

(上接第3版)

优秀传统文化题材影片： 创作“富矿”有待深入挖掘 积极探索创造性转化和创新性发展

◎ 寻求中国传统文化的创造性转化和创新性发展

以《哪吒之魔童降世》为代表的优秀传统文化题材影片，近年来获得了观众的认同。目前国产电影票房排行榜前30位的影片中，有《哪吒之魔童降世》(50.13亿)、《捉妖记》(24.4亿)、《捉妖记2》(22.37亿)、《功夫瑜伽》(17.48亿)、《西游：伏妖篇》(16.52亿)、《西游：降魔篇》(12.46亿)、《西游记之孙悟空三打白骨精》(11.98亿)、《叶问4：完结篇》(11.81亿)、《长城》(11.73亿)、《西游记之大闹天宫》(10.44亿)、《盗墓笔记》(10.02亿)、《功夫熊猫3》(10亿)、《西游记之大圣归来》(9.56亿)、《智取威虎山》(8.81亿)等近20部优秀传统文化题材影片。

其中，《哪吒之魔童降世》是以中

国传统文化为蓝本进行的全新艺术创作，体现了主创的工匠精神、中国动画电影的传承，以及艺术创新的民族化。同时，影片从传统文化题材中寻找灵感，汲取养分，并通过现代化发展和创新性转化，使之贴近现代生活，符合当下社会主流价值观，打动观众受到欢迎。

谈及《哪吒之魔童降世》的成功原因，中国电影家协会副主席、清华大学新闻与传播学院教授尹鸿曾指出，一方面，要破除神话故事中封建等级观念、封建秩序思想，保留“仁义礼智信”等优秀中华文化精神。另一方面，也要以现代化的方式让这些精华与当代人的生活产生联系，在这一点上，《西游记之大圣归来》与《哪吒之魔童降

世》都做出了很好的典范。

在《大圣归来》中，导演用一种全新的视角展现《西游记》的故事，孙悟空与唐僧不再是一成不变的师徒关系，而更像是互相救赎、共同成长的伙伴。在《哪吒之魔童降世》中，主人公的一句“我命由我不由天”，更是道出了他对命运的不屈与反抗。这一表现让哪吒以一个现代化的人格出现在传统美学的大氛围中，打破了中国传统文化森严的礼教等级观念，但却恰恰展示出了现代青年人对于秩序的反叛，让影片更容易被青年人认可和接受。

业界也一直认为，将优秀传统文化素材改编成电影，需要寻求中国传统文化的创造性转化和创新性发展。

梁君健认为，一方面在现实主义的角度，把历史中脍炙人口、尚未被挖掘的人物和事件进行呈现。从海外的经验看，好莱坞、英国、日韩以真实人物、历史事件为题材的影视创作已成气候。中国的历史足够长，资料足够丰富，人物事件具有多元化的特点，很适合电影化的呈现和改编。

另一方面是传统的幻想文学，比如《捉妖记》、《哪吒之魔童降世》、《狄仁杰》系列等等，虽有一些历史的影子，但还是以通俗文学、戏曲、小说等题材中寻找元素、原型，进行符合当代人审美的转化，这是很了不起的进步，把传统要素和新的视听语言结合，而又不拘泥于传统的框架，进行了当代化的改编，这也是此类作品受到观众

青睐的原因。

饶曙光表示，《西游记之大圣归来》、《哪吒之魔童降世》、《白蛇：缘起》等传统文化题材作品，在现代化转化方面做得不错，这些影片从传统文化资源中寻求灵感和故事内核，但故事情节和价值观表达与当代人生活方式相适应，与当下价值理念、人们追求的幸福生活相匹配，与实现人的自由、全面发展的观念相融合。

同时，在美学呈现方面，这些影片具有中华美学精神，与中国人的美学心理相适应。饶曙光表示，传统文化题材电影作品不仅要实现经济效益，更要实现社会价值、人文价值的传播。



◎ 从传统文化提炼出人类命运共同体的创作思路

习近平总书记指出，提高国家文化软实力，要努力展示中华文化独特魅力。在5000多年文明发展进程中，中华民族创造了博大精深的灿烂文化，要使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调，以人们喜闻乐见、具有广泛参与性的方式推广开来，把跨越时空、超越国度、富有永恒魅力、具有当代价值的文化精神弘扬起来，把继承优秀传统文化又弘扬时代精神、立足本国又面向世界的当代中国文化创新成果传播出去。

目前，随着中国文化传播向国际化、高质量发展趋势迈进，对中国优秀传统文化的挖掘和阐发提供了宏大背景，而电影在塑造国际影响力的

战略中承担着越来越重要的责任。《英雄》(2004年海外上映，票房5300万美元)、《卧虎藏龙》(2000年上映，票房1.28亿美元)、《霍元甲》(2006年上映，票房2400万美元)，以及《叶问》系列、《十面埋伏》、《长城》等影片都在海外取得了不错的票房成绩。

纵观在国际上获得成功的中国电影作品，都突出了我们中国文化特色或价值理念，它们都清晰的打上了中国烙印。因此我们需要在本土文化的审美范畴和国际化的审美趣味之间达到平衡，既要突出中国特色又要符合国外观众的审美需求，形成中国特色的文化标识和文化品牌。

在传统文化题材作品“走出去”的层面，梁君健观察到两种不一样的

历史阶段，早期时，中国的传统文化和伊斯兰文明、非洲文明一样，为西方主流电影和主流观众提供了东方想象，它的呈现是一种差异化的东方色彩和异域风情。而在近期，得到主流市场认同的电影，它的背景、美学、价值观既是传统的，有很强地域文化的特征，但也会提炼出被世界不同文化分享的一面，强调文化的共享性、共融性，与我们提出的人类命运共同体的思路相一致。

2019年上映的国产电影《流浪地球》，立足于中华优秀传统文化，融入天下大同、和谐共生的价值理念，借鉴国外科幻电影元素，讲述了全球联合起来拯救地球的故事，获得海内外观众广泛好评。

梁君健认为，把具有传统文化特点，也引起大家共鸣、激发共同情感，弘扬共同价值，在电影中挖掘出来，这才是真正的“走出去”，促进了东西方之间的相互理解，而不仅仅是简单的娱乐和异域风情的消费。

谈到异域风情的消费，在电影作品中，中国功夫是最具民族特色和传统文化特色的。有着悠久历史文化传统的中国武术文化，注重内外兼修、形神兼备的道德修养，既具有东方文明所特有的哲理性，又反映了东方的民族文化色彩，较为集中地体现了中国人民的智慧结晶。

饶曙光认为，这类作品较好地实现了海外传播，这些IP作为中华文化精神的体现，在国外有较大的市场

空间，此类题材可以用商业大片、类型片的形式进行包装，在工业化层面达到现代电影的品质和水平，就会更好地被海外观众接受，更好地实现中国电影的国际传播。

由此见得，中国电影人应该站在与传统文化相结合的点上，发掘民族特色和文化特色，用人类普遍接受的方式传播自己的文化理念和思想观念，逐步形成自己的文化电影品牌。制定正确的电影文化传播策略，让国际观众了解和理解中国文化，对中国电影产生兴趣和开始喜欢中国电影。电影的跨文化传播的成功体现在本民族的文化价值被国际市场接受和认同。

(下转第5版)