

作为正项的中国新主流电影： 一个符号学分析

◎ 赵禹平

(南京师范大学 文学院, 江苏 南京 210097)

【摘要】从内涵上讲, 非标出与主流息息相关, 非标出即为国内研究学者所称正项。中国新主流电影作为正项, 追求主流表达、传播的运行机制, 以现实主义作品的形式考量社会现实, 传播主流价值; 从风格上的去异化追求、能指上的商品符号包装到所指实质上的正项表达, 以及正项价值的群体性要求, 完成了正项的意义输出。结合正项、主流进行电影研究, 实际上是从文化符号学的角度来理解新主流电影。

【关键词】正项 中国新主流电影 符号学

【中图分类号】G220 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1003-6687(2019)8-066-06

【DOI】10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2019.8.012

标出理论, 是语言学中常见的分析理论。“虽然语言不对称的概念早于‘标出’和‘非标出’术语的实际创造, 但现代的标出概念起源于以罗曼·雅各布森和尼古拉·茨柯伊为代表的布拉格学派结构主义, 作为表征二元对立的手段。”^[1]在研究音素对时, 茨柯伊注意到一对中的一个对象, 总是用标记主动突出显示, 而另一个对象由于没有标记, 则被动地保持稳定。从那以后, 语言学家将标记和无标记的概念应用于语法和词汇以及音韵学。^[2]在词汇对中, 未标记的词具有模糊的位置, 表示作为整体的通用类别; 而标记成员则特定相反。实际上, 标出的存在正是以非标出为对立面, 两者配对而生。非标出代表着稳定、无变化、不突出, 这不仅在语言学中被如此认定, 在社会文化研究中, 非标出亦在一定程度上代表着稳定的主流现象、主流价值或主流意识形态。韦恩·卜维克斯在一篇研究论文中举例: 1994年, 美国社会学协会将其杰出出版奖授予米切尔·邓奈尔的*Slim's Table*。邓奈尔谈的是社会主流, 一群美国餐

馆的非洲裔顾客拥有主流的社会价值观, 强烈反对大多数不正常的活动, 并将他们的尊重, 强烈的职业道德和高质量的友谊定义为比非洲裔美国人更重要的身份,^{[3][34]}这就是现实社会呈现的主流现象。主流是顺应历史发展的, 谈主流电影离不开社会、文化、观念, 在文艺作品日新月异的当代, 主流符号意义是创作者关心的内容, 而符号意义如何通过主流影像进行传播, 也是笔者研究的重点。本文讨论新主流电影, 即是在非标出的情况下研究新主流电影的电影特征及其传播机理, 同时涉及价值取向和排他的特征。

赵毅衡在《符号学》中将“携带中项的非标出项”称为正项; 把中项排斥的称为异项, 即标出项。^{[4][283]}正项一词, 包含了社会隐含指向, 较为妥帖地包含了恒定、正向之意, 韦恩·卜维克斯在谈非标出时, 就曾以默认一词来解释。非标出从内涵上讲, 与主流息息相关, 即正项; 与正项相对的即为异项。结合正项、主流进行电影研究, 实际上是从文化符号学的角度来理解新

基金项目: “演示类叙述的数字化传播特征及价值内涵研究”(18CXW022)

作者信息: 赵禹平(1995—), 女, 四川成都人, 南京师范大学文学院博士研究生, 四川大学符号学—传媒学研究所成员, 国际符号学学会成员, 主要研究方向: 符号叙述学、电影符号学。

主流电影。本文所关注的是，主流电影的正项表达，以及正项去异的选择。

一、风格的正项追求：去异化

正项是以与异项相关性关系而存在的。主流电影的风格去异化，不是去风格化，也不是无风格化，而是远离异化风格，在主题、题材、形式等文本内容上贴合时代主流。异化风格作品，即标出性电影作品（异项）。标出性作品主要存在于亚文化圈之中，正项与亚文化的区别在于：亚文化以标出、奇特、罕见、非主流的题材或主题进行作品创作，正项则是大众选择的主流、非标出文化。因而最重要的一点，是亚文化与主流文化对立而存。“对男人来说，没有化妆就没有被标记（标出）”，^[5]这是一个标出与非标出的生动比照，也就是男人的标出需要异于男人应有的行动，比如化妆、穿女人的衣服。较此而言，电影的标出则更为多样和多元，作品的标出，实际是对立于非标出（正项），如纯艺术于功利性艺术、先锋于正统、情色于内敛、恐怖于浪漫传奇、同志电影于异性恋电影等。

本文所指新主流电影是以题材、主题、形式、内涵等各方面为参考角度，而异项电影亦是。2018年上映的《午夜幽灵》灵异事件、《寻找罗麦》同性恋，可以看作标出性风格的作品，而新主流文艺创作关注的应为社会正项，即贴近大众需求、顺应社会发展以及表现社会现象等的主流题材。

1. 正项风格特征

异项风格作品在内容呈现上专注于标新立异，以娱乐刺激为主，这是文化大流中派生出的小众支流，是一种远离日常符码的标出性作品。格雷格·厄本认为：“在风格之间存在明显对比的情况下，我们可以在功能上将无标记风格称为日常符码，将另一种风格称为特殊或标出符码。”^[6]异项风格的电影作品正因打上了非主流的标记而被标出，而正项则是日常符码的集合，这是分析主流电影易于被接收和肯定的根基之一。

正项特征是较为稳定且静止的，正项在历史发展过程中，是在收拢中项和排斥异项中进行的，这种动态过程，在新主流电影作为符号正项的研究中，可以称为去异化。风格的去异化，是寻找一种正项的求同表达，如一般演讲中的开场白就是惯例。

2. 风格去异

新主流电影的风格去异亦非易事。风格去异并非毫无风格、特征可言，而是对于少数数与之对立的亚文化

而言，是主旋律式的风格追求。赵毅衡在《符号学》中提到：风格就是对正常的偏离，绝对无标出性的风格，所谓零度风格，也就是风格被程式化后习以为常。^{[4](285)}笔者认为这话有待斟酌，正项对象是正常，但是可以有风格，笔者认为主流的现实主义亦是风格。新主流电影可以作为一个风格被程式化的反例，新时代电影导演努力突破程式，如新主流可以讽刺社会、减少歌颂，可以揭露现实、拒绝单一赞扬，可以加入先锋元素、而不使人物扁平，所以新主流电影的去异化不是去风格化，不是零风格化，而是表达主流话语的非异类形式的正项电影。也就是，新主流电影是有风格的，拍摄主体也会有风格摄入。另外，电影受众也是有情感的，新主流电影可以在形式上固定，例如冲出重围、祖国强大、扬我国威、家国情怀、仁爱思想等固定的主题以及结果逻辑，但新主流电影完成、被传播之后，观影受众会对新主流电影给予新的情感，这就是情感风格的附加。

风格可以是稳定、内在的，并在一定时期反映时代特性，具有统一性与大众性；风格亦可以揭示时代之主要特征、民族之根本内质、流派之精神内核和作品之内部精髓。新主流电影当然有风格存在，从主体到文本再到受众，都是风格再现的过程，甚至每一个国家的电影，都有其自身的电影风格，只是风格应当去异。

3. 文本风格回归正统

必须一提的是，讨论风格去异应从文本出发，至于对拍摄主体（导演）风格的分析、电影情感风格如何体现等是无法受控于新主流电影的传播者的，他们能做的就是去异化、结合现实，趋近正统。根据也门撤侨事件改编的《红海行动》，以引燃国民爱国情怀为目的，用军事题材这种最正统的题材方式传播正能量，在转场商业和主流影片之间做到无缝衔接，既获得了观众的一致好评，也将祖国是国民的坚强后盾的真谛传递，成为中国新主流电影作品中的中流砥柱。

任何一部电影的电影风格，都和导演个性密不可分，这就使得众多优秀作品都以电影作者的人物符号为宣传法宝，而新主流电影作为集体正项，刻意减少了主体风格，可以称为专注于文本内容和形式的作品。张艺谋的《影》可以看作新时代新主流电影的代表作，以回归传统为拍摄要领，在电影中有很多表现中国传统文化的地方：国画韵味的水墨色调，大象无形、大音希声的留白技巧。这样做的当然不止一部，国产动画《大圣归来》《大鱼海棠》等都是如此。换言之，新主流风格就是正项价值引导下的中国风格，无论时尚的现代因素还是

传统的武或文，都与受时代影响新生的异项相对。

去异化风格，是对异项作品的分离对弈，是向主题程式靠拢。实际上，这是争取中项肯定，排斥异项的举动。因为对于中国这样的传统大国而言，主流是以儒家思想为首的正统思想，挑衅和转异都是对程式的瓦解和对传统的颠覆。正项是带有功用性的，而不是随意变动或更改的，这关乎社会稳定。正项在社会学研究总保持无名、无音，^{[9](35)}主流正是以无处不在的无形保持不突出却为核心的状态。社会整体需要上层建筑，这在当今视听文化的社会发展中，显得尤其突出。相较而言，异项才是社会发展派生而成的，所以对正项而言，作品不是经典地超越，而是保持作为结构的独立和自身发展，正项的风格发展才得以让新主流电影独立地成为受欢迎的一支，甚至完成对亚文化的收编。可见，去异化是新主流电影成功传播的重要一步，并且新主流电影的核心亦应如此。

二、能指包装的正项选择：外化的商品符号

1. 新主流电影作为商品符号

当今社会，电影是快捷有效的经济利器。新主流电影进入自由竞争环节，在商业市场中进行能指包装，并通过和其他商业电影的对比、竞争，追求以质取胜，这也是顺应时代的正项表达。电影是消费品，观看电影为娱乐渠道，电影的娱乐功能伴随电影传播始终，证明其商业属性的存在，电影的外化形式必定为商品符号。在中国当代社会发展中，被商品符号包装的电影，可以而且应当与新时代的正项传播息息相关。电影从物到商品的意义生成，依赖这个能指包装，促进其交换价值的生成，再去指挥化，形式主流化，作为商品的存在形式实际上已经是主流传播形式。

陆正兰指出：“艺术一旦卷入生产，尤其在当代消费社会下，作为文化产业的流行音乐，就不可能是一种艺术家单纯的创作行为，相反，会卷入各种复杂的商品符号活动。因此，流行音乐既是一种精神生产，也是一种商品行为。”^[7]实际上，作者提出了一个很重要的观点，艺术生产是复杂的商品符号活动。流行音乐的艺术生产就是一种符号意义的传播行为，新主流电影制作和传播亦是艺术生产，不管是音乐还是电影，流行即大众，大众即主流，这是一种文化秩序的建立和社会生活的正项引导。

意义赋予商品，易于观众做具体的观看选择。文化

世界中，类似电影的商品符号不胜枚举，书本、流行音乐、书法作品、艺术品等都具有精神文化和商品的双重属性。电影进入市场，选择商品交易秩序，既有其特定的历史经济环境原因，又依赖于文化秩序。商品符号携带主流意义，进入观众解读环节，是导演把世界和消费品进行联结，通过传播渠道，构成了一系列意义运动。可以说，在第三环节的意义接受上，消费者以符号消费的主体进入消费链条，他（她）看重消费品的娱乐属性而不是强制引导性，却在观看途中或观看之后，通过对电影主流符码的解释和理解，衍生出对世界与现实的思考。《邪不压正》的上映做足商业表演，导演非常清楚电影的商品性质，利用显性伴随文本的引导功能，诱惑观众，从而催生其对电影文本的观影期待。应当说，主流电影文本走向市场，选择以商品符号形式进入艺术消费市场，是电影传播的积极表现。电影作为消费艺术，表现并挖掘本身的商品价值势在必行，且为电影艺术发展之必需。

2. 商品符号裹挟文本解读

当主流电影具有了商品外包装之后，主流电影就不是强迫而观之。形式是一种自足的对象，罗兰·巴尔特在关于写作的分析中写道：“它企图要意指一种集体的和被维护的性质，而且这个对象具有一种节约的价值，它起着经济性信号的作用。”^{[8](17)}新主流电影亦如此，主流电影作品的思想价值被消费符号包裹，而结果则是联系实在世界的事实性的思想解读。《南极之恋》是很好的一例，虽然它是一个商业文艺作品，但电影通过男女主角在南极极地极端环境下的生存考验、人性考验以及生命思索，对长期奋战在南极的科考队队员表示感激和景仰，导演正是通过对事实的指称，完成一系列的情感输出。《妖猫传》里的种瓜术，《狄仁杰之四大天王》里的中原方术、域外幻术，既是市场卖点，也有史据可查。电影里浓浓的家国忧思与政治隐喻，以现代观众热爱的天马行空的元素为依托，将主题内敛、含蓄地和盘托出。

去物化，深入思想化。皮尔斯认为“符号是一个再现体，它的某个解释项是心灵的一个认知”，^{[9](33)}解释项在皮尔斯的符号学思想中，是符号传播链条中必不可少的存在项。在新主流电影的商品价值交换过程，即符号传播过程中，符号的意义是人们在认知再现时产生的，但是对新主流的电影解读并不简单，它的商品外化包装内藏意指效力，而且是强势的观念表达，在主流电影中，所指实质当然内隐主流符码。

三、所指实质的正项表达：主流符码的集中呈现

新主流电影的电影传播并不只专注于娱乐性、商品性和经济效益，不同于纯粹的商业电影或艺术片，新主流电影的主流符码在电影影像和宣传中都有体现。正是这些主流符码决定了其较高的文化价值，这是新主流电影固守的特性，也能够证明新主流是正项的内质。

1. 主流思想的显现

在电影呈现中，所指实质一定是体现主流思想的；而新主流电影所指毫无疑问即意识形态元语言。特里·伊格尔顿对意识形态概念的认识长期为学术界使用，他从六个角度定义意识形态，其中笔者最为认可的是“社会生活中观念、信仰、价值的普遍的物质生产过程；特定阶级或集团的生存状况和体验；在非理性的欲望到达理性的、合法化的过程中所应用的话语体系”。^[10]正项，表达社会主流符码和反映社会现实，理性、合法的电影符号文本，以召唤的形式隐喻社会缺席、不在场的正向意义。从这个角度而言，当代中国具备现实、积极意义的电影文本，均可称为新主流电影。即使是喜剧片《西虹市首富》，也在繁复的笑料中透露社会现实，有影评人认为电影映射出现实的阶层对撞，甚至电影中有很多双关讽刺，包括镜头扫视的“必贵园”字样，是对现实中房产公司“碧桂园”的讽刺；电影中安全事故、贪污腐败的案例等，都是电影用世俗和常见的事物、新闻，来反讽一个个社会现象，反讽达成深意，从而爆发警醒的力量。《反贪风暴3》亦为典型，电影以捉拿贪污腐败的张部长为线索，通过洗黑钱深挖警局、反贪侦查局内部的贪污人员，导演意在以法律中国为背景，强调法律的重要性。

模仿说可以适用于任何现实艺术作品，尤其是新主流电影，模仿后的再现世界与实在世界被导演架起一座桥梁，撒福德其·达利有这样一段话，“无论如何，导演可以成为一个艺术家，不仅客观地描绘世界，而且主观地描绘世界：他能够创造新的现实，唤起神奇的世界，并在事实和事物之间建立象征性的桥梁，这在现实生活中缺乏任何直接联系”。^[11]导演的厉害之处就在于不动声色地将情感价值传递给观众：信仰和观念体系是抽象的象征性表达，它们依赖导演将其转化为形象化的电影符号，传播给大众；表面上是娱乐性商品为消费者享用，实际上这是一种能量和信息的传递，格伯纳称之为培养或涵化。

新主流电影谈论真善美，这就是主流。培养理论

（或涵化理论）的研究奠基人格伯纳，在讨论电影叙事时曾指出电影叙事产生两种现象：共鸣和主流化。不难理解，共鸣就是一旦受众从电视中得到的某个印象在现实中得到认证，那么受众就会对这个印象深信不疑，电视对受众的培养效果也会加深。主流化是指属于不同群体的重度受众的立场和行为之间的差异会缩小。格伯纳提出“电视的3B”来说明主流化的过程，分别是：模糊（blurring），混合（blending）和弯曲（bending），即电视会模糊由于文化、政治、经济、地区和阶层等所产生的不同，并且使人们的态度混同于电视中的主流意识形态，而且使主流屈服于电视的政治经济任务及其所服务的体制，即服务于占统治地位的精英阶层。主流维持的是现实秩序，电影电视中隐喻的主流思想、陈述的主流符号，既服务于体制，又维持和稳定社会秩序。主流化，是一个舍亚文化求主流文化的过程，主流文化在发展中对亚文化进行收编和影响，并表现主流文化符号，通过外化商品进行交换，这是发展趋势和社会需要。

2. 意识形态的召唤

正如阿尔都塞所说，意识形态“抽象到可以而且足以被思考，从而产生知识的特殊阐释方式”，^[12]意识形态国家机器，在元层次以艺术思潮、文化观念、社会思想等抽象形式稳居正项渠道；新主流电影也因依赖于宏大的国家语境，得以被符号整合，进行意义传播和意义接收。实际上，新主流电影所指的召唤，较普通电影影像而言，是一种更有力的群体召唤。如果说，米歇尔·马多尔认为“本质上，电影图像作为生活的再现，与生活本身一样具有相等的介入性，也就是完完全全的介入”，^[13]那么新主流电影的介入则是直接的观念介入。《南极之恋》的导演试图在极端环境把人性剖开，展露那些最温暖、最善良的、最亮的东西。《宝贝儿》关注社会边缘人群，电影以一个弱势群体的代表为对象，去挖掘和展示“人之初，性本善”。观念当然可以介入生活，新主流电影是最直接的助力杠杆，观念渗入是群体召唤，正如罗兰·巴尔特所言：“马克思主义写作和一种行为结合起来后，实际上立刻就变成了一种价值语言。”^{[8][16]}影视教育以电影、电视作为中介和手段，“为了人类的生存发展，为了文化的规范、创新和承继，一个民族、一个社会、一个团体、一个家庭都需要不断地积累、传播种种社会文化知识，以及经济活动、日常活动中的经验和技能”。^{[14][63]}

电影创作者敢于将电影融载更多的意识形态，既是对电影艺术价值的考量，对社会语境的依赖，实际也是

对社会群体意识观照的结果。新主流电影创作，更多地受到中国传统的价值规约，因而在电影画面和人物形象表现上才会出现主流化的符码集合，这就是笔者反复强调的历史选择。

四、正项价值的规约

1. 历史语境下的价值规约

对中国知识分子和艺术家们而言，儒家文化和古典美学是最大滋养。对中国电影受众而言，电影历史上，“自中国诞生那天，就提出了电影教化社会的主张”“中国电影充当了时代的号角，成为反映民意、传达电影艺术家们心声和社会要求的载体”，^{[14](107)}新主流电影被选择是历史语境所决定的。

格伯纳谈电视，称“它的戏剧，商业广告，新闻和其他节目为每个观看家庭带来了一个相对连贯的共同图像和信息世界。人们现在已经出生在电视的象征环境中，并且终其一生都在重复上课”。^[15]格伯纳的这一象征环境指的是主流化环境，主流是重复体验和群体经验的默认值，这种默认在文化符号学的研究中，笔者认为正是正项规约的结果。主流电影，更离不开对规约符号的表达。

“规约符是这样一种符号，它天然地适合用来表明一组对象总是被与其相关联的像似符所再现，无论这组对象被什么样的指示符所指称，并且以何种方式与其相关联”，^{[9](61)}规约符的存在，就是指示一类事物，女人、男人都可以是规约符，天安门、故宫还是专有规约符。但规约符也可不特指实在对象，如道、和、仁义，这种抽象概念的所指符一旦形成，会在人群中加以传播，并随着人类经验和反复使用得到加强，甚至成为象征符，这恰恰又被隐喻在主流电影当中。实际上，儒家仁义观等价值观念，是集体的社会规约，也是新主流电影中表达和塑造的价值体系。《我不是药神》以“药”为切入口，以小见大地影射社会问题，输出文本内外当事人、观众对正项意义的追求和期待，电影中有讽刺、有温暖、有无奈，亦有反抗，正项价值规约即善待他人，守住光明，这是新主流电影追求的正项基调。助人为乐作为社会规约符号时，主流不需要凸显、强调每一个动作的意义，即使只是平静地叙述、小人物的电影展示，亦可因情感共鸣而引起观众群体对社会正项价值的肯定和感同身受。

“规约符号，是与对象之间没有理据性连接的符号，也就是索绪尔所说的‘任意/武断’符号。皮尔斯

认为相当多的符号是有理据的（像似性或指示性），只是一部分符号没有理据性，解释者都需要靠规约来确定符号和意义的关系。”^{[4](86)}文化价值是社会的元语言，正统的文化价值是社会强制规定、历史必然选择，解释项也必然以其为准。李芳芳导演的《无问西东》，从爱情观、生活观乃至人生观，都以电影形象给出了最完美的诠释。真实、内心的平和与喜悦，电影的意义在于历史规约符号对人生诉求的指引和洗涤，这既是导演的成长，也是观影人的一次成长，观影人传承的亦是新主流电影的温暖，不在于形式要多么宏大张扬，而在于从一个触动心灵的地方出发，引起观众的内心激荡。《地久天长》《流浪地球》从不同角度，既可能是时代里的心酸和朴实，亦可以是挺身而出的英勇行为，打动着共享在一个文化价值圈内的中国观众。

2. 异项支持正项表达

回到笔者最开始提标出性和非标出性的地方，异项和正项因标出和非标出的特征而相互对立，这是正项主动采取的排异行为。非主流文化（朋克风、耽美潮、玄幻热），都是电影发展中的标出项，标出的存在是文化年轻的印记，它们（穿衣风格、打扮潮流）可以以某一种元素被主流文化吸收，但很难整体翻转成为主流文化，因为观念是具有规约性的。

韦恩·卜维克斯在《非标出的社会学》中提到：“如果标出的内容比非标出更为普遍，那么标出的内容即可反转，成为非标出。”^{[3](36)}这其实便是赵毅衡在《符号学》中提到的标出性翻转。然而笔者认为，非主流文化的标出性受众群体为少数，要完成标出性翻转成为正项、主流则尚未体现，可能非主流文化中某些具有商业价值的符号，可以被收编纳入正项表达范畴内，但不会大规模翻转成为主流。正项的普遍性、大众性是一个趋同的现象，而异项是很难做到老少皆宜或司空见惯的，即使社会允许，意识形态或许也会排斥。

实际上，异项存在是正项发展的必要条件。正是因为主流和非主流的对立，才使得主流作品保持自己正统的正项表达地位。在新时代的历史文化背景下，正项、异项依然对立，却亦会因为正项对异项符号（如先锋艺术元素）的借用而在对立中和谐地发展。“经验，表达和意义之间的关系在亚文化中不是恒定的。它可以形成一个或多或少有机的统一体，努力实现某种理想的连贯性，或者或多或少地破裂，反映出断裂和对抗的体验。此外，个体亚文化可以或多或少地保守或进步，融入群体，与群体的价值观一致，或从中推断，定义自己与母

文化相对立”。^[16]笔者首先肯定,异项与正项主流必然对立,只是在某阶段,对抗表现为持续,当然亦可停止对抗。然而,即使停止,新异项又会在新阶段中产生,继续形成正、异项的对立的格局。而正是有了异项的不断对抗和凸显,促使主流文化不断推陈出新,并以融合异项元素的姿态发展主流文化,稳固社会正项价值,这亦是社会维稳的必需,也从侧面论证异项的存在支持了新主流电影的正项表达。

结语

中国新主流电影作为正项,追求主流表达、传播的运行机制,以现实主义作品的形式考量社会现实,传播主流价值。从风格上的去异化追求、能指上的商品符号包装到所指实质上的正项表达,以及正项价值的群体性要求,完成了正项的意义输出。结合正项、主流进行电影研究,实际上是从文化符号学的角度来理解新主流电影,旨在为电影研究提供新的视点和思考。

新主流的正项表达,体现的是主流价值在当代社会的传播。新主流电影首先是传递主流价值,其在风格上便与非主流作品对立,追求去异化;其次,在市场竞争中,新主流电影以商品符号的形式存在,这是正项表达的外在形式的非标出表现;当然,新主流电影的正项表达,是由社会规约和群体意识所决定的,其内在仍然是携带中国传统主流价值观、儒家思想等核心精神的所指。新主流电影正是通过形式和内在,完成正项表达和传播,将意识形态、价值观等积极意义传递给受众,且引起群体共鸣。

参考文献:

[1] Henning Andersen. "Markedness—The First 150 Years", In

- Markedness in Synchrony and Diachrony[M]. Berlin: Mouton de Gruyter, 1989: 10–46.
- [2] Joseph Greenberg. Language Universals[M]. The Hague: Mouton and Co, 1966: 26.
- [3] Wayne Brekhus. A Sociology of the Unmarked: Redirecting Our Focus[J]. Sociological Theory, 1998, 16 (1): 34–51.
- [4] 赵毅衡. 符号学[M]. 南京: 南京大学出版社, 2012.
- [5] Deborah Tannen. There is no unmarked woman[M]/In 50 Essays: A Portable Anthology. Samuel Cohen(ed). New York: Bedford/St. Martin's, 2004: 364.
- [6] Greg Urban. The semiotics of two speech styles in Shokleng[M]/In Semiotic Mediation, E. Mertz and R. Parmentier(eds.). New York: Academic Press, 1985: 311.
- [7] 陆正兰. 流行音乐的商品符号学研究[M]//饶广祥, 朱昊赞, 刘楠. 商品符号学文集. 成都: 四川大学出版社, 2017: 61.
- [8] 罗兰·巴尔特. 写作的零度[M]. 李幼蒸, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2008.
- [9] 皮尔斯. 皮尔斯: 论符号[M]. 赵星植, 译. 成都: 四川大学出版社, 2014.
- [10] Terry Eagleton. Ideology: an introduction[M]. London: Verso, 1991: 28.
- [11] Dario Saftich. Arnheim's theory of aesthetics and figures of speech[J]. Metodi ki obzori 10, 2010, 5 (10): 65–76.
- [12] 阿尔都塞. 哲学与政治: 阿尔都塞读本[M]. 陈越, 译. 长春: 吉林人民出版社, 2003: 364.
- [13] 雷吉斯·迪布瓦. 好莱坞: 电影与意识形态[M]. 李丹丹, 李昕晖, 译. 北京: 商务印书馆, 2014.
- [14] 史可扬. 影视传播学[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2006.
- [15] George Gerbner, Larry Gross, Michael Morgan, etc. Charting the Mainstream: Television's Contributions to Political Orientations[J]. Journal of Communication, 1976: 100–127.
- [16] Dick Hebdige. Subculture: the meaning of style[Z]. London: Taylor & Francis e-Library, 2002: 127.

China's New Mainstream Movie as the Unmarked: A Semiotic Analysis

ZHAO Yu-ping (School of Literature, Nanjing Normal University, Nanjing 210097, China)

Abstract: In terms of connotation, the unmarked is closely related to mainstream. The unmarked is now popular in domestic research. As the unmarked, China's new mainstream movie pursues the operational mechanism of mainstream expression and communication, considers social reality in the form of realist works, and spreads mainstream values. From the pursuit of marked in style, the packaging of commodity symbols on the signifier, and the substantive unmarked expressions referred to the group requirements of the positive values complete the meaning output of the unmarked. Combining the unmarked and mainstream to conduct film research is actually to understand new mainstream movies from the perspective of cultural semiotics, aiming to provide new perspectives and reflections for film research.

Key words: the unmarked; China's new mainstream movie; semiotics