

国家社会科学基金项目成果

跨国想象与 民族认同

全球化语境下的中国影视文化

孙燕◎著

中国社会科学出版社

国家社会科学基金项目成果

跨国想象 民族认同

全球化语境下的中国影视文化

孙燕◎著



中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

跨国想象与民族认同：全球化语境下的中国影视文化 / 孙燕著. —北京：中国社会科学出版社，2017. 6

ISBN 978-7-5203-0833-5

I. ①跨… II. ①孙… III. ①电影文化-研究-中国②电视文化-研究-中国 IV. ①J909. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 204753 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 曲弘梅
责任校对 韩海超
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京君升印刷有限公司
版 次 2017 年 6 月第 1 版
印 次 2017 年 6 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 18.25
插 页 2
字 数 279 千字
定 价 79.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话：010-84083683
版权所有 侵权必究

序

王纪人

孙燕在 2013 年曾出版了《电影的观念：从现代到后现代》一书，那是理论阐述与实证分析并重的著作，且具有史论的性质，令我印象深刻。不到四年，她又从电子邮箱里发来了新书稿——《跨国想象与民族认同：全球化语境下的中国影视文化》。二十多万字，体量与上一部差不多，但涉及的问题似乎更复杂，如全球化与本土化、世界性与民族性、传统与现代、科技理性与审美文化等。其中每个问题似乎都可以独立成书，但它们不仅在关乎影视理论的外延和内涵上是交织在一起的，而且在关乎影视创作和接受方面也是互相纠缠难分难舍的。那么如何收束聚焦于一点，又如何由一点伸展到全体，这关系到论述的主旨究竟是什么，也牵涉各方面的逻辑关系。好在一切都是从实际存在的问题出发的，并从国内外影视文化的宏观视野和理论视角去观照和分析。一路读来，收获良多。

如何看待当下中国影视文化的现状？这可以说是整部著作的一个出发点，因而也是立论的重要依据。就电影而言，如果仅看票房，那么多年来放映厅和银幕的硬件建设已大见成效，目前票房居世界第二，超过美国也指日可待。但电影文化与票房之间不存在一个简单的等式，不能说票房上去了，电影文化或电影的质量也水涨船高了。因为毕竟中国是近 14 亿的人口大国，潜在的电影观众也数倍乃至数十倍于他国。当银幕增幅直线上升后，传播渠道的障碍得到清除，这样蓄积在大中小城市乃至乡村的观影人口红利也就如虹吸般直线上升。但这种反映着观影需求的现象并不表明供给的影片有多高的质量，因为吸引观影眼球的因素

有种种。偶像电影或粉丝经济，就是目前拉升票房的一个重要原因。商业与艺术价值的错位和悖论确实是当前影视创作和接受中的一个触目事实，这在孙燕的著作中也有揭示和分析，但类似的个案分析又难以达到总体上的厘定。所以总体的厘定需要寻找的不只是病相症状，而是病根症结。

孙燕的这本论著可谓从大处着眼，因为她剖析的是目前的中国影视，必须放在更大的语境中去观照。大语境自然也有较大和更大，而她设置的全球化语境则是最大的语境，也就是中国接入国际互联网（1994年3月）和加入WTO（2001年12月）之后切切实实遭遇到的、无可规避也正当其时的语境。全球化在很大程度上影响着各国的政治、经济、文化和意识等各个领域，其受影响的程度与该国参与和开放的程度成正比的关系。自然，后者也会有类似物理学上的反作用，但其反作用的大小与其质量和转化成的能量大小成正比关系。孙燕对全球化更多地赞同美国文化学者杰姆逊的观点，认为“全球化是以美国为首的西方强国通过资本输出和信息媒介技术等策略，来瓦解任何一种试图保持自身独特性的异质文化，进而完成对世界文化的‘同质化’构造过程”。与此同时，她也指出，全球化“也作为一种动力”，“为各国的相互交流提供了契机”。当然，后者不是这部论著谈论的重点。在这个认识前提下，她强调“好莱坞电影借助美国的综合国力，在逐渐占领全球市场的同时，对中国影视文化产生了深刻的影响。近年来，中国影视作品为了迎合以美国为主体的国际主流市场，都不约而同地走向了民族虚无主义，普遍缺乏对本土现实及文化传统的真诚关怀”。这实际上也是许多学人的共识。我本人在2001年的一篇论文中，就从全球化和美国霸权影响的角度切入，谈论了中国文论的失语症问题，并试图破解中国传统文论的基因（见《道、境界、韵——中国文论的三原点和元结构》）。我们讨论的问题虽然不同，却是殊途而同归的。

孙燕对中国当前影视文化所作的症候分析可谓毫不讳言，切中要害，一针见血。她指出，在以美国为标杆的全球化影响下，中国影视文化的民族身份和文化记忆正在被遮蔽和改写，这正是中国影视文化生态现状与发展困境。而其内在的原因则是民族虚无主义、文化消费主义、

商业实用主义和科技理性主义。在 20 世纪 80 年代,中国电影界第四、第五代导演中的几位代表人物通过可贵的艺术探索,创造出精品力作,不仅改变了国人对电影的概念化认知,使国人看到了电影对现实的反思和新锐导演对电影艺术可能性的大胆探索,而且屡屡斩获众多国际电影节的大奖,令国际影界刮目相看。但进入 90 年代,欧美电影从家庭录像进入影院银幕,观众看到了更为多姿多彩的银幕影像、五光十色的生活世界,以及电影特技特效,对中国电影构成了巨大的挑战,造成国产电影票房持续的低迷。这就使曾经以中小制作低成本的探索电影取胜的导演们风光不再,电影的重商主义趋势令他们改弦易辙,资本市场也为他们慷慨解囊,于是在中国电影的制作上开启了以高投入搏高回报的大片制作模式。而最初张艺谋颇多争议的《英雄》在国内外电影市场的如愿以偿乃至超预期的商业成功,引起了几位大导的连锁反应。但票房并非衡量电影成功的主要尺度,电影的文化品质才是最重要的。中国电影目前最大的病,正如本书作者指出的是患了文化贫血症,机械照搬好莱坞大片的表层模式,而忽视了其中所蕴含的人文关怀和“普世价值”,落入了重形式轻内容、重技术轻人文、重商业轻艺术的怪圈。正因为作品创意不够,文化品位不高,“普世价值”稀缺,在国内外的声誉下降,贬斥性批评不绝于耳。当然,在第六代导演中,有一些瞩目于社会底层和塑造边缘人银幕形象的中小制作,还是引来了专业人士的赞赏,甚至在国际上获奖,但在国内放映厅的排片上却不获看好。叫好不叫座以及叫座不叫好的悖反始终存在,这也是当下中国影视的症候之一,这说明健全的审美鉴赏力仍未普遍地建立起来。孙燕在她的著作中关注了近年来反复出现的商业与艺术的价值悖论、口碑与票房的悖谬。她的回答有点儿无奈:“人们无法通过预先训练观众的口味改进影片质量,恰恰相反,只有影片的质量才能训练观众的口味。”

除了“商业与文化的价值悖论”外,这部著作还以不少篇幅讨论了“世界与民族的认同悖论”以及“技术与艺术的美学悖论”。比较而言,第二个悖论与这部著作主旨的相关度无疑更加直接。从根本上看,中国影视文化始终面临着两方面的焦虑:一是唯恐被排除在国际视野和世界市场之外,二是唯恐失去自己的民族性,这两者均属全球化时代的身份

焦虑。去全球化或去民族性，显然都不能解除身份焦虑。在国际电影界曾经获得极大成功的第五代导演张艺谋和第六代导演贾樟柯，在他们似乎有浓厚民族气息的影像“背后有一个西方主义的‘他者’，从敌对到迎合”。我同意作者这样的推论：“全球化诉求与民族性深层焦虑的悖论，成为中国电影文化的症候。”

通过以上所列举的症候分析，本书提出了“影视文化民族主体性”的核心概念，认为它是“中国当代影视文化实现跨文化交流的基础”。全球化不能以牺牲民族主体性为代价，而民族主体性的建设需要制度层面的支持，以及健全的文化产业机制作为保障。对此我也是十分认同，显然这不仅是一种重要的影视理念，而且是所有影视从业人员协同作战的事业。当我们试图从影视大国走向影视强国时，这应该成为一种共识和奋斗目标。孙燕为中国影视文化如何以民族主体的身份走向世界，也提出了有创见的思路和策略。当然，这还有待进一步细化和实践的验证。

在这篇序言里，我只是强调这部论著触发我共鸣和思考的地方，而无意于为它写一个提要。仅就我列举和阐发的上述各点，就足以说明，孙燕对中国影视文化的研究，由于以高视点和跨学科的文化研究方法，以及“田野考察”式的贴近调查，她的不少见解不仅是富有独创性和建设性的，而且切中弊端，发人深醒。中国影视文化未来的路还很长，我相信已做出可贵研究成果的孙燕还将长相伴随，随时会有新的发现和创见。

2017年3月28日于沪上寓所

内容提要

20 世纪 90 年代以来,随着世界经济一体化和信息传播业的快速发展,全球化已成为我们这个时代的核心话语。全球化不仅作为一种话语也作为一种动力,作用于世界各国的政治、经济和文化,为各国的相互交流提供了契机。然而,由于各国政治经济文化发展的不均衡,建立在“自由市场、公平竞争”机制上的全球格局,实际上是一个不自由、不公平的世界体系。从根本上说,全球化是以美国为首的西方强国通过资本输出和信息媒介技术等策略,来瓦解任何一种试图保持自身独特性的异质文化,进而完成对世界文化的“同质化”构造过程。正如美国文化批评家杰姆逊所言,对我们许多人来说,全球化的真正问题就是世界文化的标准化。美国的电视、音乐、电影正在取代世界上其他一切东西,由此引起的深层焦虑在于:特定种族/民族的生活方式将在这种文化标准化过程中遭到破坏。^①

在以强势国家的经济政治文化优势为驱动力的全球化语境中,中国影视文化正在遭遇前所未有的挑战。好莱坞电影借助美国的综合国力,在逐渐占领全球市场的同时对中国影视文化产生了深刻的影响。近年来,中国影视创作为了迎合以美国为主体的国际主流市场,都不约而同地走向了民族虚无主义,普遍缺乏对本土现实及文化传统的真诚关怀,在审美精神的提升上往往差强人意。因此,面对全球化和文化帝国主义的后殖民语境,一种强烈的民族影视文化生存意识日益凸显。而“民族

^① [美] 弗雷德里克·詹姆逊:《全球化和政治策略》,载王逢振《现代性、后现代性与全球化》,中国人民大学出版社 2004 年版,第 366-367 页。

主体性”，作为抗衡文化强权的一种有效力量，理当成为中国影视文化建设的根本立场，成为当代中国影视跨国想象与全球化实践的文化基础。

然而，当下中国影视文化的全球化实践实际上是以民族主体精神为代价的。美国趣味的追逐、技术主义的崇拜、快感哲学的涌动已成为中国影视文化领域的普遍样态。特别是一些有“世界电影”野心的商业大片，在以西方/美国为中心的世界主义格局中，正在遮蔽和改写中国影视的民族身份与文化记忆。有的为了迎合观众，还只是停留在对色情、暴力、阴谋、背叛、复仇等人性阴暗面的展示，缺少审美超越的基本维度。崇高品格的匮乏和英雄人物的稀缺成为电影拜物教作用下的文化病症。中国影视在全球化诉求与民族性焦虑的悖论中，在商业与艺术、产业与文化、现代与传统、技术与人文的多重错位中遭遇发展困境。

中国影视文化的身份危机与发展困境，在某种意义上是全球化和社会转型过程中的社会问题的投射与表征。文化帝国主义的专横、消费娱乐主义的流行、现代科技理性的偏执和国家意识形态的僵硬使中国影视创作自觉不自觉地放逐了与自己族群、历史的血脉联系，而不可避免地走向了民族虚无主义，文化消费主义和科技理性主义。处于全球化进程和社会大转型中的中国影视文化是矛盾和脆弱的。在商业实用主义哲学的诱惑下，中国影视创作越来越背离影视作为艺术的价值立场，对于大多数电影人和投资者来说，想通过电影赚钱的欲望远远压倒了想通过电影表达一种美学理想的冲动。超越性的精神追求与形而上的人文关怀逐渐让位于对金钱赤裸裸地喜好和追逐，整个电影环境弥漫着浓重的拜金主义气息。而票房的高歌猛进无疑又对这种气息起推波助澜作用。

电影物质主义繁盛之时，或许就是电影艺术精神复归之际。毕竟电影作为一种特殊的商品，不仅关乎产业和票房，还关乎人文与心灵。只有那些能够走进观众内心世界、叩问人性与意义、彰显生命尊严和自由的影片，才能真正赢得观众喜爱。因此，回归本土现实，回归电影作为艺术的人文本性，将是中国影视应对“盛极之后”何处去的迂回之路。当观众的视听感官被银幕上的奇观景象一次次震撼之后而再无新奇感

时，也正是崇尚技术的中国电影改弦易辙、回归朴素的契机。近年来中国影视文化领域悄然发生的审美变化——由“奇观”到“现实”的转向，为中国影视发展提供了新的可能性。特别是一些中小成本喜剧电影将可能成为消费时代影视文化的美学主流。曾经成功打入国际主流市场的中国“武侠片”，尽管今天由于种种原因在海内外遭遇了发展的瓶颈，但驰名中外的“中国武侠”，将会继续成为中国电影进军国际市场的主导元素。而借镜中国传统电影理论并结合电影创作实践建构武侠电影类型论，对于指导武侠电影创作、促进中国电影更好地“走出去”，不无裨益。

应该说，中国影视不只是一个地理概念，更是一个文化概念。健康的影视生态必然是建立在文化为先、文化为重的价值取向之上。只有从文化属性上界定与体认中国影视，凸显其文化身份和主体意识，中国影视才能走出当前困境，实现真正意义上的跨国想象。因此，机械照搬好莱坞，一味地追逐美国趣味，并非明智之举。实际上，我们需要向美国学习的不是技法和形式，而是努力培育一个具有电影文化的社会，像美国一样培育起自己独特的影视文化。民族的，也是世界的。民族艺术要想屹立于世界艺术之林，必须有自己独特的文化风格。要抗衡好莱坞，优秀的中国电影人不是去拍“好莱坞式”电影以迎合观众，而是必须想办法拍出“好莱坞拍不出”的电影，也就是拍出带有深厚中国文化底蕴、反映中国人日常生活、风土人情而同时又不失“普世价值”的影片。电影最重要的是故事与情怀，而不是技术与场面，来自人类历史或现实社会的生动故事，往往比华而不实的奇观更具感染力。五千年的中华文明孕育了中华民族独特的幽默和智慧，以一种国际性的通用语言讲述民族的故事、讲民族的好故事，是全球化时代中国影视走向世界的有效途径。

而讲述“民族的故事”不应偏狭地理解为对西方世界展示东方病态陋习的视觉奇观，影视作品的民族性必然内蕴着该民族的生存智慧和对人类文明做出的重要贡献；有人性的光辉、崇高的气节、深刻感人的“普世”情感，是以胸怀全球的气度进行的跨国叙事。中国影视创作应以生动的民族故事为依托，通过书写民族文化经验，洞察人类存在，表

达人类理想与情感。只有当电影开始关注并追问人类存在的意义和价值时，它的民族性、民族精神、民族特色才有意义，并在创作者升华自身生存经验的过程中自然而然地体现在电影的世界中。当前的全球化标志着人类历史的新纪元，全球化与本土化、世界性与民族性应该构成新的互文关系。

全球化当是与世界的一种对话，是各民族各地方互通有无的文化交流。尽管现实尚非如此，但中国影视文化有责任为促进这一人类和谐愿景的实现而努力。立足本土现实、根植民族传统，以影视作为艺术的审美理想来制衡消费理性和商品逻辑导引的拜金主义、享乐主义、虚无主义，引领中国影视创作回归文化伦理的人文大道，成了当代中国影视文化建设的时代命题。而这不再是具体技法的变化，而是对于精神的、文化的孜孜以求。

本书拟立足于全球化的大背景和后殖民主义语境，通过对中国影视文化生态现状的综合分析，从中国影视文化发展的内外因素与中外环境入手，试图廓清导致中国影视文化身份危机和文化失重的根源，为最终解决民族虚无主义、技术主义、享乐主义的思想难题、促进中国影视文化产业的健康发展、维护人类文化生态平衡为理想诉求，按照“提出问题→分析问题→解决问题”的逻辑思路，展开论述。于是，研究中国影视文化的现实境遇，辨析全球化与民族性的张力关系，探讨中国影视文化发展所面临的挑战和机遇，探索中国影视健康发展的内在机理及全球化实践的路径、策略，探析中国影视文化的民族性建设对于构建多元文化空间和生态和谐社会的影响，最终获得面对文化全球化的一种伦理态度和民族立场，成为该书绕不开的问题。

目 录

导论 中国影视文化的时代境遇与价值选择	(1)
一 “全球化”的现实语境	(1)
二 民族身份的认同危机	(6)
三 多元文化的价值选择	(10)
第一章 生态现状与文化困境	(15)
第一节 中国电影的文化生态与绿色忧思	(15)
一 全球化与中国电影的产业化	(15)
二 文化贫血症：中国电影的时代病症	(21)
三 中国电影“走出去”依然面临严峻的挑战	(25)
第二节 当前中国电影的三个悖论	(28)
一 商业与文化的价值悖论	(29)
二 世界与民族的认同悖论	(33)
三 技术与艺术的美学悖论	(36)
第三节 粉丝经济助推的“IP热”	(41)
一 由文学IP到网络IP	(41)
二 原创力匮乏：“IP热”折射影视创作困境	(46)
三 内容为王：《琅琊榜》的成功与启迪	(51)
第四节 “两岸三地”电视剧问题管窥	(57)
一 过度娱乐化的内地“神剧”	(57)
二 曾经辉煌的香港类型剧	(62)
三 盛极而衰的台湾偶像剧	(68)

第二章 症候分析与文化批判	(75)
第一节 影视艺术作为文化工业	(75)
一 文化商品与电影拜物教	(75)
二 从文化生产到影视大众	(80)
三 消费现代性与公共空间	(86)
第二节 文化帝国主义与民族影视发展	(91)
一 文化帝国主义	(91)
二 全球流行电影及其“美国性”	(97)
三 好莱坞霸权与中国影视的发展	(102)
第三节 技术主义背景下的中国商业电影	(108)
一 “高概念”奇观：从《英雄》到《寻龙诀》	(109)
二 激进的技术，保守的美学：中国3D电影	(114)
三 拍电影就是造奇观：数字时代的电影哲学	(121)
第四节 对21世纪中国大片的美学思考	(128)
一 产业与艺术：中国大片的意义与问题	(129)
二 全球与本土：中国大片的悖论与选择	(133)
三 从形式到内容：中国大片的沉沦与救赎	(136)
第三章 审美转向与类型研究	(141)
第一节 从“奇观”到“现实”——由《失恋33天》看中国电影的审美转向	(141)
一 电影产业10年历程，影像奇观渐成规模	(142)
二 从景观到故事：后大片时代的审美生态	(145)
三 从奇观到现实：中国电影的美学转向	(149)
第二节 中国喜剧性电影现象——从《疯狂的石头》谈起	(153)
一 “喜剧性电影”的审美特征	(154)
二 对大片的反叛与突围	(157)
三 消费时代的美学主流	(159)
第三节 武侠电影类型理论的建构	(163)
一 “影戏说”：中国电影类型理论建构的美学基础	(163)
二 论从史出：建构“武侠电影类型论”如何可能？	(167)

三 推陈出新：“武侠电影类型论”与批评实践的 良性互动	(171)
第四章 跨国想象与民族叙事	(176)
第一节 全球化时代，中国影视文化何为？	(176)
一 “中国电影”首先是一个文化概念	(177)
二 “全球化”是与世界的一种对话	(183)
三 走出庸俗现实主义，关注人类存在的永恒话题	(189)
第二节 好莱坞的全球化实践与启示	(195)
一 “大众艺术”的确立与称霸全球的开始	(195)
二 兼收并蓄的全球化策略	(201)
三 版权多元开发的增值之道	(207)
四 他山之石：好莱坞之于中国电影的启示	(212)
第三节 “韩剧”的热播与启示	(219)
一 韩剧何以风靡中国？	(219)
二 韩剧“好看”的美学探析	(224)
三 几点启示与思考	(230)
第四节 中国影视的民族叙事与文化选择	(238)
一 和而不同：向世界讲好民族的故事	(239)
二 人文主旋律：中国需要第三种电影	(245)
三 文化软实力：中国影视的时代命题	(250)
结语 重建影视生态，回归文化伦理	(258)
参考文献	(264)
后记	(275)

导论

中国影视文化的时代境遇与价值选择

一 “全球化”的现实语境

1992年,时任联合国秘书长的加利在联合国日致辞时宣称:“第一个真正的全球性时代已经到来了”^①,自此,“Globalization”(全球化)这个诞生于20世纪60年代的英文单词^②便以惊人的速度传播开来,成为世界各国频繁使用的一个时髦词汇。由诞生之初的毫不知名到如今的风靡世界,“全球化”概念的发展本身就是全球化的有力例证,它生动地描述了我们这个时代的文化特征。

约翰·B.汤普森(John B. Thompson)在90年代中期曾说:“没有多少迹象表明生活在20世纪晚期的人们刚刚进入了一个崭新的时代,也没有多少证据表明由于现代社会到来而被开启的大门已经在他们身后关上了……现在我们需要不是一种关于新时代的理论,而是一种用来探讨这个时代的新的理论,这个时代的基本轮廓以前就已经确立,它对后世到底有什么影响,我们现在还不能完全确定。”^③

如今我们似乎找到了“探讨这个时代的新的理论”,那就是“全球

① 刘锡诚:《全球化与文化研究》,《理论与创作》2002年第4期。

② 从词源学的角度看,“全球化”一词至迟在20世纪40年代就已经出现了。有资料表明 Globalization 这个单词在1944年就已经出现在西方人的著述中,到1961年,该词语被正式收录权威版本的“韦伯斯特词典”。参见陈定家《关于全球化与文化认同危机》,《社会科学战线》2003年第6期。

③ Thompson, J. B., *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Cambridge: Polity, 1995, p. 9.

化”。自 20 世纪 90 年代中后期以来，“全球化”逐渐成为社会科学和人文科学领域的热门话题。中外学术界关于“全球化”的研究如雨后春笋般涌现出来，言必“全球化”已经成了当前学术界的一大景观。然而，随着“全球化”概念的日益流行，全球化的含义却变得越来越模糊，人们往往不假思索、不经检验地信手拈来，导致很多相关讨论难以有效地进行。为了研究的顺利展开，试图厘清全球化的含义就显得非常必要，尽管这并非一件易事。

那么，什么是全球化呢？它要帮助我们建构一个什么样的社会？它对人类的生活到底有什么影响？

其实早在资本主义的发轫时期——自由竞争时期，马克思、恩格斯就曾做出过这样的描述：“资产阶级，由于开拓了世界市场，使一切国家的生产与消费都成为世界性的了。”“不断扩大产品销路的需要，驱使资产阶级奔走于全球各地。它必须到处落户，到处开发，到处建立联系。”“过去那种地方的和民族的自给自足和闭关自守状态，被各民族的各方面的互相往来和各方面的互相依赖所代替了。物质的生产是如此，精神的生产也是如此……民族的片面性和局限性日益成为不可能。”^① 尽管在上述描述中，马克思、恩格斯只是在说资产阶级的历史作用，没有直接提及“全球化”字眼，但却是对“全球化”趋势及其特征所作的准确把握，是对“全球化”内涵做出的经济学阐释。

资本主义的全球扩张打破了民族国家的疆界，人类因此进入了一个密切关联的一体化社会，各民族国家之间的依赖日益增强。这种依赖不仅仅是建立在市场整合基础上的经济依赖，更是现代传媒和通信技术作用下的社会的、政治的、文化的全面依赖。一个地区或国家面临的不确定性和困难，往往也是整个国家和世界面临的问题，我们正生活在一个越来越难以预测和控制的世界，一个完全不同于两百多年前的世界。18 世纪末期，人们普遍相信科技和理性的力量，认为科技、理性可以帮助人们更好地理解生活，更好地预测未来、控制世界。然而实际的情况却恰恰相反。在飞速发展的通信卫星和计算机网络技术的影响下，我们今天的生活和世界充满了偶然与无常，变得更加不确定，更加难以预测。

^① 《马克思恩格斯选集》第 1 卷，人民出版社 1995 年版，第 275—276 页。

如果说 90 年代之前,人们还在怀疑全球化的真正存在^①,那么今天,作为后工业社会的时代表征,全球化早已成为不争的事实,并在深刻地影响着我们的存在,使我们今天的生活与 18 世纪哲学家所预想的完全不同。尽管在中古时期人类因为贸易往来就有了国际化的概念和意识,而且一些古老的国家文明如中国、罗马、埃及、美索不达米亚也都可以称得上全球性的文明,然而,没有哪个时代的文明能像今天这样得到如此广泛的传播。进入 21 世纪,伴随着西方现代化进程而来的全球化,以一种难以想象的速度将世界各地紧密地联系在一起,使 21 世纪的社会较传统社会发生了根本性的变化。

建立在现代交通和通信传媒技术基础上的全球化到底是好是坏?对各民族各地方造成的影响是什么?十几年来,世界各地关于全球化的讨论,已由最初全球化是否真正存在的问题转向了全球化的利弊问题。怀疑和批评者认为,全球化作为一种推动现代社会发展的动力,一方面为各国政治、经济、文化的相互交流,另一方面为建立世界性的多元文化空间提供了契机,但同时也对维护各民族的文化传统、保持多样的文化趣味和价值观念提出了挑战。由于各国政治经济文化发展的不均衡,建立在所谓“自由市场、公平竞争”机制上的全球格局,实际上并非是一个自由公平、互利共赢的理想格局。

当代美国文化理论家阿里夫·德里克(Arif Dirik)曾说:“全球化本身在许多方面正是美国的经济和文化霸权的另一种表达方式,因而实际上充当了向全世界输出美国的经济、政治和文化实践的借口。”^②因

① 格雷厄姆·汤普森曾说:“全球化的思想是一种言过其实的思想,最近 30 年中所经历的许多相互依存和一体化的情况并不是什么新东西。在某种程度上,我们是在重温具有‘金本位’极盛时期特点的那些话题”(参见[英]格雷厄姆·汤普森《全球化与国内经济政策的可能性》,载王列《全球化与世界》,中央编译出版社 1998 年版,第 75 页)。美国理论家罗兰·罗伯特把全球化解释为“世界的压缩”,他说,“我完全可以不时地滑回到只用‘全球化’这一名词来指自 1870 年世界已经迅速地向整体性移动的条件(尽管也展示可供选择的道路以及反趋势)。不过,我的意图一直是论证全球化这一总过程(和有时的逆全球化)至少像所谓的世界宗教两千多年前兴起一样持久”(参见[美]罗兰·罗伯特《全球化:社会理论和全球文化》,梁光严译,上海人民出版社 2000 年版,第 196 页)。

② [美]阿里夫·德里克:《跨国资本时代的后殖民批评》,王宁译,北京大学出版社 2004 年版,第 14 页。