

总 181 期  
2022 第 1 期  
月刊

JOURNAL OF  
BEIJING FILM ACADEMY

2022

北京电影学院学报

中文社会科学引文索引 (CSSCI) 来源期刊  
中国人文社会科学 A 刊核心期刊 北京大学核心期刊



\* 中国电影金鸡奖、大众电影百花奖的价值与功能  
\* 艺术史语境下“迪赛诺”多义性的产生

\* 中国电影奖评选与电影观念变迁  
\* 论诺曼·布列逊的马克思主义艺术史观



总 181 期  
2022 第 1 期  
月刊



扫码关注北京电影学院学报

# JOURNAL OF BEIJING FILM ACADEMY 2022 北京电影学院学报

中文社会科学引文索引 (CSSCI) 来源期刊  
中国人文社会科学 A 刊核心期刊 北京大学核心期刊



## 《北京电影学院学报》学术委员会

主任：俞剑红

副主任：吴冠平

委员（以姓氏笔画为序）：

丁亚平	王一川	王志敏
王海洲	王瑞	尹鸿
厉震林	叶远厚	刘小磊
刘永红	刘军	成中英
孙立军	李伟	李剑平
李洋	李道新	杨远婴
吴曼芳	宋靖	张晓凌
张健	张辉	陈山
陈阳	赵宁宇	赵斌
胡智锋	钟大丰	侯克明
饶曙光	贺红英	敖日力格
钱军	黄丹	曹小卉
宿志刚	扈强	彭锋
董雷	谢飞	潘若简

## 《北京电影学院学报》编辑部

主编：吴冠平

编辑部主任：谢阳

责任编辑：龙力莉 方兆力 董馨蔚 刘洋

秘书：陈曦

英文编辑：赵斌

美术编辑：北青文化

主办单位：北京电影学院

主管单位：北京市教育委员会

出版单位：《北京电影学院学报》编辑部

国内统一刊号：CN11-1677/J

国际标准刊号：ISSN1002-6142

每月 25 日出版

定价：20.00 元

邮发代号：82-172

国内发行：北京市报刊发行局

印刷单位：北京博海升彩色印刷有限公司

电话：(010) 82283412

地址：北京市海淀区西土城路 4 号《北京电影学院学报》编辑部

邮编：100088

投稿邮箱：xuebaobfa@bfa.edu.cn



封面照片：电影《爱情神话》(2021)，导演邵艺辉

国家社科基金重大项目成果



- 004 中国电影金鸡奖、大众电影百花奖的价值与功能 胡智锋 王廷轩  
013 中国电影奖评选与电影观念变迁——以金鸡奖、百花奖为例 李国聪 饶曙光  
020 矢志“专业”四十年——金鸡奖评奖制度史述 叶航 徐言夏  
029 媒介变迁视角下“百花奖”评奖机制研究 许航 陈里仁 窦小瓚  
035 颁奖仪式与荣誉制度建设——以金鸡奖、百花奖颁奖典礼为例

吴冠平 王淞可

学术论坛



- 042 文艺复兴语文学——艺术史语境下“迪赛诺”多义性的产生 戴莹莹  
052 论诺曼·布列逊的马克思主义艺术史观 曹亚鹏  
060 艺术，如何与时间“在一起”？ 左官春 刘魁  
071 波德维尔的“分岔路径叙事”及其文本意义的边界反思 冷昕然  
080 作为“物”的影像——现象学存在主义视域下的戈达尔早期作品研究  
(1960—1967) 何欣玮 陈佑松

中外影史



- 089 远交近攻：民国电影审查的跨国实践 励宇辉 付永春  
097 20世纪30年代国产片艰难“西征”欧美市场 张黎呐 任莉莉  
104 约旦电影业的历史、现状与未来 余克东 赖梦妍  
114 辉煌成就下的创作流变：伊朗电影十年（2011—2020） 黄含

资讯



- 126 “无界——当代视觉艺术邀请展暨学术论坛”活动综述 刘乐

# 媒介变迁视角下“百花奖” 评奖机制研究

○ 许航 陈里仁 窦小瓚

**摘要:**从设立之初始,《大众电影》百花奖就被定位为群众奖,如何更好地了解群众的观影喜好、反映群众对电影创作的意见,成为其评奖机制设定中重要的考量因素。以媒介变迁的视角观察百花奖的评奖,从20世纪80年代初期与《大众电影》杂志共同走向“历史巅峰”,到90年代电视参与性文化影响下的评奖变革,再到网络时代的众声喧哗,百花奖以电影为评价内容,通过不同的大众媒介渠道,凸显了电影生产和评价中的“人民话语”。

**关键词:**媒介变迁 《大众电影》 百花奖 评奖机制

“《大众电影》百花奖”(以下简称“百花奖”)评奖是中国电影生产中的重要事件,发轫于20世纪60年代,在80年代得到复兴,并持续了40余年,至今仍是中国电影生态中的重要组成部分。从设立之初始,百花奖就被定位为群众奖,要“体现群众的广泛参与性”<sup>[1]</sup>,并确立了群众投票为主的评奖方式。如何更好地了解群众的观影喜好、反映群众对电影创作的意见,是百花奖评奖中的核心要义,也是百花奖区别于其他电影奖项的独特特征,并成为其评奖机制设定中重要的考量因素。

以媒介变迁的视角观察百花奖的评奖,从评奖之初与《大众电影》杂志的共同繁荣,到20世纪90年代的电视参与性文化影响下的评奖变革,再到网络时代的众声喧哗,随着大众媒介的发展,百花奖以电影为评价内容,通过不同的媒介渠道,凸显了电影生产和评价中的“人民话语”,并且“增加电影界与民众的

互动机会,也为电影生产机制和电影主管机构寻找到电影介入民众生活的有效途径”<sup>[2]</sup>。

当下,在不断变化发展的电影生态之中,百花奖如何更好地反映观众的意见、发挥电影评奖对民众文化生活的引领作用,理应成为电影管理部门、业界和学界共同关注的重要问题。本文以百花奖评奖为核心,以大众媒介的发展变迁为线索,梳理百花奖评奖机制在不同时期的演变,讨论媒介变迁、产业发展因素等对评奖机制的推动和改变,以期对百花奖评奖的进一步改革和完善,提供参考和建议。

## 一、《大众电影》与百花奖评奖的“历史巅峰”

从“《大众电影》百花奖”这一名称,就能看出《大众电影》杂志对于百花奖的重要性。从创办之初起,直到2006年“101评委”的出现,在很长一段时间里,

许航,北京电影学院中国电影文化研究院副研究员;陈里仁,北京电影学院中国电影文化研究院2020级硕士研究生;窦小瓚,北京电影学院中国电影文化研究院2020级硕士研究生。

百花奖都是以在《大众电影》杂志上发放选票，回收后统计票数为主要评奖方式的。百花奖的评选，是当时民众文化生活中的一件大事。1980年，恢复百花奖评奖的第一年，即百花奖第三届评选，选票随《大众电影》发放，收回近140万张，1981年，第四届百花奖收到的选票高达200万张。<sup>[1]</sup>在20世纪80年代，“‘百花奖’对民众电影生活的介入和建构，其力度之强、范围之广，超越了电影史的其他时段”<sup>[4]</sup>。

在20世纪80年代初期，群众对《大众电影》与百花奖的热情都达到了“历史巅峰”<sup>[5]</sup>。创办于1950年的《大众电影》，曾经在“文革”时期遭受重创，在1979年复刊，复刊后销量快速攀升，曾经高达965万册，创造了期刊史上的阅读神话。此时的《大众电影》虽有很高的发行量，却不在一种商业化体系下运行，它的内容虽包含了影迷杂志惯常具备的元素，例如影片介绍、影人介绍、电影评论、明星照片等，但杂志的立场更多的是对读者进行电影知识的普及，并且通过电影批评对电影的创作进行评论和反馈，同时为观众提供发表观影意见的平台。

在《大众电影》的办刊方针中，反复强调了群众影评的重要性。在1979年第1期《大众电影》复刊号上，发表了“本刊评论员”文章《大家都来参加电影评论》，文章谈到，搞好电影评介工作，首先要坚定贯彻“放”的方针；其次，要坚持党“实事求是”的精神。电影评论要站在时代前列说话，说真话，说人民群众心里的话。<sup>[6]</sup>1980年第10期《大众电影》又发表了“本刊编辑部”文章《展开自由讨论》，文章强调要“‘放’与‘鸣’结合”，“‘鸣’，就是要展开自由讨论，养成自由讨论的习惯，造成自由讨论的气氛”<sup>[7]</sup>。可见，“搞好电影评介工作”是《大众电影》重要的任务之一，而这些电影的评论是来自“大家”的，既包括专业人员，也包括普通观众，最主要的是要“自由讨论”，要“说真话，说人民群众心里的话”。

为了给群众影评提供空间，《大众电影》开设了“影片讨论”“大家评”“读者论坛”“争鸣之页”等栏目，用于发表“群众影评”。例如，在“影片讨论”的第一期，发表了北京劳动人民文化宫工人业余影评小组对于影片《不是为了爱情》的座谈记录——《一

次关于〈不是为了爱情〉的讨论》，工人们对于影片的情节、人物、演员、片名等发表了意见。<sup>[8]</sup>此外，杂志还通过组织征文活动等形式，鼓励群众参与到电影评论中来。例如1980—1981年的“新片千字评”征文活动，收到了5500多件来自全国各地的征文稿，参加活动的大多数是年轻的业余作者，包括中学生、工人、农村知识分子、战士等。<sup>[9]</sup>这些评论虽然大部分轻学理重感受，但它们是来自观众的声音，是“人民群众心里的话”，是值得被听见，值得引起电影工作者充分重视的。

可以说，当时以《大众电影》为平台，形成了主流的价值观、电影观和人民群众的价值观、审美观的某种互动和认同。这种平衡更多地体现为《大众电影》在杂志内容的权威性、专业性与群众参与性之间的引导，它一方面通过知识性的栏目对读者进行电影知识和电影艺术观念的输送，一方面又鼓励读者们将通过阅读获得的知识通过“群众影评”的方式进行反馈。通过这样的方式，它“培养和制造大众的电影趣味”，进而又影响了“80年代中国电影的气质”。<sup>[10]</sup>

与此同时，电影评奖被看成是电影评论的一种特殊方式，并且它的影响比其他方式的电影评论更大：“这种方式（电影评奖）对一个年度的电影创作做出比较全面的检阅，影响也比较大，是其他的评论方式所不能代替的。”<sup>[11]</sup>而百花奖的评选，则是召唤人民群众参与电影评论、发表不同意见的最广泛的社会性动员。普通观众对电影固然有自己的审美需求和审美偏好，但是并非人人都有通过影评的方式去表达自己的能力，也不可能人人都能获得通过报纸、杂志来发表自己意见的机会。因而百花奖成为“人民大众实行他们监督和评判电影创作的权力的一种良好的形式”<sup>[12]</sup>。通过百花奖的评奖，让观众以一种影评的方式参与到对电影创作的批评和监督中来。

这一动员得到了社会各界的热烈回应，来自江苏海安的一位读者在寄给《大众电影》编辑部的挂号信里写道：“虽然我知道全国有数以十万、百万计这样的选票，我的这张选票并不能起决定性的作用，可是我还是觉得手中的笔有千斤重……我绝不能轻易落笔，因为我要填的不仅是一张普通的选票，而是一个读者、



一个电影观众献给祖国电影事业的一颗炽热的心。”<sup>[13]</sup>

在这样的盛况之下,《大众电影》杂志和百花奖的评奖在这一时期达到“巅峰”的状态,这和当时的电影发展和社会文化氛围是息息相关的。一方面,电影在此时的民众文化生活中占有重要的位置,不但电影生产的数量步步回升,电影的民众参与度非常强,电影每年的观众数达到二百多亿人次;另一方面,改革开放已经打开窗口,但是外国电影的引进依然有限,电视还未得到大规模普及。在这样一个时间节点上,《大众电影》和百花奖提供了一个平台,既增加了电影界和群众互动的机会,也为主流价值观有效引导观众创造了有效机制。

## 二、电视文化与百花奖评奖改革

从20世纪80年代中后期开始,百花奖评奖面对着社会文化背景、媒介环境的巨大改变。一方面,改革开放带来了外国和中国港台文化的冲击,国产影片的生产数量一度下滑,在创作内容上也受到电影市场的影响,开始注重娱乐化、商业化;另一方面,电视业突飞猛进,丰富多彩的娱乐生活开始挤占电影在文化生活中的空间,国产电影走过了非常艰难的一段时间。百花奖的评奖也遇到了困难,《大众电影》销量下滑,百花奖选票回收达不到之前的规模。到了20世纪80年代末,百花奖的评选只回收了十几万张选票,并且引起了这样的评选“能否代表民意”的争论。<sup>[14]</sup>到了90年代,百花奖的评奖改革势在必行。

1992年,中国电影家协会提出在百花奖和金鸡奖评奖与颁奖活动的基础上,创办中国电影金鸡百花电影节。此后,电影节开始在双奖的基础上寻求进一步的创新,也进行了一些相应的改革,例如它进行了开奖的改革,由原来的“表彰会”转变为“现场开奖”。也正是在这个时期,百花奖在评奖进行了十几年后,在1997年,第一次有了自己正式的评奖章程,并且在2000年的章程修改中,将百花奖的报送单位、选票的回收单位,都由《大众电影》杂志社改为中国影协。此后百花奖的评奖工作,《大众电影》杂志成了发放选票的渠道之一,主要工作则由中国影协负责。

在百花奖评奖改革工作摸索着前行的同时,中国电视业的发展非常迅速,手机、网络等媒介也在这时获得了快速发展。电视文化被定位为典型的大众文化,在很长一段时间里,电视观众也被相应地表述为被动接受信息的“沙发上的土豆”。但是电视和观众有天然互动,这直观反映在电视台对电视收视率的重视上。电视收视率“反映了观众对节目的认可程度——即用遥控器投票,这应列为受众参与电视媒体的重要活动”<sup>[15]</sup>。观众通过遥控器进行选择,并将他们的收视意愿反馈给电视台。观众对于可参与式节目的热衷体现为创办于1996年的《实话实说》,这是我国较早开始探索观众参与的重要电视栏目之一,在创办之初好评不断,尤其是在节目的参与性上:“节目办到这个程度,能引起现场观众、嘉宾、主持人的即兴平等参与,能引起电视机前的观众的忘我参与,这才是电视之佳境。”<sup>[16]</sup>此后,越来越多的观众走进演播室,开始参与电视节目的制作,在电视中发表自己的观点。谈话类节目之外,竞猜益智类节目也逐渐发展起来。《幸运52》《开心辞典》等将节目的中心位置让给普通观众,可以说是观众参与电视的进一步发展。此后,伴随着选秀节目的风靡,《超级女声》《非常6+1》《星光大道》等,观众参与的门槛再次降低、参与的范围逐渐扩大、互动性进一步增强。2005年《超级女声》决赛之夜,最高峰时,收视率高达10%,观众数目高达4亿<sup>[17]</sup>,手机短信投票突破800万张<sup>[18]</sup>,成为这一时期重要的流行文化事件。而网络媒介也已经开始展现它即时互动的特点,各大电视台、节目纷纷开设了互动网站,电视、短信、网络,构成了节目与观众互动的重要场域,参与性和互动性成为这一时期大众媒介吸引受众的重要特征之一。

同时,进入新世纪后,中国电影产业也发生了新的变化,一方面,中国电影产业开始了转型和蜕变,慢慢从低谷中走出,另一方面,中国电影市场向外资和外国电影企业敞开了大门,并且开放了政策准许外国优秀电影进入中国市场放映。为了适应大众媒介和电影产业的变化发展,百花奖的评奖在此时进行了评奖方法的改革,一是参评影片由报送制改为入围制,即2002年《〈大众电影〉百花奖章程》规定,入围影

片需满足“公映后收回成本;成本大的影片票房达到500万元以上;或在电影频道播出过,收看人次达到2000万人以上”这三个条件之一。二是确立了三级评奖制度,即百花奖一共经历初选、初评、终评三轮评奖。首先,由中国电影发行放映协会下属的骨干影院经理进行初选,评选出10部影片作为候选影片;接着,初评阶段在初选入围名单中由观众通过信函、手机和网络渠道进行投票,产生各奖项提名;最后,从投票观众中选出101位终评评委,在当届百花奖颁奖典礼现场,以按表决器的方式进行当场投票。<sup>[19]</sup>三级评奖制度自此被确立下来并沿用至今。

改革的作用,一方面,想办法保证入围电影在观众中的流行度,也就是,需要一定的票房和观看数据来证明入围的电影是拥有相当数量的电影观众的,是“人民之选”;另一方面,改革了具体的投票机制,通过信函投票、手机投票、网络投票三个方面来进行初评,然后再由随机抽选的101位观众评委来进行终评。这一评奖机制受到了当时电视参与性节目的启发,采取评委到现场进行投票的方式,并由电视向全国观众直播。后来在百花奖举办地还举办过类似电视真人秀的评委选拔,例如2008年在大连举办的第29届百花奖,就通过大连电视台生活频道进行电视选拔,通过海选、决赛等环节产生了25名观众评委。<sup>[20]</sup>

电视参与性节目的发展,为此时的百花奖评奖提供了启发和直接的参考模板。而此时文化生活中媒介与受众深度互动的趋势才刚刚开启,随着互联网的飞速发展和信息爆炸式地增长,大数据追踪着观众观看电影这一行为的各种特点,业界对观众的了解似乎比以往任何时候都要更加清晰,百花奖的评选也面临着新的电影生态。

### 三、融媒体时代百花奖评奖的变与不变

中国电影产业发展到今天,其体量与20世纪60年代百花奖设立初期以及20世纪80年代百花奖恢复之际已经完全不在一个层级上。2020年,中国电影全年总票房达到204.17亿元,首次超越北美市场,跃居全球票房首位,成为世界电影发展的主引擎。<sup>[21]</sup>

人们通过各种媒介渠道观看电影,关于电影的讨论也经常冲上“热搜”,电影在人民文化娱乐生活中占有重要的位置。

互联网经过多年的发展,很难再被称为“新媒体”,但是移动互联网、社交媒体的发展带来了进一步的创新。传统媒体和新媒体的融合发展成为发展的必然趋势。融媒体并非一种新型的媒介,而是一种媒介融合发展的状态,它将传统媒体如电视、杂志、报纸等与微博、微信、抖音等新晋平台结合起来,实现信息的有效传播和舆论的引导。在融媒体时代,一方面,信息传播的方式发生了一定变化,传播速度更快、传播方式更加多元、传播内容呈现海量特征。电影的宣传可以依赖的媒介渠道很多、速度很快,报纸、电台、“两微一端”、自媒体平台等,都成为有效的宣传渠道。观众不再是单纯的信息接收者,他们也能通过社交平台发出自己的声音。信息被海量生产、立体化传播,传播信息、获取信息都变得快速、高效,但是在海量信息中甄别有用信息的难度加大。

另一方面,观众前所未有地被看见了。尤其是大数据手段的介入,使得通过互联网观看影片的观众成为“可见的受众”,他们的观影偏好被追踪并一再被“猜你喜欢”进行推荐,他们观看电影中的每一次操作都被记载并分析,他们成为电影的“点击数”和“购买数”,并通过论坛、贴吧、微博、视频评论区、弹幕等方式在网上发表大量的观影感受,他们的反馈甚至有机会改变电影续集的内容走向。可以说,电影观众从未曾像现在这样容易被看见、容易被倾听。但可惜的是,他们更多的是被当作商业消费者而非电影爱好者被倾听,资本更关注的是他们的购买意愿而非他们的观影趣味。这时候“民意”就有可能被资本绑架。典型的如粉丝群体,疯狂的明星粉丝们专注于为自己崇拜的偶像“刷流量”“做数据”,不仅使互联网数据反映的观众意愿产生偏移,也破坏着平衡的公共话语空间。因此,百花奖的评奖不能不警惕评奖过程中可能存在的数字化暴力行为。

在产业发展和媒介驱动下,百花奖再一次开始探索如何进一步改变以适应新的电影生态。一方面,主办方开始注重融媒体的宣传,注重各层次的电影

专业媒体建设,利用多种形式宣传推介优秀的国产电影。中国电影家协会于2012年开通了“中国金鸡百花电影节”微博,又在2018年开通“中国电影家协会”微信公众号,搭建百花奖全媒体宣传平台,以扩大百花奖的影响力并促进观众的参与交流。在百花奖举办期间,承办方的新闻媒体、微博、微信公众号以及短视频等社交平台,全方面地发挥宣传作用,包括对电影、影人的推介和评论、节展工作的介绍和宣传、发掘观众与电影的故事、普及百花奖的历史与知识等。

另一方面,《大众电影》百花奖也对评奖机制进一步进行完善。首先在入围条件上,2020年,百花奖的入围标准从500万元票房提升到了1000万元,相对提高电影入围的门槛。其次,再次丰富了原有投票方式,除了保留传统的邮寄杂志选票的方式、在指定电影院投票点进行投票外,充分拓展了网络投票的方式,全面开放了微信、微博、网页等平台。最后,改革了终评评委的选拔方式。2018年开始,百花奖组委会决定改变以往随机产生终评评委的方式,代之以在全国范围内公开遴选101位观众评委。在组委会的指导下,各地电影(影视)家协会负责评委具体的遴选工作,按一定的名额进行推荐。<sup>[22]</sup>

至此,本文以大众媒介的变迁为线索,梳理了百花奖根据电影产业、媒介发展等因素对评奖方法、评奖机制进行的调整。这些分析一直基于对百花奖评奖如何体现其创办初衷,即如何了解人民群众的观影喜好、如何反映群众对电影创作的意见这一问题的追问。随着技术的发展,组织大规模的投票并不困难,真正有挑战性的问题在于平衡的达成,在于如何通过评奖,形成主流价值观念、电影创作与电影观众间的良性互动,既反映观众的意见,又对文化生活起到一定的引导作用。这一问题在国家崛起增强文化自信的语境下,尤其具有现实的意义。

未来的百花奖评选,当然还会根据新的产业生态、新的媒介技术进一步调整,不断改进具体的评奖方式,例如,新环境下是否再次更新作品的入围条件?怎样防止初评环节的“刷票”?能否扩大终评“101评委

团”的规模?这些都需要结合电影生态的变化进行进一步的考量。但更重要的是,在评奖中坚持一些核心原则,以不变应万变,让百花奖评奖更好地融入群众的文化生活。

首先,让大众媒介的发展服务于百花奖的评奖和宣传,通过日益发展的媒介技术将电影和观众连接起来,让观众走进影院,让更多人观看电影。通过百花奖的评选和宣传来带动观众观看电影的热情,使得百花奖成为社会媒介议程上的重要议题,鼓励更多的观众参与到评奖的环节中来,积极调动群众参与百花奖投票的热情。

其次,通过百花奖的评选,反映观众趣味,让中国电影的创作更加贴近群众、服务人民。电影要做到以人民群众的审美需求为标杆、贴近人民生活,创作人民群众喜爱的作品,就要真正了解广大观众的观影趣味。百花奖的评奖则是了解观众观影喜好的重要途径。在技术进步条件下,将定量和质性方法相结合,一方面组织大规模的投票评选,另一方面辅以适当的抽样调查,深入了解观众的观影行为和观影兴趣。

最后,百花奖的作用不仅在于反映观众趣味,也在于引导观众电影消费、培养观众电影素养、提升电影观影趣味。互联网时代众声喧哗,观众们通过各种渠道发表了大量的观影感受,但这些感受通常是零星的、片面的,有些甚至是偏激的,这样的反馈缺乏批判性、建构性,也很难反哺电影的创作。因此在百花奖的评奖过程中,应不断优化评奖方式,推动权威批评,培植权威的电影信息发布和推荐平台,建立由电影评奖、电影批评、电影推介等环节构成的引导手段,让专家和观众实现交流和互动,展开电影知识的普及、推动关于优秀作品的讨论,让那些真正有“具有标杆性意义、引领性意义并且具有专业高度和水准”<sup>[23]</sup>的专业评论能够影响更多的观众,有效地引导群众的文化生活。✎

注:本文系2021年国家社科基金特别委托项目“中国电影金鸡奖、大众电影百花奖评奖研究”(批准号:21@ZH013)的阶段性成果。

(责任编辑:刘洋)



# CONTENTS

- The Value and Function of Chinese Film Golden Rooster Award and Hundred Flowers Award  
**Hu Zhifeng, Wang Tingxuan 004**
- The Selection of Chinese Film Awards and the Change of Film Concept: Taking the Golden Rooster and Hundred Flowers Award as Examples  
**Li Guocong, Yao Shuguang 013**
- Forty Years of Adherence to Professionalism: A Historical Review of the Golden Rooster Award System  
**Ye Hang, Xu Yanxia 020**
- Research on the Evaluation System of Hundred Flowers Award from the Perspective of Media Change  
**Xu Hang, Chen Liren, Dou Xiaozan 029**
- Award Ceremonies and the Construction of the Honor System  
**Wu Guanping, Wang Songke 035**
- Polysemic Origins of Disegno in the Context of Philology and Art-History  
**Dai Yingying 042**
- On Norman Bryson's Marxist View of Art History  
**Cao Yapeng 052**
- How does Art "be Together" with Time?  
**Zuo Guanchun, Liu Kui 060**
- David Bordwell's Forking-Path Narratives and the Reflection on the Boundary of Textual Meaning  
**Leng Xiran 071**
- Image as Reification: A Study of Godard's Early Works (1960-1967) from the Perspective of Phenomenological Existentialism  
**He Xinwei, Chen Yousong 080**
- The Transnational Practices of Film Censorship in the Republic China  
**Li Yuhui, Fu Yongchun 089**
- The Difficult Entry of Chinese Local Films into the European and American Markets in the 1930s  
**Zhang Lina, Ren Lili 097**
- The History, Current Situation and Future of Jordanian Cinema  
**Xu Kedong, Lai Mengyan 104**
- Changes of Creation with Great Achievements: The Development of Iranian Cinema Between 2011 and 2020  
**Huang Han 114**
- A Summary of "No Boundary": The Contemporary Visual Art Invitational Exhibition and Academic Forum  
**Liu Le 126**

**JOURNAL OF  
BEIJING FILM ACADEMY**  
**2022**  
**北京电影学院学报**



扫码关注北京电影学院学报

主办单位：北京电影学院

国内统一刊号：CN11 - 1677/J

出版单位：《北京电影学院学报》编辑部

每月 25 日出版 邮发代号：82 - 172

印刷单位：北京博海升彩色印刷有限公司

地址：北京市海淀区西土城路 4 号《北京电影学院学报》编辑部

投稿邮箱：xuebaobfa @ bfa.edu.cn

主管单位：北京市教育委员会

国际标准刊号：ISSN1002 - 6142

电话：（010）82283412

国内发行：北京市报刊发行局

邮编：100088

ISSN 1002-6142



定价：20 元