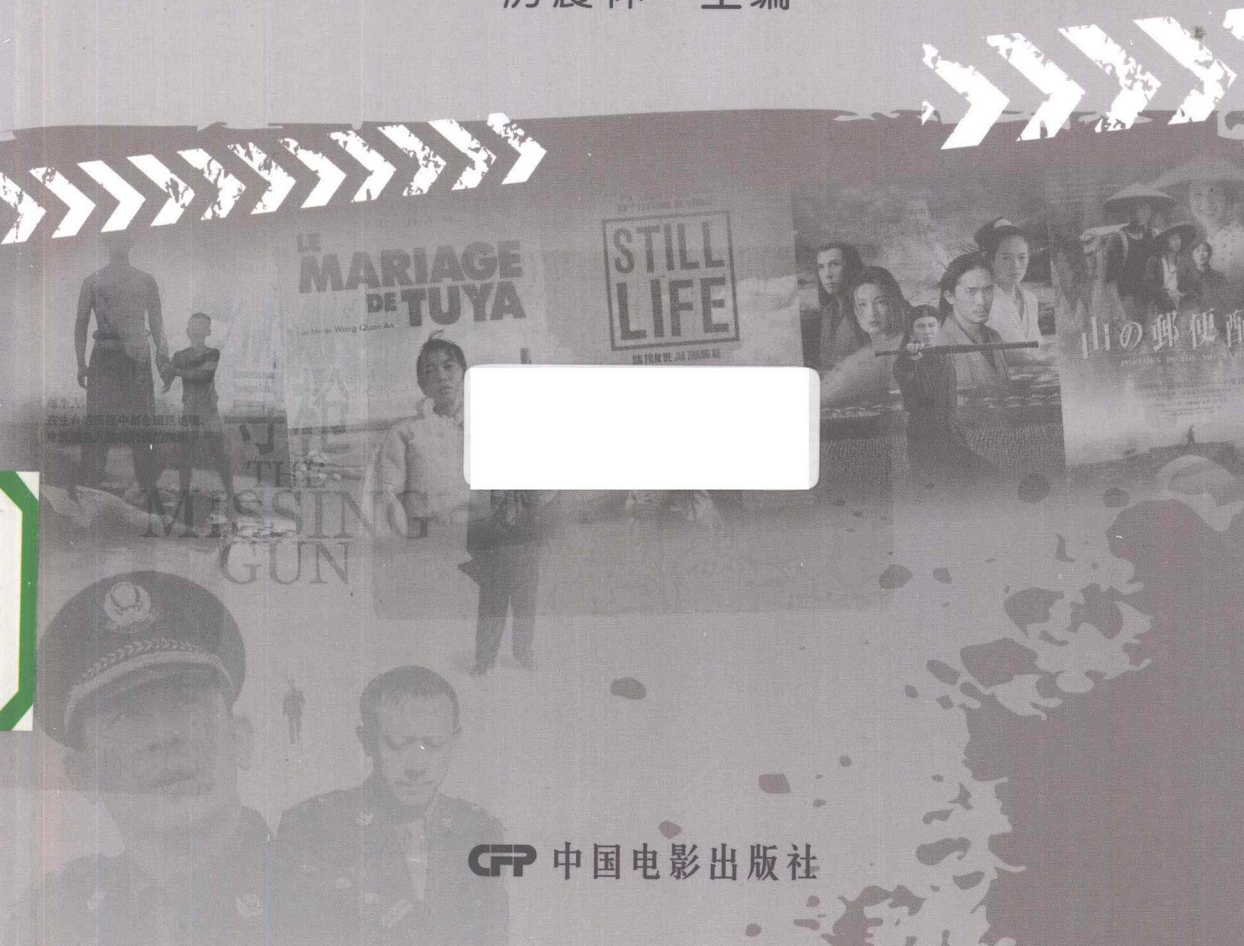


上海戏剧学院 电影学丛书

中国国际获奖电影的 国家形象研究

厉震林 主编



CIP 中国电影出版社

本书系上海市教育委员会科研创新项目成果

中国国际获奖电影的 国家形象研究

厉震林 主编

 中国电影出版社
2013·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国国际获奖电影的国家形象研究 / 厉震林主编
--北京 : 中国电影出版社, 2013.2
ISBN 978-7-106-03620-1

I. ①中… II. ①厉… III. ①电影文化-国家-形象-研究-中国 IV. ①J905.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013) 第036385号

责任编辑: 杜若冰
封面设计: 北京创意源文化艺术有限公司
版式设计: 北京创意源文化艺术有限公司
责任校对: 李天天
责任印制: 张玉民

中国国际获奖电影的国家形象研究

厉震林 主编

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路22号) 邮编: 100013
电话: 64296664 (总编室) 64216278 (发行部)
64296742 (读者服务部) Email: cfpymb@126.com

经 销 新华书店
印 刷 中国电影出版社印刷厂
版 次 2013年3月第1版 2013年3月北京第1次印刷
规 格 开本/710×1000毫米 1/16
印张/16.75 字数/250千字

书 号 ISBN 978-7-106-03620-1/J · 1393
定 价 40.00元

目 录

第一章 绪 论

第一节 国际获奖电影的国家形象生成.....	3
一、经济与文化的流行背景	4
二、几种创作方向与国家形象.....	6
三、软形象的“陷阱”	11
第二节 国家形象与三大平衡系统.....	14
一、国家形象的电影图谱.....	14
二、国家文化符号与自然显现的平衡	16
三、表达与遮蔽的转换	21
四、电影的精神	24
第三节 国家形象的符码化表述	25
一、期待视域、国家差异与文化认同	25
二、人物符号与国家形象.....	28
三、布景的异文化效果	30
四、色彩的意义.....	32
五、音响的指代性	34

第四节 趋同差异的国家影像	36
一、主动趋同和被动趋同	37
二、城市元素的国家形象表述	40
三、地域与青年文化形象	45

第二章 国家形象的合力、妥协及对峙关系

第一节 国际获奖电影的“印象中国”	53
一、“第五代”的民俗中国	53
二、“第六代”颠覆式的中国形象	54
三、21世纪的武侠帝国	56
第二节 21世纪武侠大片的矛盾合力	57
一、有意识的正面合力	58
二、无意识的负面合力	61
第三节 独立电影在逆向传播中的妥协	64
一、默认为的片面解读	64
二、错位的臣服	69
第四节 民俗电影的正负形象对峙	71
一、精华与糟粕	72
二、现代气息与旧时代	75
第五节 国家形象的正面策略	76
一、人性和历史	76
二、普世价值	77
三、正面的自觉意识	78

第三章 电影修辞元素的国家形象效果

第一节 不同阶层文化形态的国家形象	84
一、“准艺术派”的民俗中国	85
二、“准现代派”的片面中国	86

三、21世纪的武侠帝国	88
第二节 物质形态与精神形态	90
一、电影物质与意识的关系	90
二、新殖民主义时代的喜好	92
三、西方价值体系的替罪羊	95
四、逃避于历史神话中的反抗	96
第三节 城市形态和农村形态	97
一、象征的写意	98
二、隐喻的写实	101
第四节 时间形态与空间形态	103
一、线性时间与超话语性的空间	104
二、最小时间畸变之内的涌现效果	106

第四章 国际社会阶层、领域及群体的认同比较

第一节 国际媒体的传播及态度	112
一、资讯和评论	112
二、态度与认同的变化	116
三、整体的单一性	126
第二节 民间阶层与华人学者	127
一、民间阶层：认同与差异	127
二、华人华侨学者：全球化场域的国家形象	137

第五章 世界主要国家和地区认同差异

第一节 差异与误读	148
第二节 西方媒体视域中的中国电影	150
一、20世纪80年代的想象认同	150
二、20世纪90年代的关注	157
三、21世纪以来的多元阐释	159

第三节 亚非以及港台地区的中国电影观	164
一、认同与担忧	164
二、软约束与文化崛起	168

第六章 国家形象的固滞和流变分析

第一节 《拆弹部队》的启示	173
第二节 国家形象的固滞	175
一、从动力变成样板	175
二、时代的集体印记	177
第三节 国家形象的流变	181
一、指认的误差	183
二、创作者的突围	186
三、关于中国的想象	190

第七章 电影生产者及中国人的态度

第一节 获奖电影生产者的自述	200
一、国家形象与电影作者	200
二、与后殖民无关的辩解	201
第二节 国内学者的文化阐释	206
一、有关后殖民的学界观点	206
二、无意识的民俗展示	210
三、国家形象的电影软实力策略分析	215

第八章 国家形象与误读、禁忌及“粉丝”消费

第一节 中国形象的误读	223
一、关于表现的无意识误读	224
二、跨国文化对话与有意识误读	228

三、现代主义和后现代主义的交叉误读.....	230
第二节 意识形态禁忌下的作者叙事	234
一、禁忌的电影	234
二、地下电影的误读	236
三、一种作者意味的叙事	238
四、作者叙事的悖论	247
第三节 明星、“粉丝”文化与国家形象的关系	248
一、观众的建构	248
二、明星文化与潜在的国家形象	250
三、国家形象的“粉丝”消费及重建	254
后 记	259

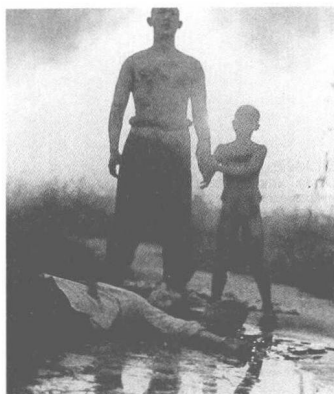
第一章 绪 论

第一节 国际获奖电影的国家形象生成

中国电影已有百年历史。应该说，中国电影一直与现当代历史发展同步，它的发展也依赖于中国经济、社会和文化的发展。

新时期中国电影进军世界影坛经历了三个阶段：第一阶段是20世纪八九十年代，“第五代”电影导演以在国际电影节获奖为突破口将自己的作品推介给全世界；第二阶段是20世纪90年代的独立电影时期，被称为“第六代”的新生代导演则以体制之外操作的所谓“地下电影”，在国际电影节上以一种“另类”的形态继续着中国电影的国际影响；第三阶段，是21世纪的跨国制作时期，它的特点是在中国加入WTO以后，“第五代”和“第六代”导演全面进入吸收全球资本、面对国际市场的电影产业主流，虽然也屡次在国际影展上获得佳绩，但是，其目的和形式已经与前两个阶段发生了很大的变化。如此三个阶段，呈现了不同的国际化特征，从而也带来了相异的国家形象呈现。

国家形象成为一个文化的普遍话语，首先要从国家形象的缘起国际关系和传媒的角度进行论述。国家形象本来就是国家在国际关系的互动之中产生的，对内称不上国家形象，最多属于一种政府形象，离开



《红高粱》剧照



《黄土地》剧照

国境才与国家形象有关,它是跨文化语境的行为。雷默(Joshua Cooper Ramo)在其新著《淡色中国》(Brand China, 2007)中提出:国家形象是当前中国的最大问题。文章中指出,在如今的全球化时代,中国如何看待自己和其他国家如何看待中国,将在很大程度上决定中国的发展和未来。雷默还认为,中国在国家形象上的难题,与其说在于国家形象的好坏,不如说在于中国人自身的国家想象与国际社会对中国的想象差距甚大。如果不仅从国际关系的角度,而从更广的文化角度看待问题,那么,对于中国的当下来说,国家形象可以成为中国重思自己和重思世界的一个契机。这一认识,颇包含有一些丰富、宽广而深邃的内容。

一、经济与文化的流行背景

1. 大国的崛起及其诘问

进入21世纪以来,中国的发展步伐日益加快,移动通信、数字技术、因特网的普及极大地改变了中国人的生存和生活方式;另一方面,世纪之交的中国经济已进入全面而快速的工业化阶段,有研究机构通过定性分析和定量计算进行了超长期预测,认为2050年中国GDP总量可能达到15万亿美元左右,人均约为10万美元,经济总规模仅次于美国居世界第二位。2005年5月9日的美国《新闻周刊》的专题是“中国世纪”,它提出了四个作为中国世纪象征的事物:汽车、企业、电影和教育,认为中国电影在世界的影响说明了中国文化力量。

21世纪的中国得益于30年来的改革开放,尤其是1990年以后国民经济连续快速增长,中国从一个孤立封闭的国家变成一个拥有联合国安理会常任理事席位,广泛参与国际事务并在国际上影响日增的国家;从一个穷国变成了世界最大的经济体之一;从一个经济上自力更生、自营

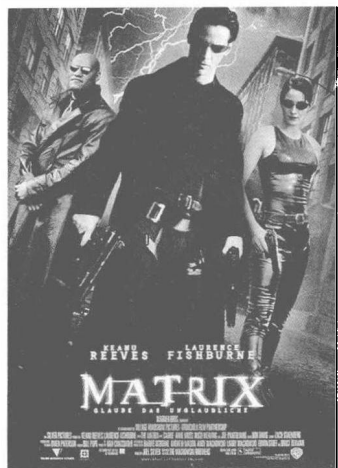
自足的国家，变成了制造的商品充斥世界各国而又对世界上的能源有着巨大需求的国家。中国变化的巨大和快速，不但令世界各国一时难以适应，连中国人自身在认识上和观念上也难于适应。最为重要的是，西方用来解释中国的理论不断地失效，中国用来解释自己的理论也往往落后于中国的现实。这时，中国是什么？中国何以会有如是的演化？中国会成为什么？中国将给世界带来什么？如此一系列的问题不时地扣问中国及全球。也可以说，中国作为大国崛起出现了中国与世界的互动，从而产生了国家形象，而中国与世界的互动又对中国改革的深入有着相当的影响。

因此，21世纪获奖电影表现出的国家形象，乃是随着经济的不断发展，中国自我的不断提升，而表现出的一个新的，不同于过去纯粹迎合西方猎奇思想的，有着自己灵魂的国家形象。

2. 中国元素在世界流行

21世纪初始，一部《卧虎藏龙》让世界重新刮起了一股中国风。中国功夫包裹着时尚的外衣出现在《黑客帝国》这样的在全球范围内引起巨大反响的大片之中。中国元素开始走俏于好莱坞，中国功夫也借由好莱坞的营销手段被介绍给了全世界。接着张艺谋的《英雄》在北美上映，获得中国电影前所未有的海外票房奇迹，让这股中国风越演越烈。此后，美国与中国联合制作的《功夫熊猫》在全球上映，将中国功夫推向了高潮。

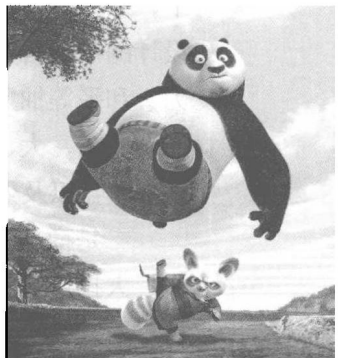
此外，21世纪以来随着社会、文化、外交和经济的不断发展，中国参与了越来越多的国际赛事和区域合作会议，其中标志性的事件有2008年北京奥运会和2010年上海世博会的成功举办，都让世界的



《黑客帝国》海报



《英雄》海报



《功夫熊猫》剧照

目光聚焦在中国。毫无疑问，中国元素的流行是21世纪华语电影走向国际的有利外部环境。

二、几种创作方向与国家形象

与20世纪八九十年代的中国获奖电影相比，21世纪中国获奖电影呈现出类型的多样性、题材的国际性、故事的开放性、人物的边缘性、制作的商业性等特征。

1. 新武侠片的形成

在中国电影的初期，武侠片就是各个电影公司的“摇钱树”。从某种意义上而言，武侠片是中国人的成人童话，是中国的《哈利·波特》。金庸的武侠小说一部又一部地重拍，观众一边批评一边追看，这是中国影视市场的一个奇特现象。2000年，李安的《卧虎藏龙》作为非英语片在北美商业院线成功发行，并且成为当时美国票房最高的外语片，甚至出人意料地获得华语电影在“奥斯卡”上的第一部最佳外语片大奖。但是，从张艺谋的《英雄》在2002年开启了中国大片时代以后，来自社会各界的批评则是一直没有停息，主要是针对大片巨大形式与空泛内容的强烈反差。随之而来的“第五代”导演虽然表白自己从来没有想过问鼎“奥斯卡”，但是实际情形却是颇有跟风之嫌，众多具有国际票房号召力的中国导演投入了武侠片拍摄的行列，产生了与20世纪八九十年代颇为不同的文化判断和美学风貌。

一是概念化和扁平化。在将中国电影推向世界舞台的焦急心态驱使下，张艺谋、陈凯歌等导演纷纷采用了古装武侠和宫廷题材。经过精心设计的中国古典服装在银幕中被绚丽纷呈地展示，包裹着象征罪恶、权力、和平等抽象概念的人物。如果说观众反感计划经济时代生产出来的所谓“高、大、全”式的英雄人物，那么，对于高度商业化、盲目追求眼下利益以及处于他者视野中的扁平历史人物，观众也同样觉得反感。

二是商业化和奇观化。在中国电影的产业化进程中，电影的大制作、大投入必然要求在全球市场获得利益。因此，一系列大片中出现了满足西方猎奇心理的奇观化场景，将中国的民俗乃至传统庸俗化，对国家形象的构建产生了负面影响，造成了西方对中国传统文化的误解。推

广中国的传统经典文化是否必须依赖这种既无历史回应又无现实依据的干瘪形象？将国家形象加载在这些虚假造作的人物身上呈现给西方观众，怎么能树立起一个正在蓬勃发展的大国形象？如何将传统文化按照大众文化逻辑建构成有品牌效应的产品推向海外？这些都是值得电影创作者深刻思考的问题。

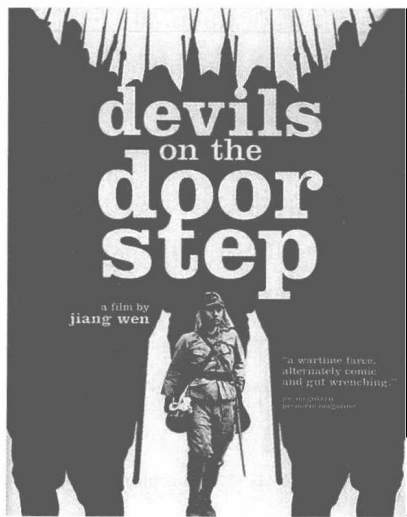
三是趋同化和单一化。群雄逐鹿的大片市场出现了众多类型趋同的作品，导致同类电影中塑造的国家形象趋于一致，而且几乎全都是古装、武打、宫廷等元素的整合，加之情节单调乏味，缺少冲突和创新，国家形象的塑造在影片中几近枯竭。这一问题应该引起中国电影人的足够的重视，要合理疏导类型片的创作，并且积极引导和寻找符合大众欣赏趣味的文化逻辑。在以后的电影创作中创造出具有普世情感价值的作品，才能与观众真正共鸣。

进入21世纪，新武侠片仍然占据着中国本土的主要电影市场，但是，因《卧虎藏龙》、《英雄》、《十面埋伏》等影片在电影节或者票房上的成功引来的中国电影热已经逐渐退潮。从《赤壁》在北美电影市场的失败即可充分表明，中国电影对外输出的道路遇到了新的阻碍。但是，从宏观角度分析，新武侠片的确打开了华语电影国家形象传播的新道路，也可以说是获得了巨大成功。

2. 个人主义的战争片

战争片是21世纪华语获奖电影的另外一个新宠，2000年5月，《鬼子来了》荣获第53届戛纳国际电影节评委会大奖，法国《新观察家》周刊评价它：“没有一丝一毫相似于迄今为止来自于中国的任何一种创作特点，它是一部迎刃而上的电影。”

此外，值得一提的还有《云水谣》和《集结号》。这两部主旋律大片对国家形象的塑造和建



《鬼子来了》海外海报



《集结号》海报



《云水谣》海报

构是建立在尊重观众及重视大众文化趣味的基础之上的，是21世纪以来主旋律电影在形式和内容上均有重大突破的典型佳作。从叙事上来看，《云水谣》和《集结号》虽然题材不同，但都是以特殊历史背景中的个体情感作为切入点，展开丰富细腻的情节。尊重人的合理情感，唤起受众对战争的沉痛记忆，并将这种沉重与压抑置换为对主人公命运遭遇的同情和怜悯。当历史的记忆凝结在个体情感之中的时候，观众从对谷子地、陈秋水、王碧云等战争年代的普通人物的认同，以及对他们的情感选择和价值观念的认同，过渡到对国家的认同，从一般意义的情感选择过渡到涉及主流认同的国家选择，从个人情感到国家观念的置换最终在大众文化逻辑的层面被认同。通过谷子地和王金娣两个主要人物，可以看到置换通过人物的塑造发挥的作用。当谷子地艰难找寻在战争中牺牲却被遗忘的战友的时候，观众透过谷子地坚毅执著的双眼，看到了正在崛起的中国缅怀历史和先烈的悲情；当王金娣对陈秋水说“我就是王碧云”的时候，观众感受到的也不仅仅是一个为了爱情而不惜放弃自己姓名的善良女子，而是一个充满了母性温柔、坚毅、包容和质朴品质的中国形象。两个主要角色的成功塑造使国家形象的塑造得到了又一次鲜活立体的置换。

主旋律电影应该吸取这两部影片塑造国家形象的合理策略，不断创造出更多的符合大众文化逻辑的置换形式，才能保证国家形象的构建

在观众层面产生广泛的认同感，使国家形象的构建更为积极有效¹。

3. 普通人的故事

创作题材的变化体现了中国导演个人意识的觉醒，同时也反映了外国人对中国态度的改变。

《孔雀》的叙事方式基本上是以片段式的情节和场景表现人物与时代，着意于各个片段的表現力。《孔雀》在表现颇为残酷的情景的同时，似乎又有着一种清淡的安静，似乎是对所有这些的一种保护。如此的维护颇有问题，却更是有意义的。姐姐和弟弟年少，无知又有知，他们想用母亲买来药老鼠的药水毒死博得了父母更多疼爱的哥哥。这好像不太正常，其实也挺正常。结果当然是事情被打断了而没有真正的发生。母亲教育孩子的方法是让家里养了一段时间的大白鹅尝尝这个药水，让孩子看到这会有什么情况。大白鹅伸着长长的脖子，不断地扭动着，挣扎着死去。画面在鹅的挣扎、母亲的无声啜泣中结束。没有对残



《孔雀》剧照

1 褚亚南：《试论新世纪以来中国电影中的国家形象构建》，载于《当代电影》2009年第1期。