

艺术电影为何难以赢得大众市场？

——从电影《地球最后的夜晚》引发争议说起

桂林

什么样的艺术电影能获得更多人共鸣？

美国电影史学家大卫·波德维尔对艺术电影作为一种类型曾经进行过研究。他认为艺术电影由于缺乏可识别的明星与熟悉的类型，就必然利用作者论的概念来整合文本。而在艺术电影文本中，作者代码的凸现正是通过对古典规范的违背，并从古典规范中偏离出来，比如一个不正常的角度，一个被强调的剪辑，一种被禁止的摄影机运动，一种不真实的布光或场景变换等等。总而言之，任何对电影时空状态的破坏都能被读解为“作者的评论”。从毕赣的第一部电影《路边野餐》来看，其特点十分符合波德维尔对艺术电影的分析，其中长达42分钟的“荡麦长镜头”尤其显示出导演毕赣的艺术野心和艺术能力。从《地球》和《路边野餐》的艺术风格对比来看，《地球》将“荡麦长镜头”进行了继续与扩展，构成了其在艺术上的继续探索，同时也是将毕赣的作者特性进一步进行强调。

但与《路边野餐》的不同之处在于，《地球》因为更大规模的资本投资，对票房的需求大大增加。为了这种需求，《地球》不仅加入了明星，并且试图将类型元素融入影片之中。影片将主人公罗紘武与万绮雯设置成了黑色电影类型中常见的孤独侦探与蛇蝎美人的形象与关系，情节上也引入了黑色电影的侦探情节，其意图显然是想借助黑色电影的类型惯例让《地球》具有更强的市场号召力。

波德维尔在讨论艺术电影时已经发现，艺术电影在很多方面都值得感谢类型电影，比如从安东尼奥尼对侦探故事的利用到新浪潮电影中对类型明确的引用。尤其到1960年代之后，整个世界电影格局中，艺术电影与类型片之间相互借鉴，形成了极其复杂的关系，借助类型造成轰动市场效应的艺术电影不乏例子。1970年代左右，美国一批新锐作者导演对好莱坞类型的利用和改写就产生大量佳片。阿瑟·佩恩的《雌雄大盗》对黑帮片的颠覆，库布里克《2001太空漫游》对科幻片的改写，罗伯特·阿尔特曼的《陆军野战医院》对战争片的拟议

等等，尤其是1972年科波拉的《教父》可以说是这批电影的一个顶点。从中国电影市场来看，2014年由刁亦男导演的《白日焰火》就是对黑色电影类型进行借鉴而成功的艺术电影。这部电影不仅获得了柏林电影节的金熊奖，在国内上映后票房也超过一亿，可以说是叫好也叫座。

回到《地球》，为什么它的类型+艺术就没有能够获得成功？

类型+艺术并不是简单地做加法。借鉴哪种类型，如何将类型引入艺术电影，与导演对类型应用的理念有关。艺术+类型的情况主要有两种：一种是艺术电影借助类型表达自己的艺术理念，类型在这一组合中充当一种工具和靶子，导演借助对类型程式来凸现自己对传统和成规的批判。比如法国新浪潮电影对类型的采用就是这种情况。另一种情况则是如《教父》这样，将类型程式放在显性层面，突出类型的魅力，而将导演个人的思想和艺术表达放在相对隐性的层面。

从《地球》来看，它处于两不搭的状态。首先，影片对黑色电影类型的借鉴与毕赣个人的诗性电影追求之间就没有很好地融合在一起。黑色电影类型元素的强行加入并没有给影片整体助力，反而成为一种累赘。更谈不上电影借类型来完成一种更高层次的思想表达。所以，如果从艺术效果来看，《地球》反而比不上《路边野餐》在艺术上的浑然一体。其次，《地球》对黑色电影类型本身的类型元素也没有很好地掌握，所以它无法像《白日焰火》那样将黑色电影本身的类型魅力发挥出来。将刁亦男和毕赣的导演经历做一个简单的对比就可以看出，刁亦男在拍摄《白日焰火》之前，在类型电影和艺术电影两方面都积累了丰富的经验，取得了很好的成绩。而毕赣的拍摄经验基本上都在艺术电影范畴，他对商业类型电影可以说完全没有经验。《地球》说到底还是一部艺术电影，黑色电影类型的加入其实还给它艺术性做了减分。它更不可能如《教父》《白日焰火》那样借助类型成功地走入大众市场。

电影《地球最后的夜晚》在2019年新年之际上映后引发了诸多争议。如果从艺术性的角度来看评论这部电影，它的探索是令人尊敬的，电影中的诸多艺术特质也值得电影研究者进行更深入的探讨。但该片最大的问题是，当它将自己定位于走入大众市场的艺术电影，其制作定位和营销定位上都出现了失误。

也正因为如此，围绕着它的争论也带来一种讨论的契机：什么样的艺术电影可能获得大众市场的认可？艺术电影又如何走向市场？



▲《地球最后的夜晚》剧照



▲由刁亦男导演的《白日焰火》是对黑色电影类型进行借鉴而成功的艺术电影。在国内上映后票房超过一亿，可以说是叫好也叫座



▲1972年科波拉的《教父》可以说是艺术+类型电影的一个顶点

艺术电影如何走向更大众的市场？

罗伯特·麦基曾经告诫过好莱坞电影制作者：老到的营销方略能激发类型的预期。一旦营销已经告诉观众去期待一个他们最喜爱的形式，那么就必须履行诺言。如果对类型妄加改动、省略或滥用类型常规，观众一看便知，不良口碑就会不胫而走。

从《地球》的营销策略来看，正是犯了电影营销的大忌。选择抖音这样的社交媒体，从广告词上又强调了《地球》与浪漫爱情片的类型十分接近，而影片实际的情况却与此大相径庭。即使从类型上去划分，这部电影所借鉴的黑色电影与浪漫爱情片也根本是两个类型。黑色电影本身是带有批判意味的一种类型，《地球》在营销上却突出了浪漫与甜蜜，这种营销定位必然带来后面的口碑恶果。同时，如果观众没有一定的艺术电影素养并对毕赣前作比较熟悉，《地球》艺术创新部分的挑战是非常大的，观众看得莫名其妙并感觉上当受骗完全是正常的心理反应，完全不应该苛责观众。

只能说，这部电影的营销定位是相当不成熟的，它的思路依然是成功的营销等于最大化的票房这种过于简单的营销策略。其实一个相对成熟的电影市场，本身应该包括不同种类的电影，这些电影的营销策略和目标受众也是不同的。

以美国电影市场为例，好莱坞从20世纪80年代之后基本形成了三种不同的电影等级：第一是大片。作为主流制作处于第一级，这些电影的平均预算达到一亿美元，其中1/3预算用于市场运作。其内容就是为多媒体市场来设计的；第二级包括六大媒体联盟的子公司发行的艺术电影，类型电影等，其中有主流的一线明星，而且影片有成为市场黑马的潜力。这些电影的预算平均为4000万美元；第三级是由独立制作发行商开发的小众电影，通常花费在1000万美元以下，是为特定的市场生产的小众电影。

以这一分类为参照，《地球》应该属于第二级或第三级的电影，

它的电影预算和其电影预期收入也应该属于这个级别的。它不仅应该在制作预算上有所克制，在营销上更应该突出自己的艺术特质，将目标观众聚焦在大城市有一定艺术素养的观众为主导，营销方案围绕这样的核心受众来展开，可能就不会出现这一次所谓断崖式的口碑现象了。而且从毕赣本人来说，在拍摄《地球》时，对其自身的导演定位可能也比较模糊，这也导致了这部电影的营销失误。

美国电影市场上，大片导演、艺术电影导演、小众电影导演并不是泾渭分明的。很多优秀的导演也会选择在大片和小众电影之间进行转换，同时拍大片、艺术电影和小众市场电影，甚至拍摄无线网络和电视的节目。有些小众电影的导演因为知名度扩大，也有机会执导大预算的大片。而一些本来在执导大片中享有盛誉的导演，因为自己前面的成功，也有机会可以制作一些带有他们个人风格的大制作影片。比如诺兰、昆丁、李安、索德伯格等都是这样在不同级别电影中驰骋的电影导演。

围绕着《地球》的这场争论对中国艺术电影发展和中国电影市场发展来说都是一件好事。在国产电影类型越来越丰富，中国电影市场越来越成熟的背景下，艺术电影如何定位，如何走入市场都是值得探讨的问题。对毕赣和他的艺术电影团队来说，刚刚接触资本市场，对于艺术电影如何走向市场也有一个摸索的过程，过于苛责毫无益处，反而有可能埋没一个充满希望的艺术电影导演。艺术电影导演自身需要考虑自己的每一部电影定位到底是什么？如何制作和营销才是最合适的选择？而电影市场的成熟，不同预算和市场预期的电影划分更加清晰，也更有利于这样有才华的艺术电影导演走得更远。

(作者为中国社会科学院大学人文学院副教授)

“第三只眼”看文学

文学史写作的别一样风景

——再评程永新的《一个人的文学史》

潘凯雄

我和永新是大学同窗。他是我们班从一毕业就一头扎在一个位置上不曾挪窝的那一小撮，我呢？虽挪过几次地儿，但大抵也都是游手于文学与文字之间做编辑，与永新算是同行，因此我们有不少共同的作家朋友。当这种关系不时令我感到“无颜”：当我在与一些作家朋友的聊天中不意地说起自己与永新是大学同窗时，他们大都睁大眼睛充满怀疑地吐出三个字：“真的吗？”这样的“质疑”多了后，我也由此“自觉而自卑”地开始回避这种同窗关系。最近，永新的《一个人的文学史》在上海文艺出版社得以修订后新版，沪上的部分同窗以自己独特的方式为此搞了个“新书发布”，我当时无法脱身前往，就只能以这则文字聊作弥补了。

印象中，永新这部《一个人的文学史》的初版差不多是十来年前了，当时似乎只是一册，收录的都是他与一些作家的通信、短信及他个人的部分微博。当时读此书，不仅对永新有了一些新的认识，真不曾想到这个看上去大大咧咧的“颜值男”竟然还有这等细心与用心，而且也唤醒了我自己的一些记忆，因而打心眼里认为这是一部很有意思也很有价值且他人无法复制的独特之书，但的确完全没有从“文学史”的角度来打量，并以为所谓“一个人的文学史”之命名不过只是出版商用以博取读者眼球的一个噱头而已。

新版《一个人的文学史》增加了永新的一些评论文字和发言稿，卒读下来，确有了些新的心得：一是更显其厚重，当然这肯定不是指形式规模上的“厚”和“重”，而是说内容与内涵上的分量与扎实；二是此书名还真不是一个噱头，尽管永新对此谦称为所谓“一个人的文学史”的含义就是“一个人在文学史里前行、成长和变

化”，此言固然不错，但其意义还真不止于此，从学理上讲，这“一个人的文学史”虽不是那种严格的编年史、断代史或专题史，但的确就是永新“一个人”的“野史”，更有着不同于一般文学史的独特价值与存在理由。

一般来说，无论是编年、断代还是专题的文学史，大都是由后人依据留存下来的史料进行归纳取舍和研究的结果，这样的史著其长处一是因其著述者与被研究的对象之间一般都没有或甚少直接接触，因而受个人情感羁绊的因素不多乃至全然没有；二是所研究的对象经过时光之河的淘洗，可谓已经经过了一次历史的过滤。但不可否认的是：世间万物的一个普遍规律往往是其长处的一面则常常是它的短板之所在，文学史的写作亦不例外；与研究对象的间离意味着其研究所倚仗的材料均为二手，而经过历史过滤的另一面则必然是那曾经的过滤就一定对吗？如果对此不持有一定的质疑，就无法理解所谓“遗珠之憾”之说。也正是在这些个意义上，见到了永新《一个人的文学史》不可替代的独特价值。

《一个人的文学史》最显著的特点就在于著述者的亲历性与在场感，也正是这个显著特点保证了史料的真实与鲜活。书中至少收录了永新与近80位作家和评论家的通信或电邮，其内容大都是围绕着某一部具体作品或某一位作家而展开，交流的话题也大都还是作品的所长所短，用或不用，再具体一点则是长该如何张扬短又该如何弥补，这些作品中的大部分随后都见诸于永新供职的《收获》杂志；剩下的则或为其他文学期刊所采用，或就此“寿终正寝”。而在《收获》上首发的这些部作品中的许多今天都是研究所谓“新时期”文学时所不可或缺的重要文本，构成了“新时期文学”灿

烂星空中一颗颗闪烁的明星。这个通信或电邮单篇涉及到的是一部作品的诞生记，串起来则是一段文学史的形成及流变。从发生学的意义上看，这样一种诞生与流变过程的原始记录往往是一般文学史研究者所无法获取的。举个例子吧，无论是读者还是研究者，大约都很难想象那个在作品中颇有“痞气”的王朔居然还会一本正经地和编辑讨论自己作品的修改，比如他为人们熟知的《顽主》交稿时的作品名为《五花肉》，但永新认为“不好”，王朔想来想去干脆一下子列出《“毛毛虫”》《顽主》《小人》《三“T”公司》四个作品名交永新，并直言“要不这样吧，你看着给起个名字，托付你了。谢依谢依”，由此，在王朔的作品名录上就多了部《顽主》而少了部《五花肉》。诸如此类的细节显然会被文学史忽略或省略，殊不知一些经典或杰作的最终呈现恰是在这些个细节中完成的，而有些个细节往往就是常言“一步之遥”中的那个“遥”！

如果将上述亲历性与在场感串连起来，那么它的意义就绝不限于一部经典或杰作的最终呈现，同时也是一段时代特色与风采的形象写真。《一个人的文学史》中所收入的通信或电邮其时间大致起于上世纪80年代上半期，终于本世纪之初的五六年，在这长达20余年的跨度中，反复呈现的场景就是作家与编辑间频繁的互动，而互动的主题大都是围绕着作家作品的如何进一步打磨。坦率地说，1980年代的永新还够不上“名编”，而当时与之讨论的作家无论老中青，皆没有因为面对的只是一个“乳臭未干”的青年编辑而流露出上不屑，而青年编辑也不会因为自己的生涩而顾及成名作家的脸面而缩头缩脑，双方都是平等而率真地围绕着作品进行争论，谁能说服谁就听谁的。由此再进一步悉心观

察也可以发现，随着时间的往后推移，通信的话题和语感都在发生细微的变化。细微末节中透出的是一个时代的风采以及时代的迁移变化。这些细致入微的时代脉搏我相信如果不是亲历者或在场者未必能够敏锐地感受得到，而恰恰又很可能是这些时代脉搏的变化、哪怕是细微的变化在影响着整个文学的走向。

《一个人的文学史》或许更像一个人的“文学档案”，但这些充满亲历性与在场感的珍贵档案串连起来不就构成了一段文学史的基本“食材”吗？在学院派眼中，这或许仅仅只是“食材”而已，还缺少配料没有烹饪，其实并不尽然。在《一个人的文学史》中，不仅只有通信，还有部分信件后的“评注”，恰是这“一个人”其实也是我十分看重的该书独特价值之所在。现在市面上的多种文学史绝大部分都是集体写作的结果，而且基本上形成了一种定势，无非就是重要作家设单章、次要作家设单节，再次一级作家的发生发展及演变的成因规律等“史”的隐密既不多见，也欠深入。如果硬要将两者相比较，我其实更看重这“一个人”的“史”，这或许不无偏激之嫌，也只是一个人好恶，但既然是“史”，在“形”之外更重要的还应在其“神”。在这个意义上说，永新的这部《一个人的文学史》自是谈不上神形兼备，但至少是“形”真“神”特，这就很不容易了。

(作者为知名文艺评论家)