

## 《功夫熊猫》：谁动了我的文化奶酪？

2011-06-19 (Interview: <http://i.mtime.com/106548/blog/6139708/>)



采访者：《解放日报》记者/龚丹韵（以下简称“解”）

受访者：上海大学影视学院教授石川（以下简称“石”）

受访日：2011年6月11日

请将下列问题与后面的回答配对：

- A. 好莱坞电影的冲击确实存在，欧洲有些国家也采取一定的文化保护政策。那么，全球化是否会挤压掉民族文化的生存空间？
- B. 最近网上关于《功夫熊猫2》有很多讨论，您觉得这部片子算不算文化侵略？
- C. 但是国外的文化作品，确实会对我们的价值观产生触动。也因为年轻人的审美口味被拔高，更是越发对国产片看不上眼。开放的环境下，如何才能催发本土文化更好地成长？
- D. 可有意思的是，该片据说在美国票房平平，观众的反应也很一般，想不到在中国却是一片赞扬。您觉得为何会有这种反差呢？

**解1：**

**石1：** 网上的讨论我看过一些，不多。按照赵半狄的说法，《功夫熊猫》是拿中国瓶装美国酒。但在全球化时代，尤其在大众文化领域，这种现象很普遍，你也很难区分什么是美国的，什么是中国的。《功夫熊猫》的制作团队本身就具有跨国性，里面包括很多华裔、亚裔、拉丁裔，包含不同文化背景的介入。第一部里有场抢包子的戏，我们在很多香港动作片里都能看到。这些招式美国人是绝想不到的，因为他们没有这样的文化经验。理论上把这种现象称为“全球本土化”，就如同iPhone手机，美国的技术、设计、品牌、中国的加工制造，全球性的营销和市场，你说它是美国的，还中国的？好像没法这么说。因为全球化时代的文化消费品，都具有跨地性、跨文化性特征。像《哈利波特》《指环王》这类电影，故事创意、投资、主创团队、自然和人文景观分别来自不同国家和地区，剧情内容往往也是多元文化和创意的融汇，你中有我，我中有你。很难再用传统的国家、地域、种族的概念来解读，尤其不能用那种二元对立的思维，非要分清这是你的，那是我的，这种逻辑恐怕很难成立。熊猫始终是一种中国或者说华语文化符号。并不会因为被好莱坞生产制造就变成了美国符号，正如iPhone手机不会因为在中国制造就变成中国品牌一样。这跟文化侵略不是一个概念。

**解2：**

**石2：** 我觉得中国人喜欢这部片子，是因为他们在影片中看到了自己。武术、庙宇、街市、竹林这些视觉元素，很容易让中国人产生认同感。它们对美国人反而成了一种异域风情。因为片子的目标市场不单是美国本土，更是全球市场，尤其是亚洲市场。它的制作团队中吸纳了大量华裔、亚裔参与，借助他们的东方文化经验，让故事更好看。这恰恰印证了好莱坞全球营销的强大。现在人们争议的是，熊猫作为一种中国符号，在中国自己的文化产品中却始终

是僵化的、单一的、保守的。或许有点小可爱，有点憨态可掬，很能体现传统中国人圆融中庸的文化人格。而《功夫熊猫》却为熊猫赋予了新的文化内涵，尤其是那种夸张的喜剧感，完全颠覆了熊猫形象的传统特质。故事中的熊猫阿宝在第二集解开了自己的身世之谜，这个故事本身就是关于自我身份的塑造和认同，既涉及个人成长、奋斗、勇气、成功这样现代性的价值观，也包含亲情、父子、师徒这些传统伦理情感的元素，甚至还有点虚空平静、内圣外王的禅意和东方哲学。这些文化和价值诉求尽管有着不同的来源，但大多都能在全球范围内形成共识，从而成为一种普世价值。不同文化背景的人可以在影片中看到他们各自熟悉的东西，从而各取所需，并行不悖。这正是好莱坞全球文化策略之要义，你很难说它是美国制造的，价值观就一定是美国式的。而一旦进入中国市场，赚了中国观众的钱，就构成了对中国的文化侵略？这种思路缺乏说服力。为什么中国观众喜欢《功夫熊猫》？因为它给人们带来了欢乐。欢乐就是普遍人性，就是普世价值，你拿民族主义去拒绝欢乐，实际上拒绝的就是普遍人性，这注定是要碰壁的。

**解3：**

**石3：**

这种情况当然存在，全球化并不是一种公平对等的互动，而有强弱的区分，对处于弱势地位的文化采取保护措施是完全必要的。这原本没有问题，问题在于一提文化保护，就自然想到闭关自守，好像只有拒绝好莱坞才是对民族文化和本土市场的保护。这就把保护绝对化了。其实保护并不能简单等同于拒绝，而重点在于提升自身的文化实力，这只有在开放的态度和环境中才能实现。举例来说吧，比如上世纪四十年代，抗战结束后不久，中国的电影市场是完全开放，基本谈不上什么保护。那个时期的报纸，几乎所有的电影广告都是美国片，国产片广告都蜷缩在一些不起眼的角落里。那个时候国产电影业生存真是异常艰难，

但国产片是不是一蹶不振了呢？事实上，他们不但没有被好莱坞压垮，相反，却攀上了一个创作高峰，为后人留下了《一江春水向东流》、《万家灯火》、《小城之春》、《太太万岁》、《假凤虚凰》等至今依然脍炙人口的经典。那个时代我们没有能力来保护自己的文化，但是民族文化却反而得到了顽强的生长，这说明了什么？说明文化的生长离不开开放环境，离不开交流、对话、竞争、博弈的氛围。就像溪流，它的活力在于川流不息，而一旦静止就意味着死亡。

**解4：**

**石4：**

其实文化上的开放交融，本身就是对本土文化生长的一种促进。历史上，本土文化与外来文化始终是相互所改造相互更新的关系，比如两汉时期佛教传入中国，被本土文化所改造，形成了鲜明的中国特色。麦积山石窟、龙门石窟、大足石刻这些佛教艺术的宝藏，哪一个不是外来文化与本土文化相融合的产物？像二胡、唢呐、笛子这些乐器，不都是从域外传入，而最终成为民族音乐的物质标志的吗？近代以后，几乎所有的工业产品都是从西方引进的，要说被外来文化改造改写，那中国早就“国将不国”了，可事实又如何呢？外来文化的进入，不是说丝毫不会对本土文化产生冲击，但总的看，它对本土文化实力的提升是有促进的。对此我们应该有足够的文化自信。现在的确有很多年轻人常年看欧美电影、日韩电影和一些国际上最优秀的电影，他们的口味的确提高了，不再满足国产片现有水平。他们又是本土电影市场上的主流消费群体，他们口味往往对市场走向起着主导作用。观众水平高了，反过来必然刺激创作水准的提高，从这个角度看，他们口味的变化对国产电影创作未必是坏事。现在的问题是，我们的创作如何来适应这种市场的变化。对此我的看法是，中国本土市场不是开放过头了，而是开放的还远远不够，还应该大开大放。