



影视文化信息系列

王月强 主编

FUHUAYINGXIANG DE BEIHO



浮华影像的背后

华语大片的生存策略

李小丽 ■ 著

本书以“大投资、大制作、大明星、大营销”为研究对象

以“豪华的影像”为主要的分析

揭示更多的商业片背后的电影工业中隐含的关于中国大片的认识，并探讨其背后的意义

我们追求的是中国大片对于中国电影的意义

中国传媒大学出版社

浮华影像的背后

——华语大片的生存策略

李小丽 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

浮华影像的背后——华语大片的生存策略/李小丽著.

—北京:中国传媒大学出版社,2009.7

ISBN 978-7-81127-681-7

I. 浮… II. 李… III. 电影评论—中国—现代

IV. J905.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 105077 号

浮华影像的背后——华语大片的生存策略

作 者 李小丽

责任编辑 赵丽华

责任印制 范明懿

封扉设计 大鹏工作室

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷

开 本 730×988mm 1/16

印 张 13.25

版 次 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

书 号 978-7-81127-681-7/J·681 定 价 35.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

总序

陈汉元

这套系列丛书是由多篇论文组成的。论文的作者们都是博士。他们约我为此写一篇总序。这对我来说，确实不是一件容易的事。

记得我这一辈子只写过两篇“论文”，其实就是两个不同阶段的学习小结和心得体会罢了。其中一篇还是请一位年轻的研究者帮忙修改而成的，至今想起来还十分难为情。

在我读大学的那个年代，咱们国内还没有“学位”这一说，在履历表的“文化程度”这一栏里填上“高中毕业”、“大学毕业”即可。现在不一样了，不但有学士、硕士、博士，如今还有“博士后”的学位，只是好些人也不大明白这“后”字的确切涵义。

反正，在我的常识中，硕士、博士都是满腹经纶的人。这头衔来之不易啊，在专卖店里是买不到的，它是有志者用自己多少的生命、精力，观察、分析、学习、积累而得的智慧结晶。

我当年写的那两篇“论文”，加在一起，总字数也没有超过一万字。但我真的觉得那个写作过程已是“度日如年”。

现在倒好，凡博士论文，字数都不能少于十二万字。一听，都把我吓死了。不要说我想不出那么多话，只是让我啥也不必想，就是抄这十二万字也非把我抄到病房里去输液不可。

在此背景下，要我为博士们的论文集写“总序”，实在是勉为其难。好在我是电视业的老人，接触影视文化活动比较多，既有一些直接参与创作的经历，也充当过不短时间的经营管理角色，所以在影视文化领域多少还知道一些状况和过程。既躲不开份享那份欣喜和激动，也逃不了那些郁闷、无奈和困惑。

所以，我在阅览这些用国际思维写就的论文的时候，首先觉得它们是可信的。其次，我还觉得虽然它们的具体立论和分析对象不同，但是都富有吸引力和说服力。借用中医针灸学的概念，可以说每一针都扎在穴位上。其三，我也强烈地感受到，博士是名副其实的学者，学者的活动就是全方位地透彻理解“世界”，而理解的目的是为了改造“这个世界”。其四，最可贵的是，这些论文对其研究的“世界”应该改造什么，又怎么改造最有效等也提出了富有社会责任心的建议。

就我所知，这些论文的作者们都是有多年专业经验的人，换言之，他们本来都有一份不错的工作，其处境和前景也可以说是令人羡慕的。那么，他们到底是为了什么背井离乡，甚至“舍家弃业”，而花费整整三年光阴来攻克这个“博士”学位呢？

这虽然不是什么百思不得其解的谜团，但肯定与“生存”、“温饱”没关系。说是为了“充电”，好像也是肤浅的诠释和推测。说是“虚荣心”作祟，只是为了拥有那顶发亮的博士帽，这未免太俗气，代价也太大了吧！

或许这是一个不会有标准答案的问题，因为每个人的内心深处都有一个“自我”，这个“自我”就像每个人的指纹一样，不会雷同。

然而，尽管如此，单从每篇论文命题的提出到论证的结果来看，他们的共同之处都非常明显：就是强烈地要改造“世界”。

这个“世界”也的确需要改造了。

一个年富力强的学者满怀激情地对“这个世界”进行长达数年的深入细致的考察和苦苦思索，然后形成理性的呼吁和“呐喊”，这难道还不是一个又一个无价的科研成果吗？

我衷心期盼，这些由知识和见地博大精深之士精心培植的累累硕果，能与更多的人分享，使之成为“生产力”，而不会始终被云烟所覆盖。

2009年4月

总想超越自己的小丽

宋家玲

小丽考博的那一年,我仅录取的两个女博士生有着许多相似处:都是孩子的妈妈,都来自电视台,都有过多年的工作经历,甚至也都有过人生的辉煌。这些,令我产生颇多感慨:当今,能进入省市一级电视台干编导、当记者,而且还干出点名堂来,有名有利可图,岂不是十分叫人羡慕的事情?在事业有成的情况下,她们却毫不可惜地抛开这一切,离家舍业,或带孩子,或孤身一人,经过勤学苦读,在考试的严酷竞争中必须出类拔萃才得以进入清贫的大学校园。之后,又要经过三年的勤学苦思,广搜资料,绞尽脑汁,恨不得敲断电脑的键盘,最后写出一篇具有相当学术价值的毕业论文,接受业内专家们严格的评审,过关了,才能戴上那顶飘着红带子的博士帽。在有些人看来,这是何苦呢?戴上博士帽子就一定能找到自己满意的工作、过上满意的生活吗?以前,可以;现在,未必。

那么,真是的,何苦呢?

我只能得出一个结论:她们不满足现状,期望将人生价值提升到更高的新起点。在那里,人生有可能迸放出更加绚丽的光彩。细想想:人不就是该这样活着——充满挑战和新奇——才更有意义吗?

这话,说起来容易做起来难。何况,她又独自带一个正上小学的孩子,每天上学接送,辅导功课;还得顾家务,洗衣做饭,等等。在这诸多的必须牵挂之外,才能安排读博的事情。

小丽读硕士时,我是她的导师,知道她的经历是很丰富的,做过教师,当过职员,先后在平面媒体、电子媒体干过编辑、记者,拍摄过纪录片。所以,她比其他刚出校门的博士生们要更老练一些,成熟一些。人显得很文静,为人处世,不

骄不躁,交给她办的事情,从来没见过她说过一个“不”字。难一些的,她会找你商量,尽量理解透意图,从中找到解决的办法。

其时,在《当代电影》的支持下,北京地区拥有电影学博士点的几家高校和科研机构轮流举办“博士论坛”,优秀论文可被《当代电影》选发,在相关专业的博士研究生中产生较大影响。有一年的秋季轮到我校主办,任务落到李小丽身上。从确定选题和研究主讲人员,到邀请哪些单位、哪些专家参加,以及会议的程序,经费的筹集、支出等等,事无巨细,样样都得操劳。哪些事需要导师拿主意,哪些事需要得到相关单位的支持,哪些事需要同门师兄弟、师姐妹的帮助,她都做得井井有条、合乎章法。结果,那一届论坛举办得十分成功,上海方面有几位博士生也赶来参加了。各方面反应良好,出了好几篇优秀论文,受到《当代电影》领导的好评。小丽的工作能力从中可见一斑。

小丽的学习很刻苦,但从不出表现出来,从不叫苦。我先后带她做过两个课题,其中一个工作量很大。我担心她会拖时间,没想到她仍如期完成。认真,负责,不给别人增加麻烦,这是她做事为人的原则。

对于博士论文,小丽早有准备。原定在影视叙事修辞方面,也做了一定资料的收集整理,但总觉得出新不够,理论基础显单薄,就放弃了。之后,她跟我商量再三,最终选择中国大片叙事研究。这个题目很有现实意义,但又极富挑战性,直接相关的理论缺乏;而且要同海外大片——特别是美国大片对比,不下些工夫是难以做好的。

作博士论文,越靠近现实的题目越容易引起争论,越不容易找到现成的理论依据。因此,对博士生的理论基础、视野以及勇气、自主性都是一个严峻考验。开题之后,她就一头扎入论文的资料梳理、充实和初稿写作中。大概过了三四个月吧,她就先后将各章节写出传给了我,速度之快令我惊愕。在这之前,至少我的博士生没有这么快的。囿于此,我对其质量打上了问号。但看了通篇论文之后,我的担心消除了。出乎我的意料,论文不乏理论色彩,很多的论述分寸把握得当。与美国大片的比较,也还分析得较透彻。当然,存在的问题和漏洞也不少,但少有致命或颠覆全篇之处,要修改较容易。返回意见后,她改了两稿,提前半年答辩并顺利通过。这在我带的博士生中算是开了一个先河。

毕业后,她进入北京一所著名大学的博士后流动站进一步提升自己的科研水平和能力,同时把自己的博士论文进行修改、充实,形成了这本专著。她嘱我写序,我拉拉杂杂写了以上的一些印象和感慨。

相信小丽会利用现在所处的优越的科研环境,勤奋耕耘,培植出更多更好的学术成果。

2009年5月16日于中传寓所

绪 论 /1

第一章 好莱坞大片:俘获世界观众 /8

第一节 好莱坞的大片情结 /9

第二节 好莱坞大片形成的历史际遇 /16

第三节 文化策略和技术革命 /23

第四节 好莱坞大片的全球化 /29

第二章 是“抓住机遇”还是“走入歧途”——中国大片的生成语境 /39

第一节 “狼来了!”和中国电影改革 /40

第二节 民营公司:低调入场与高调搏杀 /51

第三节 新媒体时代电影的生存危机 /66

第三章 浮华影像能否载动普世意义——国产大片的文本分析 /81

第一节 影像:令人震撼的大片之美 /82

第二节 叙事:大片的价值所依 /94

第三节 修辞:大片的点睛之笔 /106

第四章 逐渐消隐的主体——大片的建构者 /116

第一节 新时期的文化英雄 /117

第二节 媚俗或妥协——摇晃的立场 /129

第三节 外看的广度与内省的深度 /136

第五章 众声喧哗——大片的解构者 /140

第一节 被动的受众 /141

第二节 大众文化催生出来的受众 /148

第六章 商业美学的意义呈现——大片的前景 /159

第一节 运转中的电影 /160

第二节 电影中的商业与美学 /165

后 记 /196

参考文献 /198

目
录

绪 论

当我刚刚定下这个博士论文题目时,心里还颇有些激动。

因为这是一个没有人做过的题目。换句话说,这是一个不怎么受人重视的题目。虽然中国大片如果说从电影《英雄》开始,也仅仅只有五六年的时间,但大片的影响力却是深远的。可以说,大片是中国当下电影的一个最令人瞩目的现象。这个现象除了引起了各种杂志、报纸、网络的热炒和学界的简单评判之外,鲜见专业性的、客观性的学术研究工作。媒体上连篇累牍的关于大片的文章和新闻,使得大片成为中国当下电影中最具有争议的话题,然而关于大片的实质性讨论和专题研究却凤毛麟角,那些涉及这些影片的只言片语几乎无一例外地提到了它们的“大而空”和“浮华”问题。也就是说,大片和其他中国商业电影一样,没有引起人们的严肃思考。

把大片作为博士论文的研究对象,解剖它、分析它、评判它、预测它,是不是可以得出一些关于中国大片、关于中国电影的新发现?是不是可以让更多的人知道隐藏在浮华影像背后的东西?正如文化学者罗岗所说:“文学作品是一种文本,后来范围扩大,报纸杂志也是文本,图像是文本,电影是文本,甚至整座城市也可以当做文本。研究这些文本就需要细读它们,通过细读来触摸文化背景……现象在那里,如果没有理论的照亮,它自己不会开口说话,还是需要研究者的解释。”^①由此,我兴致勃勃地,准备像剥茧一般,用十八般武艺,将大片重重解构,再试图建构一个可能的前景。因为大片是中国电影的一部分,而且是重要的一部分,电影学者应该对它有个立场。

① 罗岗语,引自李欧梵、罗岗:《视觉文化·历史记忆·中国经验》(代序),载于罗岗、顾铮主编:《视觉文化读本》,广西师范大学出版社2003年版,第18页。

岂料,研究工作还没有正式展开,就遭遇了尴尬的质疑:“大片研究? 大片是垃圾! 大片算是艺术吗?”“大片,不就投资大嘛,还值得研究?”“大片也是电影,难道它有什么特别的吗?”面对这些质疑,我也有点乱了方寸:研究大片的必要性到底是什么?

大片,在中国,可谓新生事物。它是中国电影走向商业化、产业化道路的直接结果,它是国产电影为获得合法性地位的一种尝试,也是中国国产电影的一种重要样式。大片以其“大投资、大制作、大明星、大市场”为鲜明特点,以其“奢华的影像”为主要的标识,观众更多的是从具体的电影文本中得出自己关于中国大片的认识,而透过浮华影像的背后,我们是否能挖掘出大片对于中国电影的实质意义?

大片对于好莱坞来讲,也许并不是一个复杂的概念。因为好莱坞一向把电影当做商品一样来生产和销售,大片无疑是一种奢华产品策略。在长长的好莱坞电影历史中,好莱坞的大片情结以及大片实践,已经为好莱坞当下的大片生产积累了不少经验和教训,所以出现了轰动一时的大片《泰坦尼克号》,出现了品质超群的大片《黑客帝国》、《指环王》,也出现了不尽如人意的《后天》、《特洛伊》,甚至还有一败涂地的大片《未来水世界》。大片在当下的好莱坞,数量多样,品种繁多,已经是一种比较成熟的电影样式,它有一整套的制作、发行、放映模式,并在票房上占据重要地位。

而中国的大片,却还刚刚开始:歧义丛生,面目暧昧。

从投资上看,在中国一部电影投资在 1000 万美元以上的,就可以称为大投资,但这样的电影在好莱坞算不算大片? 从市场上看,任何一部商业电影的最终目标都是市场收益,那么国产大片的“大市场”如何计算? 国产大片生产究竟是巨大的浪费还是中国电影产业化的一帖良剂? 国产大片中的“大而空”问题是当下图像时代的阴谋,还是技术至上带来的结果? ……

揭开浮华影像的面纱,中国大片也许会越来越清晰地呈现出来,能够回答以上这些问题。在国产大片显影的过程中,我们也许会发现一些关键元素,而这些元素将控制国产大片的发展方向。也许,这就是研究国产大片的意义吧!

国产大片的出现,不是空穴来风,也不是偶尔为之。从 2002 年电影《英雄》拉开中国大片帷幕开始,中国电影业每年都出现几部大片,它们将分散在各种

媒体中的观众重新拉进了电影院,它们制造了中国娱乐业重要的话题,它们的票房成绩支持了中国电影的再生产能力。乍一看去,似乎是资本运作在控制这一切,就像有些电影人说的,只要有钱,我们也能像好莱坞一样生产式样繁多的电影产品。但细想之下,情况却又不会如此简单。

如果说国产大片是一株刚刚长成的小树,那么树的种子则来自好莱坞。好莱坞的大片情结在好莱坞电影生产的早期就有或多或少的体现。历届奥斯卡奖对电影视觉效果的重视,大制片厂对大制作电影的钟情,好莱坞与电视业的抗衡,数字技术的大获全胜,这些原因导致了好莱坞大片不断成长成为一种能俘获世界观众的名牌产品。在全球化的今天,好莱坞大片使得全世界成为一块银幕,它对其他国家的电影业产生了深刻的影响。中国当然不例外,1994年,中国观众第一次看到了美国大片,美国大片像一阵旋风,不仅刮开了中国电影市场上的迷雾,也卷走了中国电影的票房收入。同时,这阵旋风还带来了大片的种子。

这粒种子在中国等待了很久,徘徊了很久,它在寻找最适合它生长的土壤。20世纪90年代,中国电影业逐步从计划经济走向市场经济,开始了电影从创作、制造、发行,到放映的全面改革。此时,中国经济全面恢复,经济发展速度呈高速上升阶段,积累了大量资本,民营企业涉足电影业。加之新媒介的不断发展和渗透,传统电影业面临越来越多的困境。在这种情况下,大片的种子终于可以种植了。中国电影业的市场化发展方向为国产大片提供了最好的生长土壤。

谁来种植大片的种子?当然是有经验的园丁——电影业的精英。从历史业绩和知名度来看,张艺谋、陈凯歌、何平、冯小刚无疑是重要人选。但他们并不像好莱坞导演那样,长期在电影商业运作环境中成长起来,而是历经了电影从艺术、从文化的本性向电影商业性转变的艰难过程。他们是曾经的文化英雄,致力于艺术创新和形式探索。但在种植国产大片时,他们不得不矫正自己的方法,他们必须将自我小心翼翼地遮蔽起来,当艺术与商业产生矛盾时,他们会妥协、会退让。但一味地顺从市场,也不会有理想的效果。只有当创造者一方面加深自己内省的深度,一方面增强向外看的广度,才能形成多元的、厚实的创作基础。

大片的种子在中国的土壤中顺利发芽、生长,逐渐成为一棵小树。这棵小树虽然枝叶齐全,却具有一种不平衡感。有些国产大片的主题与主流的意识形态不太匹配,有些大片华丽的影像遮蔽了叙事的逻辑性,还有些大片平淡无奇,根本不具备大片的价值。大片遭遇了前所未有的批判。观众一方面经不起大片的诱惑走进电影院去消费它,另一方面又在媒体上众声喧哗,集体解构大片。大片在一片骂声中积聚经验,逐渐向正规的电影商业化运作前进。

大片寄托了太多人对中国电影的期望,大片在中国还是刚刚开始。但大片在运作中所呈现的问题和所取得的突破性成绩都是令人瞩目的。借助外来的一粒种子,中国电影业出现了一种新的电影样式——商业大片,它与中国电影其他样式如主旋律电影、小成本商业电影、独立电影等一起,使中国电影品种更加完善和丰富。大片在制作、发行、放映环节中的良性循环,为中国电影的产业化道路探索出了方向。大片在资本的支持下,开发了电影新技术和新设备的所有潜能,为提高整个电影质量和品质做出了有益的尝试。同时,在大片的运行过程中,也凸显出了电影艺术性与商业性之间激烈的矛盾冲突。在常见的电影观念中,电影的艺术性与商业性似乎是一组二元对立的矛盾:要么是为了票房牺牲电影的艺术性;要么是为了电影的艺术性而牺牲商业利益。似乎电影艺术与商业之间的冲突永远拒绝和解。如果抱着这种二元对立的态度看待电影的艺术性与商业性问题,矛盾就无法化解,也不会诞生像《泰坦尼克号》这样经典的电影作品。在成功的电影作品中,艺术与商业彼此联姻、互相拥抱,这让每个人都满意。

在电影艺术与商业互动中,逐渐生成一种商业美学倾向。它服务于电影的商业目的,同时也坚持表现人类思想、情感和经验,并通过对感官的刺激达到对心灵的探索。它不仅满足了投资者的资本回收愿望,还满足了观众的影像审美需求。而我国目前的大片生产在商业美学追求上还存在问题。在大片艺术元素和商业元素的配置中,还存在不平衡的现象,在大众美学、类型化、明星制和数字美学方面还有很多需要改进的地方。或许,国产大片在正视了这些矛盾和问题之后,随着制作经验的积累,会成为中国电影的一个越来越成熟的影片样式。

总结起来,研究大片的意义在于,在所有媒体竞争中,电影大片是最具竞争

力的。随着电视、网络和不断出现的新媒体一步步蚕食着电影领域,严酷的商业竞争不断催生出新的娱乐方式,遍布世界每一个角落的各种影像分散着传统电影观众群。在这种情况下,只有大片,才能将电视观众、纸媒体受众和网络受众吸引到电影院中来。大片是中国电影在当下生存的一个重要策略。大片既是中国电影自保的策略,也是中国电影产业发展的策略。虽然发展初期的大片并不能让人满意,但它的票房收入却保证了电影再生产的能力,也提供了改良大片的下一轮机会。如此,电影生产才能进入一个良性循环过程。

同时,大片还承担着对内传播普世的价值观、对外输出东方文化的责任。因为大片是追求最广泛的观众群。在本土市场上,大片的综合营销使其深入人心,它的消费者比其他电影类型要广泛得多。面对如此多的观众,大片可以更好地发挥它的文化功能,将普世的价值观、传统道德、主流意识用赏心悦目的电影形式输送到观众那里。在海外市场上,由于大片有雄厚资本的支持,它可以引起更多海外观众的关注。这样,大片所描绘和宣扬的东方文化也可源源不断地到达世界更多的地方。

另外,大片在制作过程中还开拓出许多新的领域,如电影的综合营销、资本运作、技术创新,并创造出电影新的审美倾向,带给观众非同一般的观影体验等等。

所以,在中国当下电影的关注中,如果忽略了大片现象,将是中国电影研究的重要缺失。

对于国产大片研究,笔者多是站在阐释者的立场上进行研究。透过大片现象,笔者想客观展现其原意,露出其本来面目,或试图发现、建构一层新意,来呈现于人。笔者不能对研究对象(国产大片)进行定性、命名或提供评价标准,也不能得出独断性的结论。也就是说,笔者的研究方法不是运用一个宏大的理论对大片进行定性定量分析,不是从抽象出发,推演出一种新理论。而是从具体的现象出发,用类比的方法,寻找它内在的规律。

从研究范围来看,笔者不仅紧紧关注研究对象本身(大片的具体文本),还涉猎了大片的外在环境(好莱坞影响)、生成语境(中国电影市场)、制作者、受众和大片的前景等方面的问题,来客观分析研究对象的外在原因以及研究对象与外在因素的关系,把研究对象内部与外部结合起来,尽可能得出相对全面的论述。

从研究的技术路线来看,笔者更多沿着历史研究的路线,从具体的事实出发,在尊重材料的同时,归纳出自己的观点。但在整理历史事实时,笔者也采用了逻辑的研究方法,让事实更加具有整体性、系统性和说服力。

由于论题是一个比较新的话题,很少有人进行过系统的、科学的、全面的论述和整理。因此,在文献使用上,没有直接的、现成的材料可供参考和类比。所以笔者更多地选择了与本论题相关的一些理论和材料。比如,在国产大片的外在影响方面,笔者借助了研究者对好莱坞大片的研究成果,像理查德·麦特伯的《好莱坞电影——1891年来的美国电影工业发展史》、珍妮特·瓦斯特的《浮华的盛宴——好莱坞电影产业揭秘》、明安香的《美国:超级传媒帝国》、蓝爱国的《好莱坞制造:娱乐艺术的力量》以及在国内各种杂志上发表的各国学者对好莱坞电影研究的文章。

在国产大片的生成语境方面,笔者参照了历年来的中国电影备忘录、中国电影改革规范性文件,以及各位学者针对中国电影产业化道路发展进行的各种研究。

在大片文本分析中,笔者运用了电影叙事学、电影修辞学和电影造型艺术理论的相关知识,对大片文本进行了详细的解读。

在电影观众研究方面,笔者引用了传播学中受众理论、大众文化理论以及影视受众理论,如丹尼斯·麦奎尔的《受众分析》、罗杰·迪金森的《受众读本研究》、黄会林的《影视受众论》、布·A. 奥斯丁的《电影工业与观众研究》、古斯塔夫·勒庞的《乌合之众》、约翰·菲斯克的《理解大众文化》、戴锦华的《隐形书写——90年代中国文化研究》、南帆的《双重视域——当代电子文化分析》、赵勇的《整合与颠覆——大众文化的辩证法》等。

在最后关于国产大片前景的论述中,笔者更多地借助了关于电影本体研究的历史成果和最新成果,为当下的国产大片生产做了一个预测性的描述。这个描述当然是粗线条的,笔者今后会不断积累学术经验,会继续对这个问题进行关注和研究,以期得出更为精细的描述。

国产大片是中国电影业的一个重要现象和事实,笔者当然希望能用自己的学术知识对这一现象进行充分、全面而客观的解释。但任何一套分析方法都不能够也不可能“看到”全部的现象。因为,即使在同一个客观世界的同一个面

相,也可以从几个不同的认知角度去观照它。每一次不同的观照,都会使它获得一种新的关联,一种新的意义。美籍华人学者孙隆基对此做了一个形象的比喻:“认知意向对客观世界的这种照明作用,就好比在暗室中将一盏灯移至某一角落,去照亮这个暗室中满堆着的杂物,并且将这堆杂物的由光暗对比形成的轮廓,从这个特殊的角度去勾画出来一般。然而,正因为这样,任何照明的作用都不能够、也不可能同时看到从所有角度展呈出来的轮廓。”^① 笔者的这篇博士论文,为中国大片照出一片微弱的光芒,也许不够清晰、也许不够全面、也许还不够亮度,还照不出大片的全景和本质。但我相信,随着更多研究者对这一论题的关注和研究,国产大片会向大家呈现出它的全貌的。

① [美]孙隆基:《中国文化的深层结构》,广西师范大学出版社2004年版,导论。