

(上接第5版)

## 积极推动中国电影走向世界 不断提升文化软实力和影响力

另外,王瑞导演的《白云之下》入围东京国际电影节主竞赛单元;孙傲谦的《少年与海》、李骥的《通往春天的列车》、廖克发的《菠萝蜜》入围釜山电影节主竞赛单元;梁鸣的《日光之下》和陈哲艺的《热带鱼》分别获得第三届平遥国际电影展费穆荣誉最佳导演和最佳影片。

华人导演王子逸的处女作长片《别告诉她》以细腻笔触探讨东西方文化差异,提名多个国际电影节,并斩获第77届美国电影电视金球奖最佳女主角。

第32届东京国际电影节中国电影周上,《送我上青云》、《西厢记》、《最好的我们》等多部影片进行了展映和交流,《中

国机长》获得“金鹤奖”最佳作品奖,《流浪地球》导演郭帆获得“金鹤奖”最佳导演奖,张涵予和姚晨分获最佳男女演员奖。

在影片“走出去”的同时,也增加了中国电影人,尤其是青年电影对外交流学习的机会。

从2013年开始,国家电影主管部门与美国电影协会联合发起了“中美电影人才交流计划”活动,每年选派5位最具潜力的青年导演,赴好莱坞进行业务培训交流。宁浩、陈思诚、郭帆、路阳、张一白、薛晓路、乌尔善、徐峥、韩延、大鹏、管虎、田晓鹏等如今活跃在创作一线的电

影人先后奔赴美国进行交流、学习、培训。应该说,“中美电影人才交流计划”为中国青年电影人构建了“走出去”的国际平台,让中国导演更切实地学习好莱坞电影制作的一流技术与理念,为中国电影进一步发展和融入世界电影打下了坚实的基础。



### ◎ 世界电影不断注入“中国元素”

在中国电影努力“走出去”的同时,世界电影尤其是好莱坞也在不断寻求“中国元素”的加入。好莱坞影片中的“中国元素”从最早的中国演员开始,慢慢加入了更多的中国符号,而后又慢慢引入更深层次的中国文化。

起初,李连杰、成龙、周润发、巩俐、章子怡等中国知名演员都曾加盟好莱坞影片,如李连杰出演了《功夫之王》,后期还有《敢死队》等;成龙主演了《尖峰时刻》系列;周润发则出演了《国王与安娜》、《黄石的孩子》等。

2011年,李冰冰主演了好莱坞文艺

片《雪花秘扇》,不但要在片中一人分饰两角,更要用英文拍摄,英文台词超过50%。此后,她在《变形金刚4:绝迹重生》、《生化危机5》、《巨齿鲨》等片中均有不少戏份。与此同时,景甜出演过《金刚:骷髅岛》、《环太平洋2:雷霆再起》;吴彦祖出演《魔兽》中古尔丹一角;昆凌在《摩天营救》中饰演了大反派,黄晓明的好莱坞首秀交给了《金蝉脱壳2》,甄子丹、姜文联袂出演《星球大战外传:侠盗一号》,王学圻参演了《钢铁侠3》,韩庚、邹市明亮相《变形金刚4:绝迹重生》,张静初出演了《碟中谍5》,周迅在

《云图》中一人分饰三角,李小璐则接演了科幻电影《异能》,杨颖在《独立日:卷土重来》中饰演了一名战斗机飞行员,余男加盟了《敢死队2》,杨紫琼出演了《木乃伊3》和《机械师2:复活》,甄子丹有《刀锋战士2》、《极限特工3》等好莱坞电影作品。吴亦凡、吴磊、金世佳、郑恺等青年演员也都曾出演好莱坞电影。值得一提的是,计划在今年上映,华特迪士尼出品的真人版《花木兰》由刘亦菲、甄子丹领衔主演,巩俐、李连杰特别出演,该片也是少有的主要角色均由华人饰演的好莱坞电影。

除了启用中国演员外,美国制片公司近些年还积极与中国进行合拍。如前文中提到的《功夫梦》,影片除了由成龙担任主演外,影片中还处处可见中国元素,如天安门、鸟巢、四合院、紫禁城、皮影戏、中医、中国功夫等,均散发着中国气息。此后这些年中合拍的《太极侠》、《功夫熊猫3》、《绝地逃亡》、《钟馗伏魔:雪妖魔灵》、《横冲直撞好莱坞》、《卧虎藏龙:青冥宝剑》、《长城》等,从制作规模、阵容、两国元素融合、最终票房成绩等方面,都在逐步升级。

好莱坞电影之所以这般积极加入

“中国元素”,某种程度上是因为庞大的中国电影市场所带来的巨大商机,正所谓“想要成功首先要被人需要”。中国电影市场的被需要,首先是中国电影产业经过多年持续发展的结果,中国电影市场在全球所拥有的举足轻重的地位,也开拓了更多“走出去”的资源渠道。

中国电影人也要看到,即使加入再多的“中国元素”,绝大多数的好莱坞电影传递的核心价值观仍是“美国梦”,而讲述中国故事、传递中国精神,表达“中国梦”,仍需要靠中国电影人自己来讲述。

### ◎ 内容为王,向世界讲好中国故事

对于如何与世界分享中国故事,促进电影对外合作交流这一问题,很多专家学者、一线电影工作者认为,除了要学会讲故事外,更重要的要有文化自信,深耕本土市场、把影片质量进一步提高。

原国家新闻出版广电总局副局长童刚表示,一方面需要立足本土、坚持自我,充分展现中国文化和中国精神;另一方面也要积极学习和研究国际电影先进创作理念,努力确立中国精神、中国形象、中国故事的世界性表达,探索加强国产电影的国际传播能力,提高中国电影在国际市场的话语权和影响力,真正把电影作为中华文化走出去的重要载体,在继续办好节展传统优势项目的同时,着力在人才交流和商业推广

方面寻求突破。

中国电影评论学会会长饶曙光则认为,中国电影要想在国内市场进一步赢得更多的观众以及市场份额,并在海外市场进行更加有效的国际传播,则必须建立起与人类命运共同体衔接、富有包容力和感召力的价值观,同时找到富有文化内涵、艺术张力的中国故事,并且以电影化的方式智慧地讲好故事,使之具备现代电影的叙事格局和视听品质。

他认为中国电影人首先要经营好本土市场,“本土市场给中国电影提供了足够大的空间,是中国电影的‘基本盘’。”还希望中国电影人要用更开放、更具包容性的心态去看世界,“我们的电影作品在表达上要有更大的包容性

和通约性,让其他文化背景的观众能够更容易接受。中国电影人要坚持人类命运共同体的理念,要求同存异,找到更多的文化兼容。”

北京师范大学艺术与传媒学院教授周星则从微观和宏观两个方面表达了中国电影“走出去”要具备的条件。他表示,未来中国电影在创作上要有更大的视野,如创作科幻题材影片,影片中甚至可以反映国际上的强权、不公、社会问题等。“所谓‘内容为王’,不仅仅表现好人好事,更重要的是现实的厚重性,表现时代巨变中的人和事。”

他同时提到,“等到中国电影有更多更优秀的影片可以被世界观众接受,以及中国综合国力更进一步增强的时候,中国电影大幅度‘走出去’也就水到

渠成。”他认为,好莱坞影片之所以在世界影响力大,除了美国的综合国力外,更重要的是好莱坞影片内容确实足够好。“中国电影‘走出去’第一目标并不是在世界市场的票房占到多少,更重要的是提高文化上的感召力、影响力。”

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告诉记者,由于当下国际形势的复杂性,中国电影走出去从文化的角度看会有更大的难度。但另一方面,随着国内市场的增量的减少,未来中国电影人将更有动力走出去。“中国电影未来的增量在国际市场。市场的动力也会帮助解决一些文化上的障碍和困难。这是一个两者博弈的过程。”

而身为导演的宁敬武表示,现阶段

中国电影在“走出去”方面所遇到的种种问题,最大的原因是中国电影还缺乏可深度消费的内容。他告诉记者,世界各地观众的文化不同,但情感是共通的。北美市场观众也喜欢看《三傻大闹宝莱坞》,如果作品足够好,海外片商自然会购买影片的海外发行权。中国电影在海外市场遇到的种种困难,大多是因为作品力量不够大。

总之,在讲述中国故事的同时能够把握世界各地观众的文化心理和审美趣味,展现人物角色的真实情感,而只有在当下多元文化共同发展的现实中秉持这一兼容并包的精神,才能获得不同文化背景下观众的共同认可。

(下转第7版)