

# 中国电影海外传播的近况分析

## ——基于国外媒体报道的视角

姜 波 于嵩昕

**摘 要：**中国电影是世界电影的重要组成部分。如何提高中国电影的国际地位，实现中国电影“走出去”的国家战略是摆在我们面前的重要议题。实时了解并分析国外媒体对中国电影的关注有利于我们在“知己知彼”的基础上，制订我国电影的海外传播策略。基于此，试以外国媒体对中国电影的报道为文本基础，从中国影片、影人、电影节和电影体制等几方面客观分析外国媒体对中国电影的关注程度和关注倾向，依此了解中国电影的海外传播情况。

**关键词：**中国电影；影片；影人；电影节；电影体制

**作者简介：**姜波，女，博士生。（浙江大学 传媒与国际文化学院，浙江 杭州，310018）

于嵩昕，男，博士生。（复旦大学 新闻学院，上海，200433）

**中图分类号：**J992. 6      **文献标志码：**A      **文章编号：**1008-6552（2015）02-0089-06

中国电影走过了一百多年的历史，电影业获得了长足的发展。2010 年，中国跃升为世界电影第三大生产国，跻身全球十大电影市场。2013 年全国总票房更是达到了 217. 69 亿元。<sup>[1]</sup> 然而，表面欣欣向荣的国内电影市场无法掩饰中国电影在国际市场上一次次的“滑铁卢”。《2013 年度中国电影文化的国际传播研究调研报告》表明，观看中国电影的外国观众数量下滑，走进电影院观看电影的意愿降低。<sup>[2]</sup> 中国电影要打开国际市场，走自己的“华莱坞”道路，首先要认清自己在国际市场上的地位，综合分析国外媒体对中国电影的报道，查找不足。本文以 EBSCO 和 ISI Web of Knowledge 权威外文期刊数据库收集的材料为基础，通过对材料客观系统地分析，并结合国外媒体的相关报道，试图窥见外国媒体对中国电影的关注和认知情况。

在本文材料搜集过程中，笔者将 Chinese/China 和 film/movie 分别组合，在 EBSCO 和 ISI Web of Knowledge 中进行搜索，经过进一步的逐一筛选，得到 1985 年至 2014 年外媒对中国电影相关的文献报道共计 70 篇。按照报道类型、时间跨度和报道内容将文献整理如下：

表 1 文献报道类型的分布情况

报道类型	数量
新 闻	52
学术期刊	14
会议报告	2
研究报告	2

表 2 文献时间跨度的分布情况

时间跨度	文献数量
1985—1994 年	5
1995—2004 年	7
2005—2014 年	58

表3 文献报道内容的分布情况<sup>①</sup>

报道内容	文献数量
影 片	15
影 人	14
电影体制	21
电影节	20

一、总体关注度不高，内容报道不深入

从图1我们不难看出，在总体报道数量不多的情况下，以“普及型”为特色的新闻报道共计57篇，占文章总数的81%。而代表深度研究的学术报告、会议报告和研究报告所占比例却很小。另外，限于新闻报道时效性的要求，一些新闻报道的字数都不超过300字。以2013年6月1日，阿德莱德的《广告人报》对中国与好莱坞展开深入合作进行的报道为例。报道全文翻译如下：

拥有美国情景喜剧《宿醉》经营权的好莱坞工作室传奇娱乐正与中影集团展开合作，力图制作更多的重磅级世界大片，与此同时，传奇娱乐也加紧推进在快速增长的中国电影市场的扩张步伐。

此次合作是中美（世界两大电影市场）娱乐公司增强合作的最新典范。

曾经制作过《盗梦空间》和《黑暗骑士》的传奇娱乐称，它在中国的企业传奇东方公司已于本周四在北京与中国电影股份有限公司签订了协议。<sup>②</sup>

首先，从字数安排上看，整篇报道共用了79个单词，三个长句子。第一句话即是整篇报道的中心句，所用单词数也是最多的。其次，从内容上看，此篇报道一方面强化了我们曾制作过经典大片的娱乐公司——传奇娱乐——的认识，另一方面向我们传达了新信息，即传奇娱乐与中影的合作。两个方面的内容相互映衬，增强了传播效果。最后，当提到中国电影市场时，报道中用的是“快速增长的中国电影市场”（rapidly growing Chinese movie market），并称中美是世界两个最大的电影市场（world’s two biggest movie markets），不难看出国外媒体已经充分认识到中国电影市场的巨大潜力。但限于篇幅，此报道没有对今后的合作方式、计划等作出较为详细的说明。

类似的报道在57篇新闻报道中占去了半壁江山。这样的新闻报道对中国电影事业的发展有利有弊。一方面，这种短平快的报道形式，能保证受众在最短的时间内获得有效信息，增加信息的传播速度。但另一方面，受众从新闻报道中获得的信息量有限，很难满足受众对内容深度和广度的要求。

相对于新闻报道的短小精悍，学术报告等文献形式为我们提供了深入了解中国电影在国际舞台上表现的重要参考。在Michael Keane和Tao Dongfeng对冯小刚的采访中，他们围绕冯小刚的被禁播电影《一地鸡毛》和《单位》询问了一系列问题。其中有关于这两部电影的内容及被禁播原因、冯小刚的电影之路、中国的电影体制以及电影的资金筹集等问题。尤其是在被问及中国导演在面对政府、市场和观众三方面的压力是如何做时（How do you operate between the constraints of government, market and audience?），冯小刚做了坦率的回答。在他看来，使观众满意是最容易也是一个导演最能做到的，如何使政府满意在现当代的中国是一个很难解决但又必须面对的问题。如何做到使“三老”（three olds, laoganbu, laoban, laobaixing）满意，有待于中国社会多方面的改革与进步。从这个采访中，我们既看到中国第五代导演对当今中国电影审查机制的无可奈何，也看到他们不放弃追逐个人梦想，对中国电影

① 一篇报道中影片、影人、电影体制和电影节几方面内容难免有交叉，此处仅以报道的主要关注点为标准进行分类。  
② 文章中涉及到对报道原文的翻译均为笔者所译。

的未来充满希望的电影情怀。其中很多细节对于中国人来说都鲜有所闻。这样全面详细的文献材料对于国外观众了解中国电影、中国电影人以及中国电影体制是大有裨益的。虽然此类深入报道文献的数量不多，但欣喜的是，学术期刊、会议报告和研究报告都集中在2000年以后，并且有逐年增长的趋势。

二、关注影片数量不多，但题材较广泛

在全部的70篇文献中，有15篇是直接和电影影片相关的。其中涉及到的电影有《十二生肖》、《我的父亲母亲》、《我的漂亮妈妈》、《和你在一起》、《回家过年》、《辛亥革命》、《今年夏天》、《投名状》、《卧虎藏龙》、《共产党的诞生》、《功夫小子》、《天注定》、《颐和园》和《喜福会》。其中关于电影《我的父亲母亲》的报道有两篇。虽然总体数量不是很多，但这些影片题材多样，改变了传统中国电影功夫片“打”天下的局面。

功夫片具有成熟的类型特征，拥有众多的爱好者，一直是中国电影国际传播的主力。《十二生肖》、《投名状》、《卧虎藏龙》、《功夫小子》、《天注定》都是功夫片的代表。但近年来，中国的功夫片在数量和质量上都不尽如人意。从近十年来中国功夫片在北美市场的票房可以直观看出此类影片的衰落：

表4

片名	上映时间	发行公司	北美票房（万美元）
《卧虎藏龙》	2000. 12. 12	索尼经典	12808
《少年黄飞鸿之铁马骝》	2001. 10. 12	米拉麦克斯	1469
《英雄》	2002. 10. 24	米拉麦克斯	5371
《十面埋伏》	2004. 12. 03	索尼经典	1105
《功夫》	2005. 04. 08	索尼经典	1711
《霍元甲》	2006. 09. 22	罗格影业	2463
《满城尽带黄金甲》	2006. 12. 21	索尼经典	657
《赤壁》	2009. 11. 18	木兰花	62
《投名状》	2010. 04. 02	木兰花	13
《狄仁杰之通天帝国》	2011. 09. 02	Indomina	Media
《叶问2》	2011. 01. 28	VarianceFilms	20
《战国》	2011. 04. 22	华狮	6. 8

（以上数据来源于美国权威票房网站 Box Office Mojo）

从国外媒体对上述几部中国功夫片的报道中，我们也可以看出国外观众对传统的打斗技巧已经由好奇转到了冷漠。中国功夫片想要在国际电影上继续占有重要的一席之地，除了要在动作效果、拍摄技术上加强创新，更重要的是要理论创新。

与传统的功夫片逐渐遭受冷落的情况不同，很多其他题材的影片开始走进国外观众的视野。《我的父亲母亲》是张艺谋导演的代表作，影片通过平实的拍摄手法讲述特殊年代下青年人的爱情故事，简单的爱情故事背后隐藏着复杂的叙事策略和视听手法，这些元素一起构成了这部看似“大象无形”的电影。《我的漂亮妈妈》是另一部参展柏林电影节的导演孙周的作品，单身妈妈辞去工作教失聪的儿子讲话的故事情节感动了很多。两部影片都聚焦小人物的日常生活，没有酷炫的大场面和精美的后期制作，但他们在柏林电影节上获得了与会者的关注。爱、亲情、包容、感动是全人类共通的情感。这两部影片的成功就在于他们用影视艺术将这些情感演绎出来，并与观众发生了共鸣。其他受关注的影

片也各有特色。《天注定》被美国国家公共电台看作是最“黑暗”的中国电影,《今年夏天》则作为中国第一部女同电影被外媒所关注。《喜福会》阐释了中国女性争取经济 and 人格独立的抗争。多样的题材说明中国电影的国际传播已经打破了功夫片“一枝独秀”的格局,逐渐形成以功夫片为主打,其他类型电影“百花齐放”的中国电影新格局。

### 三、影人知名度提高,多为正面关注

笔者所收集的文献中,有14篇是直接与中国影人相关的。其中涉及到的影人有成龙、李连杰、章子怡、巩俐、张艺谋、冯小刚、陈凯歌、张元、陆运涛、李安和邵逸夫。在这些文献中,除了美国国家公共电台对于导演陈凯歌、张元进行的采访分别是在2003年和2000年,其他的相关报道都是发生在2008年以后,可见中国影人近年的国际声誉不断提高。

中国电影的产生和发展离不开陆运涛和邵逸夫等老前辈们对电影业的巨大贡献。适逢邵逸夫去世之际,美国《时代》杂志刊出著名影评人理查德·科利斯纪念邵逸夫的文章。文章标题为《邵逸夫——中国电影的最后君王》(Run Run Shaw: The Last Emperor of Chinese Movies),科利斯称邵逸夫是中国电影的君王,而且是最后一个君王,可见对邵逸夫一生致力于电影事业的赞美以及对其所取得成就的认同。文中对邵逸夫终生致力于电影事业,克服重重险阻创建邵氏兄弟电影公司和他旗下的电视广播有限公司(TVB,惯称无线电视)的一生做了详细介绍,并褒奖其培养了无数艺人,开创了亚洲的影视王国,在很大程度上促进了香港乃至内地电影业的发展。在这篇向邵逸夫致敬的文章中处处流露出对中国影人不屈不挠精神的敬佩和尊重。在另外一篇介绍陆运涛家族的文章中,我们可以看到陆运涛创办国泰机构的艰辛和最早提出向好莱坞学习的洞见。

在关于电影明星和导演的报道中,国外媒体不再找“花边”,抢“爆料”,而是以正面报道居多。《汤斯维尔日报》盛赞章子怡成为奥斯卡评委是实至名归(Most media think she relies on luck, but I understand that she doesn't. She is a very enterprising person.)。文中不仅对章子怡在《卧虎藏龙》中的表演予以肯定,而且称她是被美国电影艺术与科学学院邀请的唯一一位中国女演员。明尼阿波里斯市的《明星论坛报》在关于李连杰的报道中称他一直在磨练自己的表演技巧(Li is honing his performing skills),在《投名状》中,李连杰将兄弟间的悲情和背叛演绎得淋漓尽致。成龙的动向一直是外国媒体关注的焦点,从《十二生肖》后成龙要退出动作片的拍摄到成龙与贾斯汀·史密斯合作复活经典《功夫小子》再到《辛亥革命》中成龙饰演黄兴一角,处处可见国外媒体对成龙表演的认可和尊重。近些年,随着章子怡、成龙、李连杰、范冰冰等中国影人相继“闯入”好莱坞市场,国外观众对中国影人、中国电影乃至中国形象有了新的认识。但“是否能在跨文化制作的同时与多种文化背景的观众形成对话,影片文本是否能够真正地为中国电影明星建构起展现其表演才能的平台,并最终成为中国明星获得国际认可的路径,则仍然是个未知数。”<sup>[3]</sup>不可否认的是,逐渐增多并以正面为主的国外媒体对中国影人的报道,为中国影人的国际化之路扫除了障碍,同时也让更多的外国人了解到中国影人的专业精神。

### 四、电影节“市场”冷清,距离国际化有较大差距

据《2013年度中国电影文化的国际传播研究调研报告》显示,有57%的外国观众根本不知道中国有电影节。上海国际电影节、北京国际电影节和香港国际电影节是中国知名度最高的国际电影节,但仅有19%的外国观众认为他们了解这些电影节。在笔者收集文献的过程中也发现中国电影节的关注度非常低。虽然在70篇文献中有20篇是和电影节有关的,但经过对其中的内容进行详细分析,笔者发现电影节只是作为一个“附属品”出现在文章中。



首先，从以下报道的题目中就可见一斑：《大象的眼泪》拉开第14届上海国际电影节的大幕（Water for Elephants' to open 14th Shanghai International Film Festival）、加拿大电影在第15届上海国际电影节上的全面回归（Canada comes out in force at the 15th Shanghai International Film Festival with 20 films, including one in official competition）、在上海国际电影节上对加拿大导演的电话采访（Telephone Q&A session with actor Rossif Sutherland (Pour l'amour de Dieu, I'm Yours) at the Shanghai International Film Festival）、香港国际电影节上排名前十位的红毯礼服（Top 10 Red Carpet Gowns at the 31st Hong Kong Film Awards）、北京国际电影节上美国的数字领域媒体集团做以展示（Digital Domain Media Group to Present at Beijing International Film Festival）……其次，从报道内容上看，在20篇有关电影节的报道中，2011年6月10日和2012年4月15日的《国际商报》先后对上海电影节和香港国际电影节做了较为详细的报道。其中包括参加电影节的嘉宾、参展电影、获奖影片、获奖者感言等。除此之外，其他报道中对电影节的直接关注很少。

我们看到，尽管香港国际电影节创办于1982年，上海国际电影节创办于1983年，但国际社会对中国电影节的关注度还很低。中国电影要提高在国际影坛上的地位、提升电影质量、拓宽发展空间，离不开电影节的有效配合。电影节是我们接触国际一流水平作品、国际大牌明星、顶级国际导演的重要渠道。因此，探索如何发挥中国电影节在国际影坛上的中坚作用，对中国电影的国际化之路至关重要。

## 五、电影体制教条，国际合作有待拓宽

一提到中国的电影体制，就不得不说我国电影的审查制度。我国现行的电影审查制度是基于国务院2001年颁布的《电影管理条例》。根据规定，一部中国拍摄的电影要经过剧本审查和备案，拍完再审，审完才允许放映这样的过程。虽然现在上海、南京、吉林等省有了所谓的“电影属地审查”，但涉及革命、公安等题材的电影仍需报送广电总局审核。对于进口影片的审核，《电影管理条例》也有相应规定。对含有淫秽内容、具有强烈感官刺激诱人堕落的、宣扬不正当关系、严重违反道德准则等内容的严禁播放。《007大破天幕杀机》就因为含有淫秽内容，在中国大陆上映时有大约四十分钟的剧情被删改。据美国国家公共电台的早间商业新闻报道，《007大破天幕杀机》正在世界第二大电影市场（中国）放映，但一些007迷们因为审查总局对电影的删节很是恼火（some 007 fans are furious about the nips and tucks Chinese censors have made to the movie）。报道中还引用《华尔街日报》的说法，称中国的审查人员删节掉有关色情、政治等镜头是为了降低影片的观赏性进而为国产电影的生存创造空间。不管实际的情况如何，显然外国媒体对中国大陆的电影审查制度已经关注许久并做了深入研究。在报道中甚至提出这种审查制度根本无法起到保护本国电影的作用，因为有些中国影迷直接购买盗版的未删节版本。所以，在外国媒体看来，尽管中国的电影审查制度十分严苛，但无法发挥其应有的作用。

另外，电影《云图》、《少年派的奇幻漂流》、《黑衣人3》、《泰坦尼克号3D版》和《加勒比海盗》都难逃被删减的命运。不仅对进口影片的审查十分严格，中国的出口影片同样面临一道道“关卡”。据《爱尔兰时报》报道，中国出于政治原因将《南京！南京！》和《云后的太阳》移出棕榈泉国际影展。在该报看来，中国政府的做法为中国电影业的繁荣投下了阴影。所以在外国媒体看来，中国的电影审查制度在很大程度上是即将好的外国影片挡在门外，又影响中国优秀影片的出口。

在拓宽国际合作方面，中国政府近年来做出了很大努力，开展了一系列的海外合作项目。纵观中外在电影合作方面的文献，全部都集中在2008年以后，这其中包括中国最大的电影传媒集团在洛杉矶设立办事处、中影集团与好莱坞影城展开合作、迪斯尼与中国合作拍摄《钢铁侠3》、IMAX技术的应用有助于中国电影在亚洲的扩张，以及当时任国家副主席的习近平就动漫产业的发展与美方交换了意见，并促成中国两家电影公司与美国的梦工厂动画公司签订合同等。中国电影的国际合作之路才刚刚开始，

要想吸引更多外商和外国电影公司，扩大中国电影的世界影响，还有很多的工作要做。

## 六、结 语

进入新世纪以来，尤其是入世后，中国加大了对电影产业的投入。随着第五代、第六代导演的崛起，加之中国电影人在国际舞台上频频获奖，中国电影被外国媒体关注的程度飞速提高。“欧美电影（以法国、美国、英国、德国和苏联等国家拍摄的一些风景、事实纪录片和各类故事片为主）在中国人面前展示其陌生化外表和奇观化策略的历史时期”<sup>[4]</sup>已经一去不复返。中国电影正在摸索属于自己的国际化路径：增加政府政策的支持力度，建立并完善电影的市场化机制，培育具有艺术想象力和艺术创意的电影人才。<sup>[5]</sup>虽然中国电影已经在国际化的道路上艰苦跋涉了几十个春秋，但这仅仅是一个开始。从笔者上面的论述中不难看出，中国电影总体水平有待提升，在国际上被关注的程度不高，中国影片在题材上有所突破但数量偏少，中国影人的知名度有所提高，但中国电影节“市场”就显得格外冷清。另外，在加强国际合作方面，中国电影还需要有更多新的举措。

### 参考文献：

- [1] 周小红. 2013年全国电影票房达217亿美元 [EB/OL]. www. bj. xinhuanet. com/bjyw/2014-01/06/c\_118830589. htm, 2014-01-06.
- [2] 黄会林. 2013年度中国电影文化的国际传播调研报告 [J], 现代传播, 2014 (2): 9-22.
- [3] 陈晓云, 廖贝. 当代中国电影明星的国际化之路 [J]. 上海大学学报 (社会科学版), 2014 (3): 50-60.
- [4] 李道新. 中国电影文化史 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2005: 15.
- [5] 李修尚. 论中国电影的国际化路径 [J]. 电影文学, 2014 (15): 12-13.