

文化视域中的

张艺谋

柴莹 著

Wenhua Shique Zhong De
"Zhang Yimou"

中国社会科学出版社

文化视域中的

张艺谋

著

柴莹

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

文化视域中的“张艺谋”/柴莹著. —北京:中国社会科学出版社,2011. 1

ISBN 978-7-5004-9440-9

I. ①文… II. ①柴… III. ①张艺谋—人物研究
②张艺谋—电影影片—研究 IV. ①K825.78②J905.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 000016 号

策划编辑 王 茜
责任编辑 储诚喜
责任校对 周 昊
封面设计 格子工作室
技术编辑 王炳图

出版发行 **中国社会科学出版社**

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010-84029450(邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京君升印刷有限公司 装 订 广增装订厂

版 次 2011 年 1 月第 1 版 印 次 2011 年 1 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16

印 张 18.25 插 页 2

字 数 240 千字

定 价 32.00 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发行部联系调换
版权所有 侵权必究

序

他人的结论是自己的起点

■ 孟繁华

柴莹是我在中国社会科学院文学研究所带的博士研究生。这部《文化视域中的“张艺谋”》是她的博士学位论文，通过答辩后，她将论文做了认真的修改，现在即将付梓出版。她嘱我写篇序言——这似乎也成了当下不成文的“规矩”：学生论文出版，往往希望老师“曲终奏雅”，皆大欢喜；但老师做出的也难免是“狗尾续貂”，词不达意。不管怎样，学生的论文出版，毕竟是一件值得高兴的事。



文化视域中的 “张艺谋”

柴莹论文写的是大名鼎鼎的“张艺谋”。自1987年《红高粱》上映以来——严格地说是他摄影的《一个和八个》、《黄土地》、《大阅兵》上映以来，作为中国电影“第五代”领军人物的张艺谋走进了千家万户，妇孺皆知。但张艺谋的巨大影响，还是他导演身份确立之后实现的。他的《红高粱》、《大红灯笼高高挂》、《秋菊打官司》、《活着》、《一个都不能少》、《摇啊摇，摇到外婆桥》、《有话好好说》、《我的父亲母亲》一直到《英雄》、《十面埋伏》、《满城尽带黄金甲》、《三枪拍案惊奇》以及印象系列、歌剧、舞剧、广告等，张艺谋在各种不同的评价中成了中国电影的一个巨大的“神话”和符号。但是，在1998年代，王一川教授发现了“张艺谋神话的终结”。在王教授看来：从张艺谋登上国际舞台一举成名到他写作该书已经十年，十年中张艺谋制造了一个个中国电影的神话，但是十年后的1998年，张艺谋电影在国际上的辉煌不再代表着令人难以企及的超常行为，当越来越多的导演步他后尘走上国际领奖台，得奖不过平常事尔，人们逐渐理性地认识到，得奖无法证明中国电影已经走向世界，“走向世界”依然是中国电影界一个美好的现代性想象，“走在世界”才是我们的真实状态，因此，“张艺谋神话”已经终结。随之，他还得出了“‘张艺谋神话’的终结，使得80年代精英文化意义上的启蒙与个性神话已移位为大众文化意义上的商业神话，揭示了精英文化转化为大众文化的必然性”（见柴莹论文前言）。不过在柴莹看来，虽然王一川的“张艺谋神话”的定义比较公允、客观，但因为这部专著写作时间较早，他对“张艺谋神话”已经终结的判断显然与实际不符，当电影《英雄》创造了票房神话之后，王一川所说的“神话”的终结已经成为另一个“神话”的开始，张艺谋继续制造神话，这个神话是大众文化的“神话”。

有价值的专著或论文大约有三种类型：填补空白、纠正通说和发

展性研究。但无论哪种类型，创造性都是最重要的。在《文化视域中的“张艺谋”》中，柴莹敢于挑战权威，敢于以他人的结论作为自己的起点。或者说，柴莹接续了王一川教授的话题：一个“神话的终结”，另一个“神话”是如何发端的。柴莹在占有大量材料的基础上，从不同的路向入手，分别论述了作为“文化英雄”的张艺谋从“获奖”转入“票房”从而续写了“神话”；张艺谋与大众传媒的关系；张艺谋电影文本所蕴含的多元文化逻辑以及在不同时期张艺谋选择的应对策略。这样，论著从多个角度剖析了“张艺谋神话”是如何制造和延续的。应该说，这部专著在一定程度上达到了作者的期许，也使我们在一定的程度上了解了我们似乎熟悉又不甚了了的“最熟悉的陌生人”：张艺谋及“张艺谋现象”。

值得注意的是，柴莹在面对“张艺谋神话”的时候，没有站在二元对立的立场上，或是坚决的否定，或是不容讨论的支持，而是客观阐释为什么是张艺谋？为什么会是这样？事实也的确如此，站在不同的立场上我们会对同一个张艺谋做出完全不同的判断。特别是对他后期电影。如果站在精英主义的立场上，可以简单地批评他放弃了艺术性直奔商业化主题；如果站在文化产业的立场，注意到中国电影在全球化时代的悲情面孔，会认为是张艺谋力挽狂澜，维护了中国电影在危机四伏中的最后尊严。因此，对张艺谋全部复杂性的揭示，一种简单的立场是难以完成的。即便是张艺谋沿袭了好莱坞电影模式，事情也并不简单。在柴莹看来：“好莱坞电影美学不是深刻的美学问题，因为电影中空间、时间、表演和情节的表达方式都是遵循惯例的。但这并不表明制作一部优秀的好莱坞电影只需拥有一部电影手册就可以了，艺术的本质仍需要天才式的艺术创造在电影这种商品中发挥作用。”这种表达不仅是客观的，而且隐含了柴莹对大众文化在今天的发展达到了怎样程度的理解。这就是学者的悟性和研究的眼光。



文化视域中的 “张艺谋”

事实上，柴莹的真正用意，是将张艺谋作为“个案”，她要通过张艺谋这个“个案”“考察新时期中国电影和大众文化的发展状况”。中国作为后发的现代性国家，包括电影在内的大众文化的发展，同样处在“不确定性”的过程中，同样处在探索、应对和选择的过程中。这就如同我们现在对待邓丽君、金庸、电视连续剧、“超女”以及网络文化的态度与当年发生了极大的变化一样，对待张艺谋的认识显然也要经过一个过程。大众文化的全部复杂性也是“被发现”的。如果是这样，那么柴莹的研究显然是有价值的。而张艺谋作为有代表性的“个案”，对他的研究显然远没有结束。我希望柴莹在这条道路上能够走得更远。

是为序。

2010年6月18日于沈阳师大文学研究所

目 录

序 他人的结论是自己的起点	孟繁华 (1)
---------------------	---------

前言	(1)
----------	-----

第一章 “张艺谋神话”	(25)
-------------------	------

第一节 张艺谋的“奋斗神话” /30

一 从棉纺厂工人到国际导演 /33

二 张艺谋：一个电影的品牌 /39



文化视域中的 “张艺谋”

第二节 张艺谋的“获奖神话” /48

- 一 电影节的奥秘 /49
- 二 张艺谋的艺术电影与电影节 /54
- 三 获奖:一张入场券 /61

第三节 张艺谋的“大众神话” /68

- 一 大众文化在中国 /70
- 二 “张艺谋”的“大众文化”化 /77

第二章 媒介镜域中的“张艺谋” (89)

第一节 大众传媒对张艺谋关注的转移 /94

- 一 大众传播及其功能 /95
- 二 张艺谋关注点的转移 /102

第二节 与大众传媒的联姻 /106

- 一 张艺谋的“广告” /107
- 二 海报作为媒介对电影的影响效果分析 /113

第三章 文化背景中电影文本的多元逻辑 ... (125)

第一节 权力意识的嬗变 /128

- 一 旧时代大墙内的男权表述 /130
- 二 当下的官权与媒介权力 /136
- 三 武力的无力 /143

第二节 难于弥合的缝隙 /149

- 一 《我的父亲母亲》:意识形态与好看 /150
- 二 《幸福时光》:“幸福”中的反思 /163

第四章 张艺谋与文化全球化 (169)

第一节 全球化的电影 /173

- 一 无处不在的全球化 /173
- 二 商业诉求:全球化的最终目的 /179

第二节 “张艺谋神话”的全球化策略 /185

- 一 “张艺谋神话”与全球化起源 /186
- 二 “亲近”全球化:好莱坞的启示 /194
- 三 《英雄》系列与全球化 /206
- 四 “全球化”:得与失 /221

第五章 “张艺谋”与文化消费 (225)

第一节 “张艺谋”的文化消费 /228

- 一 “消费”主体 /229
- 二 消费行为 /236

第二节 张艺谋电影与文化消费 /240

- 一 消费原因 /241
- 二 消费问题 /251

附 张艺谋主要导演电影作品年表 (263)

参考文献 (269)

后记 (281)

前言

对所有喜爱或者不喜爱电影的人来说，张艺谋都是耳熟能详的大师级人物：他是业内外公认的中国最著名的导演之一，中国电影界的领军人物。他所执导的第一部电影《红高粱》获得世界 A 级电影节的最高奖项，成为新时期真正使中国电影走出国门的导演，他执导的每部电影都轰动一时，引发从圈内、到媒介、到普通百姓强烈的兴趣，成为人们茶余饭后的谈资。后期，他所参与的所有文化活动都表明了他既是一个在商场上呼风唤雨的人，又是一个国际级文化交流大师，尤其是 2008 年北京奥运会开幕式的空前成功使“张艺谋品牌”的价值达到了极致，他身上所具有的光环使他熠熠生辉，备受瞩目。《电影艺术》杂志在百年中国电影纪念时，设计六个问题采访 35 位国内知名导演，其中一个问题是：“您认为百年中国电影最优秀的影片和导演是哪些？（各项不超过 10 名）”共有 21 位提到张艺谋，16 位提到陈凯歌^①，可见张艺谋在电影界的地位非比寻常；同时，他又是中国电影界背负骂名最多的导演之一，人们对他的电影有着各种各

^① 《部分著名导演答本刊问》，选自《电影艺术》2005 年 6 月。



文化视域中的 “张艺谋”

样的酷评，认为他把中国人最丑陋、最阴暗的一面暴露给西方世界，“取媚”是附在他身上使用频率最高的贬义词之一；他的那些赚来巨额票房的电影更使人们对他电影的艺术性产生怀疑，艺术与商业的二元悖论在他的电影中变得极度突出。不仅如此，张艺谋还跨界参与制作了印象系列、歌剧、舞剧、广告等看似与电影毫不相关的多种文化产品，而其商业价值的可观正是他“堕落”的表现。一时之间，从行内人士到普通观众都竞相站在他的对立面，迫不及待地表现出自己强烈的爱国心和不屑铜臭的清高。

一 既有学术成果

4 自张艺谋拍摄电影《一个和八个》以来，有关他的电影的研究一直是一门显学，研究者甚众，尤其是2003年《英雄》制造的票房神话更令不同学科领域、不同学科背景的学者对他的电影以及由电影引发的多个话题产生浓厚兴趣，加盟到本已声势浩大的“张艺谋”研究队伍中来。清点和梳理这二十年来“张艺谋研究”的成果，可以清晰地地理出三条线索：

第一条是纯学术性的文章、著作。可以说，各级各类学术期刊上发表的关于张艺谋电影的文章是“张艺谋研究”成果中所占比例最大的一部分，可谓卷帙浩繁。这些学术文章中最常见的一类是运用文本分析或文化研究的方法对张艺谋的某部电影做一个较为细致、严谨、客观的评价，如《传统文化·东方主义·中国电影——再读电影〈红高粱〉》（朱骅：《社科纵横》2006年第10期）、《〈十面埋伏〉：情感叙事中的“爱欲”表征》（傅明根：《湖北社会科学》2006年第2期）、《评析〈一个都不能少〉的剧作》（胡克：《当代电影》1999年第2期）、《文明与文明的野蛮——〈一个都不能少〉中的文化装置

形象》(王一川:《当代电影》1999年第2期)、《〈活着〉——从小说到电影》(方昆:《南京艺术学院学报》2002年第4期)、《〈英雄〉新世纪的隐喻》(张颐武:《当代电影》2003年第3期)、《从颠覆到癫狂——评张艺谋与〈三枪拍案惊奇〉》(杨千里:《电影评介》2010年1月);另一类文章是把张艺谋电影放在特定时代背景下,运用横向纵向比较、文化研究和文化理论的方法对张艺谋的某几部或当时的所有电影做总的述评,如《论张艺谋电影的文化接受与阐释》(唐盈:《北京电影学院学报》2002年第3期)、《浅析张艺谋电影的历史转向》(赖彦刚:《当代文坛》2005年第4期)、《全球性后殖民语境中的张艺谋》(张颐武:《当代电影》1993年第3期)、《从双轮革命到独轮旋转》(王一川:《当代电影》2005年第3期)、《论张艺谋电影中的女性情愫》(陈雁程:《剧影月报》2006年第4期)、《解读张艺谋——张艺谋影片创作论》(何青志:《长春大学学报》2000年2月)、《浅谈张艺谋电影的画面构图》(郭昊:《电影文学》2008年第1期)、《张艺谋的还童术》(陈晓明:《读书》2004年第10期)、《张艺谋的电影艺术策谋》(孙中田:《南方文坛》2000年第1期)、《论张艺谋电影中的底层形象》(谢晓霞:《当代文坛》2009年第1期);运用文化理论对张艺谋拍摄电影之外的其他官方、商业文化活动的解读,如《“东方奇观”背后的文化消费政治》(孙蕾:《江苏行政学院学报》2005年第6期)、《“中国八分钟”的再读解》(彭海涛:《福建论坛·人文社会科学版》2005年第1期)、《〈图兰朵〉与东西方性别之争》(孙惠柱:《南京艺术学院学报》2005年第2期)、《高挂的灯笼分外红——简评舞剧〈大红灯笼高高挂〉》(别松梅:《电影评介》2009年5月);同时,自《英雄》成功发行后,张艺谋电影的宣传、营销、管理运作等全过程引起社会学界、经济学界、管理学界甚至法学界的关注,出现了一些电影学或文化理论领域之外的跨界研究



文化视域中的 “张艺谋”

文章,成为近年来张艺谋研究的新动向,如《〈英雄〉的营销解析》(张永:《电影艺术》2003年第2期)、《〈英雄〉的“四大”商业模式》(吕本富:《新东方》2003年Z1期)、《〈英雄〉贴片广告遭遇法律之诉》(陈慰星:《广告大观》2003年9月)、《〈千里走单骑〉的文化传播效应》(李丹:《青年记者》2006年第8期)、《电影贴片广告的法律思考——评电影〈英雄〉的一起消费者诉讼》(黄伟峰:《河北法学》2004年6月)、《浅析〈英雄〉的传播战略》(李旭芬:《新闻知识》2003年2月)、《从张艺谋种花看中国式营销》(李光斗:《广告大观综合版》2006年3月)。2008年奥运会之后,尽管奥运会开幕式的成功并非总导演张艺谋一人之功,属于团队行为,但研究者往往把开幕式的一些重要的文化元素归于张艺谋的艺术感觉和习惯,这方面的研究也可谓风起云涌,蔚为可观,如《媒介共舞——奥运会开幕式文艺表演的美学解读》(王泽庆:《艺术研究》,单月号2009年第2期)、《从叙事学角度浅谈2008年北京奥运会开幕式》(李娜:《电影评介》2009年2月)、《从奥运会开幕式看张艺谋的“中国味道”》(倪丹、洪纓:《电影评介》2008年11月)。当然,这里所提到的学术文章只不过是“张艺谋研究”论文中的凤毛麟角,据笔者粗略统计,近年来每年在各类学术期刊上发表的和张艺谋有关的研究文章约在300篇以上,仅从数量上来看,远远超出其他国内知名导演,形成洋洋大观。同时,不论是电影史还是电影理论研究著作都会把张艺谋单列为一章或一节进行研究,尽管对他有褒有贬,但都肯定了张艺谋在中国电影史上的地位。

与之对比的是研究张艺谋的专著却少得可怜,《张艺谋电影论》(陈墨)、《张艺谋》(《第五代导演丛书》之一)(张振华)等。但此几种书多是一些介绍,仅就学术性而论,独推王一川写于1998年的《张艺谋神话的终结——审美与文化视野中的张艺谋电影》(河南人

民出版社 1998 年版)，书中把“张艺谋”现象定义为“张艺谋神话”，王一川认为，从张艺谋登上国际舞台一举成名到他写作该书已经十年，十年中张艺谋制造了一个个中国电影的神话，但是十年后的 1998 年，张艺谋电影在国际上的辉煌不再代表着令人难以企及的超常行为，当越来越多的导演步他后尘走上国际领奖台，得奖不过平常事尔，人们逐渐理性地认识到，得奖无法证明中国电影已经走向世界，“走向世界”依然是中国电影界一个美好的现代性想象，“走在世界”才是我们的真实状态，因此，“张艺谋神话”已经终结。随之，他还得出了“张艺谋神话的终结，使得 80 年代精英文化意义上的启蒙与个性神话已移位为大众文化意义上的商业神话，揭示了精英文化转化为大众文化的必然性”^①。虽然王一川的“张艺谋神话”的定义比较公允、客观，但因为这部专著写作时间较早，他对“张艺谋神话”已经终结的判断显然与实际不符，当电影《英雄》创造了票房神话之后，王一川所说的“神话”的终结已经成为另一个“神话”的开始，张艺谋继续制造神话，这个神话是大众文化的“神话”。除此之外，还有一本张艺谋研究的论文集《论张艺谋》（中国电影出版社 1994 年 10 月），这本书把 1994 年以前研究张艺谋的有影响的论文辑录成书，应该说比较全面、严肃，但毕竟文章写作时间已经比较长，随着“张艺谋”现象的发展变化以及西方理论的普及，有关“张艺谋”的研究早已有了质的飞跃。

学位论文中有关张艺谋的研究多为硕士论文，而且几乎都是做张艺谋电影的文本与美学研究，主要分为四类：一类是电影中人物形象分析与电影内容的美学分析，这一类“传统式”研究论文是主流，占

^① 王一川：《张艺谋神话的终结——审美与文化视野中的张艺谋电影》，河南人民出版社 1998 年版，第 263 页。