

都市功能的转换与电影生态的变迁

——以北京影业为中心的历史、文化研究

李道新

电影产生于都市并与都市之间相互装饰。作为人类居民、资金、商品、信息、创意的聚集区，都市是电影最适宜的成长土壤与栖息之地；而作为一种特殊的符号生产和象征经济，电影在都市展开着空间的想象并将都市创造为想象的空间，进而创造了新都市。正因为如此，都市功能的转换势必影响并制约着电影生态的变迁，反之亦然。一项以北京影业为中心的历史、文化研究，将从电影与都市的关系入手，分析阐发北京影业之于北京的历史文化价值及其持续发展路径，并在此基础上提出“电影北京”的发展战略。

1930年，匈牙利电影理论家巴拉兹·贝拉(Béla Balázs)在《电影精神》一书中指出，“小资产阶级”是电影生产的基础，他们的“浪漫主义”正是从“城市边缘的栅栏处”亦即电影院中开始的，因为这些“大城市”的小资产阶级突然发现，现代电影可以借助于各种琐屑的现实来“掩盖”真正的现实。1947年，法国电影史家乔治·萨杜尔(Georges Sadoul)则在其所著《电影通史》中，叙述了电影初创前后影片制作如何从手工业转变为现代工业，电影传播如何从巡回放映转变为影院放映，以及垄断资本如何组织电影托拉斯控制电影企业各个部门的详尽历史。在他看来，制片业的命运是与放映业的命运联系在一起的；而放映业亦即电影院的发达，必须以“人口集中的大城市”或“工业区”为先决条件，这正是美国电影得以后来居上并在第一次世界大战结束后成就为全世界电影中心的重要原因。可以看出，早在电影诞生半个世纪左右，包括巴拉兹·贝拉与乔治·萨杜尔在内的一批电影研究者，就分别从文化和历史的角度，相当深入地辨析了电影与都市的特殊关系。

20世纪60年代以来，思想文化界进一步认识到城市文明与以视觉文化(主要体现在建筑、绘画与电影)为表征的大众文化之间的经验同构。按美国思想家丹尼尔·贝尔的观点，现代世界是一个城市世界，大城市生活和限定刺激与社交能力的方式，为人们“看见”和“想看见”(不是“读到”和“听见”)事物提供了大量优越的机会；在大城市以及视觉新形式(比如电影)中，人

巴拉兹·贝拉：《可见的人——电影精神》，安利译，中国电影出版社2000年版，第267、275页。

乔治·萨杜尔：《电影通史》第二卷，唐祖培等译，中国电影出版社1982年版，第502—520页。

们发现了一种对空间的“雄浑而新颖”的理解和组织并培养了一种“新的空间概念”。与此同时或在此之后,以亨利·列斐伏尔(Henri Lefebvre)、大卫·哈维(David Harvey)、迈克·迪尔(Michael J Dear)和爱德华·索亚(Edward Soja)等为代表的欧美学者,更是将都市研究与空间理论推向一种愈加深广的境地。颇意味的是,无论是芝加哥学派的都市社会学,还是西方马克思主义的新都市社会学,以至洛杉矶学派都市研究的后现代取向,都倾向于在一定层面上将都市研究与电影研究联系在一起。

事实上,电影产生于都市并与都市之间相互生产。作为人类居民、资金、商品、信息、创意的聚集区,都市是电影最适宜的成长土壤与栖息之地;而作为一种特殊的符号生产和象征经济,电影在都市展开着空间的想象并将都市创造为想象的空间,进而创造了新都市。正因为如此,都市功能的转换势必影响并制约着电影生态的变迁,反之亦然。

一项以北京影业为中心的历史、文化研究,将从电影与都市的关系入手,分析和阐发北京影业之于北京的历史文化价值及其持续发展路径,并在此基础上提出“电影北京”的发展战略。

—

都市与电影之间的相互生产,可以从都市生产电影与电影生产都市这两个相互联系的角度上予以观照。

都市生产电影,不仅陈述着电影诞生于巴黎并成长于纽约、伦敦、柏林、莫斯科以及东京、香港、上海等国际化大都市的一般历史,而且意味着都市的物质文明和精神氛围是催生电影实践并涵养电影文化的温床。尽管在《电影是什么?》一书里,法国电影评论家安德烈·巴赞(André Bazin)始终强调电影的诞生源自“完整电影”的神话,而与“技术发明”和“科学精神”几乎无关,但都市聚集的人流、物流和资金流、信息流,对电影这种以项目性运作为特点、资金密集型、消费者主导的娱乐市场和创意产业而言,仍然是举足轻重,甚至是不可或缺的。在《漫步废地图:文化理论和埃维纳·诺塔瑞的城市电影》一书里,电影学者裘里安娜·布儒娜(Giuliana Bruno)便把本雅明对“游手好闲者”的描述推广到电影观众身上,认为电影的这些“游荡的城市观众”已“历史性地被大都会的生活所凌驾”,“现代的游手好闲者就是电影观众”,“最完美的游手好闲者就是最热情的电影观众”;学者李欧梵赞同布儒娜的分析,并将“看电影”这种“都会的现代生活模式”,跟20世纪30—40年代中国上海的“新都市文化”联系在一起。从电影生产的物质层面上分析,都市创造着电影,并且只有都市才能承载电影。任何一部美国电影史,都会正视纽约金融机构曾经施于好莱坞的生杀予夺之权。按美国电影史家刘易斯·雅各布斯(Lewis Jacobs)所言,正是在华尔街的掌控之下,第一次世界大战结束之后的美国电影业,尽管已经建立起制片—发行—放映垂直一体化的“新秩序”,但在财政上却更要“依赖”华尔街。同样,都市的兴衰也支配着电影的命运。1923年9月之后,日本影业开始从遭受特大地震重创的东京向京都转移,使京都取代东京,一度成为日本电影生产的中心,并在其后很长的一段时间里都有“日本的好莱坞”之称,这也从一个侧面表明,都市对电影的生产,不仅取决于都市特有的现代文化气质,而且取决于都市自身生产电影的条件和能力。

20世纪80年代以来,好莱坞传媒集团已经从传统的垂直整合机制过渡到新型的横向整合方式,全球化和新市场将更多的欧洲资金和海外观众卷入好莱坞,使洛杉矶逐渐从一个“制片中

丹尼尔·贝尔:《资本主义文化矛盾》,赵一凡等译,三联书店1989年版,第153—157页。

安德烈·巴赞:《电影是什么?》,崔君衍译,中国电影出版社1987年版,第16—22页。

李欧梵:《上海摩登——一种新都市文化在上海1930—1945》,毛尖译,北京大学出版社2001年版,第131—135页。

刘易斯·雅各布斯:《美国电影的兴起》,刘宗银等译,中国电影出版社1991年版,第305—319页。

岩崎昶:《日本电影史》,钟理译,中国电影出版社1981年第2版,第39—40页。

心”演变成一个“娱乐业的设计和经营中心”，但也正是通过这种途径，包括纽约、洛杉矶以至上海、北京等在内的越来越多的当代都市，都比以往任何时候更加全面深入地控制并生产着电影。在都市，除了各种类型的电影与各种层面的观众源源不断地被生产之外，还生产了越来越多的电影机构或电影纪念地、电影标志物，如电影公司、电影院、电影资料馆、电影博物馆、电影学校、电影城、电影基地、电影公园以至电影大道、电影酒吧等等。

就在都市生产电影的同时，电影也在生产都市。作为一种特殊的符号生产和象征经济，电影在都市展开着空间的想象并将都市创造为想象的空间，进而提升了都市的文化形象及其市场竞争力。早在20世纪30年代，沃尔特·本雅明便在电影文本与城市文本之间发现了深刻的联系，并认为影片成功地向人们证实了“存在着一个巨大的未曾预料到的活动空间”。本雅明指出，因为有了特写镜头，“空间得以拓展”，因为有了慢镜头，“动作得以延长”，“人类有意去探索的空间正被一个无意间可穿透的空间代替”；1954年，麦克卢汉也从电影的媒介特性出发，揭示出电影“再造”外部世界和“重构”内心世界的神奇功能：“电影摄影机是把日光的世界盘卷在拷贝盘上的手段。它凭借快速的日照而达到目的。电影放映机把胶片倒过来放送，用黑暗梦幻的形式再造了一个日光的世界。把感知过程逆转的时候，连机械的摄影机和放映机，都在日常经验中产生了神奇的变化。电影重构了外部的日光世界。在这个过程中，它给人提供了一个内部的梦幻世界。”应该说，电影的这种重构内心世界与再造外部世界的能力，在积极书写城市形象并生产空间文化方面，总是能够显示出不可多得、甚至独一无二的优越性。英国学者迈克·克朗（Mike Crang）在试图回答“文化是怎样塑造日常空间的”这一论题时，便通过德国导演沃尔特·拉特曼拍摄的《柏林——城市交响曲》、弗里兹·朗拍摄的《大都市》等影片，考察了电影与城市景观之间的联系，并颇有见地地指出，电影“开辟了新的观察空间”，“帮助我们打破了单一地展现一个地方的生活方式”，“将不同的空间合在一起来展现现代生活的新格局”。确实，电影不仅改变了人类的都市体验，而且生产着崭新的都市空间。

在阐发后现代都市状况的过程中，一些研究者基于电影文本与都市形象的同构性，几乎在都市与电影之间划上了等号。美国学者迈克·迪尔所著《后现代都市状况》，便从关注洛杉矶出发，辨析了从列斐伏尔到詹姆逊的空间概念，并结合当下都市研究语境，试图建立起自己的“电影空间理论”（参见图1）：

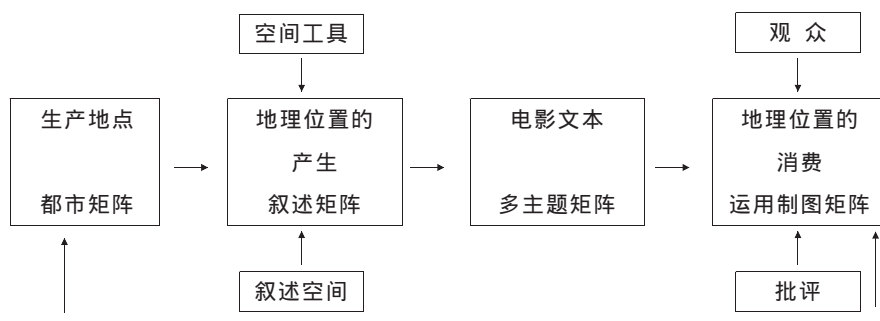


图 1. 迈克·迪尔的电影空间理论

按照迈克·迪尔的研究，时至今日，电影中的城市形象愈来愈决定城市事实上的形状，也就是说，“现实中的城市也即影片上的城市”，“我们的想法与行为已经被电影和与之相似的娱乐方式所

理查德·麦特白：《好莱坞电影——1891年以来的美国电影工业发展史》，吴菁等译，华夏出版社2005年版，第173—207页。

转引自迈克·迪尔《后现代都市状况》，李小科等译，上海教育出版社2004年版，第263页。

埃里克·麦克卢汉、弗兰克·秦格龙编《麦克卢汉精粹》，何道宽译，南京大学出版社2000年版，第435页。

迈克·克朗：《文化地理学》（修订版），杨淑华、宋慧敏译，南京大学出版社2005年第2版，第76—82页。

迈克·迪尔：《后现代都市状况》，第289页。

调控。我们甚至要继续模仿电影创造一种新生命,一座新城市……”

二

既然都市与电影之间相互生产,那么,都市功能的转换势必影响并制约着电影生态的变迁,反之亦然。

当前的都市研究与电影研究,已清醒地认识到包括电影在内的文化形态之于城市发展的价值和意义,并从相互影响和制约的角度阐述两者之间的关系。美国学者朱克英(Sharon Zukin)指出,文化“是控制城市的一种有力手段”,作为意象与记忆的来源,它“象征着‘谁属于’特定的区域”;因此,城市的宣传者“越来越多地通过提升城市作为包括餐饮、先锋的表演与建筑设计的文化创新中心的形象”,来吸引投资与旅游者的金钱。英国学者大卫·普特南(David Puttnam)更是直接地以20世纪80年代成功运作了《火的战车》、《甘地》、《看得见风景的房间》和《杀戮之地》等英国影片的金冠公司为例,描述了英国影业与伦敦的关系,以及金冠公司是如何作为英国影业与伦敦之间的“新纽带”而产生作用并最终“垮台”的经过。在这样的描述中,20世纪80年代,伦敦的投资者左右着金冠公司和英国影业的命运,但英国政府和伦敦对民族影业及其电影人才的冷漠,是导致精英流失和金冠失败的根本原因;自然,伦敦也无法从金冠的“垮台”及其复兴英国影业梦想的破灭中获得更大的利益。

从历时性角度分析,19世纪后半叶以来至今,人类社会的都市发展及其功能转换,恰恰与电影从诞生到成长的整体历程同步并相辅相成。20世纪50年代以前,伴随着两次世界大战及全球性的民族主义运动的兴起,在功能主义与意识形态的都市观念主导之下,都市的功能定位主要是满足居民的物质生活需要或特定的政治目的与国家意志。都市成为居住、工作、休息以及集会、游行甚至战争的集结地。这在很大程度上形塑着电影诞生以来至20世纪50年代的基本生态。作为休闲的娱乐、思想的教育以至国策的工具,世界电影一度大致显现出以好莱坞电影、苏联电影与德/意/日法西斯电影为主宰的、其他各民族电影蹒跚起步并救亡图存的总体格局。

20世纪50年代以来,人类社会进入了一个以信息技术和知识产业迅猛发展为主要标志的后工业时代,信息及其网络逐渐渗透到都市的各个领域和各个角落,传统的都市功能正在发生深刻的转型。纽约、伦敦、巴黎、东京、悉尼、巴塞罗那、香港等后工业时代的全球都市,都在不遗余力地推动城市功能由生产型向服务型转变,第三产业成为这些都市的支柱性产业;包括电影在内的文化创意产业也正在异军突起,逐渐成为许多国际化大都市的新的经济增长点与品牌号召力,并不断重塑着各国及其各大都市的历史文化形象。与此同时,都市功能在由单一走向多元的过程中,其内在的交通、居住和工作功能也发生了巨大的变化,尤其是都市的游憩功能得到前所未有的提升,并有可能从根本上转换都市的职能。都市功能在如此大规模与深层次意义上的转换,为电影生态的整体变迁奠定了基础。迄今为止,尽管好莱坞以及美国的流行文化仍然以其魅力和实力统治着全球市场并传播着美国人的价值观,但在英国、法国、印度、韩国和伊朗的各大都市,如伦敦、巴黎、孟买、首尔和新德里,已经和正在通过电影、电视以及其他文化艺术形式培

朱克英:《城市文化》,张廷佳、杨东霞、谈瀛洲译,上海教育出版社2006年版,第1—3页。

大卫·普特南:《不宣而战——好莱坞VS全世界》,李欣等译,中国电影出版社2001年版,第285—306页。

参见周年兴、俞孔坚、李迪华《信息时代城市功能及其空间结构的变迁》,载《地理与地理信息科学》2004年第2期。该文指出:“在信息社会里,一方面由于人们闲暇时间的增多,可支配收入的增加,带来巨大的休闲需求。另一方面网上的休闲娱乐替代部分的户外游憩活动,改变了人们传统的游憩行为。未来的城市将从工作场所的聚集中心转变为娱乐和文化的休闲游憩中心,城市将是人们参观博物馆、画廊,欣赏各种演出,参加市民活动和进行美食的场所,城市的职能将发生根本的转变。”

养着本国的软实力,力图对抗或对话所谓的“好莱坞帝国主义”。

在这方面,新世纪以来的伦敦,以其在文化战略、创意产业以及电影运作领域卓有成效的开拓性实践,走在了除纽约、洛杉矶以外所有国际化大都市的前列,使其在激烈的城市竞争中保持住世界城市体系中核心城市的地位。从20世纪80年代开始,跟其他国际化大都市一样,伦敦也在积极调整传统的产业结构,推动都市功能从传统的制造业向服务业和文化创意产业转型。2003年2月,伦敦市长公布了《伦敦:文化资本,市长文化战略草案》,以维护和增强伦敦作为“世界卓越的创意和文化中心及世界级文化城市”(international centre of excellence for creativity and culture)的发展能力。这一市长文化战略草案,提出了伦敦文化发展的四大目标:第一,增强伦敦作为世界一流文化城市的地位;第二,把创意作为推动伦敦成功的核心;第三,确保所有的伦敦人都有机会参与到城市文化中;第四,确保伦敦从它的文化资源中获取最大的利益。草案指出,伦敦的创意和文化产业估计年产值为250亿到290亿英镑,从业人员将达到52.5万;其中,伦敦电影工业年产值为7.36亿英镑左右,出版业约为33.53亿英镑。除此之外,全英国1600多个表演艺术公司中超过1/3的公司位于伦敦,伦敦还拥有全国70%的录音室、90%的音乐商业活动、75%的电影电视广播产业收入以及46%的广告从业者、80—90%的时装设计师、33%的艺术及古董代理商。伦敦电影委员会登记的电影拍摄景地有12000个,还有1850个出版企业和7000个学术杂志社。另外,伦敦还是英国传媒产业的集中地,拥有《泰晤士报》、《金融时报》、《每日电讯报》、《卫报》、《观察家报》、《周刊》以及英国广播公司(BBC)、路透社等;每年约有一亿左右来自世界各地的游客参观伦敦的各类博物馆和画廊;伦敦的艺术品拍卖销售额在世界上排名第二,仅次于纽约。

就在伦敦市长文化战略草案公布不到两年的时间里,伦敦的文化创意产业又得到了长足进展。截止到2005年初,伦敦已有68万人工作在创意产业领域,占伦敦就业人口的20%,创意产业创造的年产值也占伦敦经济的15%。正如有研究者所言,作为“创意城市”,伦敦拥有了一个多元的、成熟的、面向国际的创意产业结构,培养和支持着大量地方的与国际的文化艺术活动,这些纷繁的文化艺术活动,在给伦敦带来嘈杂的同时也引发了生机,并创造了亚文化,使伦敦充满了活力与吸引力。总之,伦敦的文化发展战略,不仅为伦敦在经济、社会和文化上维持世界大都市地位作出了贡献,而且使伦敦的都市功能和国际形象得到了巨大的提升。

正是伴随着都市功能的转换,伦敦的电影生态也一改20世纪80年代的沉浮不定,开始走向令人期待的振兴之途。据报道,为了与好莱坞竞争并捍卫民族电影,英国每年都有1.1亿英镑专项资金用于发展电影,这些投入是为了通过激励电影工业,带动消费、住宿和旅游等相关产业。伦敦尤其重视这方面的工作,为此专门组建了为电影制作人服务的机构“电影伦敦”(FilmLondon)。在此以前,外来剧组要在伦敦拍摄电影困难重重,因为伦敦有31个独立的自治市(镇),每个市(镇)又有其独立的法规,要获得拍摄执照,必须经过层层审批。“电影伦敦”的运作直接受命于伦敦市长颁发的特许状,上述各自治市(镇)及政府机构都在这张特许状上签了字,这就意味着“电影伦敦”能在很短的时间内,让摄制组在面对那些可能成为拍摄阻碍的机构时畅通无阻。“电影伦敦”专员休·海兹曾经表示:“9·11事件之后,我们意识到城市形象的重要。如果让伦敦的城市形象广为知晓,那么,就会有更多的人来到这里。9·11之后没有多少人在纽约拍电影了。我们该怎样利用这个机会,使伦敦这个城市更有吸引力?”伦敦市长也明确指出:“电视产业对伦敦极其重要,即使不计算《诺丁山》之类的电影带来的经济收益,伦敦影视产

“软实力”、“好莱坞帝国主义”等概念,参见马修·弗雷泽《软实力:美国电影、流行乐、电视和快餐的全球统治》,刘满贵等译,新华出版社2006年版。

相关材料,参见段霞《国际大都市产业结构调整之动向分析》,载《首都经济贸易大学学报》2005年第5期。

约翰·哈特利编著《创意产业读本》,曹书乐等译,清华大学出版社2007年版,第193—200页。

可参阅李道新《电影旅游:产业融合的文化诉求》,中国电影家协会编《中国电影新百年:合作与发展——第十四届中国金鸡百花电影节学术研讨会论文集》,中国电影出版社2006年版,第417—418页。

业的产值也已达到了20亿英镑。‘电影伦敦’直接为影视产业服务,为电影制作机构的拍摄需要服务。已经和将要制作的影片数量表明,电影制片人已把伦敦当成一个更易拍摄电影的地方,同时还拥有一些全球最棒的、或传统或现代的拍摄场景。”目前,“电影伦敦”已经制作出一张“电影地图”,把所有在伦敦拍摄的著名影片场景都在地图上标记出来,以期让更多的人对伦敦产生兴趣,确立伦敦作为电影中心的地位。

到现在,伦敦已经把电影当作推广城市形象、展现城市魅力的重要载体。英国每年的电影制作费高达11.7亿英镑,伦敦及其周边地区的电影制作便占去了85%;全英国电影从业人员中的70%也集中在伦敦,伦敦的电影与媒体从业人员超过了10万;另外,伦敦还是50多个国内外电影节的举办地;平均每天都有接近30个摄制组在伦敦街头取景拍摄。伦敦仅居洛杉矶和纽约之后,位列全球最繁忙电影制作中心的第三位。

都市功能的转换与电影生态的变迁,存在着相互影响与彼此制约的关系,这在“电影伦敦”与伦敦电影的成就方面体现得非常充分。同样,在德国柏林、印度孟买、韩国首尔等欧亚都市里,随着都市功能的转换,电影生态也已或正在发生着重大的变迁。按迈克·迪尔的电影空间理论,当现实中的都市越来越等同于电影中的都市,也就真正地意味着这些都市生产了它们的电影,与此同时,这些电影也生产了它们的都市。

三

在中国,1949年以前的上海电影,一度呈现出都市与电影相互生产的特殊景观;而拥有一个世纪历史的北京影业,随着都市功能的不断转换并历经不同时期的盛衰沉浮,正在获得一个百年不遇的、适宜于电影空间生产的重大契机。

1949年以前,古都独特的政治环境、物质条件和文化氛围,使北京形成了一个以电影消费为主、电影制作为辅的影业格局。跟上海、香港以至天津等开放口岸相比,北京的电影生态相对保守和沉寂,缺乏一种包容和开拓的精神气质。皇城文化及其“玩票”心理,使北京电影始终没有构建起相对坚固的产业链条和持续发展的内在动力。20世纪20年代中期,当上海、香港等地都在大量吐纳欧美电影并力图创建民族影业之时,北京的电影消费仍然处在极为原始的起步阶段。当时的电影刊物便透露出这种令人沮丧的信息:“影戏园中之观客,多有不明剧理,又不识洋文,每遇片中映演繁华处,则在傍大声喊叫,或枉加批评谈论,极甚讨厌。此北京各影园,比比皆是也。”诚然,由于租界上海的“次殖民地”色彩,一度也有舆论建议要将“北平”开辟成“中国的好莱坞”,但直到新中国建立,北京影业都没有太大作为。

新中国建立以来至20世纪90年代初期,作为行政中心的首都及全国的科技、文化、教育中心,北京的电影事业凭借天时地利人和,形成了一种集电影的政府管理、电影制作、电影消费、电影工业建设、电影器材供应与电影教育、电影科研、电影出版甚至电影外交于一体的,主要建立在国有企事业单位计划体制之下的综合生态,其发展规模和影响力超过长春、上海等此前已相对成熟的电影基地,一跃而引领全国。但无庸讳言,这种主要依赖行政权力和政府控制而得以形成的电影生态,对北京既是难得的发展机遇,又是颇为沉重的历史负担。这一时期的北京电影,因都市功能的狭窄单一并缺乏面向全国以至全球的对话和创新机制,而在生产大多数同质化电影的同时,生产了一个异常清晰单调并充满着政治意味的中国都市。

20世纪90年代以来迄今,伴随着改革开放的步伐进一步加快,在经济全球化和电影市场化

参见 www.filmlondon.org.uk/newsdetails.asp。

瀛洲:《野鹤园影谭》,载《电影周刊》第16期(1924年6月20日,天津)。

陈大悲:《中国电影之将来》,载《电影月报》第7期(1928年10月,上海);姚影光:《中国的好莱坞》,载《影戏生活》第1卷第29期(1931年8月,上海)。

的宏大背景下,借助首都北京独特的政策、区位和人才优势,北京的国有影业逐渐走向产业化、规模化和集团化之路,以北京为依托的民营影业也呈现出前所未有的发展态势。然而,在产业融合、资源重组、优胜劣汰的中国电影界,北京影业同样面临着不少的机遇和挑战。如何利用北京作为首都的特殊功能,尤其是如何借助2008年北京举办奥运会的重大契机,并在此基础上发展和完善北京的电影生态,使其在良性运作的层面上充分展现北京的历史文化资源,为首都北京的国际形象以及中国电影在新世纪的繁荣作出重大贡献,应该是北京都市发展及其文化创意产业中需要解决的重要课题。

应该说,新世纪到来前后,受世界发达国家各大都市发展战略的启发,中国的都市功能也通过国家政策和城市规划的引领,逐渐由生产型向服务型转变;包括电影在内的文化创意产业,正在成为北京、上海等大都市的强烈诉求。据研究,中国和美国、英国等发达国家和地区的城市,在功能专门化转型方面存在着一致性,亦即伴随着城市规模的增长,高级服务业或生产性服务业等功能专门化态势显著。具体而言,从2000年到2004年,除了国家、党政机关和公共团体之外,中国的金融保险业、房地产业、科教文卫体影视娱乐业以及流通服务业等,均显示出较为明显的增长态势。在此过程中,上海根据中央的战略定位,大力发展服务业,促进城市功能的“根本性转变”;文化、教育、会展、中介服务等以知识密集为特征的新型服务业,已经成为上海经济新的增长点。

北京更是将首都城市功能的提升与现代服务业的发展结合起来。2005年制订的北京城市规划明确北京的城市性质“是中华人民共和国的首都,是全国的政治中心、文化中心,是世界著名古都和现代国际城市”,并力图按照中央对北京做好“四个服务”的工作要求,强化首都职能。为此,北京加大了首都产业结构调整力度,把发展现代服务业放在十分重要的地位。尤其是在北京市“十一五”规划中,专门制订了“文化创意产业发展规划”,通过大力发展文化创意产业,进一步提升北京作为全国文化中心和文化创意产业主导力量的影响,增强文化创意产业创造社会财富和就业机会的能力,使文化创意产业成为首都经济的重要支柱,把北京建设成为全国的文艺演出中心、出版发行和版权贸易中心、广播影视节目制作和交易中心、动漫游戏研发制作中心、广告和会展中心、古玩和艺术品交易中心、设计创意中心、文化旅游中心、文化体育休闲中心。

以市场自主为基础和政府调控为主导,作为国家首都的北京,确实有望全方位塑造其“政治中心”、“大文化整合”、“经济调控中枢”以及“社会和谐驱动”的四大都市功能。但在首都功能的根本性转换中,如何处理几大功能之间的关系以及如何协调推进各类文化创意产业的发展,仍是需要深入研讨的问题;在这一过程中,如何深入理解都市与电影相互生产的内在关系,努力借鉴洛杉矶、纽约尤其伦敦的经验,涵养一种宽容、开放而又丰富、多元的文化生态,尤其是电影生态,使北京电影从“北京影业”的历史、现实的层面上升到“电影北京”的现实、未来的高度,将是北京文化创意产业与北京电影面临的巨大挑战。

为了应对这种挑战,需要在以下四个方面展开研究:

第一,认真梳理北京电影诞生以来的历史、文化脉络,在都市与电影互相生产以及电影空间理论的支持下,从战略上提出“电影北京”的概念。

第二,不断总结北京影业的发展历程及其在当下运作中的经验和教训,努力探求电影在北京的发展机会和成长空间,通过“电影北京”真正将电影与北京联系在一起。

于涛方、顾朝林、吴泓:《中国城市功能格局与转型——基于五普和第一次经济普查数据的分析》,载《城市规划学刊》2006年第5期。

林蓝:《加速发展服务业,促进城市功能战略转变》,载《今日上海》2005年第3期。

参见陈剑:《首都城市功能提升与现代服务业的发展》,载《前线》2006年第6期。

参见 www.bjghw.gov.cn。

王海平、李宝元:《关于首都全面协调可持续发展的战略思考》,载《经济研究参考》2005年第52期。

第三,在全面理解首都功能转型的基础上,结合世界性都市文化创意产业发展潮流,把电影当作文化创意产业的核心,大力展现北京影业独特的历史、文化和现实内涵,为“电影北京”寻求国家、首都以及各种机构在政策、资金、人才等方面的支持。

第四,站在保护并发扬北京的历史、文化资源以及提高中国电影的国际竞争力的立场上,以“电影北京”战略推动首都北京成为世界重要的电影中心及文化创意中心。

“电影北京”的具体内涵可建构如下(参见图2):

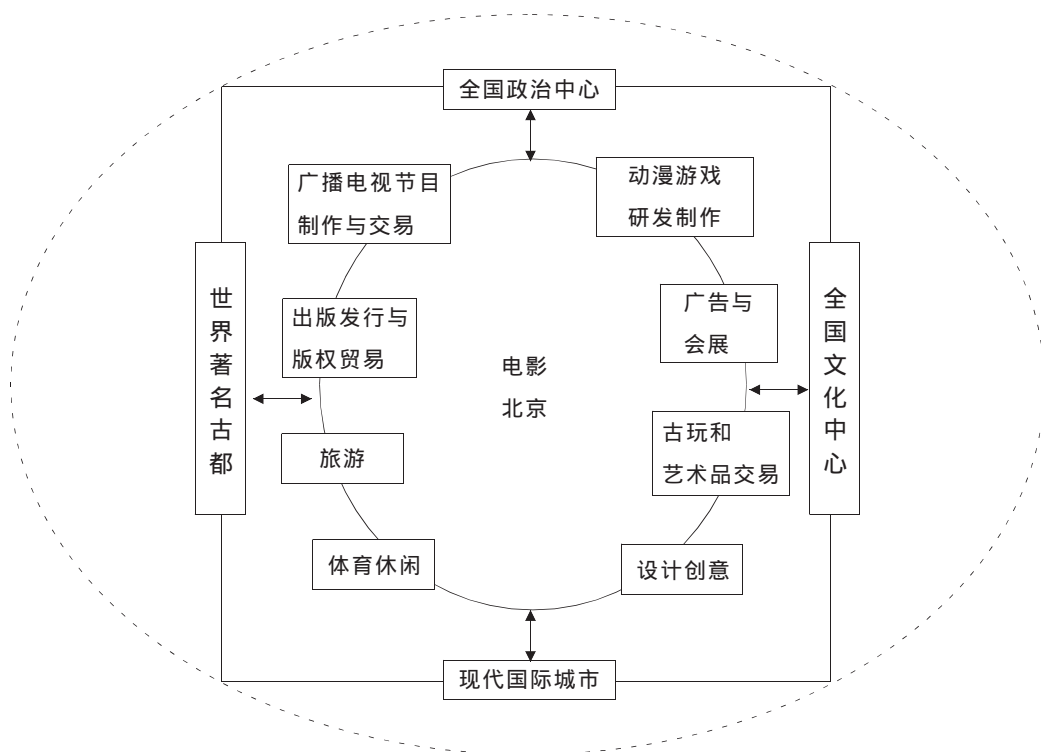


图 2. “电影北京”的具体内涵

按上图,“电影北京”倾向于依托首都北京的功能定位,把电影当作北京各种文化创意产业的中心环节,并与各种文化创意产业相互促进和推动,最终完善和提升北京的都市功能。“电影北京”的提出,既顺应了世界都市文化创意产业发展的潮流,又能在北京文化创意产业发展过程中理顺关系、突出重点,为首都北京的繁荣创造条件。

就像洛杉矶的好莱坞、孟买的宝莱坞与伦敦的“电影伦敦”一样，“电影北京”将是中国以至世界上一个极具生成性的电影空间和都市空间。在这里，“电影”与“北京”相互生产，终将打造出一种新的民族电影与一个新的国际大都会。

(作者单位 北京大学艺术学院)

责任编辑 容明