

■ 访谈

不能仅从票房看中国电影对外传播的成败

——访中国影协秘书长饶曙光

□本报记者 任晶晶

中国电影产业化改革10余年来,市场规模迅速崛起,已经跻身世界第二大电影市场和第三大电影生产国。可就在国内市场快速崛起的同时,中国电影海外市场的发展相对滞后,国内、国外可谓是“冰火两重天”,中国电影的国际传播面临着系列急需解决的问题。7月29日,由中国电影家协会批准,中国文联艺术中心主办,DMG印纪娱乐传媒集团和《世界电影》杂志社承办的中国电影家协会国际传播工作委员会成立大会暨中国国际传播(电影)发展论坛在京举行。会上,来自国内外的电影人和研究专家就“东西方审美异同谈中国电影对外传播策略”和“从全球电影产业发展趋势看中国电影国际化合作模式及青年电影人才培养与交流”等问题进行了探讨。会后,本报记者就此问题深入采访了中国影协秘书长饶曙光,他认为中国电影已经进入到了关键时期,要高度重视中国电影对外传播的问题。同时,中国电影人要凭借自身的实力,开拓自己的表现空间,把合作引向深入,由中国的元素引向展现中国的形象、中国的精神,让中国电影真正走向世界。

记者:据你的观察与了解,近年中国电影对外传播的现状如何?有观点认为在好莱坞本土影片占据97%以上的北美市场,不该成为我们重点打入的市场,你怎么看?

饶曙光:首先我认为“走出去”这个词改为“对外传播”比较合适,因为“走出去”是个技术性的概念,而不是战略性的考虑。相对于国内市场的发展,中国电影近几年的对外传播不太理想,它没有与国内市场同步发展,这个情况是比较复杂的。有人认为是北美市场不应是我们的重点,我们应该首先打入华语圈、儒家文化圈,然后再是非洲、拉美这样一些国家,但是非洲、拉美这些国家的电影市场根本还没有发展起来,所以这不仅是“走出去”的问题,还是一个对外传播的问题。其实,北美市场不仅是中国电影打不进去,韩国、意大利、日本、法国等各国的电影要进入北美市场也都是很难的,从这个意义上讲,我们对北美市场的传播存在一个很大的结构性的障碍。因为所有的外国影片、非英语影片,美国都把它称为艺术电影,所以进入它的主流商业院线很难,即便是进入了,观众的接受度也存在很大的问题。

记者:有观点认为,由于文化的差异以及话语方式、产业结构和电影理念的迥异,中国电影与海外市场对接将是一个无法完成的任务,对此,你怎么看?

饶曙光:中国电影与海外市场的对接是短期内难以完成的任务,但并不是一个永远不能完成的任务,只是短期内存在很多结构性的障碍,比如前面讲到的美国把非英语影片都看

成是艺术电影。在这样一个背景下,我们对美国的传播,首先有两方面的工作要做,一方面要做大做强国内市场,我们的市场强大后,影响力也会增强;另一方面我们也要做好北美市场观众的调研,建立好发行渠道。这两方面要同时做。当中国市场强大到一定的程度,然后又对北美电影观众有了一定的了解,并有发行放映渠道,那么就有可能水到渠成,取得成功。

记者:为什么我们的影片会在海外遭遇水土不服?在如何讲好中国故事,把中国故事讲述成国际化的故事方面你有什么思考?

饶曙光:除好莱坞电影是全球化的之外,其他国家的电影到中国来也有水土不服的问题,这是除好莱坞之外所有民族电影都要面临的问题。但它并非是完全的水土不服,而是表达受到了一定的限制。我认为,讲好中国故事最重要的还是要体现中国文化内涵,具有中国文化标识和中国文化风格,在坚持这个原则的基础上再去考虑他的国际表达,考虑以海外观众能够接受的方式去讲故事。说到底,这对我们来说,主要还是能力的问题。因为我们现在缺乏国际化的视角和阐述,所以在国际表达方面存在短板,我们的很多表达方式与海外有差异,在这个方面最重要的还是培养国际化的人才。目前看来,我们要做的工作还有很多。

记者:从文化交流层面上,中国电影应该是走向了全球,但在经济层面上似乎还稍有不足,你如何看待这种对外传播的不平衡现象?

饶曙光:这个问题涉及到我们应该怎样从战略上来认识中国电影的对外传播,我们不能仅仅只有一个经济指标,不能仅仅看中国电影在海外市场获得了多少票房,更重要的是中国电影进行了有效的海外传播,扩大了中国文化的影响力,提升了中国的国家形象和文化软实力。中国电影的海外传播应该有一个更具有战略性的考虑,不能只停留在经济层面上,最重要的是要为中国的大国崛起做好文化沟通的工作,我觉得这个对中国更重要,只有这样,我们在大国崛起的道路上才能走得更顺畅。所以,从战略上考虑,中国电影应从这方面下更大的功夫,发挥更大的影响力。

记者:说到合拍片已经成为近年来的创作热点,通过与国外电影公司的合作,也充分利用了他们遍布全球的发行和营销网络,使合作的影片在全球有了一定的票房保证。但就目前已经上映的合拍片来看,似乎出现了一些误区,或是简单的中国演员的参与,或是中国元素的点缀,都是浮于表面的东西,很

难看到中国文化的深层表达,你怎么看这个现象?

饶曙光:从全球范围来讲,合拍片都是一个有效的对外传播方式,因为它是风险共担、利益共享的,对参与国家有一定的票房保证,这在全球是一个最基本的做法。就目前我们合拍片出现的这些问题,我认为短时间内还很难改进。比如《变形金刚4》,尽管戏份增加了,但你永远还是处于次要的和被支配的角色,要实现中国文化的深层表达,最重要的是你的话语权和主导权。这个话语权和主导权除了你的经济实力和规模之外,还在于整个国家的国际影响力,这需要一个过程。我们要在合拍中实现更多的主导权和话语权,一要扩大投资规模、主导的能力,另一个要选择国外有实力的大公司合作。有实力的大公司与你合作也有一定的前提,就是要对等,经济实力、技术实力、人才实力和整个电影工业的运作能力都要大幅度的提升。就国内的情况来说,能与好莱坞六大电影公司媲美的大公司还很少,最近10年可能会出现这种大的集团公司,到了那个时候情况可能会有一个根本的改变。

记者:你认为什么才是真正意义上的合拍片?

饶曙光:所谓真正意义上的合拍片,它其实有两个概念,一是经济方面的主导,一是文化方面的主导。经济方面的主导很简单,就是根据投资所占的份额。文化方面的主导是与经济主导权相关的,只有有了经济上的主导权,才会有文化上的主导权,这两方面需要同步的实现。真正的合拍片对我们来说,一方面是要学习人家的先进理念、先进的技术、先进的运作,另一方面要在合作中不断增强自身的实力和话语权,从经济和文化层面实现更多的主导权和话语权,那么我们的合拍片就能在对外传播中发挥更积极主动的作用。

记者:中国影协刚刚成立的国际传播工作委员会,将在推动中国电影对外传播方面发挥怎样的作用?

饶曙光:中国影协国际传播工作委员会,首先是要站在中国电影对外传播的战略层面上考虑和开展工作,不能局限于票房,局限于经济层面,我们要考虑到怎样更好地为中国形象、中国文化软实力发挥积极的作用。为了实现这个目标,中国电影对外传播应该建立一个立体化、多层面的传播体系,我们需要把政府、市场、社会、民间各种资源进行有效整合,实现中国电影对外传播的新突破,开创一个新的局面。这就是说,不仅仅是政府和企业这个层面,而是整个社会,包括我们的整个外交都要为中国电影的对外传播发挥积极的作用,形成合力。特别是要利用社会资源、民间资源,而中国电影家协会在这方面具有很大的优势,我们可以建立一个社会平台、民间面孔,把社会和



民间的力量整合起来,与政府和企业协同发挥作用。

记者:在青年人才的培养和交流方面你有什么建议?

饶曙光:在人才培养方面,将利用和中国影协国际传播工作委员会合作公司的优势,请一些好莱坞的制片人、编剧、导演来讲课、交流,提高中国电影海外传播的能力,在这方面培养更多的人才。另一方面可以借鉴韩国电影经验,韩国电影在海外的人才培养上,派出了一大批相当于是高级蓝领到美国的各大公司、各个专业、各个环节去学习,从最底层的工作干起,把现代电影所需要的各门技术都学到手,所以韩国电影最近20年进步特别大。再比如说,现在美国电影有100多个工种,我们满打满算也就30多种,甚至有很多工种我们甚至都不知道。这是电影工业尤其是现代化电影所需要的,这方面我们要加强自己的人才培养,国家也需要从战略层面来考虑,加强电影高科技人才和国际化人才的培养。这方面很重要,比如像《唐山大地震》《集结号》这样的影片,我们都是请韩国、新西兰的公司来做特技。李安也说过,在中国拍片有很多专业环节不到位。我们缺乏专业的团队和公司。只有各个环节进行有效的配合,才能完成一个现代化的电影产品,在这方面我们也希望能开拓出新的模式。中国电影的对外传播,需要的是整个行业的强大和电影系统每一个环节的完善,否则再有再好的故事也拍不出来。好莱坞电影之所以能够打动全世界观众是因为从源头的剧本开发阶段就面向全世界观众的需求展开,且好莱坞六大电影公司从剧本开发到制作宣传的每一个环节都很强大,这才是他们致胜的关键。

■ 想到就说

冬天去哪儿了

——当代电视剧创作现象一瞥

□赵彤



《二二二》剧照

视剧中角色的着装特点就能看得出来。T恤和短袖衫,吊带裙和露背装,构成了都市题材电视剧服装体系中最典型的季节符号。

这个都市题材电视剧的工程档期,与建筑行业的工程档期大致相当。建筑行业为了建筑安全,防止建筑材料因高温和酷暑而出现热胀冷缩,尽量在春秋之间完成主体浇筑。电视剧生产行业,也充分考虑到演员身心的季节需求。拍电视剧也是一项高强度的劳动,暑热和寒冷,无疑会加重劳动强度。让大家在酷暑季节去休假纳凉,在春节前后与家人相聚,是人情与工期共振的结果。猫冬,对主创们来说,也正是研究下一部作品的文案时间。

其三、曲线。

女性角色,特别是年轻女性角色,是都市题材电视剧不可或缺的元素。她们靓丽的外表、优美的身段以及青春的气息,在和煦的季节里更能得到充分地展示。比如,春风会吹起她们飘逸的长发,着裙装更能展示她们秀美的身材。冬天却没有这种可能。20、30、40岁的女性都裹在臃肿的羽绒服里,使妙龄的曲线美失去了展现的可能。这绝不是大众通俗文化的市场考量。看一看报刊亭里,封面女郎的装束,就会懂得“春衫薄”是文化市场历练出的结果。

较之羽绒服,“春衫”的市场更大。在植入广告和消费引导的背景下,电视剧更需要以曲线美为带动消费的春秋,而不是冬天。一年四季里,女性观众购买“春衫”的数量和次数,远高于她们购买的冬装。曾经中国电影中女性角色的身装,成为女性电影观众照样剪裁的摹本。而今,电视剧中一些角色的服饰、首饰、手袋,都具有强大的广告效应。在当代都市题材电视剧片尾的“支持单位”名录里,很难不发现几个服装品牌,但于中却没有“波司登”、“雪中飞”的影子。冬天,既然让女性购买衣服的欲望受到节制,它之于电视剧的广告潜力也就有限。

其四、想象。

冬天在当代都市题材电视剧中的缺席,是电视剧对季节的裁剪。从现实视角来看,这是一种叙事裂隙。就像上世纪70年代“样板戏”里,英雄形象个个都是单身一样。由此来看,所谓“艺术来源于生活,又高于生活”,实际上更准确地说是,艺术来源于生活又异于生活。

今天,我们看电视剧,正如创作者编创电视剧,很难再用体验一词来总结观赏和创作特点了。更多的情况下,我们是按照“类型”的口味预设,从想象的视角来创作和观看一部电视剧,特别是都市题材电视剧。而“类型”的基本结构,要素、周期都变得相当格式化了。同时,“类型”创作所预想的观众,也不是较真儿的人们,而是沙发上的土豆了。

建筑物出现工程裂缝,往往是片面追求“多快省”的结果。电视剧创作追求“多快省”,也会造成叙事裂隙,比如冬天消失了,剧中的故事好像总是发生在热带一样。

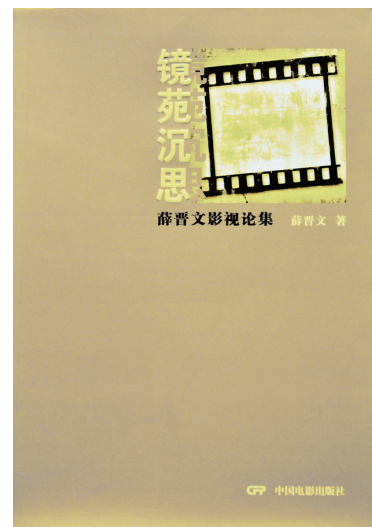
■ 书林漫步

《镜苑沉思》:影视摆渡者的声音

□张莹

最近,由薛晋文撰写、中国电影出版社出版的《镜苑沉思——薛晋文影视论集》令人耳目一新。多年来,薛晋文深入当下影视创作的肌理,凭借广博的史学见识,以及对影视理论的驾轻就熟,不断为当下中国影视文化发展把脉会诊。许多独到而深刻的见解令人振奋。《镜苑沉思》延续了先前《镜苑探微》的文体风格,更加注重创作与评论之间的互动,以独有的实践品格穿梭于创作与批评之间,篇篇铿锵有力的散文让人热血沸腾,汇聚成摆渡者的声音发人深省。

目前,一些制作者对评论者的言论多有“不恭”之处,可能是评论者对作品的质疑和否定难以接受;而评论者对制作者的“不敬”,抑或是因为艺术品质的打磨不尽理想,往往是双方各执立场,以至于互不买账。《镜苑沉思》有别于一般的影视评论,部分文章或是审片会的意见,或是影视剧研讨会的发言稿,具有极强的实践针对性。作者字里行间洋溢着切实可行、新意迭现的创意方案。譬如,《当下山西电视到底缺什么》一文,没有为了迎合谁和讨好谁的“美丽意见”,看到的是作者切肤体验和调研之后的理性反思,是对创作界一语见血和鞭辟入里的警醒。再如,《农村题材电视剧的新标杆》《新意迭现的儿童公益电影》等,这些文章均是批评者与制作者交流、切磋和



互动后的成果。尽管荧幕前后只有一“屏”之隔,作者却用实际行动告诉了我们什么是真批评,什么是隔靴搔痒,就此而言,深入“幕后”应是检验影视批评言说合理性的必然所在。

纵观《镜苑沉思》,薛晋文选择的批评话题不是赶时髦,而是着眼于牵涉社会历史发展的时代话题,努力以影视文化与时代之感摆渡者的角色介入文化现场。他从国人的“奥斯卡”情结展开思考中国电影的困境与方向,从热播电视节

目说开去深入探讨幸福、怀旧等焦点问题,其批评视点与当前影视文化的走向近乎丝丝入扣。可以说,这些文章与影视文化的时代鼓点既相映成趣,又和谐共振。不仅如此,作者通过其浓郁的现实情怀,依托影视剧与“三农问题”进行深度对话,形成了独特的农村影视剧批评话语体系,如曾产生的重要影响的《“乡村爱情”缺乏农民情感》一文。这些文章不只是对社会热点的回应,更是以人文学者的应有担当与时代对话,独立自由地在现实和艺术之间构建着自己的精神家园。

当下,综艺节目获得了长足发展。然而,商业思维、娱乐取向以及资本逻辑,不断侵蚀创作者的现实立场和艺术情怀,电视节目对社会问题、大众诉求,乃至审美需求有时过于敷衍塞责,人民群众的文化需要和优质艺术创作的矛盾日益突出。该书对此不良倾向予以重点分析。从《拒绝电视节目的不雅言论》到对《中国好声音》的审视与思考,从《求职节目:期待化蛹成蝶》到《(剧剧有理):引领向上的力量》,等等。我们看到了一位学院派研究者的责任和使命,作者用心倾听时代的足音,紧随时代发展的脉搏,让人文学者的心灵与时代一起跳动。在功利浮躁的社会氛围之下,这种清醒而独立的社会责任感弥足珍贵。

《鼓舞》研讨会召开

瑶族题材电影剧本研讨会日前在京召开了瑶族题材剧本《鼓舞》研讨会。与会专家认为,好的剧本不仅要和主流价值观贴切,还要赏心悦目,更要有入性方面的东西,在主题上更应是宣扬人间大爱,把民族坚毅的美德与信仰转化为可视化的内容;对于有潜力面向广大群众、值得打造的剧本不能心急,要在故事内容上多下功夫。

据介绍,中国少数民族电影工程采用以剧本为“龙头”的组织管理办法。申请进入“电影工程”项目的剧本,必须通过中国少数民族电影工程剧本部的审核、论证后,方可进入工程项目,有别于现行的电影拍摄成片后或者已上演后再召开研讨会做法,此次研讨会的目的是从剧本入手,从源头入手,为有拍摄价值的好剧本提出修改意见,为编剧在民族、宗教、政策、剧本质量上严格把关,规范写作格式,改变创作上的偏向,鼓励编剧潜心创作、精心打磨,打造“一剧之本”的精神,并为第一批进入电影工程的“公益版”少数民族剧本作铺垫。

与会者认为,《鼓舞》剧本有瑶族特色,故事以荡气回肠的爱情为主线,让观众唏嘘之余感慨良多;建议从非物质文化遗产的角度将其做成文艺片,突出瑶族长鼓舞这一民族特有的文化特色,充分利用当地资源,并多融入些现代元素。

(民文)



电视剧《美妙的奇遇情缘》将于8月8日登陆央视八套黄金档,该剧由柴智屏监制,颖儿、王传一主演,讲述了颖儿饰演的“中国梦女孩”谭妙妙南下深圳打工,并在命运的巧妙安排下结识了一群身份各异的好友,在几经波折之后,大家都找到了自己幸福的故事。曾出演《武林外传》中风趣幽默“燕小六”而为观众熟知的演员肖剑,在该剧中塑造的“老婆奴”形象,也将为全剧带来诙谐幽默的气氛。

(剧文)