

專輯研究論文

華語跨境商業大片的本土接受

凌燕

摘要

近年來幾乎所有跨境華語商業大片在大陸獲得高票房的同時，也受到了強烈的批評。理解這一現象有許多角度，筆者以為不能忽視了觀眾在意義產生中的重要作用，本文嘗試從對華語跨境商業大片的批評入手，去分析觀眾對大片愛恨交織的複雜接受心態。研究發現，華語跨境大片與全球化及工業化進程中的中國想像有密切聯繫，對大片的不滿很大程度上源於對大片中提供的中國想像不滿，同時，對大片的過度批評也與中國電影觀眾的「草根」身分的認同與表達有關。

關鍵詞：華語跨境商業大片、中國想像、草根觀眾

凌燕，北京師範大學電影學博士，現職首都師範大學文學院影視系副教授。主要研究興趣為影視文化、媒介文化研究。電郵：lingyan@solcnu.net

The Reception of Trans-border Chinese Commercial Movies

LING Yan

Abstract

In recent years, almost every trans-border Chinese commercial movie has plunged into the vicious cycle of being popular but at the same time heavily criticized by the general public. With many angles to this issue, I think that the role of the audience in making sense of the movies cannot be ignored. This article tries to discuss the complicated ways in which the audiences are interpreting these trans-border Chinese movies. The study finds that trans-border Chinese movies are closely relevant to the imagination of China in the process of globalization and industrialization. To a large extent, criticism of trans-border Chinese movies is a reflection of the dissatisfaction of the imagination of China in the movies. At the same time, the excessive criticism of these films is also relevant to the identification and expression of grassroots Chinese audiences.

Keywords: Trans-border Chinese commercial film, the imagination of China, grassroots audience

近年來幾乎所有跨境華語商業大片在大陸獲得高票房的同時，也受到了強烈的批評。而令人匪夷所思的是，對於同類大片，導演們屢「敗」屢拍、觀眾則屢罵屢看，理解這一現象有許多角度，但筆者以為不能忽視了觀眾在意義產生中的重要作用，本文嘗試從對大片的批評入手去分析觀眾對商業大片愛恨交織的複雜接受心態，並且為了討論的深入，本文所涉及的華語跨境大片主要限於「國產」跨境大片。從《英雄》、《十面埋伏》、《無極》到《滿城盡帶黃金甲》、《夜宴》，中國的國產大片無一例外具有跨國背景，因此，本文在討論中也常以國產大片的概念概括所討論的對象。

批評的狂歡

自《英雄》問世後，「大片」就成為中國互聯網上的一個熱點話題，¹各種新聞、娛樂網頁上，關於「大片」的爭論一直延續，兩極化的評論不時交鋒，極端者還發貼號召抵制、拒看大片，有著名門戶網站煞有介事地發起了「《英雄》保衛戰」，許多媒體以「口水大戰」來形容大片的遭遇，直至馮小剛在復旦大學與學生交流時呼籲「不要仇恨中國大片」，更激起反對者的批駁熱情，並使大片與觀眾的對立儼然成為公認的現實。

如果我們將對於大片的批評籠統地分為大眾批評（非專業批評）和精英批評（專業批評）兩部分，會很容易發現前者的喧囂與後者的沉寂形成鮮明對比。

在「民間」，對大片的批判，幾乎成為時尚，參與者之衆、情緒之亢奮，可用「狂歡」二字來描述。

總體來看，民間批評呈現出「非專業性」的特徵，正是這些「非專業」的、大眾評論構成了圍繞大片的輿論環境，在一定程度上影響著、代理著大片觀眾、大片潛在觀眾對大片的評價，而這些非專業的、介於專業與非專業之間的評論正是我們理解觀眾對於大片屢罵屢看、亦愛亦恨心態的起點。

與民間批評的喧囂相比，專業批評總體來看處於缺席，²相關專業機構既沒有就單部大片組織過調查和討論，也沒有對大片的整體狀況

發表過言論，中國國內主要電影刊物都共同有意無意地避開了國產大片甚至華語大片的概念，而對亞洲合作電影報有較高熱情，筆者認為，這種接軌式研究與其說是理論的超前性，不如說是中國國內學者對中國電影實踐乃至中國文化現實的規避。而對於單部大片，一些學者在各種場合發表過看法，「醜陋」、「嗜血如命」、「污染環境」、「只剩下欲望」等都是來自專家的批評，審美、人性等是人文學者們更感興趣的批評角度，總之，在專業批評中，對大片的態度還帶有很強的道德批判立場。總體來看，理論界對大片的批判則體現出鮮明的精英主義色彩，但過於單一的人文主義立場批判常常使他們忽視了大片問題的複雜性，遮蔽了許多深層問題。

理論界的「沉默」或許可以有這樣一些解釋：出身中國文藝的中國電影理論界可以為主旋律影片而「鼓」，可以為藝術電影而「呼」，獨獨缺乏為商業電影大聲叫好的勇氣。另一方面，中國電影是主流文化，電影學者則是體制內研究者，而官方對於大片的態度是：經濟上認可而藝術上不作肯定。電影的主管部門國家廣電總局對大片的貢獻給予了正面乃至書面肯定，不過，儘管官方明確表示了肯定，但在中國國內的幾大電影獎評選中，大片的收穫很小，在一定程度上也顯示出官方對大片的複雜態度：社會力量順應形勢自發創辦試驗田，國家根據其效果決定是否推廣，這一直是中國邊際突破模式改革的重要經驗，從產業的角度，這種來自民間資本的嘗試不但不需要國家付出經濟資本甚至無需付出政治風險，又能推動經濟，何樂而不為？但冒「天下」之大不韙，對大片作藝術上的肯定，則毫無必要。

精英批評與大眾批評雖然表述不一，卻體現出諸多共同的興趣和立場。

具體來說，大片的批評圍繞以下幾個核心進行：

其一，關於大片成本。普通觀眾的說法是燒錢，燒納稅人的錢、中國人民的血汗錢。電影學者們則質疑：如此巨額的投資如果用來拍攝中小成本影片足可以拍攝幾十部，用來扶持青年導演必定可以產出一些精品。有人甚至稱大片就是「用錢堆出來的垃圾」，顯然，「垃圾」的評價與其說是建立在產品質量本身，不如說是對投入與產出比的不滿而做出的情緒化判斷，概言之，大片之過首先在於「大」，這裏我們

或許可以將其視為社會主義初級階段的現實與現代性想像之間的矛盾。大片獨享經濟乃至政治資源的地位很容易激起人們對社會不公平的聯想和主觀情緒，因此，大片導演的同行們毫不掩飾地表達了自己的不滿，對大片做出了較低的藝術評價。

可是，一個更為關鍵的問題產生了？何以觀眾並未自覺自願的以行動拒絕大片？在搜狐網進行的觀眾調查中，儘管有四成的觀眾給《十面埋伏》打了不及格，在「您認為名導演與大資本的結合對張藝謀電影是有利的還是有害的」這個選項中，認為有利的佔45.21%，認為有害的只有33.18%。這和觀眾對大片屢罵屢看的行為一樣令人不解，卻也可以成為上述問題的註解：多數觀眾並不抵制大片，只是不滿意而矣，換言之，人們其實有對大片的渴求，即使是大片的反對者似乎也不否認大片對於中國電影市場的刺激作用，聯繫到數年前，中國電影幾乎處於無人臧否的狀態，如今人們對於大片的觀影和批判熱情恐怕不是僅僅從藝術角度就能解釋的，何以區區幾部影片就能刺激沉寂多年的中國電影市場？這幾部影片的共同之處在哪呢？在於「大」。崇大心理在當代社會文化心理中比比皆是（從各種大型工程到大型儀式乃至大型晚會，似乎非「大」不足以體現盛世之繁榮和宏偉），另一方面，對於大片的的不滿，還基於這樣一種挫敗感：此前中國電影界一直流傳著這樣一種觀點，認為中國電影所以「比不上」外國電影，是因為投入太低，一些導演宣稱如果有足夠的資金，拍出的影片絕對不會比好萊塢影片差。大片的的不盡如人意擊破了上述神話，而我們知道，這種經濟決定論遠遠不僅存在於電影和文化產品領域……

可以說，大片成也在於「大」，敗也在於「大」。

其二，關於大片的觀眾。張藝謀等大片的導演、製片人在解釋為甚麼總是對武俠片情有獨鍾時，曾表示西方觀眾只認可這一種中國電影類型，這在一定程度上使許多觀眾得出結論認為：大片首先是要給西方觀眾而不是本土觀眾觀看的。如果將張藝謀等的選擇放置於經濟因素中考慮自然無可厚非，因為本土的電影市場未必足以支撐大片，但電影生產從來就不是單純的經濟行為，張藝謀等人的選擇被視為崇洋媚外心理的產物。追根溯源，後殖民主義理論是這種批評的理論資源。在對上述五部大片的一些具體評論和總體論述中，我們也的

確看到不少仍以後殖民理論作為主導批評的論述。在這種觀點影響下，大片的「沖奧」(斯卡)行為被認為是妄想獲得西方主流文化命名的文化諂媚心理，而不是開拓國際市場的手段。從這樣一點來看，觀眾對於大片的態度實際上涉及到觀眾對東西方關係的認識，我們也可以進一步說，這其中存在著全球化時代跨國產品國際化與本土化的矛盾。

其三，關於導演。在對大片的聲討中，可以發現導演成了衆矢之的，很少有人將矛頭對準演員甚至編劇等其他創作者，甚至劇本的不足也算在導演頭上，導演幾乎站在了觀眾的對立面，對大片的不滿導致對導演能力的信任危機。或許這實際上體現了觀眾這樣的一種疑問：張藝謀等第五代導演是否能代表中國電影及文化的水平，進一步說，當下電影是否能夠代表中國電影(本來應該有的樣子)。「第五代」與當下中國有著極為特殊的聯繫。作為新中國的同齡人，「第五代」身上打下了深深的時代烙印，他們都有過艱辛的成長經歷，二十世紀八十年代的改革使他們大為受益，並且使他們獲得了世界的矚目，如今，他們成了社會的精英和中堅力量，成績斐然，卻也似乎進入瓶頸階段，他們的進退榮辱幾乎與新中國同步，聯繫到這些，我們或許可以大膽設想，觀眾的質疑或許還包括當下中國是否能夠代表中國(本來應該有的樣子)。

其四，關於大片內容。大片空有形式沒有內容、劇情蒼白、故事薄弱、人物空洞沒有靈魂，「全是算計和謊言」、「不約而同地充滿了折磨、狡詐、亂倫」。這是大片受到的較為集中的批評。簡單而粗略地說，所謂沒有內容在普通觀眾眼裏，是導演和編劇的技巧和水平問題，而在專業學者眼裏，這似乎更是某種選擇的結果，這種選擇使得大片「脫離中國電影的入世傳統」、「遠離中國觀眾現實體驗」，而人們開出的藥方是：「中國電影要走向世界，只有精美的製作還不行，還必須在開掘人類永恒的主題方面下大工夫，要進一步展示和挖掘無限豐富的人性，要真正表現出使世界各民族觀眾都能產生強烈共鳴的東西」。「正是文化精神的缺失、創造活力的低迷、現實題材的缺位，使我們應該深思如何讓延續了五千年燦爛輝煌的中華傳統文化推陳出新、煥發生機，向世界亮出自己的民族旗幟」(王敏，2007)。

其五，關於大片的身分，投資製作發行的跨國化帶來了一個疑問：大片還是不是中國電影。圍繞大片的爭論，其中一個因素是現有大片多數都是武俠片，而這樣的選擇被認為是一種明顯的西方取向，其實，仔細傾聽觀眾的批評就可以發現，中國觀眾對於武俠大片的不滿與其說是因為出口產品只有這一種類型，不如說是因為這些武俠片不是「中國」的。例如張藝謀提出的「人性比中國俠精神重要」（楊彬彬，2004）就很讓觀眾不滿，而「《夜宴》直接摹寫《哈姆雷特》所包蘊的歷史感和人文精神不是中國式的，而是屬於莎士比亞和歐洲文藝復興時代，《滿城盡帶黃金甲》雖改編自曹禺名著，探討的命題卻是去中國化去歷史化的」，「《無極》的服飾建築是從希臘羅馬神話裏借來的造型，故事是模仿西方史詩的語言來講述的」（梁振華，2007）。上述中國/外國之爭體現了國人對喪失文化身分的焦慮。

與此同時，我們發現，中國觀眾對中國大片與好萊塢大片存在著截然不同的雙重評價標準，高成本、高技術、性與暴力元素在好萊塢大片中都不成問題，甚至還會使觀影消費更加物有所值，而在中國大片中，則成為燒錢、炫技、色情乃至墮落。換言之，在觀眾的心裏，「中國的」與「外國的」必然存在不同，強調特色、強調差異性，懼怕喪失特色，懼怕差異性的消失，這是在工業化道路上的一種特殊而普遍的心態。

另一方面，圍繞著大片的聲音中，還常常可見類似〈美國人看中國大片〉、〈美主流媒體盛讚《滿城盡帶黃金甲》〉、〈北美媒體惡評《黃金甲》〉之類的報道，一些評論用來批判國產影片的大片取向時的參照對象都是好萊塢。例如「近年來奧斯卡已慢慢回歸到電影的傳統本色，獲獎的影片已鮮見用鈔票砸出來的大片了」（朝華，2007）。「好萊塢大片製作盛行，然而最終獲得成功的總是那些在商業和文化上博取微妙平衡的大片」（聶偉，2007），「好萊塢製造的視聽盛宴，無論拯救大兵、冰海沉船，還是世界末日、環境災難，仍然會著力表現正常的人類價值」（劉洪波，2007）。類似的論述比比皆是，或者是說西方已經放棄了大片的方式，或者說沒有學到好萊塢對人性的表現，在這些批評中，《泰坦尼克號》（港譯《鐵達尼號》）的成功被解釋成是對生死不渝愛情的謳歌、對階級門第觀念的批判，《拯救大兵瑞恩》（港譯《雷霆救兵》）和

《後天》(港譯《明日之後》)都基於對人性和人類共同命運的認識，《指環王》(港譯《魔戒》)和《星球大戰》《黑客帝國》(港譯《廿二世紀殺人網絡》)，也被認為充滿了犧牲意識和拯救意識。於是你可以發現，好萊塢大片都是「人性」的，都是「深刻」的，好萊塢對世界電影的霸權被解釋成為「人性」的勝利、藝術的成功，好萊塢慣用的造夢機制也成了普遍人性的表達。總之，好萊塢/美國開始越來越多地體現出正面價值甚至成為客觀標準，大片似乎並未像馮小剛所說的那樣「用好萊塢的方式打敗好萊塢」，中國大片作為民族電影業的代表，在向外衝鋒陷陣時處處可見好萊塢的身影，甚至這種衝鋒陷陣本身就是好萊塢幫助完成(好萊塢投資、奧斯卡命名)，這種現象可以用句九十年代慣用的批評話語來表述，即「逃脫中的落網」。

討論華語跨國商業大片，不能不提及李安電影，而我們所要關注的是李安電影是如何實現其相對國產跨境大片的參照價值的，《臥虎藏龍》當年的遭遇和國產大片有些相似，華語世界內外的反映落差很大，不過，近年來，越來越多的中國國內學者在探討國產大片時，開始將《臥虎藏龍》當作一個成功個案來分析，探討「第五代與李安的差距」，類似文章中，津津樂道於李安電影中的東方元素，分析這種策略在歐美市場的商業價值，然而類似的分析中，我們也可以輕易從字裏行間發現某種文化的自豪感乃至優越感。

中國國內較為活躍的學者影評人、電影學院教授郝建在2006年4月24日的《中國新聞周刊》發表評論〈李安跟我們何干〉，文中提到，許多人對於李安獲奧斯卡獎頗有揚眉吐氣之感，而作者「在其中看到一種我所不喜歡的虛妄興奮和過於遙遠的認同」，「這裏頭有對自己、對個體的不自信在裏頭，是對自己也行起來的一種心虛和逃避」這種較為精僻又較為尖刻的評論，基本抓住了要害，不過，文中進而又說「得諾貝爾獎的李政道、成功地做黃昏戀的楊振寧、建築大師貝聿銘、拉大提琴頂尖的馬友友、研究艾滋病(愛滋病)的權威專家何大一，他們與我的關係，跟比爾·蓋茨與我的關係沒有甚麼兩樣」，最後，作者說：「我愛我的族人，但面對李安，愛族人與愛電影沒有任何矛盾，我對《斷背山》的評價和喜愛絕不會跟它的導演是華人導演、以色列導演，還是阿拉伯導演有任何關係。」(郝建，2006)果真如此嗎？按照這樣的

邏輯，張藝謀、陳凱歌也「跟我們何干」，這裏作者試圖跳離當前的中國觀眾所處的時代文化語境，站在超越種族的高度甚至世界主義的立場來進行純粹的電影評價，卻是空洞的。對於一部影片的分析不可能絕對脫離導演和觀眾的國族身分和文化身分。尤其李安的影片中的中國元素和東方思維毋庸置疑，作者並沒有敢於直接指出，李安與我們無關，是因為他不是「中國人」，拍的也不是中國電影，唯其如此，張藝謀們作為真正的自己人，其成敗才更值得批評。我們甚至可以說，「李安跟我們何干」與「李安真為我們爭氣」乃同一枚硬幣的兩面，同樣，津津樂道於張藝謀影片在外國受到的歡迎與不厭其煩的引用外國惡評來論證大片之罪，也是同一碼事。

說來說去，中國文化究竟應當以哪種樣貌亮相世界？「我們」究竟需要甚麼樣的大片？不少學者對此發表了觀點：

「電影承載著文化傳遞的功能。在文化帝國主義的時代，要讓世界正視中國的歷史與現實，就必須用本土化等手段將中國景觀生動展現給世界觀眾，正確地引導世界認識中國。讓世界認可中國的文化與意識形態也許是個緩慢的過程，但每一次努力、每一部影片都將是一種積累，世界對中國總會有一個由陌生到熟悉的全面瞭解。」（于晶、張振華，2007）

「中國電影人有責任用自己製作的跨國大片，在全球的銀幕上書寫真實、客觀的中國形象，使華產跨國大片不僅促進中國經濟的發展，而且在國際舞台上真正發揮文化大使和國家名片的作用。」（孫慰川，2007）

從上述觀點中可以發現，通過國產大片向世界講述中國的意圖非常明顯。

由此，我們似乎打開了一個缺口，讓我們明白國人對大片之怨究竟為何產生，或許，在很大程度上，國人最不滿意的是大片向世界所提供的中國想像。

全球化時代的中國想像

全球化時代，受市場規律控制而生產的電影恐怕已經越來越少有導演的富於個性的想像和經驗，而更多的是普羅大眾的想像與經驗。

二十世紀九十年代以來，隨著市場化步伐的加快和綜合國力的提高，改變/提升中國在世界舞台中的地位成了上至主流意識形態下至普通百姓的共同願望。一種由國家政治、經濟實力增強而隨之產生的今非昔比的認同焦慮彌漫於各種大眾文化產品中。「向世界講述中國」這個中國現代性話語中的重要部分，也因此成了包括電影在內的大眾文化產品的重要主題。

國家形象的研究成為顯學，甚至在大眾的表述中也成為一個普遍性的評價標準、各種產品質量包裝、國人出境遊時的表現都會與國家形象聯繫起來。各種大眾媒體不時的教導國人與外國人交往的禮儀、外國人唱中國歌的比賽連年舉辦，觀眾樂此不疲，大眾傳媒紛紛推出《環球華人》、《域外華人》、《外國人在中國》之類的欄目，多次見到華人在外的成功奇蹟，《外國人在中國》則頗為開心地記述外國人尤其是歐美人如何為中國文化所感召，如何熱愛並定居於中國的個案故事。在電視台出現「洋妞在北京」、「中國的洋女婿」等系列專題報道及電視劇，借助市場與傳媒，相對的中國中心想像再度成為日常生活的意識形態逐漸獲得確立。

而德國漢學家炮轟中國當代文學是垃圾、某電影節上某國評委詆毀中國電影、中國演員的報道常常引起群情激奮。從十年前的《中國可以說不》、其後的《妖魔化中國的背後》到最近的《大國崛起》，大眾中的大國意識越來越明顯，同時也越來越敏感於外界/西方對中國的評價。

與其他經濟或政治因素相比，藝術或文化尤其是電影是可以在短時間內實現與西方對話的一種形式，至少是類似想像的承載者。

所謂跨境合拍在中國早已有另一個同義詞「合資」，後者在廣大中國消費者心中一直是品質的保證。華語跨境影片的跨境合作，目前主要集中於亞洲，尤其是東亞範圍內的合作，一方面出於以區域合作對抗好萊塢，另一方面，中國文化是東亞文化的起源與核心，而東亞也是國人出國夢的一部分。

在國產大片中，跨境合作的首選對象就是香港，這既是因為香港文化本身就是華語文化的一部分，再者，香港文化本身是一個跨文化的產物，不，更確切的說，是曖昧性的承載者，「香港」不僅是個混血兒，也是亞洲的經濟典範，是另類現代性的代表。

而「國產」「跨境」影片，在明確了「主權」屬於中國的同時，多少帶有一些征服異族的想像性滿足在其中，用民間的話語來表達就是「好萊塢可以讓各國演員說英語，我們也可以讓日韓演員說漢語」，因此跨境影片拍攝/製作的國際化，本身似乎已經頗能滿足和符合大陸大眾的接軌想像和「富強」的敘事。張藝謀電影的不可抗拒與其說因為他是中國國內最具知名度的導演，不如說他是最為國際化、最具跨國性的導演。

雖然國際與中國國內形勢多有變化，國民心理也屢有起伏，但在文化產品中有一種心理始終未發生根本性變化甚至越來越清晰，那便是中國中心的想像，這種想像建立的基礎，是對中國國內現實的某種滿足感，它與因從現實中無法獲得滿足而產生的對西方的天堂式的想像原本是同宗同源。

「躋身世界之林」曾經一度作為我們的理想，只是離「世界」越近，才發現「世界」的遙不可及，其實好萊塢早就給包括中國電影在內的第三世界民族電影留下了位置，國人發現，衝出亞洲的結果是落入早已準備好的陷阱，「國際成功」不過是更加確證和維繫原有的全球和國族結構秩序。或許，與其說，這些年來越來越強烈的「走向世界的焦慮」，是「怕不能走向世界而產生的焦慮」，不如說是「怕走向世界的焦慮」，或者說是二者的混合，痛批大片，是因為害怕受到「世界/西方」的痛批，與其讓外人痛批，不如先自我批評。

摸著石頭過河，保證了過河過程的安全性，河已經過了一半，沒有了過河之初對河水的驚奇體驗，也沒有了因為險涉而產生的成就感，「過了河又如何」的新的焦慮又產生了，此時的焦慮要更甚於過河之初。

認同天下精神，無疑是在替美國的「霸道行徑」說話，不認同天下精神，似乎又確證了我們的弱者心理和地位，因此，《英雄》的錯誤不在於所發表的天下觀，而在於：提起了根本不該提起（不爭論哲學）的話題，不過，這裏實際上也存在某種誤讀，所謂強者哲學、天下觀念

並不僅僅是迎合美國人之舉，「中國的儒家文明，就有極強的『天下』觀念」(劉晗，2005)。

有學者認為，「《英雄》對新的世界格局進行隱喻式的表現，顯示了中國超越了自己的『現代性』歷史，已經開始以『強者』的意識觀察世界」。(張頤武，2003)

其實，學術界也有這樣的聲音：「中國的電影文化目光過分專注於國內，專注於自己的歷史，而缺乏同時關注國際、關注當代全球化狀況的意識。至少是面對亞洲，把儒家文化為核心的人文精神，在影視作品中推向亞洲。……中國電影放棄了幻想和想像，我們過於忽視了環顧國際的文化目光，忽視運用電影作為強大軟實力的自覺意識。」(倪震，2006)

事實上，在對西方的想像和中國的自我想像中，一種極為複雜的、矛盾和難以言說的情緒一直雜糅其中。

申奧之路的艱難和終獲成功、加入世界貿易組織的多年談判結束、中國國家足球隊在世界杯比賽中幾十年來首次出線使衝出亞洲走向世界的理想得到兌現，在西方發達國家舉行的中國文化周、中法文化年所獲得的正面反響在中國國內媒體中被大書特寫，而在日常生活中，越來越多中國人走上了美國《時代》周刊的封面，越來越多中國一流球員走出國門效力於著名球隊，同時越來越多外國二三流球員、教練員被引進，越來越多中國電影導演與明星活躍於世界影展，乃至航天科技的不斷突破、代表世界最高水平的三大男高音的北京獻唱、著名歌劇、舞劇在中國舞台的頻頻上演、好萊塢大片、歐美音樂大碟在中國與世界同步發行都使得全球化實實在在地成為普羅大眾切實可感的現實，這樣的現實在一部分知識分子的批評中被當作可以導致文化和民族身分錯誤認同的可怕力量，在普通大眾心目中卻成為中國富強的明證，強化了類似的自我想像，也大大強化了中華民族的認同，民族自豪感得到了極大的提升和宣洩。

然而，與此同時，九十年代的銀河號事件、駐南大使館的被炸、中美撞機事件、周邊環境的危機四伏等等國際摩擦接連不斷，當下中國政府所採取的務實的經濟與外交策略、在許多國際衝突中的隱忍不發，都引起了民衆的強烈不滿，《英雄》中的強者哲學並非空穴來風，

亦非張藝謀等人迎合西方的個人行為，事實上，它與中國近年的外交政策乃一脈相承——暫時認可霸權，從而贏得緩衝空間，而不是盲目公開對抗，《英雄》的哲學與其說是替美國代言不如說是我們耳熟能詳的「壓倒一切的是穩定/和平」。而民衆對於《英雄》哲學的不滿實際上正是對政府外交政策的不滿。

王朔曾發表這樣的言論：「國家要搞形象工程，要搞面貌工程。我送張藝謀同志裝修大師（的封號），絕對沒有貶義，他確實能把你破破爛爛的東西裝裱得金碧輝煌。他是攝影出身，造型感特別強，塑造大國形象非常好。……張藝謀是個巨匠，在我中華復興，大國崛起，需要這麼個文化巨匠在這裏頭。」（袁蕾，2007）王朔以嘲諷的口吻肯定了張藝謀電影的中國形象塑造功能，同時又以藝術的標準否定了這種功能的價值，將「中國形象」視為純粹政府行為，而張藝謀則儼然成了拋棄藝術追求、迎合政府的藝術叛逆者，王朔的這種話語策略頗具魅惑性，它通過設置藝術與政治的對立並將其置換為政府與民間的對立，從而為自己贏得受眾（支持者），它遮蔽了「中國形象」想像在中國的廣泛需求根基。

在大步走向世界的中國，喪失民族身分的憂慮也時時困擾著人們。文化產品是否也會因為跨國資本的加入而導致民族身分民族話語的消亡，這成為一個極具時代症候的研究話題，在許多領域，民族符號與跨國想像相結合成了物質生產與文化生產普遍適用的最高準則。

無論鞏俐、章子怡、成龍、周潤發也好，張藝謀、陳凱歌、李安、乃至賈樟柯也好，所有帶有「國際化」身分的中國電影人，所有已經衝出亞洲的中國人似乎都只能用自己東方人的身分來確證自己的邊緣族類身分，每當他們試圖想要敘述一些「國際化」（西方化）的主題，就會有人告訴他們，這樣的話題，你還沒有資格說，你說不好，而作這樣的告誡的，並不僅僅是西方人，還有為數眾多的中國人，中國電影就應當用中國的語言說中國的事，這似乎是許多中國觀眾心中一條難以改變的原則。在日常現實生活中，對於那些操持流利英語與外國人對話的中國人，我們常常抱有夾雜著敬慕與鄙視的複雜心理，究竟這是對外族語言文化的征服還是對本民族文化的放棄或背叛？

那麼中國人到底想要這些國際級人物為自己代言甚麼？許多批評

提出，他們想要張藝謀們講述中國人的現實和體驗，其目的當然是以這種現實和體驗來讓西方人意識到強大的中國的存在，可是如果這些影片真的這麼做了，他們可能又會說，張藝謀們被政府招安了，成了宮廷匠人了。因此，就像當前的大片用種種含混不清的東西吸引東西方觀眾一樣，觀眾對這些大片的期待也是含混不清的。因為這些大片承載了諸多功能：希望它是藝術，從而表明自己的文化品味；希望它是高級的消費品，從而提升確證自己的文化身分；希望它對世界說，中國文化具有優越性，因為歷史原因落後的中國現在已經趕上來了；希望它幫助宣泄在轉型期間產生的焦慮和對體制的不滿，就像馮小剛的影片那樣。

孫紹誼(2006)認為，「好萊塢也不再是我們過去所認識的好萊塢(開始變得多元)，因此，非好萊塢電影不能僅僅滿足於以窗口的姿態展現自我特殊的文化與歷史、突現自我對好萊塢製作的拒絕，而應將自身視為人類普遍經驗的有機組成部分，以普適(世——作者註)策略消解好萊塢影片的普適神話。」然而至為關鍵的是：何謂普世(適)，超越「民族性」去尋找「普世性」，恐怕會發現，普世性早已由好萊塢所實踐。「沒有一種抽象的、實體性的、超越於各個文明和國家的一種普遍性，普遍性只能寄身於某個特殊的文明或者國家之上，任何普遍性其實都是某種特殊性的一種自我表揚和自我確證的結果。……西方的普遍主義的要害在於，它通過各種手段極深廣的、深刻的挖掘出了自身特殊性中的普遍性，並且在將他人列為特殊性或者定性為非文明的過程中再次強烈的對自己的普遍性進行了確認。」(劉晗，2005)

也有學者看到，「『全球化』口號能夠在中國暢行，是因為現代中國人心中有一種根深蒂固的『世界主義』情結。中國人心目中始終存在一種『世界文明』的憧憬，全人類普世進入一種美好的大同世界。實際上，這種世界主義是西方『進步論』的特徵之一，研究其實是一種偽世界主義。『進步論』認定西方文化是最先進的，這種世界主義掩蓋的是西方文化中心論。這種『西方中心』的偽世界主義，給中國人帶來深重的文化自卑感，使中國人忽視自己的文化價值，讓中國人眼睛只盯著西方，把西方的東西都看作是『世界』的，『全人類』的，而看不見自己文化的獨特性。」(河清，2007)

草根：跨境大片的特殊接受群體

「中國實際上在相當長的一段時間內還只是處於集體脫貧狀態，這就造成精英階層和平民階層各自的對於中國的表述不一樣。在中國這個巨大的符號下面，你的認同不一定是我的認同，你的中國和我的中國完全是兩回事，」（劉晗，2005）對於大片的批評，正是這些不同的「中國」之間的話語權爭奪戰，也是發生在五十年代出生的導演與「80後」觀眾之間話語權的爭奪戰。

在當下中國，看電影更多的不是藝術行為，而是時尚消費行為，本身就具有身分認同的功能，AC尼爾森的調查數據表明，當下中國電影的消費主體是年屆18-35歲左右的受過大學教育的都市青年，這個群體，有時被以中產階層概括，有時以小資的名義浮現，近兩年又以草根自比。粗略地說，當下中國最想獲得身分而未得的正是這個身分模糊、變動不居的群體，跨境大片的消費在一定程度上滿足了這個群體的欲望。在搜狐網進行的對《十面埋伏》的調查中，參與調查的人中，18-35歲的觀眾佔全部觀眾的87.36%。大學專科以上觀眾約佔89.97%，其中本科以上佔60%。月收入4,000元以下的佔81.53%，這一數據也可以驗證大片消費群體的身分狀況。

「月收入萬元的，在沒有文憑、背景和關係的老百姓裏，基本就算『神』級人物了，但這『月薪萬元』，能讓『他們』跟『我們』有多大區別呢？住，五千元一個平方，一百平方五十萬，月薪萬元，要不吃不喝工作四年以上，考慮到要吃要喝要應酬，得十年左右；行，二十萬元左右的汽車，要不吃不喝淨攢兩年；病，住院，數十萬乃至上百萬的開銷，一次就可以把終生的積蓄消耗淨光……月薪萬元，不過是高級奴隸。」互聯網上這段匿名文字實際上深刻的揭示了當下中國「中產階級」的困境：在中國，達到中產收入標準也不意味著他得到了富足的物質享受、穩定的生活和工作，換言之，中國中產階級問題不是單純的經濟和社會問題，同時還是文化問題，正因為如此，「小資」巧妙的偷換了「中產」的概念，也正因為如此，「草根」又取代了「小資」。

對草根文化現象給予特別關注的是北京大學的張頤武教授，他提出，「草根」並不是我們過去想像的工農群眾，而是三十歲以下面臨著

發展的瓶頸和許多現實壓力的年輕人，是這些「精英」的後備軍，「他們有相當的文化水平，通過互聯網和『看碟』已經見多識廣卻又並不是『高雅』的文藝青年，同時又有在現實中成長不足的苦悶和壓抑感，也有朦朧的期望和隨時變化的情緒和感覺，有和當年的『小資』相似的情緒和趣味，卻遠遠比當年的『小資』人數衆多和結構複雜。他們是社會中似乎讓人感到尚且無足輕重的『小字輩』和『小人物』，卻已經有了自己的想法和情緒需要讓社會知道」。「這些人在現實中的沉默和在互聯網上的強勢構成的反差值得我們高度的關切。他們很大程度上都依賴網上的『跟貼』形成一種強烈的『群體意識』，讓過去的沉默變成了相當誇張的社會『共識』和輿論。他們不是所謂『成功者』，也不是所謂純粹的『底層』，而是一些仍在奮鬥、有焦慮和挫折感、也仍然有希望的以『青年』為中心的存在。由於剛剛或還未走上社會，在社會中的地位和經濟狀況還不好，有些接近所謂『底層』；但由於還年輕和還有希望，也有明確的『中等收入者』的意識。由於他們是『草根』，所以在現實裏還處在單兵奮鬥的階段，還沒有甚麼發言權，但在網絡影響巨大的今天，他們一旦群聚在網絡上，就成了一種獨特的勢力。他們在現實中往往沉默，但在虛擬的世界中確實是無冕之王。」(張頤武，2007)

對於這個特殊的群體，在市場化進程中成長的經歷和富強中國的同代人的身分使他們信奉「投資與質量在一定程度上成正比」和「便宜沒好貨」的消費觀念，可以說，「大片」不僅是電影之需，更是觀眾/大眾之需，另一方面，社會主義初級階段理論和窘迫的個人經濟狀況又使得他們反感一切奢華行為，而當大片已然成為影響中國的一次次文化事件，觀看大片、參評大片就有了見證歷史、參與歷史的意義。「草根」當然不會放棄這樣的機會。由於比他們更低的階層缺乏表達欲和表達途徑，而比他們地位更高經濟狀況更好的階層則更為注重政治和經濟的話語表達，這使「草根」的意見也常常代理了後者的意見，使其成為「真正」的社會輿論(表現在具體的觀點和行為上，真正的社會底層可能也有著「小資」情結，所謂政治經濟精英和白領等卻也常常自認為社會弱勢群體)，他們的焦慮因為無法成為精英而產生，他們也因此對於現實中的所謂精英有一種強烈的反感，惡搞就是他們對精英文化解構、進行破壞性表達的方式。

《滿城盡帶黃金甲》甫一上映，雅虎影視論壇就出現了一個題為〈號召萬人大簽名，抵制《黃金甲》〉的帖子，其中列出了幾條理由：「中國人不需要赤裸裸的色情片、中國人不需要媚外的電影，中國人不需要沒有故事的電影，不要讓商業炒作片賺走血汗錢。」很顯然，對大片的批評已經遠遠超出大片本身，甚至超出了電影的範疇，而五部國產大片悉數都挨罵，在一定程度上說明觀眾並不是針對具體的影片，或者說文本中的種種漏洞、藝術與商業的矛盾雖然的確存在，但都不是問題的關鍵癥結。許多多次被轉貼的文章並不意味著代表了多數觀眾的真實意見，只能說代表了他們反對大片的立場，而這似乎更體現了大眾對於大片的態度：「反」甚麼是次要的，重要的是「反」。

對大片另一個較為集中的批評是「炒作」。而對炒作的反感與其說是中國電影觀眾的藝術情結，不如說是將觀眾擺在被動位置，提醒他們自己話語權的缺失，從而刺激了他們的表達欲和反抗性。與此相映照的是，許多對大片的批評（甚至包括一些准學術批評）同樣充滿炒作意圖，不但沒有引起「觀眾」的反感，反而在網絡上大行其道。

草根文化的代表包括超級女聲、郭德綱相聲、電影《瘋狂的石頭》等，與其說這些人出身草根或代表草根利益，不如說這些人的成名/傳播方式的草根性，即既沒有通過精英階層的權威認定而紅，也沒有強大的商業宣傳攻勢，完全沒有背景（沒有商業背景、沒有文化背景、沒有政治背景）。

可以說，張藝謀等的外向化，固然是因為海外市場回報高，恐怕也因為他們深知，取悅海外觀眾其實並不比取悅中國觀眾難。相反，想讓今天的中國媒體、中國網民、中國草根、乃至「憤青」們接受，除非前者徹底喪失他們的藝術精英、商業霸主的身分。

在本文撰寫即將結束時，第六部國產大片——馮小剛的《集結號》問世了，比起張藝謀、陳凱歌，馮小剛更為聰明，更能號準時代和大眾的脈搏，甚至可以說，他自己就是那根最能體現時代症候的脈搏，他的非科班出身使他始終能身披「大眾」的外衣，贏得大眾的親近和信賴，而他短短十年間從無名小卒躍居電影界大腕、從草根化身為中產的經歷是多少人的夢想的現實版本，至於他財大卻不能氣粗的痛苦體驗——屢創票房新高卻未獲得主流和精英認同因而始終不能擺脫草根

身分——更是代表了多少人的同樣焦慮。於是當他義無反顧地步張、陳們的後塵，改拍同類大片時，並沒有獲致比前者更多的批評，而是得到了不少理解。此前馮氏影片中的小人物既能使本土觀眾找到真正屬於自己的體驗，又能使身分地位已經變化了的中國觀眾獲得某種高於人物的優越感，不過這種平民話語加上小品化的影片既缺乏時尚感更遠離國際化，所以馮小剛拍《夜宴》並不是他拋棄觀眾的體現，而是他和觀眾的共謀，在媒體和大眾的表述中，馮氏的轉型是出於個人原因，可以獲得理解，這裏媒體和大眾再一次向對待張藝謀那樣，隱瞞了自己的合謀行為，而講所有矛盾轉移至導演個人身上，而導演們則將矛盾推至過於強悍的媒體，沒有人敢把板子打在大眾身上，因為在這個轉型的時代，大眾似乎與「人民」有著千絲萬縷的聯繫，沒人敢與人民為敵……

《集結號》的誕生似乎使本文的討論喪失了合法性，因為它「終結了中國大片叫座不叫好的歷史」，是「有史以來最好的大片」、「有方向性意義」，《集結號》究竟獲得了怎樣的成敗，又是誰為其加冕的，而它又憑甚麼獲得成敗？

同樣的巨額投資、同樣規模宏大但更為可怕的首映儀式(說其更為可怕並不是指其儀式成本，而是在首映儀式上，大牌明星們紛紛舉著話筒對著穩坐嘉賓席上的馮小剛不厭其煩地代表他們自己和觀眾向馮小剛致謝，我們彷彿看到一個更具影響的霸權——馮氏帝國的誕生)，同樣的跨國製作團體，所不同的是，這一次，馮小剛獲得了掌聲，《新聞聯播》、《焦點訪談》親自為其鳴鑼開道，中國國內權威的電影學術刊物《當代電影》開闢專欄對其進行肯定，表面上看，《集結號》的意義在於，告別了張藝謀開創的大明星、古裝動作戲的大片模式，取而代之的是甚麼？熱播劇的主要演員代替了大牌明星，似曾相識的戰爭戲取代了古裝動作戲，對小人物的人生價值的肯定取代了黑暗的人性，前述國產大片中存在的問題似乎忽然間全部迎刃而解，以致於我們只能懷疑張藝謀、陳凱歌為人民服務的誠意了。果真如此嗎？一些專業人士發出了不同的聲音，但完全湮沒於馮小剛和媒體共同製造的掌聲之中。在「中國人也能拍出世界級的戰爭場面」的自豪的歡呼中，「我們」得到了甚麼樣的滿足？《集結號》到底算不算主旋律？應不應當上《新聞

聯播》，許多人爭論不休，其實，《集結號》的成功首先在於它是中國的，本土資金、本土演員、本土故事、拍給中國人看的大片，而又拍出了「國際水平」，這是當前最重要的「主旋律」，僅此而矣也僅此足矣。

「中國式」大片的境遇，呈現了華語電影在融入全球化電影市場時必然經歷的困境。說到底，「是藝術想像與文化想像的矛盾；是西方想像的東方中國與東方中國自身想像的矛盾。」（陳曉明，2001）張藝謀們的想像，是藝術想像，強調的是藝術創作的特殊性，而中國大眾希望從中看到的中國是文化大國、進步中國、活力中國、善/道德中國。「中國在文化觀念上，把自身定義為大國文化。他們與西方文化是平起平坐的，代表著世界主流，體現了人類未來發展的方向。」（陳曉明，2001）「有時這只是一種幻覺，但這種幻覺是必要的。」（劉晗，2005）雖然「西方」素來只把中國和東方文化當作一種提供差異性的邊緣文化。

在中國，藝術從來就不具有藝術上的單純性，它總是反射著民族——國家的自我意識，簡言之，「電影已經越來越多地參與到國家生產過程中來，電影作為一種文化產品，常被混淆成一個國家的代言人，甚至被混淆成一個民族的文化身分；因此一個國家的電影能打入外國市場，即意味著其文化被外國接納，這種接納也表示一個文化身分得到世界的認同和認可。」（陳曉明，2001）尤其是在中國，打入美國就等於戰勝美國，戰勝美國就意味著戰勝全世界，這是一種大眾意識形態。

在大陸通行的「引進來，走出去」的文化/經濟政策中，後者不僅呈現出主動姿態，而且似乎被認為較少對本土文化造成認同性的影響，正因為如此，「引進來」往往被當作手段，而「走出去」才是目的。無論是學者、大眾還是官方政策的制定者，對於由西方（尤指美國）主導的經濟、文化的全球化行為充滿警惕，卻對輸出中國文化（其目的除了我們耳熟能詳的「讓世界瞭解中國」之外，是否還有希望由中國文化來主導文化的全球化進程的願望在其中？）抱有十足的熱情，對跨境影片的期待在一定程度上也是這種心態的產物，而對跨境影片的不滿或許正是因為這些大片本該擔當卻終未能夠擔當這樣的文化重任。

國產華語跨境商業大片以其傳播與接受的巨大規模（包括貢獻了高額票房的影院觀眾及難以計數的正版及盜版音像受眾）事實上參與了中國的自我文化建構過程，參與了民族文化身分和社會階層身分的認

同，也轉移和疏導了轉型期的某些社會心理矛盾。晚近以來，「軟實力」成為中國文化發展戰略中的關鍵詞，華語跨境大片的生產與本土接受狀況相信可能會因此而有所改變。

參考文獻

- 于晶、張振華(2007)。〈中國大片進軍奧斯卡的策略〉。《電影藝術》，第2期，頁118-120。
- 王釋(2007)。〈醜陋大片何其醜陋〉。《現代傳播》，第2期，頁162-163。
- 王一川(2003)。〈全球化時代的中國視覺流〉。《電影藝術》，第2期，頁10-15。
- 王敏(2007)。〈我們的國產大片少了什麼〉。《人民論壇》，第8期，頁58-59。
- 史可揚等(2007)。〈國產電影大片筆談〉。《唐都學刊》，第4期，頁65-66。
- 尹鴻(2007)。〈夜宴：中式大片的宿命〉。《電影藝術》，第1期，頁17-19。
- 吳月玲(2006年9月15日)。〈中國電影：大片時代到來了嗎——訪北京電影學院教授黃式憲〉。《中國藝術報》，第5版。
- 吳孝存(2007年7月2日)。〈我們為何仇恨國產大片〉。《中國青年報》，第10版。
- 周志强(2007)。〈中國大片的視覺殖民時代〉。《中國社會導刊》，第1期，頁60。
- 孟建、李亦中(主編)(2003)。《衝突·和諧：全球化與亞洲影視》。上海：復旦大學出版社。
- 河清(2007年2月21日)。〈全球化與一個民族的文化個性〉。上網日期：2008年2月20日，取自<http://www.blog.edu.cn/user2/LDW123/archives/2007/1646865.shtml>。
- 倪震(2006)。〈無極：中國新世紀的想像——陳凱歌訪談錄〉。《當代電影》，第1期，頁46-53。
- 孫紹誼(2006)。〈權力格局中的普適性策略〉。《電影藝術》，第5期，頁47-51。
- 孫慰川(2007)。〈論全球化時代華產跨國大片的發展策略〉。《中州學刊》，第2期，頁236-240。
- 袁蕾(2007年1月18日)。〈王朔說說說〉。《南方周末》，第34版。
- 郝建(2006)。〈李安跟我們何干〉。《中國新聞周刊》，第15期，頁84。
- 張頤武(2003)。〈孤獨的英雄：十年後再說張藝謀神話〉。《電影藝術》，第4期，頁26-33。
- 張頤武(2006)。〈升級換代的中國製造電影〉。《當代電影》，第2期，頁45-46。

- 張頤武 (2006)。《全球化與中國電影的轉型》。北京：中國人民大學出版社。
- 張頤武 (2006年11月24日)。〈草根與網路〉。上網日期：2007年12月15日，取自 http://blog.tianya.cn/blogger/post_show.asp?BlogID=105957&PostID=7562257。
- 梁振華 (2007)。〈大片病證解讀〉。《電影》，第3期，頁6-7。
- 陳曉明 (2001)。〈二十一世紀：如何想像中國〉。《電影藝術》，第4期，頁36-39。
- 陳鵬 (2006)。〈第五代與李安的差距〉。《瞭望》，第12期，頁60-61。
- 陶東風 (2007)。〈中國大片到了嗜血如命的時代〉。《藝術評論》，第2期，頁36-38。
- 章立凡 (2007)。〈新奢華主義大片：刻意迴避現實〉。《藝術評論》，第2期，頁39-40。
- 彭麗君 (2005)。〈新亞洲電影及其暴力的循環流轉〉。《台灣中外文學》，第34卷，第1期，頁107-126。
- 朝華 (2006年9月18日)。〈千萬不要讓「國產大片」誤導了中國電影〉。上網日期：2008年2月22日，取自 http://blog.sina.com.cn/s/blog_561e518d0100d98.html。
- 黃式憲 (2007)。〈中國電影的強勢崛起及其文化拓展〉。《文藝理論與批評》，第2期，頁49-51。
- 黃建宏 (2006)。〈合制電影中的感性分享〉。《電影藝術》，第1期，頁12-15。
- 楊彬彬 (2004年7月19日)。〈張藝謀訪談錄 全面回應觀影爭議問題〉。《新京報》，第24版。
- 劉洪波 (2007)。〈大片背後的國家美學〉。《上海國資》，第2期，頁74。
- 劉晗 (2005年9月12日)。〈全球化圖景下的中國認同——張旭東訪談〉。《21世紀經濟報道》，第33版。
- 聶偉 (2007年4月9日)。〈我們需要怎樣的「大片」——《滿城盡帶黃金甲》的冷思考〉。上網日期：2008年1月8日，取自 http://www.news365.com.cn/wxzt/wx_wenhua/elllellqzglyjxs/lqysllxy/200704/t20070409_1365245.htm

註釋

1. 筆者於2008年1月6日以「中國大片」為檢索詞在百度上檢索的結果是，相關網頁4,530,000篇，在Google的檢索結果是約有5,330,000項符合查詢結果，以「國產大片」為檢索詞在百度上的檢索結果是：相關網頁2,470,000篇，在Google的檢索結果是約有1,160,000項符合查詢結果。

2. 在大陸收納期刊文獻最全的「中國期刊網」上以「中國大片」為檢索詞在2000-2008年間的期刊文獻標題中檢索結果僅為92篇，去除重複和無關項，實際符合條件的為81篇，而這81篇中只有41篇可以算是學術或准學術論文。以「國產大片」為檢索詞，符合條件的為39篇，其中33篇可以算作學術或准學術論文。筆者通過對《當代電影》、《電影藝術》、《北京電影學院學報》2002-2008年的全部期刊調查發現，在期刊中發表學術和准學術評論的作者中，鮮有在中國國內知名度較高的電影學者參與。中國國內首屈一指的電影理論刊物《當代電影》、《電影藝術》針對大片發表的分析寥寥無幾，並且影響不大。在大陸唯一一所電影專業院校北京電影學院的理論刊物《北京電影學院學報》上，曾刊出了一組對華語大片的 research 文章，但作者均為研究生和青年學者。