

论中国电影走向世界的四个向度与四种力量

刘海波

摘要：中国电影走向世界包括四个向度，即中国电影在西方主要电影节上获得承认；中国电影进入西方主流电影市场；中国电影赢得西方主流观众认可；中国电影不仅在西方也在东方得到传播。这一进程是政治原因、经济原因、文化原因和艺术原因复杂运作的结果。其中中国电影的西方电影节之旅或多或少是东方主义的后果，下一步则要超越东方主义。走向西方市场主要是个商业行为，但不限于通过院线，还可以通过电视台和互联网来传播。走向世界归根到底是要让西方观众接受，这需要中国电影学会用当代中国故事传达普世关怀。而在西方世界之外，中国还必须重视东方世界，在东方，中国既有便利性也面临东方被文化殖民的新的困难。作为负责任的大国，中国电影的走出去更多地是在承担一份文化责任，而不是单纯的商业行为

关键词：中国电影；走向世界；东方主义；普世价值；差异政治

作者简介：刘海波，男，副教授，文学博士。（上海大学 影视学院，上海，200072）

中图分类号：J90

文献标识码：A

文章编号：1008-6552（2012）05-0050-05

中国电影走向世界，首先是个实践问题。然而厘清这一问题的所指与可为，分析形成这一问题的复杂关系，运用文字作一番沙盘推演，对于这个久攻不下的实践任务来说，绝非多此一举。所谓“理论指导实践”，“思路决定出路”。

本文首先需要厘清的是怎样才算中国电影走向了世界？笔者认为这一问题不能用一个模糊的能指笼统地表述，它至少包括如下四个向度：即中国电影在西方主要电影节上获得承认；中国电影进入西方主流电影市场；中国电影赢得西方主流观众认可；中国电影不仅在西方也在西方之外的东方得到传播。我们之所以追求中国电影的走向世界，由此也就具备了四个层面的意义：一是艺术上的交流；二是经济上的获益；三是文化上的推广；四是政治上的宣传。与此相对应，影响中国电影走向世界的原因也是复杂的，是政治原因、经济原因、文化原因和艺术原因的复杂运作。要想推动中国电影走向世界，我们要做的有三：一是弄清这是哪个向度的所指，二是分析影响这一行动的原因何在，三是针对性地提出理解的方向和解决的策略。这就是本文的意图之所在，下文将一一予以解析。

一、走向西方电影节：超越东方主义

自1988年张艺谋在第38届柏林电影节上斩获金熊以来，二十多年的时间里，中国电影在德国柏林、法国戛纳、意大利威尼斯这最具声誉的三大国际电影节上共有5人7部影片获得了金奖，算上银奖有三十多个，在上述三大国际电影节上亮相领奖的中国人不下20个，中国电影成为最近20年世界影坛上一支不可或缺的艺术力量，哪一届国际电影节上没有中国影片的参与，不仅在中国人看来不可原谅，即便电影节本身也会觉得是一大缺憾。如此高频的亮相次数和获奖概率，一度给人一种错觉，那就是中国电影已然走向了世界，甚至在有些论者那里，早在1988年，中国电影的世界图景已经不是问题了。

众所周知，电影节特别是国际A类电影节，不管其具体的组织章程和评选标准有何细微差别，无一例外都标榜自己对电影艺术的重视，因此，按照一般的理解，在电影节上频繁获奖，至少意味着中国电影在艺术上已经征服了西方电影节评委，已经进入了世界一流水平。对这一问题，我们当然不必

妄自菲薄，观影数量和范围不逊于任何别国国民的中国影迷们，完全有判断力给予少数优秀的中国影片和电影人以肯定，然而，我们也不必讳言，在西方电影节上获奖的中国影片或多或少都被迫笼罩在了东方主义的凝视里，虽然绝大多数中国电影人在这一问题上是被动的，但也不排除有些电影有效利用了这一凝视，主动采取了自我东方化的策略。如果我们承认东方主义批评对中国影片获奖事件的有效性，那就不能不承认西方电影节的评审并不纯然是一个艺术向度的问题。犹如柏林电影节一贯明确标榜政治，事实上从来没有完全清空了政治性的电影节和电影，更普遍的是，这些政治因素以文化的形式得以产生影响。这样一来，国际电影节这个貌似纯粹艺术的平台，事实上是艺术、政治和文化的三元角力。

在笔者看来，国际电影节上的东方主义偏见也并非同质呈现，大致可以分为两种类型和两个向度。正如有学者指出的，在西方人眼中，东方常常是一个天使与魔鬼兼有的双面人：“一面是面目狰狞的妖魔化的东方，……另一面则是含情脉脉的天使化的东方”。^[1]这两种相反的东方主义趋向，笔者认为可以命名为“审美东方主义”和“审丑东方主义”。其中前者乐于看到一个奇观化的中国，一个充满异域情调和独特民俗的中国，一个只有空间性而没有时间性的抽象中国。后者则把中国看成一个落后、冷漠、压抑、呆板，缺少自由和民主，缺少人情、人性和人道主义的“他者”。这两者在采取东方化策略的中国电影人创作中，既有单向强化的，例如《我的父亲母亲》、《洗澡》等刻意营造温情浪漫的故事、淳朴善良的人物；《摇啊摇，摇到外婆桥》、《盲井》中则凸现冷漠的现实、残忍的人性；但更多作品是相互杂糅的，例如《菊豆》、《大红灯笼高高挂》、《霸王别姬》、《活着》等。两种相反趋向的东方主义对应着西方两代或两类人的东方记忆：一类是自马可·波罗以来西方对文化中国、文明中国流传甚广的神话和传说，在这里无论是故事、人物还是风俗往往都带有他者的神秘性和奇观效果，符合赛义德所谓的“东方几乎是欧洲人的一个发明，亘古以来就是一片浪漫之地，充满珍奇异物，萦绕不去的记忆和风景，千载难逢的经历”。^[2]这种东方主义又可称为“文化东方主义”。

另一种东方主义则建立在新鲜的冷战记忆之上，带有鲜明的意识形态敌对性，这种可以称为“政治东方主义”。无疑，如果说文化东方主义常常引发对中国的美化，后者则更关注问题中国；前者常常指向没有时代印记的抽象的东方，例如古老的武侠世界（《卧虎藏龙》、《英雄》、《十面埋伏》等一系列武侠大片），共产主义尚未渗透到的前现代中国（《菊豆》、《大红灯笼高高挂》），即便是共和国时期，故事世界与现实世界的联系也相当模糊和扭曲（例如《阳光灿烂的日子》、《太阳照常升起》、《洗澡》、《我的父亲母亲》）。而一旦当影片带有明确的时代印记，指向共和国的中国时，政治东方主义就会占上风，表现贫穷、落后、专制、刻板、压抑、人性与人道主义匮乏，展现因政治而产生悲剧的影片就会更受关注——“冷战以来欧洲中心一贯的意识形态判断，如对东方主义思维的依赖、对人权与民主的强调、对专制与独裁的批评、对穷困百姓的人道关怀”是西方电影节的一项重要评价标准。^[3]无疑，20世纪90年代中期以后，中国第五代和第六代现实题材影片的获奖，与这一标准及其背后或明或暗的政治东方主义的作祟分不开。

为获奖影片最有力的辩护，在于指出后殖民电影批评在揭示东方主义秘密的同时，遮蔽了艺术审美的维度，即这一批评有意无意地罔顾了被他们指责的中国电影自我东方化的地方恰恰是艺术创作常见的美学手段。例如除非是现实主义创作，否则艺术并不需要严格与真实世界和现实生活对应，夸张、变形、创造性想象恰恰是艺术最迷人的地方，也是艺术家的职责所在。只要考虑到张艺谋、陈凯歌那些被批评为“伪民俗”和“奇观化”的电影内容同样让国内的电影观众着迷，就足证其存在艺术上的合理性。中国后殖民电影批评的挂一漏万最明显地体现在对现实题材影片的批评上，当批评者指责这些影片迎合了西方的期待，选择性地呈现了中国的部分真实时，恰恰无视这些影片呈现的确“是”中国的真实。

然而在笔者看来，这一辩护虽然有效但意义不大，值得注意的倒是中国电影在最近的三五年里在

西方电影节上出现了空档期——自2006年贾樟柯的《三峡好人》摘得金狮,2007年王全安的《图雅的婚事》斩获金熊至今,五年时间里中国电影只收获了5项银奖,没有再次登顶。这一空档在笔者看来意味着一个重大转折的开始。即经过了30年西方对中国历史和常识的补课,传统的两种东方主义视角已经失效,无论是西方电影节还是中国电影人都面临着调整,即寻找新的表述中国的方式。偏见来自隔膜,随着互联网时代各国信息交换的即时性和丰富性,随着中外电影人交流的频繁,特别是世界各国电影人来中国实地访问,西方对中国的认识越来越多元,越来越接近丰富又真实的中国,超越东方主义已经具备了条件,需要的惟有中国电影人的艺术才华和政治智慧。

问题是,这种新的“中国表述”可能指向什么?又为什么未能实现?笔者以为世界范围内包括电影界在内的“当下中国问题”集中在“如何理解当下中国”,即现在的中国究竟是什么样子的?这一问题的出现不同于以往缺少交往产生的陌生,而是来自交往过后的困惑。而这一问题未能在艺术家创作中得到满意的呈现,原因是共同的,那就是当下中国无与伦比的复杂性。这一复杂性使得任何单面的呈现都是不圆满的,而想在一部影片里呈现出这种复杂性,又考验着艺术家的才华。事实上,最近五年中国的五部银奖影片,王小帅的《左右》、王全安的《团圆》、《白鹿原》,娄烨的《春风沉醉的晚上》,蔡尚君的《人山人海》,加上香港影片《桃姐》,不仅已经从强烈的批判性转向温和的客观性,而且几乎都有意无意地呈现了当下中国的“纠结感”。能够深刻把握而且圆满呈现当下中国复杂性的作品或许是可遇不可求的,但有一点却毋庸置疑,即只有摆脱了东方主义凝视,多元而真实而非刻板而单一的中国得以呈现并被国际电影节所接受时,中国电影在艺术上才真正成熟。

二、进入西方电影市场:WTO规则下的商业竞争

中国电影走向世界的必由之路或者说瓶颈是如何在主流人群中得以放映和传播。综合此前的努力,无非有三种方式,一种是文化交流的方式。如国家电影局及其他文化交流机构在目标国定期或不定期地集中举行以中国电影节、中国电影周等冠名的中国影展,包括利用世界各国的电影节,这是目前我国电影走出国门的主要手段,每年官方的年度电影报告里都会作为成绩汇报。此外有我国驻外官方和民间机构、团体举行的短期或长期放映活动,如驻外使领馆对外开放的免费放映,或者偶尔与所在国和驻地的学校等联合举行的放映,民间机构如孔子学院、华人团体、留学生团体自发举行的中国电影放映活动。这种放映场次有限、受众不多,效果很难高估。

第二种方式也是抵达率最高的方式是商业放映。即通过当地的或国际化的发行公司发行到商业院线。迄今为止,通过这一渠道做的最好的依然是《英雄》,首周登顶北美票房冠军和合计11亿人民币的海外票房,一度让人产生了中国电影畅行世界的幻象,然而随后几部动作大片日渐下行的国际票房,直至《赤壁》在英语世界的颗粒无收,让中国电影人认识到了市场的残酷性。更别说《唐山大地震》悄无声息,《让子弹飞》寻主无着、《金陵十三钗》发行不顺。尽管对中国电影的海外遇冷,国内电影人颇多上纲上线的议论,但笔者认为,发行商主要还是出于商业考虑,即对中国电影的海外票房没有信心。商人不会有钱不赚,更不会赔钱去做损人不利己的事。从商业的角度考虑,问题应该是“商品质量不过硬”,或者产销不对路——即产品不适合这一批消费者。这样问题就转化为“全球化时代中国如何生产以全球为市场的电影”,本文将在下一节中予以阐述。

注意到中国电影对西方主流院线的依赖和缺少控制的被动,发生在2012年5月21日,大连万达以26亿美元收购全球第二大院线美国AMC影院的行为,可以解读为中国电影走向世界的一次一剑封喉之举。然而,即便万达是一家很有民族自觉性的企业,它也仍需按照市场规律去经营,即根据影片有无市场决定是否和做多大规模的引进放映,所以万达集团老总王健林会表态,“AMC是否进口中国影片、进什么影片、进多少影片,由AMC管理层根据美国行业规则、市场需求自行决定,万达集团并不干涉”。^[4]与主流院线市场相类似的,商业放映的另外途径是卖给当地电视台(的电影频道),然而,这同

样取决于影片的精彩程度与适合程度。

有两个抵达观众的途径不容忽视，一是DVD方式，美国著名导演昆汀·塔伦蒂诺通过录影带市场爱上华语片至今仍是佳话。二是互联网。虽然从经济收益的角度，这两个管道难以保证，但它们遇到的阻力也最小。中国影片有必要区别对待，对于那些缺少票房号召力的影片，完全可以不计成本，通过互联网提供给世界观众分享，以期实现中国文化的渗透和共享。

三、赢得西方主流观众：中国故事的普世叙事

如上所述，中国电影作为文化载体进入西方社会的主要途径还是通过它的商品属性即能给西方消费者提供高质量的消费品，并因此而将问题转化为“在全球化时代中国如何生产以全球为市场的电影”，许多学者开出了“普世价值”的药房，笔者基本认同这一方案，但认为单单如此表述是不完整并可能产生歧义的。

电影的跨文化传播，通常存在三大障碍，一是语言造成的隔阂，二是种族拉开的距离，三是价值观和审美口味形成的差异。以中国观众接受西方电影的经验，虽然第一和第二两项作为客观事实无法更改，但强大的价值观认同和精彩的艺术呈现完全可以让观众忽略前两个障碍，直至把语言差异和人种差异逆转成正面因素——如在潜意识中把说英文的白种人“高美化”。因此中国电影走向世界的必由之路也应该是“价值观和艺术性的征服”。但是需要指出的是，价值观要想征服他者当然首先要有普世性，但这不等于中国电影人只是在耳熟能详的所谓普世价值库中切取一小块蛋糕，我们更期望中国的电影人能通过电影向世界贡献新的普世价值元素或者对普世价值的复杂性有更深刻和独到的表达。当然这依赖于中国文化和思想界从深厚的中国传统文化土壤和饱满的现实生活土壤出发提供思想支撑。

而艺术性的征服同样反对对西方电影艺术的重复，对英语世界的观众来说，每年已经有足够多类型和风格的英语片供他们消费，华语影片必须提供了不同的口味才有理由被优先消费。《金陵十三钗》在西方评论界的冷遇和市场发行上的不顺，在笔者看来，并非如制片人张伟平所言的政治原因，而首先是从主题到艺术风格上献媚式的重复。事实上，他者变成了主体之时，也就是他者失去存在价值之时。回顾近三十年来获得西方评委和观众承认的中国电影，《红高粱》、《秋菊打官司》、《英雄》、《功夫》、《花样年华》、《霸王别姬》……无不在思想和艺术上提供了独特的东西，即中国式的超越性的价值观，和中国气派的审美个性。

从上述意义上看，笔者并不看好试图通过中外合作拍摄进军西方电影市场的路径，这样做固然可以通过合作伙伴更容易进入对方市场，可以生产出更符合对方市场口味的电影，但值得警惕的是这些合拍片里的中国性还能剩下多少？《木乃伊3》与中国秦朝历史有多大的关系？没有中国价值观和中国气派，或者说是变了味的中国，这些电影的世界推广对中国来说还有多少意义？几十年前，好莱坞就拍摄过中国题材，但那些獐头鼠目、拖着大辫子的国人形象是我们所需要的吗？倒是梦工厂独立制作的《功夫熊猫》里的中国元素很地道，但那竟然是为了占领中国市场，岂不讽刺？

中国电影对西方观众的征服，需要的是电影这一综合艺术载体的全面发力，既要艺术上征服，文化上可接受，还要符合西方的政治正确，而背后则还要靠经济上的此消彼长做保障——经济的威力在于，它让中国元素无处不在地出现在西方人的生活中，从而潜移默化地扩大中国的影响力，这大约就是马克思所谓经济基础决定上层建筑的朴素呈现。

好莱坞的电影工业常常以超越民族性的全球故事，例如《2012》等人类灾难片，《阿凡达》等太空科幻片来规避不同国家和文化间政治正确的差异，那么对中国电影人来说，什么样的中国故事又如何进行普世表达才具有全球性？让中国人扮演科技和军事的领袖去拯救世界，不符合世界观众和中国人自己对中国人的认知，建立在高科技技术上的科学片需要中国科技现实中的普遍领先才能有艺术的合理性，中国现阶段没必要模仿也模仿不来。中国是个有悠久历史和文明的国家，历史当然可以给中国

电影提供取之不尽的故事源泉,然而中国历史和文明的自成一体,使其也不具备古希腊罗马神话所具有的普遍影响力,因此中国的历史片目前只发展出了冷兵器时代的功夫武侠片这样一种特殊类型。窃以为,中国最可能发掘出普世主题的恰恰是近现代,一来中西交往的开展打破了中国文明的封闭性,最重要的是全球化时代中国所面临的问题几乎同时是世界的问题或者与世界相关联的问题——例如环境问题、文化冲突、传统与变革、转型期的焦虑。因此,中国电影人要做的恰恰是立足现实,通过表现中国问题和中国方案来表达世界焦虑和世界路径。当然,一个本土故事如何具有世界意义,需要创作者的大胸怀和大视野,需要不回避问题的批判现实主义精神。

四、立足东方:世界不只有一个半球

如同上文中所显示的,谈到世界,我们常常指的就是西方,走向世界主要是指对欧美世界的进入。无论是理论上还是现实中,至少对中国来说,这个世界被区分成东方和西方两个半球,他们互为他者,他们之间的关系是主体间的关系,鉴于中国电影事实上的弱势地位,中国电影在艺术和市场上的被西方接受,归根到底是一种查尔斯·泰勒意义上的“承认的政治”。泰勒建立在加拿大魁北克法语区争取文化独立身份这一实践斗争基础上的理论,坚持一种“差异政治学”的观点,“普遍承认的要求出自于已分化的文化基础”,它“平等自发地要求一种有区别的对待”,那种“对所谓潜在的普遍人性的肯定自身被当成一种霸权文化的简单表达,一种白人文化、男性文化的简单表达”。^[4]泰勒“差异的政治”的观点提醒我们,中国电影的寻求承认,究竟是要建立在文化一体化的前提下——即自由的普遍主义政治学视野下,还是建立在差异的政治学——即承认文化多元,谋求相互尊重的视野下。笔者承认,上文中笔者的态度是犹豫不决的,所以一方面笔者接受了普世价值观的说法,另一方面又强调这一普世价值观不同于现有的西方价值观,而是中国气派的。在此,笔者想指出差异政治学提供我们的另一种思路,那就是中国应该认识到世界不等于西方,而是东方+西方。作为东方的一员,中国首先应该立足东方。如果我们把白人的拉丁语系看成西方的特征,那么东方指的就是非白人的和非英语的世界。在东方世界里,中国电影首先摆脱了电影输出的语言隔阂和种族隔阂——之所以不把华语与其他非拉丁语的民族语言之间的差异看成语言隔阂,是因为历史形成的拉丁语系和其他非拉丁语系之间的对立感在这些非拉丁语系内部并不存在,同样的道理适用于有色人种内部的种族差异。而东方内部相似的历史遭遇和发展现状,一定程度上也让中国故事和中国认识更容易找到共鸣,这大约就是很多学者提到的较少“文化折扣”的原因。

立足东方世界,尽管理论上说艺术和文化上的难度小于进军西方世界,但事实上可能更难,因为东方各国不仅有自己的民族电影,更已经事实上成为西方电影的殖民地;而如同中国自身一样,作为长时间文化殖民的后果,东方观众已经或多或少有了“被奴役的创伤”,让他们认识到文化多元的现实并非一蹴而就。尽管如此,中国电影人如果不仅仅把走向世界看成一次商业行为,而是中国作为崛起的世界大国必须展示相匹配的文化软实力,中国文化对世界的未来负有不可推卸的责任担当,那么,我们就必须重视并积极开拓东方市场,而不是对它视而不见、不屑一顾。只有占领了东方和西方两个世界,中国电影的世界之旅才算真正完成。

参考文献:

- [1] 尹鸿. 全球化、好莱坞与民族电影 [J]. 文艺研究, 2000 (6).
- [2] 赛义德. 赛义德自选集·东方主义导言 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1999: 1.
- [3] 张英进. 神话背后: 西方国际电影节与中国电影 [N]. 解放日报, 2004-08-01.
- [4] 张国栋. 万达巨资购 AMC, 申请进口“牌照”加分 [N]. 每日经济新闻, 2012-05-22 (02).
- [5] 【法】保罗·利科. 承认的过程 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011: 182.