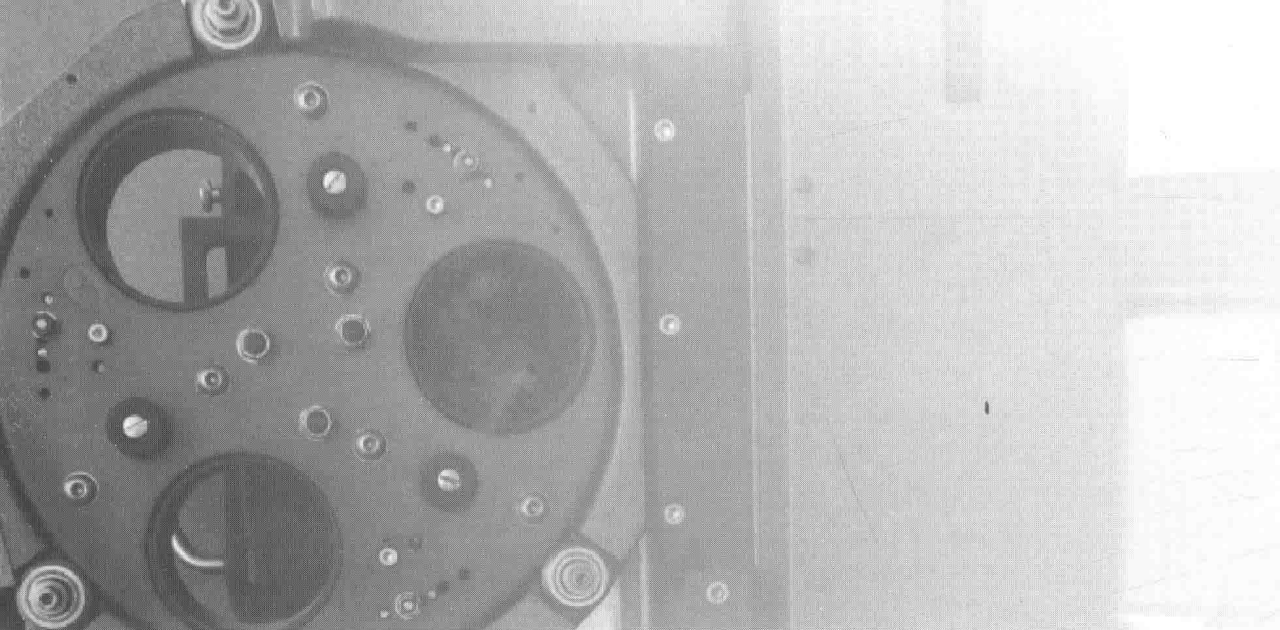


全球化与大电影

中国电影海外市场竞争策略
可行性研究 3

丁亚平 主编

文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House



全球化与大电影

中国电影海外市场竞争策略可行性研究 3

丁亚平 主编

文化艺术出版社
Culture and Art Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

全球化与大电影：中国电影海外市场竞争策略可行性研究 3 /

丁亚平主编. —北京：文化艺术出版社，2016. 7

ISBN 978 - 7 - 5039 - 6167 - 0

I. ①全… II. ①丁… III. ①电影事业—国际市场—市场
竞争—研究—中国 IV. ①J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 160750 号

全球化与大电影：中国电影海外市场竞争策略可行性研究 3

主 编 丁亚平

责任编辑 徐建华

装帧设计 李 鹏

出版发行 文化艺术出版社

地 址 北京市东城区东四八条 52 号 100700

网 址 www. whyscbs. com

电子邮箱 whysbooks@263. net

电 话 (010) 84057666 (总编室) 84057667 (办公室)

(010) 84057691—84057699 (发行部)

传 真 (010) 84057660 (总编室) 84057670 (办公室)

(010) 84057690 (发行部)

经 销 新华书店

印 刷 国英印务有限公司

版 次 2016 年 7 月第 1 版

2016 年 7 月第 1 次印刷

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 27. 125

字 数 400 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 5039 - 6167 - 0

定 价 56. 00 元

版权所有，侵权必究。印装错误，随时调换。

目 录

中国言说的路径与民族国家电影实践及其走向（代序）

- 第一节 国家战略、民族国家电影实践及多层次表述……1
- 第二节 外拓趋势：主流商业大片与共同体想象……4
- 第三节 向内转：当代中国社会中下阶层话语与价值实现……8
- 第四节 各种新老问题，需要我们采用新思路和新对策……12

第一部分 中国电影市场竞争的现状与外国电影竞争力的启示

- 第一章 异同互动中的电影国际传播与文化深思
——2015 年好莱坞与中国电影发展比较暨国际传播……23
 - 第一节 主导世界电影格局：好莱坞和中国的全球扩张……24
 - 第二节 国际传播及海外渗透……37
 - 第三节 战略反思和路径选择……43
- 第二章 因地制宜与关联整合
——2015 年韩国、日本、印度电影产业国际竞争力比较……48
 - 第一节 韩国、日本、印度电影产业数据……49
 - 第二节 韩国、日本、印度电影产业发展策略分析……58
 - 第三节 韩、日、印电影产业生态环境对中国电影产业发展的启示……65

第三章 浮躁还是沉静

——2015年中国电影与英法电影对比……72

第一节 中国电影发展现状……72

第二节 中国电影与英、法电影发展比较……73

第三节 英、法电影对中国电影国际化发展的启示……80

第四章 全球化视域下的扩展和审察

——2015年好莱坞六大电影公司的内容生产策略……84

第一节 好莱坞六大电影公司海内外市场表现比较……85

第二节 好莱坞六大电影公司发展现状……89

第三节 好莱坞六大电影公司的内容生产策略……100

第四节 镜与鉴：好莱坞电影模式对中国电影业发展的启示……112

第二部分 国际化转型与内容生产策略、海外市场受众心理

第五章 银幕盛宴中的挑战

——2015年中国电影类型叙事与海外市场接受……119

第一节 国产类型片生产新局面……120

第二节 国产类型片特点……124

第三节 国产类型片海外市场得失……127

第四节 国产类型片的内容生产对策……132

第六章 革故鼎新：探寻文化软实力提升的“中国道路”

——2015年中国电影的跨文化语境传播……139

第一节 中国电影在国际电影市场传播新动向……139

第二节 中国电影在外国电影节的表现……142

第三节 中国喜剧电影的海外市场反应……146

第四节 中国电影国际传播的问题及对策……151

第七章 外国观众的期待视野与审美接受

——2015 年外国观众对中国电影的认识和认同度……154

第一节 外国观众对于中国电影的接受情况……154

第二节 外国观众获得中国电影的主要渠道……163

第三节 外国观众对于中国电影的认知及认同……167

第四节 中国电影面对外国观众时遭遇的问题及解决方案……170

第三部分 大电影、业态转型与中国电影海外竞争

第八章 “互联网+”下的探索与思辩

——互联网与 2015 年中国电影“走出去”……179

第一节 互联网语境下中国电影产业新态……179

第二节 互联网公司深度“触电”及海外市场布局……188

第三节 互联网助力中国电影海外推广的路径分析……193

第九章 数字时代对 2015 中国电影国际化发展的影响

——技术合作、本土化 IP 与互联网文化……199

第一节 技术合作：中国电影国际化的主要推动力……199

第二节 互联网文化：中国电影国际化的重要因素……206

第三节 本土化 IP：中国电影国际化的中流砥柱……209

第十章 新媒体时代下的“异军突起”

——2015 年网剧、微电影与粉丝影视剧的营销走向……215

第一节 业态转型下的国产粉丝电影……215

第二节 互联网语境下国产网络剧的发展及营销方式……221

第三节 影视文化产业下的“生力军”：微电影……228

第四节 粉丝电影、网络剧与微电影存在的问题及发展策略……232

第四部分 中国电影海外市场投融资与推广模式

第十一章 借船出海：视觉影像与资本运作的跨界融合

——2015 年中国电影海外投融资及国际推广……239

第一节 “互联网+”语境下中国电影投融资与推广新变……239

第二节 中国电影海外投融资新趋势……244

第三节 中国电影的海外推广模式……249

第四节 中国电影海外投融资、推广中的问题和对策……255

第十二章 现实政治与时空节点

——2015 年国际电影节展的类型与特点……261

第一节 从区域到全球：欧洲三大电影节的文化政治……261

第二节 从边缘到中心：独立电影节展的文化消费……267

第三节 从民族到世界：亚洲电影节展的文化身份……272

第四节 从节点到网络：国际电影节展的文化场域……277

第五部分 华语电影的合作与融合

第十三章 产业新语境下的成就与变局

——2015 年两岸三地华语电影的巩固、融合与拓展……281

第一节 华语电影的发展情况与动态透视……282

第二节 华语电影产业交流与文化融合……295

第三节 华语电影海外传播现状……302

第四节 华语电影“走出去”的问题和策略构思……310

第十四章 华语电影节展的国际传播影响力建构

——2015 年华语电影节展及其传播……320

第一节 华语电影节展的全景式布局……321

第二节 华语电影节展内容单元设置……324

第三节 华语电影节展的产业化运作……329

第四节 华语电影的多层级传播……334

第十五章 文化融合与“本土性”重构

——2015年港台电影发展新态势……342

第一节 跨地流动、拼接、交融大势所趋……343

第二节 港台电影发展中的本土性回归……350

第三节 后融合时期港台电影发展中的问题……354

第四节 港台电影新变与传统共促的海外拓展之路……358

第六部分 中国电影海外市场政策及国家战略发展

第十六章 全球化语境下国家软实力的文化建构

——2015年度国家文化政策与电影生产……365

第一节 作为国家意志的文化政策及其意识形态诉求……366

第二节 电影体制改革与市场监管……372

第三节 “互联网+”下的资源跨界整合……377

第四节 文化外交、跨国合作与文化全球化趋势……380

第十七章 国家形象的传达：坚守抑或突围

——2015年中国电影在海外发展的国家战略及思考……388

第一节 国家形象与民族认同的视听传达……388

第二节 合拍片本土化与国际化的融合……393

第三节 商业喜剧在北美市场的发力与呓语……399

第四节 重要推手：国际电影节……403

第五节 全球化语境下中国电影海外传播和推广的战略性反思……408

第十八章 文化自觉与中国话语体系建构

——中国电影文化意识的全球融合与拓展……411

第一节 中国电影民族意识与全球化融合……411

第二节 中国电影海外拓展的文化困境与渠道障碍……415

第三节 中国电影海外传播的复杂环境与经验分析……418

第四节 中国电影海外宣发的历史总结与现实举措……421

中国言说的路径与民族 国家电影实践及其走向（代序）

2015年，中国内地电影市场票房首次超过400亿，约相当于北美电影市场票房的60%以上。中国电影在本土取得了爆发式的增长。电影新力量迅速崛起，新的电影类型和优质电影日益呈现。与此同时，规范电影市场乱象、保证电影产业健康有序发展，提升其映演和输出中国文化和价值观的能力，也成为迫在眉睫需要解决的问题。观察、看待2015年中国电影的高速崛起，言说中国自己的电影发展经验，进而反思中国电影作为民族国家电影的路径和过程，是有意义的。我们把握电影发展的新特点，对当前电影发展的现状、问题与对策进行思考，除了立足于当下，还应抬头看路来思考对策，思考民族国家电影的责任这样的一个无形的指针摆放在什么位置。这也可以让我们更清晰地看清前进的航向，梳理并把握好我们未来的发展道路。

第一节 国家战略、民族国家电影实践及多层次表述

2015年，习近平主席提倡“运用与时俱进的‘和’文化理念，讲述中国故事、传播‘和合’智慧，引领国际新秩序，构建人类命运共同体”^①。这一旨在倡导和平发展、和谐相处、合作共赢的外交理念、国际观也渗透到中国电影管理和创作层面，在尊重世界文明多样性的前提下智慧地讲述中国故事，让世界读懂中国。为了把电影产业做得更大更强，有力地改写中国电影的未来，中国电影持续不断且更为深入地推进中外合作、合拍之路。同年7月，中国与马耳他签署政府间电影合作制片协议，此前中国已与11个国

^① 《习近平用“和”文化构建人类命运共同体》，《学习中国》2015年8月8日。

家签署了合拍协议。在9月22日至25日习近平主席对美国进行国事访问期间,中国电影集团与美国电影协会签署了《分账影片进口发行合作协议》,致力于继续就电影产业开展合作。与此同时,中国华人文化产业投资基金与美国华纳兄弟电影公司在中国香港合资成立电影制作和国际发行公司。此外,国务院常务会议和全国人大常委会审议并通过了《中华人民共和国电影产业促进法(草案)》,并公开征求社会意见,制定中国电影法律法规和政策体系,主要是用以规范电影市场秩序、提升文化产业水平、促进电影产业健康发展。

上述国家政府行为和政策透出两种发展电影的路径:一方面,电影是经济产品,涉及制作、发行、放映和受众的商业行业实践层面,需要认真对待它们从本土与海外市场的票房收入中获得了多少盈利。签署不同形式的国家条款是用以保障和促进中国电影业的发展。二是电影是文化产品,是文化的客体,让国家和国民有机会“反躬自照”,以便言说中国,“树立”中国的形象,告诉国内外观众,所谓中国人是什么意思^①。至为关键的是,必须坚持民族国家站位、树立全球视野,讲述好中国故事,传播好中国声音。习近平主席在多个场合、多次演讲以及政要会面中提出人类命运共同体的主张,业已成为中国外交上的又一面重要旗帜。人类命运共同体发挥了一种来自“想象的共同体”的凝聚力量,顺其自然地居于全人类的中心,是一种主体性构建,也是一种抽象的普适性表达。国家战略层面借助其整合、弥合双边或多边文化价值体系实存的内在冲突,有助于各国寻找合作包容的中间项和最大的公约数。当然,这仍然没有放弃表现民族国家的方式这个角度,只是强调“打造融通中外的新概念新范畴新表述”,“用外国和民众能够理解、乐于接受的话语体系解释中国问题,创新中国故事的对外话语表述,让国外受众想了解、听得懂、愿接受,从而增强对外话语的创造力、感召力、公信力”^②。

现代意义下的民族国家电影在文本中强调的不是政治权力至高普及的特色,或者只是将地域性聚合的单纯血缘团体作为表现对象,而是预设了现代公民概念的政治共同体。中国电影作为一种言说中国的民族国家电影,是记录和见证近代以来中国经济、政治、社会、文化急剧变迁和转型的艺术载体。它是以农业社会向工业社会转型的现代化历史为背景,突出了现代国家伴随社会变迁而展开的种种行为及其情感记忆,而以形成某种大范围的民族想象为其旨归。国家层面的人类命运共同体概念,既涵盖了团结、忠诚、

① 参见[英]吉尔·内尔姆斯主编:《电影研究导论》,李小刚译,世界图书出版公司2013年版,第380页。

② 李金金:《讲好中国故事 传播好中国声音》,《凤凰评论》2016年1月8日。

奉献等民族主义范畴内比较属于集体主义性格的价值观，又囊括了一定的自由主义的基本价值观，如尊重个人权利、肯定多元秩序、反对专断权力等。“这种理路重视个人镶嵌于特定文化脉络的必然性与必要性，但也支持个人最终拥有反省文化、批判传统的自主意识。不从自由主义式的普遍理性或人权价值来证成这些批判能力，而是把批判反省再度归诸既存文化所提供的自我更新、自我调节机能。”^① 国家战略层面的民族国家电影是建立在言说中国的民族主义基础之上的，将部分民族主义诉求和部分自由主义理念按照不同比例混杂而成，显得更为温和而理性。两种不同价值的混合必然存在哪个价值更为优先的问题，那就视不同场合和形势而定。

全球范围内存在着多种民族国家电影，这个民族国家在自己一个多世纪的电影制作中又产生了样式繁多的故事、类型、叙事风格和视觉美学。张英进认为：“一个国家的电影实践是多元化的，绝非一种类型和模式，把一国之电影简单化为某种固有的形态，必然引发诸多质疑。”^② 不言而喻，通过民族国家电影构建人类命运共同体，显然具有一种意识形态的功能，因为“它旨在整合各种不同甚至相互冲突的话语，表现一种矛盾的一体性，扮演着争取共识、遏制异见的霸权角色。”^③ 国家战略层面这种急切向世界（尤其是西方世界）展示自己并渴望得到了解的焦虑，不同程度上也外化了相对于好莱坞电影和其他民族国家电影的中国电影“走出去”的尴尬。

虽然说美国的民族国家电影意识相对较为薄弱，因为好莱坞电影在全世界范围内将自己认同为全球化制作，而其他民族国家电影都属于地方性建构。但是，民族国家电影的构建不能简单地归结为是对好莱坞电影的自觉抵抗。它需要正面应对两个向度上的问题，一是全球化日益加剧、消费文化甚嚣尘上、去中心化呼声越来越响的文化发展趋势；二是当今资本和人才频繁地跨国流动。因此，如何在世界电影版图中寻找自己的国家地位和确立民族身份已成为所有民族国家电影需要解决的突出问题。

中国已迅速崛起为电影大国，向电影强国迈出了坚实的第一步。中国是电影生产大国和世界第二大电影市场已是不争的事实。据国家新闻出版广电总局电影局通报，2015

① 江宜桦：《民族主义的国族认同理论》，许纪霖、刘擎主编：《丽娃河畔论思想》，华东师范大学出版社2006年版，257页。

② [美] 张英进：《民族、国家与跨地性：反思中国电影研究中的理论架构》，《南京师范大学文学院学报》2012年第3期。

③ Andrew Higson. “The Concept of National Cinema,” Screen 30, no. 4 (1989) P275. 转引自[美] 张英进：《民族、国家与跨地性：反思中国电影研究中的理论架构》，《南京师范大学文学院学报》2012年第3期。

年我国共创作生产故事影片 686 部,动画影片 51 部。电影总票房达 440.69 亿元人民币,同比增长 48.7%。北美 2015 年度票房为 111.2 亿美元,同比上年增长 7%。从 2002 年中国电影产业化改革之初到 2010 年,中国电影用 9 年时间实现了百亿梦,用之后的 3 年完成了从 100 亿元到 200 亿元的转变,而从 200 亿元到 400 亿元只用了一年。观众的观影热情高涨,影院人气飚升,全年城市影院观众达 12.6 亿人次,同比增长 51.08%。此外,2015 年影院建设继续保持快速增长,全年新增影院 1200 余家,新增银幕 8035 块,日均增长超过 22 块银幕。到 2015 年底,全国影院总数超过 6000 家,银幕总数已达 31627 块,与全球最大的北美市场只差约 7000 块。

衡量是否是电影强国有两大标志,一是国产电影要在本土市场占据绝对优势,二是国产电影本身的出口能力、辐射力和国际能见度。2015 年度的中国电影市场上全年票房过亿元影片共计 81 部,国产影片 47 部。在 440.69 亿元总票房中,国产片票房 271.36 亿元,占总票房的 61.58%。中国电影全年海外销售收入 27.7 亿元,比 2014 年增长 48.13%。2015 年国产电影占据了市场主体地位,而且海外市场票房成绩较 2014 年已有较大幅度的增长,但是,面对除了东南亚市场之外中国电影几乎进不了商业院线的海外传播事实,使我们不得不心平气和地评估它在国际市场的文化价值和经济价值。中国电影能在多大层面上输出自己的文化价值观,能在多大程度上凭借电影对山川地貌的宣传来推动旅游和观光业,还有很大的上升空间。

第二节 外拓趋势:主流商业大片与共同体想象

2015 年国产大片整体性地表现为要奋力生产出至少在国内市场上能够与好莱坞商业大片相抗衡的制作路线,从某种意义上来说,也部分地实现了这一创作意图。它们致力于优质电影运动,以扛起民族国家电影的旗帜。《捉妖记》《西游记之大圣归来》《钟馗伏魔:雪妖魔灵》《寻龙诀》《九层妖塔》从国内广为人知的志怪小说、神话传说、民间故事中取材,《狼图腾》通过本身就拥有国内外观众基础的优秀 IP 题材作品改编,经由技术上的不断颠覆、精雕细琢,为努力达成民族国家电影的制作美学而努力。

人在噩梦中总会碰到亘古存在的危难、怪兽、恶魔、敌人、恶人。做梦者特定的心理困境,往往以令人动容的简洁而有力量的方式表露出来。梦中出现的形象是人在现代

社会生存中的心灵镜像——恐惧、焦虑、欲望、仇恨、深藏或羞于启齿的秘密，不仅能使我们反思自己当前的整体处境，也能成为我们拯救自己的线索。按照弗洛伊德的人格结构理论，妖魔鬼怪代表着人的本我，本我反映人的动物本能，按照快乐原则行事。

中国魔幻电影与好莱坞既有相似之处也有自己东方本土文化的神秘性。本我在好莱坞电影中往往以怪兽、吸血鬼、僵尸、狼人、蛇蝎美女的形象出现，发生了变形，具有兽性或半兽性，甚至带有敌意。这些妖魔鬼怪都是人类本性中未解谜团的反射影像，是人对生命执著的病症，亦即必须要消灭的贪、嗔、痴。《钟馗伏魔：雪妖魔灵》中的雪妖与《捉妖记》中的胡巴是人性化的妖，具有人类思维和情感。雪妖不同于《西游记》和《封神榜》中的狐狸精，后者对应的是好莱坞电影中的蛇蝎美女。狐狸精是人或英雄试炼之路上需要对抗的障碍，为极度纯净的灵魂不可忍受的事物。不能抵制她召唤的诱惑就会沦为失败的象征，易引起反感。雪妖带有一股仙气，甚似女神，希冀通过帮助英雄拆穿来自神界的阴谋、战胜邪恶、克服魔症，能够一起高飞冲向那纯洁无染的脱俗王国。

《捉妖记》中的胡巴作为吸人血的妖怪，有儿童的萌动、顽皮、稚嫩与真实，与雪妖一样对人类没有致命的危害性，不是毁灭性的力量。恰恰是人类的残忍屠杀、党同伐异让妖怪们流离失所且永无翻身之日。调皮捣蛋却不知江湖险恶的萌妖胡巴表征着人的一种本真状态，让生下胡巴的宋天荫和负责接生的捉妖天师产生亲情，因恻隐之心由捉妖转而救妖。与雪妖、萌妖胡巴相会，是人或英雄“赢得爱（即慈悲、命运之爱）的恩赐的终极能力测试，而这种爱就是令人愉悦、包藏永恒的生命本身”^①。《捉妖记》将水墨山水中国风元素和仿造动植物形象的妖进行创新性结合，在中国影坛具有独特性和开创性。萌妖胡巴的造型和特效设计深入人心，它活泼可爱、生动鲜活，艺术感染力胜过雪妖和《寻龙诀》中的僵尸，更胜过《九层妖塔》中纯粹的怪兽。这也是该部影片除技术品质达到上乘之外能够票房制胜的重要原因。

《西游记之大圣归来》《钟馗伏魔：雪妖魔灵》《寻龙诀》中的大圣、钟馗、摸金校尉作为英雄都有深深的心理创伤、被隐藏和被否定的情感：大圣因大闹天宫而被如来佛压在五行山下五百多年失去法力产生归隐之心；钟馗寒窗苦读高中状元，被人陷害、顶替后又撞裂金榜；摸金校尉因初恋丁思甜为救自己英勇牺牲而良心不安20年。这些心理事件或青春期阴影困锁在心中蕴含着极大的危险，时时受到如来佛、张道仙等类似父亲

^① [美] 约瑟夫·坎贝尔：《千面英雄：神话学经典》，朱侃如译，金城出版社2015年版，第123页。

道德意象的侵扰、驯化，或者被良心的危机折磨。落魄的大圣为了护送小唐僧江流儿去长安，失落的钟馗为了驱除挑起神魔两界之战的伪善的张道仙，萎靡不振的摸金校尉为了证实20年前牺牲的初恋丁思甜的生死，他们纷纷战胜了内在的心魔，脱离了原来的境界，做了铲恶除霸维护正统的功德之事。挣脱“父亲”的禁锢或执迷的束缚，可以释放出哺育社会的生命能量，拯救他人的同时也成就了自我。妖魔鬼怪只是英雄要发现、同化的对立面，如果不能将其吞下就会被它吞下。当英雄把激情、生命奉献给更伟大的事业的时候，他会发现他与自己的对立面并非不同种类，而是集为一体。

好莱坞魔幻电影《指环王》充分展示了本我、自我和超我之间的冲突，三者之间的激烈冲突显示了人性的复杂，最终以解除权力的负重来维持三者的平衡。弗洛伊德认为，只有本我、自我和超我三者互相协调，和谐运作，人格才能正常、全面发展，并得以升华。西方的超我、自我、本我三重世界对应的是中国魔幻电影中的神/仙、人、魔三界，而后者等级森严，难以逾越。由阶级性构造出来的三重世界之间有斗争，也有拯救或毁灭的某种关联。三重世界不能和平相处，不可调和，也难以转化和流动。无论是大圣还是钟馗都肩负着降魔斩妖的使命，在体制之内护法，相当于国家干部，捍卫的都是统治阶级的利益，使得已经固化的三重世界更为稳固。如同《捉妖记》中的捉妖天师，仅仅在最后以善心义举释放人间正能量而已，并没有彻底打碎并推翻既有的统治秩序。

好莱坞魔幻电影根植于西方基督教文化的土壤，带有一种宗教的悲悯情怀，而且以现代神话的思维阐释现实世界，是人类心灵的一面镜子。寻找英雄，是为了追求生命的本质。“英雄的历险诉说人类的心灵被试炼、回归的过程，不经过这个过程，生命就不能达到丰富多彩的境界。”^①坎贝尔认为，“英雄个人的命运系乎更基础、更广大的宇宙生命，要成就前者，必须仰赖后者。”^②好莱坞电影善于把英雄个人发展的心理层面和宇宙发生的形而上学联系起来，借此表达对浩瀚宇宙运行之道的领会。好莱坞魔幻电影关注的是人类自身的处境，以及他们对自然/科学世界乃至人与宇宙关系的看法，更具有普适性。它们常常在欲望与破坏、爱与死的二元对立结构中探讨人类的出路问题。这种主题升华模式在好莱坞魔幻片、科幻片、超级英雄电影中都较为常见。中国魔幻电影着眼于

① 鹿忆鹿：《寻找英雄》，[美]约瑟夫·坎贝尔：《千面英雄：神话学经典》，朱侃如译，金城出版社2012年版，第24页。

② 朱侃如：《英雄历险的当代意义与启示》，[美]约瑟夫·坎贝尔：《千面英雄：神话学经典》，朱侃如译，金城出版社2012年版，第26页。

宣泄大众情绪，不能以为是妖就是坏的，也不能以为是神就是好的，批判以出身、财产、地位给人贴标签这种社会歧视和偏见。导演一般会将现实世界中不公正不平等的社会现象、尔虞我诈的阴谋以及渴望深入且耐心地理解自己和他人的愿望投射其中，从而给人以某种警醒意义和启示。中国魔幻电影更注重反映神/仙、人、魔三界的秩序和情感，弘扬正义但又无心颠覆秩序。个人愿意为他人/集体牺牲，“自愿的羔羊”在叙事中发挥着重要作用。这无疑隐喻了作为整体的民族国家的凝聚力量。

《九层妖塔》《寻龙诀》中关于鬼族、僵尸、彼岸花的构建灵感来自民间传说、乡村野谈，用以表达对人的情感/肉身是否完整的焦虑、对肉身不灭以及不受内外“邪恶”力量侵扰的深沉渴望。这是一种婴儿脱离母体之后失去安全感的幻想，也是知青时代留给我们的遗产——共同体想象破灭之后我们如何界定个人与历史/社会的关系。知青时代对共同体想象的执著像病毒一样被注入每一个人体，如同当下社会对财富和生命长存的迷恋，导致机体紊乱失衡，只有在治疗下——将其从病人体内抽出和消融掉之后才算恢复了常态。两部影片中的冒险旅程对应的是岁月荏苒之后的现代人对母体——民族国家的认识过程，经历塑形、投射和复原，母体意象从遥不可及的神秘发展到诱惑、危险、欲望，最终又回到应有的仁慈。

上述魔幻电影不但在技术层面完全向好莱坞特效影片看齐，叙事上也或多或少地受到好莱坞电影的影响。《狼图腾》由法国导演让-雅克·阿诺执导，他说道：“我拍片时，喜欢把好莱坞大片的标准运用到比较文艺的题材上，要保证这部影片有其娱乐的元素在。我喜欢欧洲文艺片的风格，也喜欢好莱坞大片的拍摄模式，两者结合也未尝不可。”^① 欧洲文艺片风格、好莱坞大片拍摄模式、中国故事较好地糅合到影片文本之中，毫无违和之感。影片巧妙地将故事内的蒙古老人毕利格作为隐含作者，赋予其一种文化人类学视角，“用一种被理解成民族和传统的方式去表现被认为是民族的历史、人物、自然景观和文化遗产”^②。这种遗产电影的笔法无疑帮助影片确立了自己的民族国家身份，即使是以国际合作的形式出现。

在现代化进程下，“文革”时期的“极左”政策和农耕文明破坏了草原生态，使得整

① 李邑兰：《剧本！剧本！剧本！〈狼图腾〉导演让-雅克·阿诺为什么需要5年》，《南方周末》2014年3月21日。

② Andrew Higson. “The Concept of National Cinema”, Screen 30, no. 4 (1989) P16—17. 转引自[美]张英进：《民族、国家与跨地性：反思中国电影研究中的理论架构》，《南京师范大学文学院学报》2012年第3期。

个游牧行业共同体和生活方式遭到毁灭性打击。现代化让中华民族的共同体想象受到某种冲击，处于“危机”之中，坚守在原地的牧民成为结构性变迁的主要受害者。游牧文化几近走到终结，物欲横流的现代社会难以保留一片心灵净土，草原人民还是在坚持集体的团结以及对传统文化的热爱。中华民族早期的图腾寄寓于狼，狼凭借自由、独立、顽强、勇敢的品质和永不屈服、绝不言败的尊严已成为现代社会的道德标杆，仍然发挥着政治上的说服力和文化上的号召力。影片如《寻龙诀》一样机智地处理作为背景的知青时代，通过故事的讲述和呈现一点一滴且极为自然地流淌和渗透出来。《狼图腾》中的知青故事可能对于国内观众来说甚感不解渴，但恰恰是故事中有这些政治、文化特色的吉光片羽才让这部影片吸引了许多国外观众。

从生态文明考量，人类驱逐了狼，破坏了草原，放弃了人与自然和谐共存的价值观，也就失去了让我们有所皈依的精神家园。大自然是全体生命集体的栖息地，维持其生态平衡的共同利益凌驾于各阶层、各民族国家的利益之上。狼的象征形象是强悍生存意志的体现，是一种主体性存在，居于大自然—共同体—人类的中心。狼被虐杀、驱逐意味着自由个体意义上的人的尊严、人格受到社会戕害，超越了民族国家层面，具有普适价值。

第三节 向内转：当代中国社会中下阶层话语与价值实现

现代化的深入推进带来了中国社会政治、经济结构形态的剧变，决定人们社会地位的财富、权力、知识和声望将中国社会分化为多种社会阶层，每一阶层出于利益维护需要坚守不同的道德观念和文化价值观念。2015年，中国影坛集中涌现出了一批反映当代中国社会中下阶层生存困境和情感生活的影片。对道德进步和人类能力的认识，有些影片持明亮、愉悦的乐观主义态度，有些则持消极的悲观主义态度。这些影片大多为中小成本制作，倚重的是反映中国当代社会生活，注重社会经验和日常经验，以中国人的立场、人物和态度讲述故事。对国内观众来说，卖点在于接地气、真实而无矫饰之感；对于国外观众而言，则是主打民族特色，文化上具有奇异感。制作实践上，一般为虚构美学与纪录片美学混合而成，大多利用真实的内景表现真实的人，人物及其动机具有复杂性和随机性，以追求文化和情感上的真实可信。