

## 论全球化语境下的电影全球化现象及 中国合拍电影的文化取向\*

喬寧\*\*

### 【目 录】

1. 文化全球化的典型现象
2. 全球化语境下电影全球化的两大现象
3. 中外合拍电影的文化取向：“马赛克”式电影全球化
4. 结语

### 【摘要】

随着全球化的不断加剧和各国市场的逐步开放，导致了各区域文化间的渗透、融合和冲突。电影作为跨文化传播的重要媒介载体，它的出现无疑加剧了本土文化和文化全球一体化之间存在的冲突与融合的矛盾。因此，为了应对电影全球化导致的各国电影同质化危机，必须对电影全球化的现象有明确、深入的认识。本文在文化全球化理论研究的基础之上，将电影全球化的类型分为“马赛克”式和“阶梯”式两类，并指出当下中国藉由中外合拍片大力发展“马赛克”式的全球化才是捍卫传统文化、塑造中国良好国际形象、表述中国社会主义核心价值观的真正出路。中国将依靠自身强大的市场资源、充足的人力资源、繁荣的经济资源、丰厚独特的文化资源和多样化的自然环境资源等强劲优势，同其他国家和地区展开紧密化、多元化的项目合作和资源输出等电影全球化的协作部署。可以预见的是，中国电影未来将会与更多的国家展开合拍合作，将大美的中国文化用影像的方式书写，在世界的各个角落生根结果。

【关键词】电影全球化；马赛克式；阶梯式；中国合拍电影；中韩合拍电影。

\* 본 논문은 2019년 부산외국어대학교 교내 학술연구비 지원으로 작성되었음.

\*\* 부산외국어대학교 조교수.

## 1. 文化全球化的典型现象

当下,全球化已经成为了世界各国跨文化交流不可避免的一个客观现实,随着全球化的不断加剧和各国市场的开放,经济、政治的全球化导致了各地域文化之间的渗透、融合和冲突,并从经济全球化步入了文化全球化阶段。电影作为跨文化传播的重要媒介载体,它的出现无疑加剧了民族本土文化和文化全球一体化之间存在的冲突与融合的矛盾。面对好莱坞这样强势的“文化霸权主义”的扩张,全球各个区域都意识到本土电影被好莱坞电影同质化的危机,面对这场危机,中国电影应当如何在借鉴、融合其他更加广泛的人类文明和文化成果的基础上,捍卫本土民族文化,并将其发扬光大,成为当下中国电影的主要发展方向。因此,只有对电影全球化现象的深刻的、明晰地认识才能为中国电影走出去指明前进的方向。

### 1) “阶梯”与“马赛克”式全球化

全球化最早是从经济全球化开始的。资本主义社会凭借着跨区域流动的资本越过了高山、海洋,打破了国家的疆界和壁垒,也拓展了经济流动的区域范围。但全球化并不仅限于经济层面,它通过阶级矛盾和文化差异等方式渗透到政治和文化领域,具有深刻的文化内涵。对这一点从世界各地的人们对新款苹果手机的追求,对美国流行文化的拥抱,以及各国文体明星争相为国外的品牌代言都可见一斑。

据此,有人认为,全球化的实质是“现代技术扩张和资本扩张形成的以国际市场为中心的一体化运动。这个运动对文化的影响是以全球一体化取消全球多样性,从而形成以西方(尤其是美国)文化为轴心的‘文化一体’(单一平面的文化)”。<sup>1)</sup>世界文明的标准化将会导致美国流行的快餐文化、服饰文化、音乐和影视文化压缩或取代其它国家或区域的特有文化的生存空间。这也反映了美国文化批评家弗雷德里克·詹姆逊在《全球化和政治策略》中言及的忧虑——“特定种族—民族的生活方式本身将遭到破坏”。<sup>2)</sup>诚然,全球化一方面为各国的政治、经济、文化的交流拓展了空间,创造了便利条件,另一方面也为各区域间特有的民族文化的保持、世界文化的多样性带来了挑战。

而当代英国社会理论家约翰·汤姆林森却对形成真正的文化一体的“文化帝国主义”持有否定态度。约翰·汤姆林森认为,经济、军事具有强大力量的国家,不一定在文化上具有强大的力量。文化的力量应该体现在回答“怎样让生活过的更有意义”,或者说“有意义的生活的是什么”这样的深层次问题上,而不是也不应该是告诉人们将生活的意义诉诸在消费、享乐上的,非常孱弱、浅薄的以美国为代表西方的物质文化。<sup>3)</sup>

---

1) 肖鹰,〈中国电影要国际化视野不要全球化模式——金陵十三钗与别离的比较研究〉,《贵州社会科学》,2012年03期, p. 14。

2) 弗雷德里克·詹姆逊,〈全球化和政治策略〉,《江西社会科学》,2004年03期, p. 192。

3) 金惠敏,〈文化帝国主义与文化全球化——约翰·汤姆林森教授访谈录〉,《陕西师范大学学报》(哲学社会科学版),2012年06期, p. 14。

此外,美国社会学家罗兰·罗伯森同样认为全球化是高度多元主义的,从文化的角度来看,“全球文化不可能也不应该是一元文化或同质文化,更不是某种文化中心的文化,而是多元文化构成的全球文化。<sup>4)</sup>”

事实上,全球化对文化影响的取向可以借助乔纳森·弗里德曼在《文化认同与全球性过程》一书中言及的民族志的经典研究取向来表达,即:“马赛克”和“阶梯”<sup>5)</sup>式。

“‘阶梯’式指的是文化能够在全球进化的时间上进行有等级制度的排列,把社会在空间上的分布转化成时间性的进程;‘马赛克’式指的是将时间重置于空间中,维持着对世界被划分成边界、被界定得很清楚的单位的一种图像,这些单位都有同等价值,或者也许是不可比较的。”<sup>6)</sup>

从文化全球化的角度来看,“阶梯”式全球化是在全球区域秩序建立的基础上,霸权主义国家将区域的文化进行阶梯式划分,并输出更高级别的新文化元素。在获得经济利益的同时淘汰各区域的老旧文化,即达尔文的优胜劣汰法则,也有众多学者称之为“文化霸权主义”或“后殖民主义”。这是一种在经济全球化过程中繁殖出的霸权文化全球化。正如赫斯特、汤普森、海耶和路格曼等学者在诸多全球化批评论里面提出的相应观点:“现代的全球化是历史上前所未有的,主导经济趋势是朝向全球化或区域化的;在经济全球化的形成过程中,全球化已被新的帝国主义所取代。”<sup>7)</sup>同时,约翰·尤里和乌尔里希·贝克等学者也阐述了对“霸权主义”全球化的普遍看法:

“全球化是一个多维的进程,同时发生在经济、政治、环境和文化领域中,在以经济为首要的前提下,打破了文化的多样性和民族主义特性。这些学者把全球化解释为美国化、西方化或者全球资本主义单一文化扩散的核心所在。”<sup>8)</sup>此外,中国学者李道新也曾这样表示:“文化全球化是对民族和本土文化的吸空和吞并,体现出民族国家身份、权力的不平等及文化帝国主义的话语霸权。”<sup>9)</sup>“阶梯”式全球化的典型现象便是霸权国流行文化产品与形式不断地扩张,这种扩张和文化输出是单向的。因此,“文化霸权”似乎成了“阶梯”式全球化的代名词,也成为了美国自经济全球化转向文化全球化的有力证据。

而“马赛克”式全球化就是全球文化的“多元一体化”,是去地域的、去时空的、去中心化的及去“霸权化”的一种“文化认同”理论。实际上,由于文化全球化的迅猛发展,导致“在更大的世界的任何地点上都存在着混合物,没有一种文化是纯粹的,所有文化都包含了来自更大体系中其他地方的因素的一种意识。<sup>10)</sup>”“马赛克”式全球化,或者更准确点说是具有“缝隙式”的“马赛克”全球化,是把全球化区域文化做为流动性产物,且不受时间和地域的限制,随着经济的交流和族群与族群之间连接的建立,逐渐溢出了区域与区域间连接的边缘,在夹缝中相互流入、渗透,最终共存,即形成“全球文化多元一体化”、区域性“文化认同”或者可以理解为儒家思想中的“和而不同”。

也就是说“马赛克”式全球化在不受时间和空间限制的无序条件下,在不破坏本土文化和民

4) 文军,〈90年代西方社会学视域中的全球化理论评析〉,《开放时代》,1999年05期,p.44。

5) 原文为梯子,但笔者认为阶梯更具有说服力,故将名字进行了字面上的修改。

6) 乔纳森·弗里德曼,《文化认同与全球性过程》,北京商务印书馆,2003,p.317。

7) 戴维·赫尔德、安东尼·麦克格鲁,《全球化理论》,社会科学文献出版社,2009,p.4。

8) 约翰·汤姆林森,《全球化与文化》,社会科学文献出版社,2009,p.174。

9) 李道新,〈从“亚洲的电影”到“亚洲电影”〉,《文艺研究》,2009年03期,p.78。

10) 乔纳森·弗里德曼,《文化认同与全球性过程》,北京商务印书馆,2003,pp.317-318。

族主义的情况下，区域与区域间的距离缩减，并把它认定为是世界文化从扩张到收缩的一个多元化和跨区域性的文化认同过程。即将所有区域的文化融合进各自的区域并整合的一个过程。可称之为文化融合后的一种文化多元化的现象。这与2001年联合国教科文组织发表的《世界文化多样性宣言》中明确提到的“文化在不同的时代和不同的地方具有各种不同的表现形式。这种多样性的具体表现是构成人类的各群体和各社会的特性所具有的独特性和多样性。……在日益走向多样化的当今社会中必须确保属于多元的、不同的和发展的文化特性的个人和群体的和睦关系和共处”<sup>11)</sup>是不谋而合的。可以说“马赛克”式全球化为发展中国家的经济和文化迅速与世界接轨提供了良好契机。

## 2. 全球化语境下电影全球化的两大现象

基于“马赛克”与“阶梯”的全球化理论，笔者认为文化全球化在电影领域里面的独占和多元化，可以体现为“阶梯”式电影全球化和“马赛克”式电影全球化两大电影全球化现象。

### 1) “马赛克”式电影全球化

“马赛克”式电影全球化主要是指在电影全球化过程中，通过吸收、兼容、乃至融合其他地区的特色文化所作出的一种文化意义上的“让步”或“融合”，并借助电影这种载体，通过对道德、精神信仰、社会制度层面的宣传，以及渗透人心的意识形态的表述，达到软性输出并弘扬本国意识形态的最终目的。

电影的全球化过程是将本土文化意识形态外包装的输出过程，如果要对外来文化意识形态进行吸收、融合、反抗或吞并，则必须建立在对这种外来文化认知的基础之上。“马赛克”式电影全球化就是在认知的基础上对外来文化进行本土化融合，将其纳于区域主导的文化意识形态之下，并最终形成具有多元文化的一种电影全球化观念，也可以将其理解为建立在“文化认同”、“文化融合”、“全球文化多元化”基础之上的电影全球化现象。

吸纳、融合并表现多种文化是未来电影全球化过程中的大势所趋。好莱坞电影善于凭借着对外来文化的认同与融合引领世界电影发展的主潮。一战期间，欧洲艺术家集体移民美国为美国吸纳和融合欧洲的先进文化提供了便利条件，并进而取代百代电影公司成为世界电影工业的领航者。再如运用中国故事与中国形象并以好莱坞的手法进行包装制作的电影《花木兰》和《功夫熊猫》系列在表述中国特色文化的同时，获得了世界观众的青睐。

“马赛克”式电影全球化的现象是在“和谐”的多元文化认同、融合的基础上发生的，当外来的文化过盛或者具有明显的排斥、吞并区域文化的“侵略性”意图时，在对区域本土文化存废和区域本土电影市场的生存造成无法挽回的破坏时，必将导致和区域本土文化之间的不可调和的冲突、抵抗。这种排他的、由某种意识形态占绝对的主导地位的、招致区域本土文化的强烈抵抗的电

11) 陈真亮、连燕华，〈文化多样性保护的生态空间与环境法因应〉，《文艺艺术研究》，2016年04期，p. 22。

影导致的现象可称为“阶梯”式电影全球化现象。

## 2) “阶梯”式电影全球化

“阶梯”式电影全球化主要是指在电影全球化过程中基于本土文化的输出电影中的文化上的“霸权”式的国际性传播。电影作为文化的重要载体,“霸权”式的文化输出势必造成对处于被支配地位的他国文化的一种吞并、侵蚀、淘汰和替换。电影在全球化过程中,凭借着优越的本土文化意识形态进行单向性的商业运作输出,这种单向的、占主导地位的文化意识形态建立在西方普世价值观之上,意图在全球范围内建立单一的资本主义文化,并利用文化的霸权主义,建立固化的文化秩序体系的同时,攫取最大化的政治利益和经济利益。在大量资本独占的前提下,依靠控制、压缩、吞并、吸空其他国家思想文化的手段来发展的一种电影全球化观念。

以法国的百代电影公司为例,由最初的电影全球商业化横向发展,不断的衍生到思想文化方面。皮埃尔·德库塞勒领导的“作家及文学家电影协会”的成立,可视为电影霸权主义的诞生或“阶梯”式电影全球化进程的开始。资本主义对资本的控制是第一步,在拥有大量资本的前提下,凭借着控制人类的思想文化的有力手段发展电影的全球化。一战结束后,好莱坞继承了百代公司的思想,顺理成章的成为了“阶梯”式电影全球化进程的主宰者。这一个世纪以来,从日常生活的因特网、麦当劳和可口可乐,到经济军事上的美元、航母和战斗机,再到深入人心的美剧和达人秀,美国依靠自身经济、军事、科技上的领先地位,提前完成了自身的全球化演变,也为自己发展“阶梯”式全球化奠定了基础。实际上,“阶梯”式的电影全球化现象,主要是围绕好莱坞电影进行研究和定义的。好莱坞电影凭借自身强大的经济基础,在世界范围内输出承载着资本主义普世价值观的电影商品,在满足全球主流族群需求的同时,将处于劣势地位的区域本土文化淘汰,进行全新的一体化转换。迄今为止,美国一直占据着全球约80%以上的票房收入。然而,在这显赫的票房数据之后,过度输出的文化产业,不仅破坏了其他国家的产业生态,也颠覆了其他民族文化的生存空间,严重危害到了区域本土文化的可持续发展。

尽管笔者将现今的电影全球化现象表述为“马赛克”式电影全球化和“阶梯”式电影全球化两大电影全球化现象。但是这两种现象并不是独立的和绝对的,在某种情况下更是你中有我、我中有你的相互杂糅状态。霸权文化可以借助“阶梯”式电影全球化去对世界电影资源进行独占,也可以借助“马赛克”式全球化电影进行软性的意识形态输出,并迫使世界所有国家和地区的族群认同并接受优势文化。而由于政治、经济、军事、科技等原因处于劣势的其它国家的区域文化若是为了规避这种被优势文化吞并或同化的风险而选择闭关锁国的话,则必将在另一种意义上被飞速发展的世界文化淘汰从而完全丧失屹立于世界文化之林的资格。

当前,以法国为首的欧洲诸国,包括亚洲在内的诸电影大国如中国、韩国等国家都在电影市场上受到了美国好莱坞电影的巨大的冲击。实际上,正是在这种“阶梯”式电影全球化的文化霸权的背景下,世界各国也都在文化全球化的侵袭之下,试图寻找到一种能够使得本民族、国家的特色文化能够避免被排挤、吞并、边缘化,进而使得本民族、国家的特色文化能够继续的跨地区、跨民族的广泛传播和扩大文化影响力的电影生存方式。

而“马赛克”式电影全球化恰巧就是这样一种方式,能够让处于相对劣势地位的各国文化在

面对优势文化的冲击下，正视区域间不同民族、不同族群所带来的多元文化对本土文化的影响的必然性，在认同这种冲突和竞争的基础之上，以更开放的心态和胸襟借助“马赛克”式电影全球化的方式去主动的接纳、吸收、摒弃、合作，以及借助民族文化的传承力量去同化外来文化，保护区域文化，宣传特色文化，乃至弘扬民族文化。

可见，“马赛克”式电影全球化是各国电影在应对好莱坞电影横扫全球的语境下的必然选择。

### 3. 中外合拍电影的文化取向：“马赛克”式电影全球化

中国在文化方面一向主张多元一体化。中华民族在数千年的历史长河的选择表明，面对汹涌而来的外来文化侵袭，不是漠视、排斥与自我防御，而是借鉴、交流、吸纳，并最终与本土文化融合共生、和谐发展。对外来文化的吸纳与融合一直是中华民族传统文化传承、绵延与发展的本质因素，因而“马赛克”式全球化在本质上和中华民族对待外来文化的态度是契合的。

#### 1) 中国的“马赛克”式电影全球化——电影合拍

80、90年代的中国进入了一个新的历史阶段，在过去计划模式的社会里，经济、政治、文化三者之间呈现一种高度同质的整合关系，<sup>12)</sup>而恰恰这三者之间的密切关系高度一致，且带动了世纪中国文化产业的发展。现如今中国已成为电影生产大国，“华语电影”在中国电影市场的影响力与号召力与日俱增。但与已逾百年发展历史的好莱坞电影在国际电影市场上的份额、规模、品牌效益、文化与价值观的输出相比却相差甚远。面对好莱坞大片在中国电影市场上的优势份额与独占能力，中国电影首要考虑的是如何在好莱坞“阶梯”式电影全球化中的生存问题。自然，“马赛克”式电影全球化就成了中国电影发展全球化的不二选择。原因自是因为这种“马赛克”式电影全球化的发展方式在中国国内具有深厚的文化和政策基础。首先，习近平主席在如何发展本土文化、如何面对外来优势文化的问题方面，重申并坚持了家思想中的“和而不同”的思想。其次，在经济政策方面，中国日趋清晰明朗的“一带一路”国家级顶层合作倡议，倡导与沿线国家发展行之有效的经济合作伙伴关系，致力于打造政治互信、经济融合、文化包容的利益共同体、命运共同体和责任共同体。“一带一路”计划践行并致力于中国和世界经济的“和谐”发展。因此，学习、借鉴、吸收其他国家发展电影全球化的优势经验，立足本土文化，融合外来文化，打造凸显社会主义核心价值观的电影，是中国电影与好莱坞电影、世界电影展开文化输出竞争的必然要求。

近年来，在中国国内电影市场上屡创佳绩而在国际电影市场上表现欠佳的中国电影《战狼2》（2017）、《红海行动》（2018）、《哪吒》（2019）已经表明硬性的宣传中国文化与社会主义价值观的电影在标榜自由、民主等普世价值观的好莱坞价电影的重重包围下的突围困难重重。换言之，中国在发展电影全球化的道路上应具备国际视野，而不应仅仅立足与传统文化的一隅之地。由

12) 李新东，〈当代文化与王朔〉，《中国学》，第20辑，2003，p. 277。

此可见,具有国际化媒介传播特性的中外合拍电影是打造中国国际化电影、发展中国电影全球化的有效途径和树立中国在国际社会良好形象的重要方式。因此,借助“马赛克”式电影全球化的发展理念,融合与表述外来文化、隐性的彰显社会主义核心价值观方能“借船出海”,在世界电影之林中披荆斩棘、独辟蹊径。“中外电影合拍”既能借助他国电影发展的优势经验、成熟的产业体制、出色的国际化营销与资金运作,又能在双方的合作中激发中国传统文化与世界主流文化的碰撞与冲突,进而吸纳、整合发展出符合大众文化和具备国际受众的中国电影。

21世纪初中国加入WTO以后,中共中央政府制定了“走出去”的战略目标和“一带一路”的方针政策,可视为中国“马赛克”式电影全球化的步伐开始踏上了世界的征程。通过电影合拍的方式开放中国电影市场、布局世界电影市场、借鉴外来优秀文化,讲述中国故事,促进中国电影产业的升级。因此,具有文化融合属性的中外合拍电影则成为了中国发展“马赛克”式电影全球化战略“的践行者。

## 2) 中国“马赛克”式电影全球化的发展现状

21世纪中国加入WTO以来,随着对外合拍政策的加强和发展,低廉的人力资源、丰富的自然景观使得中国开始吸引世界各国电影界的目光。迄今为止,吸纳全球多个国家和地区多元文化的合拍电影已经走过了漫长的旅程。合拍电影已经从最初的和港台合拍的单一阶段,步入了和世界多国进行合拍的多元化阶段。其中,中港合拍、中韩合拍、中美合拍和中法合拍分别呈现不同的文化融合特点。这些合拍过程中的成败经验对中国未来发展“马赛克”式全球电影至关重要。本小节内容主要对中港合拍、中美合拍和中法合拍进行具体论述。中韩合拍因两国相同的文化基础和不同的政治经济制度的独特性将在下一小节进行具体的阐述。

### (1) 中港合拍

在合拍片的发展浪潮中,与中国内地同根同源的香港占据了天时地利。在诸多合拍电影当中,中港合拍电影数量最多,合作时间最长,取得了显著的“本土化”成果。

20世纪90年代开始,香港电影在创新和发展上已经趋于停滞,逐渐退出了亚洲霸主的位置。但是香港电影拥有的内地电影亟待获取的类似好莱坞电影工业的成熟一体化经验、1997年香港的正式回归的政治因素以及内地与香港在文化和语言方面的先天优势,让两地合拍抢占了先机。香港地区大批的电影人士借此契机挥师北上,开始寻求可持续发展的合拍电影之路。

由于合拍双方的文化差异小,语言障碍小,集体转型北上的香港导演进展顺利。近些年来内地与香港合拍的合拍数量有增无减,占中国合拍片总数的60%以上。中港合拍片的类型片丰富、以内地为主的市场定位明确,更是内地电影票房榜上的常青树。香港与内地的合拍电影迅速发展,成长为两地电影产业最具竞争力的核心力量。

另外一方面,内地与香港展开合拍的过程中也暴露了诸多的问题,如为了迎合中国内地观众,淡化了影片中的香港背景,淡化了港人的身份,使得香港电影中原有的浓重的“港味”在合拍片中逐渐退潮。香港引以为傲的黑帮片和警匪片在内地高悬的社会主义核心价值观的利刃之下也逐

渐的“泯为众人矣”。“本土化”是中港合拍电影中最为显著的成果，但同时也是中港合拍电影的局限所在。“普世价值观的缺失”、“走不出去”成为中港电影合拍的最大障碍。但不管怎样，中港合拍所积攒的合拍经验为中国发展“马赛克”式电影全球化提供了宝贵的可借鉴经验。中港合拍片中香港电影人逐渐的放弃了在东西方“多元文化的拼贴变化中生长出的香港新文化精神”<sup>13)</sup>，但是香港身份的自我消隐恰恰凸显着中国文化的融合浪潮。

## (2) 中美合拍

在中国合拍电影发展的30多年当中，中国电影在内容和类型上取得了很大的变革和创新，外界资金和人才大量涌入中国电影市场，国际与区域间的合作模式也变得多种多样，形式和规模上也逐渐成熟和趋于稳定。中国电影产业的发展秉承国家提倡“和而不同”的思想原则，融合外来文化，讲好中国故事，体现中国社会主义核心价值观。然而，不能不重视合拍电影在跨地区、跨文化和跨语言媒介的传播过程中的文化折扣现象。相较中港合拍片中存在的文化折扣现象在中国与其他国家的合拍过程中被进一步放大。合拍过程中产生的文化上的冲突和融合乃至不认同，使得现有的合拍合作在取得初步的成功之后步入了无法突破的瓶颈，这成为了中外合拍电影当下面临的问题和发展障碍。

中国加入WTO以后，好莱坞电影彻底进入了开放的中国市场。近些年来中国和美国的合拍片日益增多。在双方协议的刺激下，中美双方开始建立合作关系并联合投资出品电影，双方的合拍合作步入了大片时代。中美合拍的电影大多以巨资打造，票房是中港合拍等华语模式合拍片所无法比肩的。

中国与好莱坞的合拍关系更像是矛与盾的较量，攻中有防、防中有攻。中国方面注重的是与合拍国家文化上的合作，学习合拍国电影产业技术经验和商业运营模式的同时，共同创作和创新国际化电影，寻求打造出受全球范围认可的、彰显中国文化的国际大片。而作为合拍方的美国则希望借此契机，以不占进口片配额的方式更顺利地进入中国电影市场，挖掘中国的电影市场的票房潜力、提升好莱坞影片在中国电影市场的巨大份额，进而发展好莱坞的“阶梯”式全球化电影，推动普及西方的普世价值观，以潜移默化的方式对中国文化施加影响。从一系列的中美合拍片中可以看到，中方在合拍剧本的创作上几乎没有话语权。众多好莱坞大片为了满足政策需求进入中国市场，肆意、强行添加了敷衍的中国元素让中美合拍的电影变得浅显苍白，中国迫切需要向世界传递的中国的社会主义价值观和具有东方韵味的理念在合拍电影中鲜见身影。这一切表明，中美合拍片在合拍过程中尚处于中国元素的硬性拼接阶段。中方期望的中美合拍片的文化融合虽然未来可期，但现阶段借助好莱坞电影发展中国“马赛克”式电影全球化却史遥遥无期的。

## (3) 中法合拍

自2010年中法合拍协议签订之后，中法合拍电影在数量上和质量上均呈现上升趋势。中法合

13) 王岳川，《香港的后现代后殖民思想脉络》，《文艺研究》，2000年第6期。



拍片中王小帅导演的《我11》入选了多伦多电影节，并在获得过瑞士洛迦诺电影节5万瑞士法郎的制作奖；由费利普·弥勒执导的《夜莺》更是击败了《归来》和《白日焰火》加入了奥斯卡最佳外语片的角逐；由法国著名导演让·雅克·阿诺执导的以2.52亿元的投资《狼图腾》收获了7亿的票房，在中法两国都取得了票房佳绩。尽管在文化融合方面，中法合拍电影做的很好，有利于中国的电影“走出去”战略，也在一定程度上达到了“借船出海”的目的，但相比美国好莱坞来说，这更像是一叶扁舟。法国人骨子里的浪漫情怀和桀骜不驯自然也对合拍电影产生了影响。他们尊重艺术，尊重合拍方的文化和制作理念，但他们更在意的是用好故事去拍片，用艺术手段去实现电影。这就导致披着中法合拍片的身份“外语片”仅仅能在美国的艺术院线进行小规模上映，受众和影响力实在有限。所以，中法合拍的文化融合理念可借鉴，制作经验可汲取，未来也可进一步发展，但是对于中国迫切的需要走出去的现实选景还应该合拍这条大路上走的更远。

### 3) 中国“马赛克”式电影全球化的突破口——中韩合拍

随着中国观众观影水平的提高，中国需要借鉴、引进更多的国外优秀电影资源满足观众需求，实现电影强国的梦想。当下，中国大陆与中国香港共同创立的华语电影成为中国主流电影的中流砥柱，中美共创的好莱坞式大片成为中国大片创作中不可或缺的一部分。然而，尽管中港合拍电影在坚持传统民族文化和“本土化”转型这些方面是其他合拍电影所不能及的，但港味的消失使得合拍的概念几近“模糊”。又因立足与内地电影市场，使得“以中国人的生活方式讲述的中国故事”难以获得国际电影市场的入场券。

中美合拍中的中国文化的拼接、点缀与符号化，并未给中国合拍电影带来本土文化和民族身份的提升，一味的吸纳西方普世价值观使得中国的特色文化宣传和国家形象塑造难以尽如人意，再加上东西方文化巨大的差异，导致了中美合拍片文化冲突的激化。肤浅、直白、索然无味的美中合拍片的观影评价自然宣告着真正意义上的“马赛克”式融合远未达成。但中美合拍电影中具备的全球观众认可的普世主题、文化元素和尖端的数字化电影制作技术，是其他合拍电影所不能及的。从现在阶段的合拍片来看，中美之间的合拍从概念意义上更接近是一种纯粹的“阶梯”式的合拍，并未达到中国期望的“马赛克”式电影全球化的标准。

在亚洲国家中，当属中国、日本和韩国的电影产业最为发达。日本电影对外来霸权文化过于排斥，对海外电影的拓展和交流相对较少，再加上中日政府关系相对紧张，导致中日合拍电影一度落入低谷。作为同属儒家文化圈的韩国成为了中国另一个合拍对象，再加上中国观众对韩流的特殊青睐，“迫使”中国电影人纷纷开始了与韩国电影的合作。近年来，韩国电影在世界的影响力与日俱增。韩国电影如何从好莱坞“阶梯”式电影全球化的重围之下脱颖而出，是中国目前电影发展“马赛克”式全球化策略所急需效仿的对象。

从美国的全球化策略在韩国电影文化方面的渗透过程中可以清晰的看到好莱坞电影的渗透能力。1987年，好莱坞电影的市场份额达到53%；1988年，好莱坞对韩国电影的直接掌控及分销达到了高潮，稳固了在韩国电影话语霸权的地位；1994年，好莱坞电影在韩国电影市场的份额超过了80%。此时，韩国电影的抗争从电影人才的培养开始。1995年，专注电影后备力量培养的韩国艺术大学电影与多媒体学院的设立；1999年，加入WTO之后的韩国街头爆发了韩国电影人抗议好莱坞电影

的“光头运动”。当然,这种奋起抗争的电影人的自救行为迎来了更大更全面的压制。2006年,与美国签订的自由贸易协定及FTA,使得韩国本土电影的放映天数从最开始数146天削减到现在的73天。

这些历史数据充分证明了韩国电影从政策到市场一直不断遭受着好莱坞“阶梯”式电影全球化的挤压。未曾可期的是,韩国电影人在与好莱坞电影的竞争当中,“顺利”的将韩国电影带进了全球化进程。“韩流”的成功是韩国电影全球化过程中爆发的最为耀眼的光彩。具有儒家文化传承的大韩民族,本着以“和”为本的民族思想,坚守韩国本土文化、融合外来文化成为韩国电影发展全球化的主要策略。自确立“文化立国”政策之后,韩国的文化潮流在中国、亚洲以及整个世界都得到了快速的普及和大众的认可。韩国的类型电影、综艺节目、音乐舞蹈等大众娱乐商品在各区域相继出现后,且产生了较大的影响力,成为韩国向世界各地输出文化软实力的主要力量,这对中国电影“走出去”有着重要的帮助和借鉴意义。因此,中韩进行电影合作,可以使得中国电影人学习和借鉴韩流文化传播的成功经验,进而生产出让世界观众认同中国传统文化的高质量电影。

中韩两国同属儒家文化圈,文化差异相对中美和其他国家的巨大文化鸿沟来说要小的多。本着“和而不同”的儒家文化思想,化解文化冲突、融合异国文化应成为两国电影合作的基本原则和基础。首先,韩国主打的类型电影在坚持本国传统民族文化的同时,融合西方的普世价值观的能力是目前中国合拍电影所不能及的。其次,以韩国的核心价值观为中心向全世界讲述韩国故事是韩国电影的最大长处,这也是解决当前中外合拍电影一直走不出去的最有效办法。最后,中韩在电影共同创作过程中有诸多可以挖掘的共通元素,即中韩共通的儒家文化。所以,韩国电影弘扬东方传统文化的同时融合普世价值观,正是中国所期待发展“马赛克”式电影全球化所特有的你中有我、我中有你的相互杂糅状态。

从电影产业方面来看,中国拥有韩国没有的庞大市场,韩国拥有中国缺失的类型电影创作和电影后期制作技术,且中韩共同引领着亚太地区的电影产业发展。尤其是中国自2000年加入WTO以后,随着中共中央政府带来的利好政策,中外合拍电影促进了中国电影产量且票房呈直线增长,成为亚太地区电影增长最大的动力<sup>14)</sup>。但是,中国电影产业光鲜的数字背后却是瓶颈性问题的出现,虽然中国拥有着整个亚太地区都无可比拟的庞大市场,再加上国家政策和资金的大力支持,中国电影产业可以一直占据亚太领先地位,但是相比较韩国电影而言,中国在电影创作和电影技术上一直处于相对落后的状态,韩国除了依靠自己的民族类电影在本土市场成为主导者以外,更依靠自身强有力的后期制作技术和中小成本类型片的创新发展,成为了亚太地区电影工业强国。将韩国电影制作技术、剧本和类型片引入中国,对于中国发展和学习电影工业和规范电影工业体系,以及帮助中国电影更加专业化、国际化等有着重要的意义。

另一方面,相较中国电影而言,韩国电影不仅拥有着可以和好莱坞媲美的电影制作技术,更在创作创新本土化、民族类电影方面有着中国所不能及的强大优势<sup>15)</sup>。而韩国的电影市场现今已

14) 2015年全世界的电影票房收入达到了创纪录的383亿美元,增长的最大动力来自于亚太地区(+13%)。中国的总票房在2015年为68亿美元,较2014年增长了49%,超过全球第三大市场近50亿美元,并且占到了亚太地区年度总票房的50%。

15) 韩国电影在“仿好莱坞”和“反好莱坞”的双重策略中飞速发展起来。一方面是电影工业的现代化和寻求跨国合作的大制作影片连连刷新票房,另一方面是取材韩国真实本土问题的中小成本影片密集引爆观众自发支持。出处:杨俊蕾,《2016年全球电影票房累计381亿美元,好莱坞占76%》,《文汇报》,艺恩网

经趋于饱和<sup>16)</sup>，拓展海外市场是韩国电影继续发展的唯一出路。在这种态势下，加强中国和韩国电影方面的合作和交流，双方不仅能够取长补短、合作共赢，更有助于提高中韩两国电影产业的繁荣发展，并携手应对好莱坞全球化的进程。可以预期的是，中韩两国在文化方面的认同感<sup>17)</sup>，再加上中国电影全球化“走出去”策略的落实，加强跨境电影合作和文化交流，生产国际化电影是目前中韩合拍电影的大势所趋。

近些年来，中韩两国在电影合作方面尤为积极，随着「中韩电影合拍协议」的签署和FTA的签订，利好政策提高了中韩合拍电影的合作热情。在《中韩合拍电影协议》签署后的几年时间里，中韩合拍电影不仅类型有所增多，且数量逐渐攀升，在合作创新和电影票房上，也有着一定的提高。从类型上来讲，专门为中国内地观众打造的爱情片逐渐成为中韩合拍片的主要元素，占合拍数量的80%以上；悬疑片的出现为中韩合拍电影增添了不少色彩，例如，韩国导演林大雄执导、黎明和韩彩英等主演的悬疑片《不速之客》（2016）、韩国导演千炳哲执导、张静初和何润东等主演的《蜜月酒店杀人事件》（2016）、中国导演李骏执导、钟汉良和李政宰等主演的悬疑片《惊天大逆转》（2016）等，均为中韩合拍电影的新元素。值得注意的是，中国内地观众颇为喜欢的古装武侠片已经逐渐退出了中韩合拍电影的合作范畴。

此外，中国商业类型电影发展时间尚短，再加上中国的电影审查制度，使得犯罪类型电影的创作难度很大<sup>18)</sup>，相较中国其他的类型电影发展并不平衡。因此，中国电影创作者试图借鉴韩国犯罪类电影和警匪类电影对此类影片进行合理的“本土化”改编，以期打破既往中韩合拍作品难以深入人心、给人印象平平的尴尬局面。与中国以往的警匪电影相比，韩国警匪电影之所以能够受到中国观众青睐的原因，一方面在于它的故事源于生活，因此，电影中的故事情节显得更具可信性；另一方面也在于韩国电影对人物角色的人性挖掘更为大胆和深入，相较刻板的中国电影中的警察和匪徒的形象更能够得到中国观众的欣赏和认可。如中韩双方此前共同合作，翻拍自具有十足票房影响力的韩国《盲证》的警匪类电影《我是证人》，以及则翻拍自韩国票房冠军电影《老手》的《大人物》。如今已经有更多的韩国影片版权已经被中国电影人买断，并分别进入到了筹备和宣发阶段<sup>19)</sup>。

另外，在合作创新上，翻拍韩国经典旧作成为中韩合拍的主要创作模式，且票房也有所突破；最典型的莫过于2015年在中国电影市场获得了认可并取得优异成绩的两部作品：《我是证人》和《重返二十岁》。其中《重返二十岁》打破了《分手合约》的票房纪录，也是现有纪录的保持

转载，2017。

16) 据韩国电影振兴委员会统计，2015年，韩国人均观影次数已经达到4.22次，对于人口只有5000万人的韩国来说，市场已经趋于饱和。徐晓笛，〈中韩电影合作的必然性及现状〉，《大舞台》，第8期，2016，p. 95。

17) 中韩两国同属儒家文化圈，在习俗、汉字和地缘等方面，都比较接近。

18) 虽然一些中韩合拍的大片已经获得了观众的认同和喜爱，但是中国元素限制了电影的类型，导致中国到现在都还没有突破历史题材和古装类大片的瓶颈。尤其是在其他类型上依旧发展缓慢，另外，中韩合拍如果想靠战争类电影或古装类电影开拓中国市场，相对中港合拍而言竞争力不够，因为韩国对中国的历史文化和革命精神不够了解，且立场也是不一样的。韩国大多数脍炙人口的优秀类型电影多以反应社会和讽刺政府得到大众的喜爱，然而这些电影到中国后都将遭到“广电总局”的“阉割”。所以暴力元素、青色元素、黑帮元素、反政府反社会元素、都无法融入到中国的电影当中去。这也是为什么中韩合拍电影类型单一的根本原因。

19) 参照时光网发布的新闻可以了解到，中韩在近些年已经将版权买断的电影剧本有：《恐怖分子》、《中毒》、《老千》、《新世界》等高品质影片。

者。而翻拍电影中最成功的则是《我是证人》，从票房到口碑都得到了中国观众的认可。继《我是证人》之后，中国电影掀起了翻拍韩国经典旧作的合拍热潮。例如：《外公芳龄38》（2016年）翻拍的是韩国票房冠军《过速绯闻》；《蜜月酒店杀人事件》（2016年）翻拍的是韩国电影《金南福杀人事件》；《我的新野蛮女友》（2016）翻拍的是韩国经典电影《我的野蛮女友》。

在中国、韩国电影的合拍过程中，诸多韩国著名导演也纷纷进驻中国市场，例如《狼的诱惑》的导演金泰均拍摄了《坏姐姐之拆婚联盟》（2014）；拍摄《来自星星的你》的导演张太维拍摄了《梦想合伙人》（2016）；《隐秘而伟大的》的导演张哲珠拍摄了《蜜月酒店杀人事件》（2017）等。

<表> 中韩合拍协议签署以后中韩合拍电影表<sup>20)</sup>

时间	影片	主要出品方	主创	类型	票房（中国大陆，单位人民币）
2014	我的早更女友	中韩合拍	郭在容、周迅	喜剧/爱情	1.618亿
	露水红颜	中韩合拍	高希希、刘亦菲、郑智薰	爱情	6600万
	香气	中韩合拍	曾翠珊、朴施厚、陈燃	爱情/剧情	230万
	我在路上最爱你	中韩合拍	金丰起、黄圣依、池珍熙	剧情/爱情	2085万
	坏姐姐之拆婚联盟	中韩合拍	金泰均、陈意涵、池珍熙	喜剧/爱情	993万
2015	我是证人	中韩合拍	安相勋、杨幂、鹿晗	剧情/悬疑/犯罪	2.1亿
	重返20岁	中韩合拍	陈正道、杨子姗、归亚蕾、陈柏霖	喜剧/爱情/奇幻	3.7亿
	第三种爱情	中韩合拍	李宰汉、刘亦菲、宋承宪	爱情	7300万
	坏蛋必须死	中韩合拍	孙皓、陈柏霖、孙艺珍	喜剧、动作、悬疑、犯罪	4700万
	情敌蜜月	中韩合拍	郭在容、张林子、张雨绮、权相宇、霍建华	喜剧爱情	1035万
2016	不速之客	中韩合拍	林大雄、黎明、耿乐、韩彩英	悬疑/犯罪	392万
	外公芳龄38	中韩合拍	安兵基、佟大为、陈妍希	剧情/喜剧	6041万
	夏有乔木雅望天堂	中韩合拍	赵真奎、吴亦凡、卢杉、周元、韩庚	爱情	1.564亿
	蜜月酒店杀人事件	中韩合拍	张哲秀、张静初、	剧情/悬疑	762万

20) 数据资料来源于：中国电影票房网，豆瓣电影网。

时间	影片	主要出品方	主创	类型	票房 (中国大陆, 单位人民币)
			何润东、金永敏		
	我的新野蛮女友	中韩合拍	赵根植、宋茜、车太贤	爱情喜剧	3419万
	所以, 和黑粉结婚了	中韩合拍	金帝荣、朴灿烈、袁姗姗、	喜剧/爱情	8000
	赏金猎人	中韩合拍	申太罗、李敏镐, 钟汉良, 唐嫣	剧情/喜剧/动作	2.13亿
	梦想合伙人	中韩合拍	张太维、姚晨、唐嫣	剧情/爱情	8101万
	谎言西西里	中韩合拍	林育贤、李准基、周冬雨、阮经天	喜剧爱情	1807万
	惊天大逆转	中韩合拍	李骏、钟汉良、李政宰	剧情/犯罪/悬疑	7864万

中韩合拍在过去的一段时间里展开的如火如荼, 即使萨德和“限韩令”对现阶段中韩合拍有了一定的影响, 仍然没有减退中韩合拍的热情。但中韩合拍电影并未能够在中国电影市场取得预期的票房, 甚至大多数影片均已失败告终。如有过成功经验的安兵基导演<sup>21)</sup>的爱情喜剧片《外公芳龄38》票房仅有6六千万。青春励志片《梦想合伙人》尽管市场定位明确, 但影片核心价值观相对社会主义核心价值观的偏离, 以及事业观与爱情观的文化错位现象也导致了票房失败, 存在类似问题的影片还有《金南福杀人事件》等影片。

中韩两国存在着合拍的文化基础, 但国家制度和意识形态的不同自然也就导致不同的审美倾向。中国观众目前的口味倾向于娱乐式商业片, 而韩国电影观众更看重电影所能反映出的现实意义、民族情感和文化认同, 追求较高的现实感和共鸣度是其特点。这样的创作风格目前在中国电影市场还没有形成大的体量, 因此, 中韩合作项目在类型和题材上仍需不断的创新, 更需要对中国文化的真正了解和认同。

当前, 合拍电影文化上的“水土不服”的现象是中韩合拍亟待解决的问题。韩国电影人因韩国国内电影市场的饱和而过于急切的拓展中国电影市场。这种急功近利的短视心理使得中韩合拍电影进入了新的误区。中韩两国在一起合作的时间相对较短, 国家制度和意识形态等方面有着明显的差异, 使得目前中韩合拍的大部分电影都没有以中国观众的视角进行中国本土化叙事改造, 缺乏中国的民族特色和价值观。中国历来奉行儒家文化求同存异, 和谐共处的“和而不同”原则, 致力于以中国老百姓的生活方式讲述中国故事。因此, 把握中方的核心诉求, 了解中国电影的发展走向, 比较中港、中美合拍片的优缺点, 剖析中韩合拍电影在发展过程中出现的问题, 寻找中韩之间相互认同的文化和普世价值观, 表述社会主义核心价值观, 进而发挥韩国类型电影的创作优势才能使中韩合拍电影踏入坦途。

21) 此前, 安兵基导演的惊悚片《笔仙》系列, 均在中国获得成功和认可, 并且一连拍了三部。

#### 4. 结语

电影是文化的主要载体已经取得了全球的共识，合拍电影自然更多地表现为多元文化融合后的产物。在发展电影全球化的进程中，好莱坞电影可以凭借“阶梯”式电影全球化去对世界电影资源进行独占，中国电影自然也可以借助“马赛克”式全球化电影进行软性的意识形态输出，而中国与多个国家的电影合拍使得中国的社会主义核心价值观和传统文化有了新的表述途径。可见，一方面中外合拍电影将成为中国发展“马赛克”式电影全球化的有效手段和具体途径。另一方面“马赛克”式电影全球化也为合拍电影的发展指明了前进方向。

目前，中外合拍电影已经步入了和全球多个国家和地区进行合拍的多元时期。截至2019年，中国已与近20个国家签署了中外合拍电影协议。中国凭借着自身强大的市场资源、人力资源、经济资源、文化资源和得天独厚的自然环境资源等强劲优势与这些国家和地区展开紧密化、多元化的电影合拍工作。在这些国家和地区中，除了中国大陆和中国香港的合拍片以外，与美国、法国和韩国之间的电影合拍已逐渐成为中外合拍电影的主体。其中，中港电影合拍不仅给中国香港地区的电影带来了生机活力，更带动了中国大陆电影产业的蓬勃发展，为中国大力发展“马赛克”式电影全球化树立了典范；中美合拍虽然开启了中国合拍片的大片之路，但强势的好莱坞电影文化却给中国文化的世界传播打上了肤浅的符号化烙印；中法电影合拍为中国电影讲好中国故事提供了艺术支持；而韩国电影将西方的“普世价值观”和东方的儒家文化融合之后仍然有清晰可辨的韩国特质，正是中国电影在输出东方文化、表述社会主义核心价值观、塑造中国形象方面亟待借鉴的成熟经验。因此，中韩合拍可谓是中国真正开启“马赛克”式电影全球化进程的突破口。

今时今日，发展“马赛克”式电影全球化，切合习近平主席提出的“和而不同”的思想原则，顺应了世界文化多样化的发展潮流。未来的合拍电影应从文化间性的思维出发，要从西方的普世价值观与中国的社会主义核心价值观中寻找共通的人类情感表达，要尊重彼此文化差异的基础上，秉承“和而不同”的原则展开合作，方能绘制一幅既充盈着丰富的东方文化内涵而又彰显着西方普世价值的文化交融的生动愿景。<sup>22)</sup>可以预见的是，中国电影未来将会与更多的国家展开合拍合作，将大美的中国文化用影像的方式书写，在世界的各个角落生根结果。

---

22) 金丹元、周旭，〈从文化的主体性走向文化间性——对当下中外合拍片的一种文化反思〉，《当代电影》，2015年01期，pp. 118-120。

## 【参考文献】

- 陈宇，〈犯罪片的类型分析及其在中国大陆的发展〉，《当代电影》，2018年第2期。
- 陈真亮、连燕华，〈文化多样性保护的生态空间与环境法因应〉，《文化艺术研究》，2016年04期。
- 戴维·赫尔德、安东尼·麦克格鲁，〈全球化理论〉，社会科学文献出版社，2009。
- 弗雷德里克·詹姆逊，〈全球化和政治策略〉，《江西社会科学》，2004年03期。
- 金惠敏，〈文化帝国主义与文化全球化——约翰·汤姆林森教授访谈录〉，《陕西师范大学学报》（哲学社会科学版），2012年06期。
- 金丹元、周旭，〈从文化的主体性走向文化间性——对当下中外合拍片的一种文化反思〉，《当代电影》，2015年01期。
- 李道新，〈从“亚洲的电影”到“亚洲电影”〉，《文艺研究》，2009年03期。
- 李新东，〈当代文化与王朔〉，《中国学》，第20辑，2003。
- 乔纳森·弗里德曼，〈文化认同与全球性过程〉，北京商务印书馆，2003。
- 文军，〈90年代西方社会学视域中的全球化理论评析〉，《开放时代》，1999年05期。
- 王岳川，〈香港的后现代后殖民思想脉络〉，《文艺研究》，2000年第6期。
- 徐晓笛，〈中韩电影合作的必然性及现状〉，《大舞台》，第8期，2016。
- 肖鹰，〈中国电影要国际化视野不要全球化模式——金陵十三钗与别离的比较研究〉，《贵州社会科学》，2012年03期。
- 约翰·汤姆林森，〈全球化与文化〉，社会科学文献出版社，2009。
- 赵卫防，〈中外合拍片走势及对策〉，《当代电影》，2017年01期。

## 【논문초록】

키워드 Key Words	중문	电影全球化, 马赛克式, 阶梯式, 中国合拍电影, 中韩合拍电影		
	영문	Movie Globalization, Mosaic, Stepped, Chinese Co-production Film, Chinese and Korean Co-production Film		
<div>The Phenomenon of Film Globalization and Chinese co-production Culture in the Context of Globalization</div> <div>Qiao, Ning</div> <p>With the continuous intensification of globalization and the gradual opening up of national markets, it leads to the infiltration, integration and conflict among regional cultures. As an important media carrier of cross-cultural communication, the emergence of film undoubtedly intensifies the conflict and integration between local culture and cultural globalization. Therefore, in order to deal with the crisis of film homogeneity caused by film globalization, it is necessary to have a clear and deep understanding of the phenomenon of film globalization. On the basis of cultural globalization theory research, this paper will be divided into the type of film globalization "Mosaic" type and "ladder" type two kinds, and points out the present China by sino-foreign co-production to develop the "Mosaic" type of globalization is the defense of the traditional culture, China good international image and describe the real way out for China's socialist core values. China will rely on its strong market resources, human resources, economic resources, cultural resources and the great rivers and mountains of the motherland to carry out close and diversified project cooperation with other countries and regions and coordinate deployment of film globalization such as resource export. It can be predicted that Chinese films will cooperate with more countries in the future, and the great beauty of Chinese culture will be written in the form of images, which will take root in all corners of the world.</p>				
저 자 인적사항	성 명	교녕 / 喬寧 / Qiao, Ning		
	소 속	釜山外国语大学 中国地域通商专业		
	Em@il	joefilm@daum.net		
논 문 작성일시	투 고 일	2019년 08월 20일	심 사 일	2019년 08월 25일
	수 정 일	2019년 09월 09일	게재확정일	2019년 09월 17일