

全球化背景下国产商业大片的本土接受

凌 燕

近年来几乎所有国产商业大片在大陆获得高票房的同时,也受到强烈的批评,于是在2008年底,冯小刚与陈凯歌同时选择“回归”。理解这一现象有许多角度,笔者以为不能忽视观众在意义产生中的重要作用。本文尝试从对国产商业大片的批评入手,分析观众对大片爱恨交织的复杂接受心态。研究发现,国产大片的生产传播与全球化及工业化进程中的中国想象有密切联系,对大片的不满很大程度上源于对大片中提供的中国想象不满,同时,对大片的过度批评也与中国电影观众的“草根”身份的认同与表达有关。

2008年似乎是个特殊的纪年,灾难和机遇都以前所未有的程度降临,这使人们心中产生了某种期待,期待它作为一个转折点,给中国带来种种转机。这种期待也存在于观众对国产大片的态度中。从《英雄》、《十面埋伏》、《无极》到《满城尽带黄金甲》、《夜宴》,中国的“大导演”选择了大制作,继而又无一例外地引起观众强烈的不满与严厉的抨击。于是,当冯小刚推出《非诚勿扰》、陈凯歌献上《梅兰芳》时,人们似乎看到了某种转机。人们说,中国电影人选择了“回归”——冯小刚重走贺岁片老路,陈凯歌重拾探讨人性的文艺片叙事模式。重要的是,人们乐见这种“回归”。为何人们乐见这种从艺术创新角度来看乏善可陈的“回归”?中国的大导演们曾经走过怎样的“歧路”?更值得探讨的是,无论是在“歧路”上还是在“回归”后,尽管评价相差很远,但这些大导演的影片却始终能够获得高额的票房回报,这又是为什么?

本文尝试从对大片的批评入手去分析国内观众对国产商业大片爱恨交织的复杂接受心态,国产大片的生产与传播无一例外具有跨国背景,这就使得围绕国产大片的一切讨论都不可避免地全球化语境建立起密切的联系。

一、批评：民间的喧嚣与精英的冷漠

自《英雄》问世后,国产大片就成为互联网上的一个热点话题,在各种新闻、娱乐网页上,

关于国产大片的争论一直延续,两极化的评论不时交锋,极端者还发帖号召抵制、拒看大片,有著名门户网站煞有介事地发起了“《英雄》保卫战”^①,直至冯小刚在复旦大学与学生交流时呼吁“不要仇恨中国大片”^②,更激起反对者的批驳热情,使国产大片与观众的对立俨然成为公认的现实。

如果我们将对于国产大片的批评笼统地分为大众批评(非专业批评)和精英批评(专业批评)两部分,会很容易发现前者的喧嚣与后者的沉寂形成鲜明对比。

在民间,对国产大片的批判,几乎成为时尚,参与者之众、情绪之亢奋,可用“狂欢”二字来描述。民间批评呈现出“非专业性”的特征,正是这些“非专业性”的大众评论构成围绕国产大片的舆论环境,这在一定程度上影响着观众对国产大片的评价,而这些非专业的、介于专业与非专业之间的评论正是我们理解观众对于国产大片屡骂屡看、亦爱亦恨心态的起点。

与民间批评的喧嚣相比,专业批评总体来看处于缺席状况,相关专业机构很少就国产大片组织专题研究,知名电影研究者在此问题上也显得出言谨慎,国内主要电影刊物都有意无意地避开国产大片概念,而对亚洲合作电影抱有较高热情。笔者以为,这种接轨式研究与其说是具有理论的超前性,还不如说是国内学者对中国电影实践乃至文化现实的规避。而对于单部国产大片,一些学者在各种场合发表过看法,诸如“丑陋”、“嗜血如命”、“污染环境”、“只剩下欲望”等^③。审美和人性等是人文学者更感兴趣的批评角度,对国产大片的态度带有很强的道德批判立场。显然,电影学界对国产大片的批判体现出鲜明的精英主义色彩,但过于单一的人文批判常常使他们忽视了国产大片问题的复杂性,遮蔽了许多深层问题。电影学界的整体性“沉默”,或许可以有这样一些解释:中国电影归属于主流文化,电影学者是体制内的研究者,而相关管理部门对于国产大片的总体态度是“经济上认可而政治上、艺术上不作肯定”。在国内几大电影奖评选中,国产大片的收获很小。

精英批评与大众批评虽然景象不一,但关注的问题点却是相似或相同的。对国产大片的批评大致围绕以下几个焦点进行:

其一,关于大片成本。普通观众的说法是“烧钱”,烧纳税人的钱、中国人民的血汗钱。电影学者们则质疑:如此巨额的投资,如果用于中小成本影片,足可以拍摄几十部,用来扶持青年导演必定可以产出一批精品。有人甚至称国产大片就是“用钱堆出来的垃圾”^④,显然,“垃圾”的评价与其说是建立在产品质量本身,不如说是因对投入与产出比的不满而做出的情绪化判断。国产大片独享经济乃至政治资源的地位很容易激起人们对社会不公平的联想和主观情绪,因此,国产大片导演的同行们毫不掩饰地表达了自己的不满,对国产大片做出了艺术品位较低的评价^⑤。

可是,一个更为关键的问题产生了。何以观众并未自觉自愿地以行动来拒绝国产大片?在搜狐网进行的观众调查中,尽管有四成的观众给《十面埋伏》打了“不及格”,在“您认为名导演与大资本的结合对张艺谋电影是有利的还是有害的”这个选项中,认为有利的占45.21%,认为有害的只有33.18%。这和观众对国产大片屡骂屡看的行为一样令人不解,却也可以成为上述问题的批注:多数观众并不抵制国产大片,只是不满意而已。换言之,人们其实有对国产大片的渴求。联系到数年前,中国电影几乎处于无人喊否的状态,如今人们对于国产大片的观影和批判热情恐怕不是仅仅从艺术角度就能解释的,何以区区几部影片就能刺激沉寂多年的中国电影市场?这几部吊起观众胃口的影片的共同之处在哪里呢?笔者以为,在于“大”。崇“大”在当代中国的社会文化心理中比比皆是(从各种大型活动乃至大型晚会,“大”成为级别/身份的标志、价值判断的重要标准)。概言之,国产大片之过首先在于“大”,这里我们或许可以将其视

为社会主义初级阶段的现实与现代性想象之间的矛盾。另一方面,对于国产大片的不满,还基于这样一种挫败感:此前中国电影界一直流传着这样一种观点,认为中国电影所以“比不上”外国电影,是因为投入太低。一些导演宣称,如果有足够的资金,拍出的影片绝对不比好莱坞影片差^⑥。但实际上国产大片的不尽如人意,击破了上述神话。我们知道,这种把一部电影的成功与否押在资本大小的单一的经济决定论是注定要失败的。可以说,国产大片成也在“大”,败也在“大”。

其二,关于国产大片的观众。张艺谋等在解释对武侠片情有独钟的原因时,表示西方观众只认可这一种类型的中国电影,这在一定程度上使观众得出结论:国产大片首先是要给西方观众看的而不是给本土观众看的。如果将张艺谋等的选择放置于经济因素中考虑,自然无可厚非,因为本土电影市场未必足以支撑“大片”,但电影生产从来就不是单纯的经济行为,张艺谋等人的选择被视为崇洋媚外心理的产物。追根溯源,后殖民主义理论是这种批评的理论资源。在这种观点影响下,国产大片的“冲奥”(斯卡)行为被认为是妄想获得西方主流文化命名的文化谄媚心理,而不是开拓国际市场的手段。从这一点来看,观众对于国产大片的态度实际上涉及到观众对东西方关系的认识,我们也可以进一步说,这其中存在着全球化时代跨国产品的国际化与本土化的矛盾。

其三,关于导演。在对国产大片的声讨中,可以发现导演成了众矢之的,甚至剧本的不足也要算在导演头上。导演几乎站在了观众的对立面,对国产大片的不满导致对导演能力的信任危机。这或许体现了观众的某种疑问:张艺谋等第五代导演是否能代表中国电影的水平,进一步说,当下的中国电影是否能够代表中国电影(本来应该有的样子)。“第五代”与当下中国有着极为特殊的联系。作为新中国的同龄人,“第五代”身上打下了深深的时代烙印,他们都有过艰辛的成长经历,20世纪80年代的改革开放使他们大为受益,并且使他们获得了世界瞩目的可能。如今,他们成了电影界的精英和中坚力量,成绩斐然,却也似乎进入了瓶颈阶段。他们的进退荣辱几乎与中国此一阶段的电影同步。联系到这些,我们或许可以说对国产大片的否定多少包含着对当下中国社会精英阶层的质疑。

其四,关于国产大片的内容。国产大片空有形式没有内容,剧情苍白,故事薄弱,人物空洞,没有灵魂,“全是算计和谎言”,“不约而同地充满了折磨、狡诈、乱伦”^⑦,这是国产大片受到的较为集中的批评。所谓的没有内容,在普通观众眼里,是导演和编剧的技巧和水平问题,而在专业学者眼里,这似乎更是某种有意选择的结果,这种选择使得国产大片“脱离中国电影入世传统”、“远离中国观众的现实体验”,而人们开出的药方是:“中国电影要走向世界,只有精美的制作还不行,还必须在开掘人类永恒的主题方面下大工夫,要进一步展示和挖掘无限丰富的人性,要真正表现出使世界各民族观众都能产生强烈共鸣的东西。”^⑧

其五,关于国产大片的身份。投资、制作、发行的跨国化带来了一个疑问:国产大片还是不是中国电影?围绕国产大片的争论,其中一点是其多数都是武侠片,而这样的选择被认为是一种明显的西方取向。其实,中国观众对于武侠大片的不满与其说是因为出口产品只有这一种类型,不如说是因为这些武侠片不是“中国”的。例如张艺谋提出的“人性比中国侠精神重要”^⑨,就很让观众不满。而“《夜宴》直接摹写《哈姆雷特》所包蕴的历史感和人文精神不是中国式的,而是属于莎士比亚和欧洲文艺复兴时代,《满城尽带黄金甲》虽改编自曹禺名著,探讨的命题却是去中国化去历史化的”,“《无极》的服饰建筑是从希腊罗马神话里借来的造型,故事是模仿西方史诗的语言来讲述的”^⑩。上述中国/外国之争体现了国人对丧失文化身份的焦虑和不满。

与此同时,我们发现,中国观众对中国大片与好莱坞大片存在着截然不同的双重评价标准。高成本、高技术、性与暴力元素在好莱坞大片中都不成问题,甚至还会使观影消费更加“物有所值”,而在中国大片中,这些则成为烧钱、炫技、色情乃至堕落的表现。换言之,在中国观众的心里,“中国的”与“外国的”必然存在不同,强调特色,强调差异性,惧怕丧失特色,惧怕差异性的消失,这是在全球化背景下发展中国家的一种特殊而普遍的心态。

围绕着国产大片的评论中,还常常可见到类似《美国人看中国大片》、《美主流媒体盛赞〈满城尽带黄金甲〉》、《北美媒体恶评〈黄金甲〉》之类的报道。一些批判国产大片的评论是以好莱坞作为参照对象的。例如,“近年来奥斯卡已慢慢回归到电影的传统本色,获奖的影片已鲜见用钞票砸出来的大片了”^⑪。“好莱坞制造的视听盛宴,无论拯救大兵、冰海沉船,还是世界末日、环境灾难,仍然会着力表现正常的人类价值”^⑫。类似的论述比比皆是,或者说西方已经放弃了“大片”模式,或者说国产大片没有学会好莱坞对人性的表现。在这些批评中,《泰坦尼克号》的成功被解释成是对生死不渝爱情的讴歌、对阶级门第观念的批判,《拯救大兵瑞恩》和《后天》都基于对人性和人类共同命运的认识,《指环王》和《星球大战》、《黑客帝国》,也被认为充满了牺牲意识和拯救意识。于是,好莱坞对世界电影的霸权被解释成为“人性”的胜利、艺术的成功,好莱坞惯用的造梦机制也成了普遍人性的表达。好莱坞/美国开始越来越多地体现出正面价值甚至成为“客观”标准。而国产大片似乎远未像冯小刚所说的那样,“用好莱坞的方式打败好莱坞”^⑬。中国大片作为民族电影业的代表,在向外冲锋陷阵时处处可见好莱坞的身影,甚至这种冲锋陷阵本身就是好莱坞帮助完成的(好莱坞投资、奥斯卡命名)。这种现象可以用上世纪90年代惯用的批评话语来表述,即“逃脱中的落网”^⑭。

李安《卧虎藏龙》当年的遭遇和内地的国产大片有些相似,华语世界内外的反映落差很大。不过,近来越来越多的国内电影学者在探讨国产大片时,将《卧虎藏龙》当作成功的个案来分析,并探讨“第五代与李安的差距”^⑮。一些文章津津乐道于李安电影中的东方元素,分析这种策略在欧美市场的商业价值,字里行间流露出某种文化的自豪感乃至优越感。郝建则发表《李安跟我们何干》一文提到,许多人对于李安获奥斯卡奖颇有扬眉吐气之感,实际上表明“这里头有对自己、对个体的不自信,是对自己也行起来的一种心虚和逃避”。这种较为精辟又尖刻的评论,基本抓住了要害。不过,文中进而说,“得诺贝尔奖的李政道、成功地做黄昏恋的杨振宁、建筑大师贝聿铭、拉大提琴顶尖的马友友、研究艾滋病的权威专家何大一,他们与我的关系,跟比尔·盖茨与我的关系没有什么两样”。最后,作者下了这样的结论:“我爱我的族人,但面对李安,爱族人与爱电影没有任何矛盾,我对《断背山》的评价和喜爱绝不会跟它的导演是华人导演、以色列导演,还是阿拉伯导演有任何关系。”^⑯事情果真会如此吗?作者试图跳离当前中国观众所处的历史和文化语境,站在超越种族、超越文化的高度,以所谓的“世界主义”的立场来进行纯粹的电影评价。笔者认为,这不能不说是极其空洞的结论。对于一部影片的分析不可能绝对脱离导演和观众的民族身份和文化身份。尤其李安影片中的中国元素和东方思维,这是毋庸置疑的。

可见,我们究竟需要什么样的“大片”?本土接受到底需要怎样的条件?这样的追问还应该引入全球化语境做进一步讨论。

二、大片:中国想象的输出与输入

有学者指出:“在文化帝国主义的时代,要让世界正视中国的历史与现实,就必须用本土

化等手段将中国景观生动展现给世界观众,正确地引导世界认识中国。让世界认可中国的文化与意识形态也许是个缓慢的过程,但每一次努力、每一部影片都将是一种积累,世界对中国总会有一个由陌生到熟悉的全面了解。”^{①7}“中国电影人有责任用自己制作的跨国大片,在全球的银幕上书写真实、客观的中国形象,使国产跨国大片不仅促进中国经济的发展,而且在国际舞台上真正发挥文化大使和国家名片的作用”^{①8}。从上述观点中可以发现,通过国产大片向世界讲述中国故事的意图非常明显。由此,似乎打开了一个缺口,让我们明白国人对国产大片之怨究竟为何产生,或许,在很大程度上,国人最不满意的是国产大片向世界所提供的中国想象。

20世纪90年代以来,随着市场化步伐的加快和综合国力的提高,改变/提升中国在世界舞台中的地位成了上自主流意识形态下至普通百姓的共同愿望。一种由国家政治、经济实力增强而随之产生的今非昔比的认同焦虑弥漫于各种大众文化产品中。“向世界讲述中国”这个中国现代性话语中的重要部分,也因此成了包括电影在内的大众文化产品的重要主题。国家形象的研究成为显学,甚至在大众的表述中也成为一个普遍的评价标准。大众媒体不时地教导国人与外国人交往的礼仪,外国人唱中国歌或选拔“中国通”的比赛连年举办,观众乐此不疲;影视作品热衷于讲述外国人如何被中国女性/中国文化所打动/感召的故事。而类似德国汉学家炮轰中国当代文学是垃圾、英国足球界名人称“中国女人是世界上最丑的”的报道,则常常激起众怒^{①9}。从十年前的《中国可以说不》、《妖魔化中国的背后》到近年的《大国崛起》、《中国不高兴》等,大众中的大国意识越来越明显,同时也越来越敏感于外界/西方对中国的评价。

与其它经济或政治因素相比,艺术或文化尤其是电影是可以在短时间内实现与西方对话的一种形式,至少是大国想象意识的承载者。国产大片的跨境合拍方式在中国早已有另一个同义词“合资”来加以表述,后者在中国消费者心中一直是质量的保证。而“国产”“跨境”影片,在明确了“主权”属于中国的同时,多少带有一些征服异族的想象性满足在其中,因此跨境影片拍摄/制作的国际化,本身已经颇能满足和符合中国(大陆)观众的接轨想象和“富强”叙事。虽然国际与国内形势多有变化,国民心理也屡有起伏,但在文化产品中渴望中国中心的想象始终未发生根本性改变,甚至越来越清晰。这种想象建立的基础,是对国内现实的某种满足感和再次唤起的“跻身世界之林”的冲动。

申奥之路的艰难乃至奥运的成功,“入世”,国家足球队在世界杯比赛中首次出线使冲出亚洲走向世界的理想得到兑现,在西方发达国家举行的中国文化周、文化年获得正面反响,这一切都在国内媒体中被大书特写。而在日常生活中,越来越多的中国人走上美国《时代》周刊的封面,越来越多的中国一流球员走出国门效力于世界的著名球队,同时越来越多的外国二三流球员、教练员被引进,越来越多的中国电影导演与明星活跃于世界影展,航天科技不断突破,代表世界最高水平的三大男高音北京献唱,著名歌剧、舞剧在中国舞台频频上演,好莱坞大片、欧美音乐大碟在中国与世界同步发行,这一切都使得全球化实实在在地成为普罗大众切实可感的现实。这样的现实在一部分知识分子的批评中被当作可以导致文化和民族身份错误认同的可怕力量,而在普通大众心目中却成为中国富强的明证。

然而,90年代以来国际摩擦接连不断,政府所采取的务实的经济与外交策略在许多国际冲突中忍而不发,引起民众的不理解。其实,所谓的强者哲学、天下观念,并不仅仅是迎合美国人的心理,“中国的儒家文明,就有极强的‘天下’观念”^{②0}。“《英雄》对新的世界格局进行隐喻式的表现,显示了中国超越自己的‘现代性’历史,已经开始以‘强者’的意识观察世界”^{②1}。事实上,在对西方的想象和中国的自我想象中,一种极为复杂的、矛盾的和难以言说的情绪一直杂

糅其中。《英雄》中的强者哲学与中国近年的外交政策乃一脉相承——暂时认可霸权，从而赢得缓冲空间，而不是盲目公开对抗。《英雄》的哲学与其说是替美国代言，不如说是为我们耳熟能详的“压倒一切的是稳定/和平”的理念代言，而民众对于《英雄》哲学的不满或许也能在现实中找到对接。王朔曾发表评论说：“国家要搞形象工程，要搞面貌工程。我送张艺谋同志装修大师（的封号），绝对没有贬义，他确实能把你破破烂烂的东西装裱得金碧辉煌。他是摄影出身，造型感特别强，塑造大国形象非常好……张艺谋是个巨匠，在我中华复兴，大国崛起，需要这么个文化巨匠在这里头。”^②王朔以嘲讽的口吻肯定了张艺谋电影的中国形象的塑造功能，同时又以艺术的标准彻底否定了这种功能的价值。将“中国形象”视为纯粹的官方行为，而张艺谋则俨然成了抛弃艺术追求、迎合官方的艺术叛逆者。王朔的这种话语策略颇具魅惑性，它通过设置艺术与政治的对立并将其置换为官方与民间的对立，从而为自己赢得支持者，它遮蔽了“中国”想象在中国广泛需求的根基。

在大步走向世界的中国，丧失民族身份的忧虑也时时困扰着国人。离“世界”越近，才发现好莱坞早就给包括中国电影在内的第三世界民族电影留下了位置，冲出亚洲的结果是落入早已准备好的陷阱，“国际成功”不过是更加确证和维系原有的全球和国族结构秩序。认同天下精神，无异于替美国的“霸道行径”说话，不认同天下精神，似乎又确证了我们的弱者心理和地位。文化产品是否也会因为跨国资本的加入而导致民族身份、民族话语的消亡，这成为一个极具时代症候的研究话题，在许多领域，民族符号与跨国想象相结合成了物质生产与文化生产的普遍适用的最高准则。也有学者看到，“‘全球化’口号能够在中国畅行，是因为现代中国人心中有一种根深蒂固的‘世界主义’情结。中国人心目中始终存在一种‘世界文明’的憧憬，全人类普世进入一种美好的大同世界。实际上，这种世界主义是西方‘进步论’的特征之一，究其其实是一种伪世界主义。‘进步论’认定西方文化是最先进的，这种世界主义掩盖的是西方文化中心论。这种‘西方中心’的伪世界主义，给中国人带来深重的文化自卑感，使中国人忽视自己的文化价值，让中国人眼睛只盯着西方，把西方的东西都看作是‘世界’的，‘全人类’的，而看不见自己文化的独特性。”^③电影生产中的向好莱坞学习、冲击奥斯卡的行为中都有这种情结在作祟，而在国产大片的接受和批评中更是体现了这种情结的复杂性。

三、“草根”一族 抵制与认同

有学者指出：“中国实际上在相当长的一段时间内还只是处于集体脱贫状态，这就造成精英阶层和平民阶层各自对于中国的表述不一样。在中国这个巨大的符号下面，你的认同不一定是我的认同，你的中国和我的中国完全是两回事。”^④确实，对于国产大片的批评，正是这些不同的“中国”之间的话语权争夺战。

在当下中国，看电影更多的不是艺术行为，而是时尚的消费行为，本身具有身份认同的功能。AC尼尔森的调查数据表明，当下中国电影的消费主体是年届18—35岁左右的受过大学教育的都市青年。粗略地说，当下中国最想获得身份而未得的正是这个身份模糊、变动不居的群体，跨境大片的消费在一定程度上满足了这个群体的欲望。在搜狐网进行的对《十面埋伏》的调查中，18—35岁的观众占87.36%，大学专科以上观众约占89.97%，其中本科以上的占60%，月收入4000元以下的占81.53%，这一数据也可以验证大片消费群体的身份状况。

这一群体被张颐武命名为“草根”。他提出，所谓的“草根”是指三十岁以下面临发展的瓶颈和许多现实压力的年轻人，他们有相当的文化水平，是“精英”的后备军，他们通过互联网和

‘看碟’已经见多识广却又并不是‘高雅’的文艺青年,同时又有在现实中成长的苦闷和压抑感,有和当年的‘小资’相似的情绪和趣味,却远远比当年的小资人数众多和结构复杂”。“这些人在现实中沉默,在互联网上强势,他们很大程度上都依赖网上的‘跟帖’形成一种强烈的群体意识,让过去的沉默变成了相当夸张的社会‘共识’和舆论”^⑤。

对于这个特殊的群体来说,在市场化进程中成长的经历使他们信奉“投资与质量在一定程度上成正比”和“便宜没好货”的消费观念。可以说,“大片”不仅是电影之需,更是观众/大众之需。当国产大片的出笼已然成为影响中国的一次次文化事件时,观看大片、参评大片就有了见证历史、参与历史的意义。“草根”当然不会放弃这样的机会。由于比他们更低的阶层缺乏表达欲和表达途径,而比他们地位更高、经济状况更好的阶层则更为注重政治和经济的实质领域的话语表达权,这使“草根”的意见也常常集中在文化艺术领域,并代理了其他阶层的意见,成为“真正”的社会舆论。他们的焦虑因为无法成为精英而产生,他们也因此对于现实中的所谓精英有一种强烈的反感,“恶搞”就是他们对精英文化解构、进行破坏性表达的方式。

《满城尽带黄金甲》甫一上映,雅虎影视论坛就出现了一个题为《号召万人大签名,抵制黄金甲》的帖子,打出这样的口号:“中国人不需要赤裸裸的色情片,中国人不需要媚外的电影,中国人不需要没有故事的电影,不要让商业炒作片赚走血汗钱。”很显然,对国产大片的批评已经远远超出影片本身,甚至超出了电影范畴。而接连的多部国产大片都受到痛批,在一定程度上说明草根观众并不是针对具体的影片,艺术与商业的矛盾虽然的确存在,但都不是问题的关键症结。许多多次被转帖的声讨文章并不意味着代表多数观众的真实意见,只能说代表他们反对国产大片的立场,而这似乎更体现草根观众对于国产大片的态度:身份焦虑是其确立自身批判立场的基础。

对国产大片另一个较为集中的批评是“炒作”。对“炒作”的反感与其说是基于中国电影观众的艺术情结,不如说是这样做将观众摆在被动位置,提醒他们自己话语权的缺失,从而刺激了他们的表达欲和反抗性。与此相映照的是,许多对国产大片的批评(甚至包括一些准学术批评)同样充满“炒作”意图,不但没有引起“观众”的反感,反而在网络上被广泛转载。

事实上,国产大片承载了当下受众的多重期待:希望它是艺术,从而表明自己的文化品位;希望它是高级的消费品,从而提升自己的文化身份;希望它对世界说中国文化具有优越性,由于历史原因而落后的中国现在已经赶上来了,从而肯定作为中国人的价值;希望它帮助宣泄在转型期间产生的焦虑和不满,从而在观影中获得某种满足。

2007年末,第六部国产大片——冯小刚的《集结号》问世。比起张艺谋、陈凯歌,冯小刚显然更为聪明,更能号准时代和大众的脉搏,甚至可以说,他自己就是那根最能体现时代症候的脉搏。他在短短十年间从无名小卒跃居电影界大腕、从草根化身为中产的经历,是多少人梦想的现实版本。至于他财大却不能气粗的痛苦体验——屡创票房新高却未获得主流和精英认同,因而始终不能摆脱草根身份——更是代表了草根一族的焦虑。于是,当他义无反顾地步张、陈们的后尘,改拍同类大片时,并没有获致比前者更多的批评,而是得到了不少理解。《集结号》的诞生似乎“终结了中国大片叫座不叫好的历史”,是“有史以来最好的大片”、“有方向性意义”^⑥。表面上看,《集结号》的意义在于,它告别了张艺谋开创的大明星、古装动作戏的大片模式,那么,取而代之的究竟是什么?热播剧的当红演员代替大牌明星,似曾相识的战争戏取代古装动作戏,对小人物人生价值的肯定取代黑暗的人性。前述国产大片中存在的问题,似乎忽然间全部迎刃而解,以至于我们只能怀疑张艺谋、陈凯歌“为人民服务”的诚意了。事情果真如此吗?一些专业人士发出不同的声音,但完全湮没于冯小刚和媒体共同制造的掌声之中。

在“中国人也能拍出世界级的战争场面”的自豪的欢呼中,“我们”得到了什么样的满足?《集结号》的成功首先在于它是“中国的”,本土资金、本土演员、本土故事、拍给中国人看的大片,而又拍出了“国际水平”,这是当前最重要的“主旋律”^⑦,仅此而已,也仅此足矣。

“中国式”大片的境遇,呈现了华语电影在融入全球化电影市场时必然经历的困境。说到底,“是艺术想象与文化想象的矛盾;是西方想象的东方中国与东方中国自身想象的矛盾”^⑧。张艺谋们的想象是艺术想象,强调的是艺术创作的特殊性,而中国观众希望从中看到的中国是文化大国、进步中国、活力中国、向善/道德中国。这也是草根积蓄自身能量的一个重要场所。

艺术从来就不具有艺术上的单纯性,它总是反射着民族/国家的自我意识,简言之,“电影已经越来越多地参与到国家生产过程中来,电影作为一种文化产品,常被混淆成一个国家的代言人,甚至被混淆成一个民族的文化身份,因此一个国家的电影能打入外国市场,即意味着其文化被外国接纳,这种接纳也表示一个文化身份得到世界的认同和认可。”^⑨尤其是在中国,打入美国就等于战胜美国,战胜美国就意味着战胜全世界,这是一种中国草根大众的意识形态。

在通行的“引进来,走出去”的文化/经济政策中,后者不仅呈现出主动姿态,而且似乎被认为是较少地对本土文化造成认同性的影响,正因为如此,“引进来”往往被当作手段,而“走出去”才是目的。无论是学者、草根大众还是相关政策的制定者,对于由西方(尤指美国)主导的经济、文化的全球化行为充满警惕,却对输出中国文化(其目的除了我们耳熟能详的“让世界了解中国”之外,是否还有希望由中国文化来主导文化的全球化进程的愿望在其中?)抱有十足的热情。对“跨境大片”的期待在一定程度上也是这种心态的产物,而对“跨境大片”的不满或许正是因为这些“大片”本该担当却终未能够担当这样的文化重任,完全辜负了中国草根观众的期待。

2009年值建国六十周年大庆,《建国大业》等所领军商业化运作的主旋律或准主旋律大片纷纷登场。许多媒体和评论人齐呼“后大片时代”到来,并称所谓的“后大片时代”,巨额投资的“大片”仍占据市场主流,但它“更加全心全意的为本国人民服务,为本土票房而奋战”^⑩。在国庆前夕上映的《建国大业》总导演,中国电影集团董事长兼总经理韩三平宣称影片是拍给中国人看的,不会申报奥斯卡。影片投资仅三千万元,却囊括172位华语世界的电影明星,此举被认为表明“中国内地成了全球华语电影的中心”,影片的生产“体现了任何一个国家都无法企及的凝聚力”^⑪。在这样群情激奋之中,看《建国大业》本身成为特殊时尚。草根观众再次成为主流^⑫,只是这一次,前述围绕国产大片的争议中,除了“大”之外,其他问题都不复存在,以至草根们似乎无话可说。国产大片以其传播与接受的巨大规模(包括贡献了高额票房的影院观众及难以计数的正版及盗版的音像受众)事实上参与了中国文化的自我建构过程,参与了民族文化身份和社会阶层身份的认同建构。

① 《新浪观察:英雄“保卫战”》<http://cul.book.sina.com.cn/view/hero/index.html>。

② 吴孝存:《我们为何仇恨国产大片》,载《中国青年报》2007年7月2日。

③ 陶东风:《丑陋的大片》,载《学习时报》2007年2月5日;陶东风:《中国大片到了嗜血如命的时代》,载《艺术评论》2007年第2期。

④ 参见《2006中国电影拜金疯狂》,载《新民周刊》2006年第52期。

⑤ 姜文、贾樟柯、冯小宁等导演都曾公开发表过对国产大片的不满,参见沈梅:《贾樟柯炮轰功夫大片》,载《桂林日报》2008年6月18日;《姜文炮轰大片千篇一律》,载《扬州时报》2009年6月19日。

⑥ 导演冯小宁就曾公开宣称:给我两亿,也能拍出个《泰坦尼克号》来。

- ⑦ 金燕:《我们的大片没有灵魂》,载《北京日报》2007年1月8日。
- ⑧ 王敏:《我们的国产大片少了什么》,载《人民论坛》2007年第8期。
- ⑨ 杨彬彬:《张艺谋访谈录 全面响应观影争议问题》,载《新京报》2004年7月19日。
- ⑩ 梁振华:《大片病症解读》,载《电影》2007第3期。
- ⑪ 朝花:《千万不要让国产大片误导了中国电影》,http://blog.sina.com.cn/s/blog_561e518d01000d98.html。
- ⑫ 刘洪波:《大片背后的国家美学》,载《上海国资》2007年第2期。
- ⑬ 邵培仁:《论全球化语境下中国电影的跨文化传播策略》,载《浙江大学学报》(人文社科版)2006年第1期。
- ⑭ 戴锦华:《逃脱中的落网》,载《电影艺术》1992年第5期,戴锦华首次使用后被广为引用。
- ⑮ 参见陈鹏:《第五代与李安的差距》,载《瞭望》2006年第12期。
- ⑯ 郝建:《李安跟我们何干》,载《中国新闻周刊》2006年4月24日。
- ⑰ 于晶、张振华:《中国大片进军奥斯卡的策略》,载《电影艺术》2007年第2期。
- ⑱ 孙慰川:《论全球化时代华产跨国大片的发展策略》,载《中州学刊》2007年第2期。
- ⑲ 徐颖:《德国汉学家顾彬遭围攻》,载《新闻晨报》2009年6月8日;周强:《中国女人是世界上最丑 阿特金森辱华遭声讨》,http://www.dzwww.com/tiyu/zonghetiyu/t20050125_949840.htm。
- ⑳㉑ 刘晗:《全球化图景下的中国认同——张旭东访谈》,载《21世纪经济报道》2005年9月12日。
- ㉒ 张颐武:《孤独的英雄:十年后再说张艺谋神话》,载《电影艺术》2003年第4期。
- ㉓ 袁蕾:《王朔说说说》,载《南方周末》2007年1月18日。
- ㉔ 河清:《全球化与一个民族的文化个性》,http://www.artnews.cn/RDPP/ShowArticle.asp?ArticleID=11966。
- ㉕ 张颐武:《草根与网络》,http://blog.tianya.cn/blogger/post_show.asp?BlogID=105957&PostID=7562257。
- ㉖ 饶曙光:《〈集结号〉再思考》,载《当代电影》2008年第3期。
- ㉗ 类似的自豪也存在于其他影片,如《建国大业》总导演中影集团董事长韩三平称:“《建国大业》主要演员均为中国国籍。影片从导演到摄影录音剪辑化妆服装道具等,全部由中影集团制作完成,整部影片片尾字幕全部是中国人,这一点令人自豪。”参见甘文瑾:《〈建国大业〉主流影片攀上新高峰》,载《中国电影报》2009年9月24日。
- ㉘㉙ 陈晓明:《二十一世纪:如何想象中国》,载《电影艺术》2001年第4期。
- ㉚ 陈鹏:《挺进后大片时代》,载《中国新闻周刊》2008年1月22日。
- ㉛ 甘文瑾:《〈建国大业〉主流影片攀上新高峰》,载《中国电影报》2009年9月24日。
- ㉜ 报道称,该片的观众中“80后”时尚男女、高校师生成为观影主流,参见秦力为:《〈建国大业〉火热上映激情献礼》,载《中国电影报》2009年9月24日。

(作者单位 首都师范大学文学院)

责任编辑 容明