力。

《英雄》给我们展现了另一种可能:数字技术能够进一步解放人们的视觉想象力,赋予文本崭新的视觉经验。这实际上折射出21世纪初期数字技术快速发展的大背景。数字技术从前期策划、拍摄到后期制作,“已经征服了整个电影工业”^⑨,“最终构成了商业电影制作、发行和放映的主潮”^⑩,促使影像的美学风格发生重大变化。我们在《阿凡达》《少年派的奇幻漂流》《指环王》《星际特工》等好莱坞大片中越来越多地看到,微观物体的悬浮状态,极大与极小、极多与极少、极高与极低之间巨大的悬殊,物体在Z轴方向的前、后运动(而不是传统影像“左右方向”的水平运动),以及旋转腾飞、高速运动的突然转向,等等。数字技术解除了拍摄对象的现实性限制,空前地解放了艺术的想象力,建构出一个令人耳目一新的生存世界。如《阿凡达》出现了虚拟影像的立体投影、随意转换的图像、完全透明的电脑,以及各种美丽神奇的植物、长相奇特的动物。《少年派的奇幻漂流》利用影视特效的动作捕捉系统、表情捕捉系统,近乎完美地呈现了一人一虎在大海上的孤独相守,把一个前所未见的大海景观展现在银幕上。

因此,如果说《英雄》结合数字技术发掘出崭新的视觉经验,代表着世界影视技术美学的发展方向,那么,《满城尽带黄金甲》《赤壁》之后的古装大片转而依赖服装、道具以及人工置景,虽然直观地展现了传统的美学特征,但降低了镜头语言的技术含量,在传统审美经验的重复中造成视觉麻木与审美疲劳,很难创造出富有想象力的视觉经验。《影》就是最能说明问题的案例,视觉上极端追求传统山水画的美学风格,但整部影片的经验匮乏,画面单调。

对影视数字化的欢呼,在21世纪初期就已经开

始。“数字影像导致了巴赞的影像本体论理论的解体。随着数字影像在制作中占据主导地位,事实上任何影像都是可能的。”^⑪从理论上说,确乎如此。但是,当下古装大片的视觉经验并未达到一个全新的境界。数字技术“虚拟”的现实,恰恰需要介于“似与不似”之间。导演在数字技术的支持下,拥有了与现实物象“不似”的想象力,但背后总存在与之“相似”的蛛丝马迹。古装大片缺乏从数字技术的角度在“似”基础上发掘“不似”的视觉想象力,转而依赖追求与现实相似的传统美术设计,导致镜头语言过于常规,视觉经验萎缩。如上所述,《满城尽带黄金甲》《夜宴》《赤壁》,镜头语言受制于拍摄对象,乏善可陈。《影》追求客观的相似性,更透露了对数字技术“虚拟现实”的误解。“一人分饰两角色”在电影拍摄中并不少见,张艺谋则反其道行之,要求“一人”饰演形貌相差较大的“两人”,但最终并未创造出令人惊叹的“一人分饰两个角色”的视觉奇观。因此,当下中国古装大片更需要借助数字技术发挥视觉想象力,从单纯追求与现实的“相似”桎梏中解放出来,创造出介于“似与不似”之间的视觉经验。

三、理性征服奇观:连续性、因果逻辑与视点

汤姆·冈宁曾把早期电影视作由视觉奇观构成的吸引力电影,电影不是讲故事而是向观众展示一系列景观的方式,直到1906年才逐渐转向叙事电影。^⑫然而,在经历百年发展后,叙事电影已牢牢占据了主流地位;当下任何讨论电影视觉经验的论题,都难以脱离叙事电影这一基本范畴。这是因为叙事电影首先摆脱了对奇观的依赖,运用叙事特有的虚构与想象的权力,绝不重复地生产故事,占领市场;其次,叙事电影实际上把奇观内化为自身的结构之中,借助于戏剧、小说等叙事艺术资源,迅速确定了自身的叙事惯例与风格。叙事电影长期占据主流地位,就在于它囊括了微观个体的故事经验、公共领域的道德伦理以及宏观的思想理念。在此基础上,它与观众建立起了顺畅的交流机制,因而产生出感性(感官的刺激)、知性(智力的游戏)、理性(个人性的观念)等丰富的审美内涵。

从这个角度说,古装大片即便在数字技术支持下,获得更新电影视觉经验的契机,但仍难以从根本上挑战叙事电影的地位回复到早期吸引力电影。正因为如此,“为奇观而奇观”也成为人们批评的焦

点。在古装大片中,奇观挣脱了叙事逻辑的理性管束,在一个简单的故事框架中松散地连缀起来。这在《无极》《满城尽带黄金甲》《赤壁》《苏乞儿》《影》中非常明显。视觉奇观面临着如何进入叙事体,有效融入故事内容及思想情感等重大问题。对此,我们需要回溯电影史来厘清叙事电影发生的关键。

如上所述,冈宁虽指出叙事电影替换了吸引力电影,但未指出这一现象何以能够发生。在美国电影学者查尔斯·马瑟看来,冈宁显然是低估了叙事的力量。“叙事性很快便成为电影的主要特征,远比冈宁承认的重要得多。”^⑬法国电影学者雅·奥蒙则认为,活动摄影术之所以演进为电影,得益于视觉经验的“有序安排”^⑭。“有序安排”视觉经验意味着用理性整饬片段化的奇观,首先表现为利用时间形成一种连续或非连续性叙事。客观地说,只要是光学镜头记录下的事件就存在着时间的连续性。因此,在早期电影中这种基于时间的连续性叙事已普遍地存在,如卢米埃尔兄弟的《火车进站》《大厂门口》等“实况电影”。但是,视觉奇观随时都可以挣脱松散连续性,这对强调有机结构体的叙事来说,显然是不够的。正是从时间的连续性到非连续性,从顺应时间到悖逆时间,从单向到多维,叙事电影有效而复杂地组织了视觉经验,发展出丰富的艺术形式。

可以说,任何一部电影都是在连续性的(客观时间)背景下产生非连续性的时间变奏(主观时间),古装大片也是如此。《卧虎藏龙》通过青冥剑的线索,连续性地表达李慕白、俞秀莲、玉娇龙三人的关系,但又通过对过去的回溯(非线性时间),展示沙漠背景下玉娇龙与罗小虎之间浪漫爱情的奇观;通过人物的对白,回溯了李慕白与俞秀莲的复杂情感纠葛。用时间整饬视觉经验,《英雄》可谓代表。影片的时间结构层次分明:在连续性时间的大背景下,叙述无名刺杀秦王的事件;在中观层次上出现非连续性的“对话体”整合视觉经验,黑色、红色、蓝色、白色的视觉经验,均是在相对独立的情节板块中平行并列;在微观层次上,又呈现出了基于时间连续性的叙事整合。可以说,现代电影在线性时间成为总体背景的情况下,“看似无序”的组织方式,实则重新有序地安排了视觉经验。

其次,理性整饬奇观表现为基于个体认知心理的逻辑性。与时间相对的松散连续性相比,叙事电

影更依赖于因果逻辑,甚至可以说,叙事之所以成立,就在于因果逻辑对事件内在的“有序安排”。它不仅具有客观的抽象性,隐藏在事件及其视觉经验的背后,构成一种看不见但能体会的思维方式,而且也形成了文本与观众交流的机制,观众正是以因果逻辑理解电影,产生出一场知性的游戏、认知的快感。任何叙事电影都是以人物的心理动机为基本的动力机制,以因果关系为核心的情理逻辑就成为比时间连续性更深刻也更紧密的组织原则。它以强大的主观力量有效地整合了视觉奇观,使之沾染上人物心理、情感色彩,承担情节的某种意义,成为叙事电影的有机部分。在成功的古装大片中,视觉奇观往往深度介入情节之中。如《卧虎藏龙》的“竹林大战”可谓是视觉奇观,人物外观的动作(李慕白的超然飘逸、玉娇龙的张皇失措),以及起伏飘动的“竹”这一富有传统美学内涵的意象,不仅与人物的主观情绪密切相关,而且融入上下文的情境,处于因果逻辑链条上的恰当环节。在《英雄》中,无名与长空交战时,慢镜头表现无名的脚踏起地上雨水,水珠四溅,以及无名的脸穿越六串水珠的奇观;残剑与无名在湖面上以武会友,一颗水珠被两人当作武器挥打,水珠在空中来回穿行。这些让人惊叹的视觉奇观,积极进入叙事活动,与文本情境融为一体。

客观地说,古装大片也出现了视觉奇观与叙事逻辑相抵牾的情况,在《十面埋伏》中已初露端倪。当刘捕头与小妹在牡丹坊内展开“飞袖击鼓”游戏时,小豆子悬浮在小妹周围产生的视觉奇效,确实存在较大的视觉冲击,但这不符合故事所安排的人物关系与上下文的情理逻辑。因此,这里的奇观就挣脱了逻辑的管束。在随后的古装大片中,这种现象更为普遍,如《无极》根本不顾及叙事的逻辑而极端追求唯美的视觉经验,《赤壁》为了凸显武打动作,将原本的战争内容变成单打独斗的动作。可以说,在叙事电影的范畴内,叙事缺乏逻辑力量,不仅导致故事内容松散平淡,而且也难以将奇观缝合在叙事体中,产生动人的视觉效果。

最后,理性整饬奇观,就是通过某个特定的视点,把奇观的视觉经验缝合进叙事体中。这与西方绘画艺术中产生深度透视效果的“灭点”相似,虽然不在画面之中,但整个视觉经验(画面、影像)正是因为这个特殊的视点而井然有序。奥蒙就非常强调视点对叙事电影的意义,认为“电影史上的第一件

大事无疑就是确认影像在和某一方的注视同位后的叙事潜力”^⑤。这里,“注视”是“看”,“影像”是“被看”之物,“同位”是指基于视线匹配的原则,产生了人们从某个特殊方向“似乎”看到影像的视觉经验。也就是说,只有遵循这种特殊的视点,观众才能与画面对应、与人物视角重合,片段的视觉经验才能真正建构起一段完整的情节。如果注视(“看”)与影像(“被看”)是“错位”的,不仅不可能形成叙事,而且连电影本身都难以存在。

电影的视点分为人物/演员视点、叙述者/摄影机视点、理想观众/不可见视点三类。第一层次的“同位”构成了观影活动,指观众/“看”与文本/“被看”之间的缝合。观众视点作为“看”的发出者,属于银幕外纯粹抽象的不可见视点,人物和叙述者的视点总是呈现为具体影像,成为“被看之物”。观影活动就是观众视点与叙述者视点、人物视点不断缝合、游离、再缝合的过程。第二层次的“同位”则构成电影文本。电影就是摄影机/叙述者视点作为事实上的全知全能者(唯一的视点),组织文本内部所有的视觉经验。人物及人际关系、事件冲突、自然环境均成为其注视的对象。当观众视点与摄影机/叙述者视点“同位”,意味着视觉经验向观众的直接展现,产生令人震惊的审美体验。第三层次的“同位”则是由人物视点(准确地说,应是观众、摄影机与人物三重视点的同位)构成文本的内部世界。观众通过摄影机展现出来的人物来观察、体验电影所虚构的生活。从交流方式来说,第二层次的叙述者视点直接面对观众,往往是视觉奇观的展示;第三层次的人物视点则是间接的交流方式(人物回避与摄影机、观众视点的相遇,自成一个独立而封闭的生活世界),具有较强代入感与主观性的视觉经验,以及深切而含蓄的审美体验。在以上三种同位中,第三层次的视点同位最具叙事潜力,也最具叙事本体性。观众通过人物的主观视点观看影像,不仅在叙事意义上产生认知的悬念,而且进入人物心理、体会人物感受,产生观影活动中最为重要的移情与认同心理。

说到这里,我们不妨比较李安、张艺谋对视点的不同处理。《卧虎藏龙》的竹林与《英雄》的胡杨林场景在视觉空间上具有相似处,但由于使用不同层次的视点同位,从而产生了不同的审美效果。竹林场景2分18秒,共49个镜头,人物视点的镜头有13个,用正反打成对的叙述者镜头则多达22个,其他

的叙述者视点多是李慕白与玉娇龙同框的客观镜头。《英雄》的胡杨林场景4分37秒,共93个镜头,其中,存在明确的人物视点的镜头不过12个,成对出现的叙述者镜头24个,多是追逐和对话时的交叉剪辑。

以上数据表明,《卧虎藏龙》较多运用第三层次的观众与人物视点“同位”,比《英雄》更注重富有规律性地缝合观众的视线,观众不知不觉地沉浸在虚构的情境之中。说起来,李安与张艺谋在处理空镜头的视点差异更为明显。在竹林大战的场景中,每一个空镜头都是人物注视的结果。如玉娇龙在逃窜时,回头张望,此时插入两个风吹竹林的空镜头。《英雄》的胡杨林场景中,虽然存在众多的空镜头,但没有一个空镜头属于人物视点的主观镜头,如多次出现的树叶翻滚、飞刀、剑、头发等特写。这些视觉奇观相互之间缺乏关联,多少有些零散、碎片化,是被叙述者强行组织起来的。因此,《卧虎藏龙》借助于人物视线以及正反打出现的镜头(富有规律的剪辑方式),组织视觉经验,比《英雄》更加井然有序,叙事结构更加完整。这在该片的其他场景中也是如此。如在表现北京城时,三个正打镜头表现俞秀莲骑在马上观看(人物视点),三个反打镜头则分别对应江湖卖艺的全景、小孩顶碗的近景、北京城的大全景:观众由此看到了人物眼中所看到的东方景象,避免了过于直接的暴露。这是李安电影常见的组织视觉经验的策略。更值得分辨的是,《英雄》的胡杨林场景带有非常浓郁的抒情性、主观性,这是叙述者强行赋予的,与场景内部的人物心理、行为并不吻合。此时两人充满了悔恨、悲痛、仇恨,怎么会看到如此美丽的胡杨林风景?透过人物视点观看的自然景观,一方面具有特殊的叙事情境,另一方面也由于人物视点增加了原本没有的主观情绪及其情感意义。显然,与《英雄》相比,《卧虎藏龙》的竹林大战要含蓄内敛得多,表现出传统的美学特征。

21世纪古装大片是中国电影成熟最迅速的类型片,具有特定的叙事程式、影像风格与思想价值,在提振中国电影产业发展方面具有十分重要的地位。在海外跨文化消费的语境中,其所提供的视觉奇观成为最具消费价值的内容。张艺谋的影像创意最具视觉想象力,《英雄》《十面埋伏》爆发出惊人的市场号召力。但在短短的六年时间里,古装大片被市场过度消费。即便这个类型不断尝试着与爱情、

战争、黑帮、魔幻等各种亚类型组合,但直到现在也未能有所起色。究其根本原因,在于它对视觉经验的认识存在误区。在演员表演、电影化手段和画面所提供的三类经验中,电影化手段最容易被人们忽视,但是,正是它构成本体性经验的核心。数字技术能够虚拟现实,开发出自身特殊的电影语言,提供富有想象力的视觉经验。但《满城尽带黄金甲》及以后的古装大片,将重点放在传统的电影美术领域,而忽视了数字技术对视觉经验富有想象力的开发,因而其视觉经验很快就雷同、萎缩起来。电影的视觉经验始终属于叙事电影的范畴,古装大片也不例外。当视觉奇观吸引观众的眼球时,它仍然应当是叙事体的有机部分。叙事电影即是通过时间的连续性、认知心理的逻辑性、视线匹配的视点,有序地组织本质上属于片段的视觉奇观。

注释

①可参照对国外观众“最喜欢中国电影的哪些元素”的调查,功夫(21%)和视觉效果(16%),其他的元素则明显较低。Lisa、徐元、左英:《中国电影与电影中国——外国人看华语片调查》,《电影世界》2007年Z1期。②本文的数据来源于mojo officebox网站,限于篇幅

不列出具体的片名。其中,《长城》由美国投资、好莱坞一线明星参演、全球发行渠道,因此在票房方面不纳入本文的考察范围,但与2020年美国上映的《花木兰》一样,在美学特征方面可与中国古装大片比较对照。③前十名分别是《卧虎藏龙》《英雄》《霍元甲》《铁马骝》《十面埋伏》《满城尽带黄金甲》《无极》《刺客聂隐娘》《赤壁》《影》。其中《卧虎藏龙》《英雄》《霍元甲》《铁马骝》《刺客聂隐娘》为武侠类型,《十面埋伏》《满城尽带黄金甲》《影》为动作类型,《无极》为魔幻类型,《赤壁》则为战争类型。④分别是张艺谋的《英雄》《长城》《十面埋伏》《满城尽带黄金甲》《影》《三枪拍案惊奇》。⑤李安执导的华语电影仅有《推手》《喜宴》《饮食男女》《卧虎藏龙》《色戒》5部。⑥两部电影国内票房数据参见电影票房网站,http://58921.com/。⑦Song Hwee Lim, *Can Poetics Break Bricks?* edited by Gary Bettinson & James Udden, *The Poetics of Chinese Cinema*, published by Springer Nature, 2016, P159。⑧[俄]爱森斯坦:《蒙太奇论》,富澜译,中国电影出版社,2003年,第26页。⑨朱含宇、刘晓瞳、李申:《后〈阿凡达〉时代的电影数字特效技术发展》,《科技信息》2010年第19期。⑩孙绍谊:《二十一世纪西方电影思潮》,复旦大学出版社,2018年,第89页。⑪陈犀禾:《虚拟现实主义和后电影理论——数字时代的电影制作和电影观念》,《当代电影》2001年第2期。⑫[美]汤姆·冈宁:《吸引力电影:早期电影及其观众与先锋派》,范倍译,《电影艺术》2009年第2期。⑬转引自[荷]弗兰克·凯斯勒:《吸引力电影作为装置》,《电影艺术》2019年第5期。⑭⑮[法]雅·奥蒙:《视点》,《世界电影》1992年第3期。

责任编辑:采薇

Cross Cultural Consumption and Visual Experience of Chinese Costume Blockbusters

— Take the North American Market as an Example

Chen Linxia

Abstract: In the 21st century, costume blockbusters are the most rapidly mature type of Chinese films, with specific narrative program, image style and value orientation. Under the context of overseas cross-cultural consumption, visual spectacles of this kind of films are the most important elements which can attract the audience. The films *Hero* and *House of Flying Daggers* have exploded with amazing market appeal. However, since 2006, ancient costume blockbusters have been over-consumed by the market and lost their influence in domestic and overseas markets. The reason lies in the misunderstanding of visual experience in the films. *Curse of the Golden Flower* and its subsequent films focus on traditional cinematic art fields such as costumes and sets, while ignoring the imaginative development of visual experience by digital technology. As a result, visual experience rapidly resembles and shrines, and visual experience with ontological significance becomes less and less. At present, Chinese ancient costume blockbusters need to give play to their visual imagination with the help of digital technology, develop their own special film language, return to the right way of narrative film, and "orderly" organize visual wonders that are essentially fragments through the continuity of time, the logic of cognitive psychology, and the viewpoint of line of sight matching.

Key words: costume blockbuster; visual spectacle; narration; view point