

广州讲坛演讲录

(第四辑)

主 编：王晓玲

副主编：汤应武 曾伟玉

商务印书馆

2012年·北京

图书在版编目(CIP)数据

广州讲坛演讲录.第4辑/王晓玲主编.—北京:
商务印书馆,2012

ISBN 978-7-100-07301-1

I.①广... II.①王... III.①社会科学—文集
IV.①C53

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第133800号

所有权利保留。
未经许可,不得以任何方式使用。

广州讲坛演讲录

(第四辑)

王晓玲 主编

商务印书馆出版

(北京王府井大街36号 邮政编码100710)

商务印书馆发行

印刷厂印刷

ISBN 978-7-100-07301-1

20 年 月 第 版 开本 × 1/

20 年 月 北京第 次印刷 印张

定价: 元

序：风正一帆悬

——如何“养育”世界文化名城

陈平原

“都市”既非人间天堂，也非罪恶渊薮，而是人类文明演进的产物。中国改革开放的重要业绩之一，就是都市化进程加速。中国的城市化率，从1976年的15.4%上升到2008年底的45.6%，再过几年，城市人口将超过农村人口（中国社会科学院财政与贸易经济研究所《中国财政政策报告2010/2011》）。据世界银行预测，到2020年，中国市区人口超过100万的大城市数量将突破80个。这意味着，都市的魅力、困惑以及陷阱，是今后很长一段时期里中国政府、学界以及媒体所必须共同直面的难题。

这就难怪，谈论“都市文化”、“都市文学”或“都市想像”，如今成了大热门。以我个人为例，2010年11月27—29日在北京和天津主持“20世纪三四十年代平津文坛”研讨会，12月15日在上海参加“作为文学城市的上海暨《海上文学百家文库》学术研讨会”，12月17—18日在香港主持“香港：都市想像与文化记忆”国际学术研讨会，12月24日在台北的政治大学与日本东京大学大木康教授做题为“都市与文学”的公开对话，再加上这回参加中山大学与广州市政府主办的“建设世界文化名城高峰论坛”，一个半月内，在六个中文世界里最重要的城市——北京、天津、上海、香港、台北、广州——参加学术活动，论题都是“都市文化”，可见大家的趣味高度一致，且形成某种“文化自觉”。

正因为此乃“潮流”，主事者很容易扯起风帆，顺流而下；这反而提醒我们，越是顺风顺水，越有必要仔细推敲我们的奋斗目标及工作策

略。下面就谈三点浅见。

首先,关于城市的口号,请在“建设”、“经营”、“打造”之外,加上“养育”一词。之所以咬文嚼字,就因为主事者选择某一动词时,往往有其特定立场或潜意识。谈及“城市”的规划或远景,你总能听到很多铿锵有力的论述,而我特别在意论述者对于动词的使用。三十年前,我们听到的多是平实的说法,叫“建设城市”,马上让人联想到迅速拓宽的马路,还有拔地而起的高楼,在这过程中,工程师无疑是主角。二十年前,你听到的是商业味道十足的“经营城市”,没错,金融家开始登场了,资本力量加上推土机,所向披靡,城市像摊大饼一样急剧扩张。最近十年,你最常听到的是“打造”什么什么“城市”,毫无疑问,能抡起大锤,像打铁一样对待一座城市,让其日新月异的,只有政府才做得到。

经过三十年的不懈努力,中国城市已焕然一新,有了相当靓丽的外表(城市化过程中毁坏文物或土地财政等后遗症,暂且不论),这个时候,有必要引入人文学者的视角。尤其是像广州这样雄心勃勃的大都市,两大目标中,建设“国际商贸中心”远比成为“世界文化名城”容易得多。在我看来,前者指日可待,后者则任重道远——描述这一漫长而艰辛的过程,假如选择动词的话,我将舍弃雷霆万钧的“打造”,而采用春风化雨的“养育”。

表面上是一个动词的选择,背后却是一种城市发展思路。之所以不喜欢“打造”这个词,就因为未免过高估计了人的主观能动性。你以为城市是一块铁,只要烧红了(转化成现实条件,就是“有钱”或“有权”),就可以随心所欲地将其打造成刀剑、犁耙或玩具,那是不对的。一方水土养育一方人材,一方水土创造一方文化,同样道理,一方水土也培植一方名城。

人需要养育,城也需要养育——包括体贴、呵护与扶持。这是人文学者与工程师或经济学家不一样的地方。在我看来,城市不仅是外在于人的建筑群,而是人及其生活方式的自然延伸。说“养育”或许有点文人化,但这是对于当今中国占主流地位的工程师/企业家思维的反

拨。希望凸显这么一种思路：城市本身有其生命，值得你我尊重，不是想怎么改就怎么改，必须讲究“顺势而为”。理解这座城市的前世与今生，而后才谈发展和未来。还有，就像对待孩子一样，有所期待，但不拔苗助长。给孩子/城市成长的时间和空间，随时观察，并不断修正期待，而不是滥用威权，强迫孩子/城市去实现你的梦想。

以今天的技术水平，短时间内建成一座新城——甚至是高低错落的仿古建筑，都不是什么难事。极而言之，“罗马”是可以“一天建成的”。但这只是徒有外表，缺乏修养与内涵。好的城市就像油画一样，是一层层涂上去的，看得出每个时代不同的笔触，以及这些笔触背后的情怀。生活在一座有历史、有文化而又舒适的城市，是很幸福的事情。因此，即便你很有钱，也很有权，请尊重先人的努力，不要一切推倒重来。

其次，谈及城市，警惕“见人一长，辄思并之”。在全球化时代，既反对固步自封，也必须警惕“过度学习”。资讯如此发达，视觉的冲击力又那么强，有事业心的主事者，不知不觉中，很容易拷贝别人“美好的家园”。我曾经说过一句刻薄的话：喜欢说外国大学怎样怎样的，往往是短期访问学者；喜欢说外国城市如何如何的，大都是观光客。因为，惊鸿一瞥，印象极深，来不及仔细阅读，好像三言两语就能说清楚。越是沉潜下来，你越知道问题的复杂性，深知很难“一言以蔽之曰”。看到外国有什么好景观，回来就学，以旅游者的趣味改造中国城市，如此“从善如流”，其实很危险。这些年中国各大中小城市的广场、草坪、音乐喷泉、标志性建筑等，就是这么弄出来的。你知道在北方城市里养一片大草坪是什么代价——更不要说圈起来，让大家轮流拍照，将城市变成了盆景。

我们需要学习，但拒绝山寨版——不管你是打造“东方威尼斯”，还是建设“亚洲的巴黎”，都是不自信的表现。而且，很容易毁了原本存在的历史文脉。这让我想起清人姚鼐的故事。清代大学者王鸣盛有一天对戴震说，我以前很怕姚鼐，现在终于不怕了。戴震问：为什么？王的

回答非常精彩：“彼好多能，见人一长，辄思并之。夫专力则精，杂学则粗，故不足畏也。”听完戴震的转述，姚鼐大为惊悚，当即决定舍弃词学，专攻文章，后果然以建立桐城文派而留名千古。

身处全球化大潮中，难的反而不是学习与借鉴，而是对自家传统的保持、坚守与提升。对于城市来说，“博采众长”不一定是好事。借用一句俗语：别人的肉，长不到自己身上。建军事要塞或工业基地，当然也讲地理位置及资源配置，但相对来说单纯些；创建“世界文化名城”，需要的不仅是“天时地利”，还必须有“人杰地灵”。这就要求充分考虑人的因素。城市建筑很容易复制（好不好是另一回事），但城市居民你是换不掉的——也不应该换。明白这一点，谈论城市的命运，必须关注、尊重、体贴本地人的趣味。

城市主要是为本地居民而建，不是为外来游客或联合国官员设计的，切忌以游客的眼光来打量、评论、规划城市。即便旅游业占GDP很大比例的城市，也不该如此思考问题。因为，随着时间流转、世代变迁，游客的趣味也会改变；而城市面貌不是舞台上的背景，说变就能变。更何况，“中看”的不一定“中用”，我们追求的不是“生活，让城市更美好”，而是“城市，让生活更美好”。

回到“养育”的说法。自家的孩子，你知道他/她身体的长处和局限性，一般不会硬逼着其“挟太山以超北海”。同样道理，城市管理者，既讲有所为，也得讲有所不为。表面上，这道理很显豁，可常常被忽视。原因是，最近这些年，借助出国旅游、考察或培训，中国官员全都“开眼看世界”，脑子里装满了巴黎、伦敦、纽约、东京等大城市的图景，谈论自家城市的发展愿景时，明里暗里，往往以之为楷模。我想提醒的是，看得见的是“旅游景观”，看不见的是“日常生活”——对于本地人来说，后者无疑更重要。

之所以从“养育”的角度谈城市，主张讲究时令，讲究水土，讲究节奏，那是有感于近年中国各地城市建设步伐很大，一是经济实力猛增，二是领导希望有所作为，三是学者投其所好，不断编造各种“新概念”。

我有点担心，擅长学习的中国城市，会因此失去自己的历史文化命脉，变得千篇一律——弄不好还是山寨版。

这么说，你以为我只注重“文物保护”，不见得，我对亚运会开幕式拿珠江做文章便大为赞赏。这样的场景，只能属于广州，是北京奥运会、上海世博会想不到、也做不到的。表面上是如何构思大型文体活动，背后则是最近二十年广东学界、媒体及官员对于“珠江文化”的理解、阐释与传播。珠江养育了广州人，也养育了广州城，对广东文化性格的形成起决定性作业。作为珠江儿女，我们用这么一场隆重的仪式，欢迎远方的客人，更表达我们对这条母亲河的敬意。如此尊重历史，协调古今，但又突出文化创意，是可以诞生新的都市想像的。

第三，文化名城是建起来的，也是说出来的。如果说政治中心是“国家”说了算，经济中心是“老板”说了算，文化中心是文化人及老百姓说了算。这方面，学界及传媒大有可为。

香港小说家及文化评论家陈冠中曾谈及两个城市被严重低估，一是台北，二是广州。我同意这一说法，只是想略加补充：这两座城市为何被低估，一是世人不识货，二是自家少宣传。

北京、上海的朋友游览台北，经常表示不以为然，觉得新旧杂陈，除了101大楼，没多少抢眼的建筑。这其实正是台北的好处。香港的靓丽一眼就看得出，台北的好处必须住下来，慢慢体味，才能理解。如此混杂而多样的城市，肌理健全，生活方便，这才可能有类似本雅明那样的“都市漫游者”。街道太宽，无法从容漫步；高楼林立，对行人产生压迫感；城市焕然一新，缺乏历史沧桑……所有这些，导致都市“好看”但不“宜居”。在中文世界里，台北和广州是两座很好地兼及“乡土性”的大都市——我甚至认为，小巷深处与日常饮食，方才是这两座城市的真滋味。

就“城市文化”的养成而言，历史太长太短、文物太多太少、责任太重太轻，都不是很理想。相对于西安、北京或上海、深圳，广州有历史感，但不太沉重，更容易自由挥洒。无论历史上还是当下，广州都不是

政治中心，不是经济第一，不是文化最悠久，大学也不是最好的——虽不太出风头，但都在第一梯队，这种感觉其实很好。“比上不足比下有余”，这是常被批评的心理状态；至于演艺圈，更是忌惮“千年老二”。可我欣赏这种状态。永远在第一梯队，但不领跑，心态更为从容，时间上也比较优裕。单就文化创造而言，不愠不火，不急不慢，反而可能作出大文章。

无论吃饭、穿衣、行路、娱乐、做学问，广州人大都随意、自在，不太追求“戏剧性”，因而也就比较平和安详；不像某些精英主导的城市，显得躁动不安，随时准备跃起或爆炸。打个比喻，广州是座有平常心的城市，不骄纵，不造作，比较本色与低调。这让我想起了广州人的煲汤。煲汤需要时间，需要材料，也需要食客的期待与品味——说实话，不是每个人都了解广州的“好处”。

这就说到广州被低估的第二个原因。关注日常生活，不太高调，也不太张扬，这种处世风格，在一个浮躁的时代，容易被忽视。偶尔开开亚运会，来点“小蛮腰”（广州塔）之类，也很能提神，但广东人不太习惯于说话时满脸跑眉毛，或满篇堆砌格言警句。如此平实、内敛，其实是一种比较成熟的生活姿态，但必须有人解读，否则很容易被误解。不要说外地人无法体会，就连本地人也未见得真能领悟。

大声说出我们城市的好处与缺失，这不仅属于宣传部门的职责，大学、媒体与公众，都有义务热心参与。因为，此举既影响外地游客，也陶冶本地居民，还潜移默化地制约着日后城市的发展方向。从某种意义上，这一次次的陈述与辩难，是在说出我们的城市理想，也是在塑造我们的城市形象。

关于城市的建设、经营、管理与言说，是一门大学问，超越目前大学及研究院的学科设置。或者说，“城市”这个话题天生就是跨学科的。学者们再努力，也只是在“摸象”，你说像柱子，我说像墙壁，说出我们各自“真实的感受”，吵吵闹闹中，逐渐形成一种共识，一种愿景，一种压力，使得任何人做决策时，都不能不有所忌惮。

这里的“说”，不仅是提建议、做方案、评是非，也包括讲故事。在讲述城市历史与传说的过程中，当事人会不断整理思路，以往习焉不察，如今豁然开朗，甚至把自己感动得热泪盈眶。应该说，比起宏大论述，故事及细节中更容易见真情。就好像评选“岭南文化十大名片”，你可以同意，也可以不同意，甚至激烈反对，但争论中，你我都对所谓的“岭南文化”有了更深切的体会。

在这个意义上，“说城市”本身，既是手段，也是目的。城市的历史与文本的历史，应该基本同步。正是无数作家的描写、学者的研究、大众的口口相传，使城市得以青春永驻。在这个意义上，“文化名城”的命脉，更多掌握在公众——你我手中。

2011年1月4日于广州中山大学

目 录

走向世界的中国电影	尹 鸿 (1)
汶川地震的启示	周福霖 (29)
中国改革开放 30 年:回顾与展望	周瑞金 (51)
历史上的唐僧	钱文忠 (68)
美国金融危机与中国资本市场发展	吴晓求 (85)
养生智慧与生活方式	洪昭光 (107)
当前中国经济形势分析	汪同三 (120)
借助亚运平台,提升广州城市形象	王 惠 (143)
国际金融危机与亚洲经济发展	曹远征 (163)
中国外交风云 60 年	吴建民 (192)
青海:最后净土的入口与现实中的文化	
创意及其品牌	吉狄马加 (215)
人生风险与社会保障	郑功成 (242)
站在全球视野看文化产业发展	张晓明 (261)
当前国际形势与中国外交的新挑战	金灿荣 (280)
神秘的故宫——紫禁城图像	李文儒 (298)
科技发展与未来生活	穆荣平 (311)
因性施教与习惯养成	孙云晓 (328)
亚运与广州历史文化	陈春声 (346)
广州与亚洲	刘志伟 (364)
广州与西方世界	蔡鸿生 (383)
岭南文化与世界文化名城	葛剑雄 (396)

走向世界的中国电影

尹 鸿

(2008年6月17日)

清华大学新闻与传播学院常务副院长、影视传播研究中心主任，教授、博士研究生导师，兼任中国电影家协会理事及理论评论委员会主任，北京电影家协会副主席，中国广播电视协会特邀理事，中国电视艺术家协会高校委员会副主任，中国传媒经济与管理学会副会长，中央电视台顾问，北京大学、中央戏剧学院、北京电影学院、中国艺术研究院等机构兼职教授、客座研究员，兼任北京市人民政府顾问、中国高校影视学会常务理事、中国电影评论学会理事等。先后担任中国电影“金鸡奖”、中国电影“华表奖”、中国电视剧“飞天奖”、中国电视文艺“星光奖”终评委。

主要研究新闻传播学、影视传播、大众媒介与文化产业。著有《百年跨越——全球化背景下的中国电影》、《当代电影艺术导论》、《传播研究之路》、《娱乐旋风——认识电视真人秀》、《新中国电影史》、《世纪转折时期的中国影视文化》、《世界电影史话》、《悲剧意识与悲剧艺术》等，编著《全球化与大众传媒》、《百年电影经典》等10余种。在《中国社会科学》等国内外学术刊物发表论文200多篇，在各种媒介发表文化、艺术批评文章200多篇。

中国电影取得了非常令人瞩目的成就，很高兴在这个时候跟大家一起来分享关于中国电影的一些思考。几年前，在中央电视台的百家讲坛上，我讲过中国电影的国际化问题。但那个时候，应该说中国电影在国际舞台上才崭露头角。而今天，中国电影在世界上的状况有了非常大的改变。我将结合最近几年中国电影发展的状况，结合公众的议论，跟大家作一些交流。

跨越国界的电影文化

在所有的文化载体里，电影是比较特殊的，它的特殊性就在于它充分反映了文化的全球可流通性。有一位著名的传播学家曾经预言过，未来地球会变成一个村庄。过去从地球的东半球到西半球，可能要长达几个月的时间，现在坐飞机只需要很短的时间，而且现在飞机也成为很普遍的交通工具。我二十多岁读研究生时才开始坐飞机，北京到成都居然两个小时就可以跨越，惊诧了一个晚上都没有睡好觉。但是今天，这一切都已经是再平常不过的事了。

前不久有一本书非常流行，《地球是平的》，地球变成了扁平的，非常容易地流动。而这一切的取得，有两个前提。第一，是全球的全球化，全球市场化打破了区域间隔。过去中国没有开放之前，我们的产品是自产自销，全中国的自行车就只有两个牌子，牙膏只有三个牌子，但是今天已经完全不一样了，市场化带来了全球产品信息、人员和所有的资源流通。当然还有一个很重要的变化，就是互联网的出现，使得世界上人与人之间的关系变得越来越简单。互联网充分体现了人与人的网络连接，跟世界任何地方的人，只要那里有电脑和互联网都可以进行连接，这一切使得全世界被紧密地联系在一起。

但即便是这样，跟其他的文化方式相比，电影作为娱乐产品，其市场全球化的程度是最高的。相对于电影而言，电视市场的全球化不是那么容易。因为在很多时候，电视是跟你自己的生活有关系，跟本地性

非常有关联,因此我把它比喻成一个窗口。但是电影不是这样的产品,电影只要是一个畅销产品,就可能在全世界流通,不分国家和民族。比如说《星球大战前传》《哈利波特》《指环王》,人们不会去想像它是美国电影或者是英国电影,人们更多把它当做娱乐产品,进行全球的流通。

相对来说,电影在市场的流通性更高。而且,在世界各国的贸易谈判中,一般来说,对大多数的文化产品都有保护和限制政策,但是最开放的就是电影了。电影流通还具备了一个可能性,最大的原因就是因为它视听产品,是通过音像和声音,特别是依赖于音像进行传播,超越了文字的传播工具。

大家会发现,中国电影在国际上获奖的频率非常高。如果有的朋友去国外的话,就可以发现国外讲中国文化的时候,如果你讲孔子、庄子,或者老子,不见得有很多学生去听,他不见得听得懂,因为要用英文来解释这些东西实在是太困难了,但最容易被接受的课程是中国电影课。你讲中国电影的话,就会下面都是外国人,因为通过影像非常容易接受里面的信息,只要加上英文字幕。相对来说,这个电影媒介的世界性比较强,容易被不同的国家、民族、不同区域的人共同理解。另外,作为复合符号,电影具有民族性,比如说自然环境、服装、社会环境、家庭生活,比如说造型或者明星的形象,都可能是民族文化的传达。西方人怎么认识中国呢?看张艺谋的电影,虽然那个时候大家会以为张艺谋的电影对中国文化传达更多的是落后时代的文化,但是引起了大多数西方人对中国的好奇,会觉得中国人的房子是这样的,是封闭、严整的四合院,而且是平衡对称地分开,而且中国社会家庭里有明显的等级观念,这引起了很多西方人对中国的兴趣。当然,很多西方人到中国来一看,并不如他想像的。他们发现已经没有人再穿长衫马褂,也没有人再留长辫子了,而且中国已经是高楼大厦林立了。电影是非常复合的民族文化的一个表达,这个表达不仅体现在故事上,而且体现在美术、场景、音乐等各个方面。所有电影里都有音乐,电影里的民族音乐也成为民族文化的传达方式。

电影在文化的跨国传播方面,具有得天独厚的特殊性。而且事实上,电影也成为各个国家文化软实力的一个非常重要的组成部分。因此,走向世界就变成电影的一个重要历史使命。换句话说,中国今天不仅在做一个经济大国,还试图要成为一个文化大国。相对而言,电影就是一个很好的能够传播我们文化的媒介。

中国电影的世界地位

很多人对中国电影颇多微词。而且,很多人长年不太去电影院看电影,当然更重要的是不怎么去电影院看国产电影。但是我们必须要说,中国电影从1980年代以来,尤其是在最近五年当中,取得了长足的发展和进步,而且在世界电影格局当中占有一席重要的地位。

1995年,我在国外待了比较长的时间。那时我去大学里看所有用英语写的大学电影教材,或者是电影史的教材,里面基本上很少写到亚洲电影,而且基本上找不到一句关于中国电影的描述。即便写了亚洲电影,都是写日本电影或者是印度电影。换句话说,在1990年代之前,中国电影在世界电影当中毫无位置。

但是从1990年代之后,这个情况发生了重大改变,就是因为张艺谋、陈凯歌等第五代导演的电影在国际上获奖。在纪念世界电影100周年的时候,你会发现所有世界电影历史的描述当中,必然会谈到中国电影,而且当时在英国BBC选择的世界100部经典电影里有两部中国电影,其中一部是陈凯歌的《霸王别姬》,另外一部是普通观众没有看到过的,是第六代一位年轻导演王小帅拍摄的,有人称之为地下电影,但是我愿意称为独立制作,叫《冬春的日子》。现在世界上没有任何一个A级电影节没有中国电影获过大奖的,现在中国内地生产的电影唯一没有拿到过的奖就是奥斯卡奖,其实华语电影也获得过奖。奥斯卡奖严格来说不是一个国际大奖,相当于中国的“金鸡奖”,虽然说规模和影响差很多,但性质是差不多的。在柏林、东京、威尼斯、戛纳等所有重要

的 A 级电影节上,中国电影都不止一次获得过大奖,这是中国电影的世界地位的一个例证。还有一个例证是,世界所有的 A 级电影节里,几乎每年都会看到中国电影参赛,而且每年都不止一部中国电影参赛。大多数这些电影节都会聘请中国导演或演员做评委,甚至做评委会主席。你会发现,世界上所有的电影节,如果没有中国电影参加,所有参加者都会觉得是一个遗憾。这就证明中国电影在世界电影里的确占有了一定的位置。2000 年之前,中国电影这个位置基本上还是靠国际电影节获奖来奠定;到了 2000 年之后,中国电影的的国际地位和国际影响不仅仅是通过电影节获得的,而且是通过进入国外的主流电影市场获得的。

现在在整个北美市场上,排到外语片排行榜前 10 位的,至少有三部以上是华语片,或者是中国电影。《英雄》、《功夫》等华语片曾经连续几周在北美排行榜上打败北美电影,高居票房的首位。中国电影和中国文化已经有了非常好的国际影响。按照去年我们的官方统计,中国电影在全球创造的电影票房已经达到了 20 亿元人民币。这是个什么概念呢? 2007 年全中国的进口片和国产片的总票房是 33 亿元,而我们在国外所创造的票房,光是国产片海外创造的票房已经达到了 20 亿元,严格来说已经超过了在中国本地创造的票房。国产片去年在国内创造的票房是 18 亿元,也就是说海外得到的票房已经比国内略高了,中国电影已经在世界上取得了一席之地。当然,这并非很了不起,但是跟过去相比,毕竟已经有了一席之地。

在所有中国的文化产品里,电影是唯一能够在世界上占据这么高的地位,而且进入主流商业渠道发行的文化产品。中国电视、中国图书等文化产品在输出的时候都不如电影,大多数的时候我们是以交流的方式输出,很难以交易的方式输出。我们在国外搞中国节或者是中国周,但是大多数是我们自己掏钱放到国外表演或者是演出,基本上都是国外生活的华人华侨来参加,很少以交易的方式将这些文化产品输出去,即便是有交易的,都是很小的范围进行,很难形成大规模的传播。

现在,唯有中国电影可以做到这一点。从这个意义来说,尽管中国电影有种种问题,但是我们都应该对它宽容一些,帮助它把路走好。

中国电影走向世界的历史进程

中国电影和世界电影相比,只晚了10年。世界电影诞生于1895年,1905年中国自己开始拍摄第一部电影《定军山》,这部电影是根据一个京剧舞台戏记录下来的,所以中国最早的电影是戏曲片,我们晚于世界电影10年开始走自己的发展道路。

中国电影走过的发展道路是非常不容易的。在整个民国时期,我们对进口电影基本上是不设限制的。由于民国政府和美国有非常密切的关系,所以在进口电影的过程中基本上是不设配额的。中国的民族电影是在美国电影巨大压力下发展起来的。比如1940年代,我们甚至一年进口的美国电影就高达500多部,而美国当时每年生产的电影也就600部。在这种情况下,中国电影依然可以生存和发展。可见,当时的中国电影人付出了巨大的努力。

在中国电影的发展历史中,有两部电影不可不提,一部是蔡楚生的《渔光曲》,还有一部电影也是大家非常熟悉的,叫《一江春水向东流》。这两部电影,在中国都创造过非常好的票房记录,都曾经在一个电影院,有的是连映40天,有的是连映三个月。在当时,这是非常不容易的。当时跟今天的情况不一样,比如说我们今天生产一部大片,也有可能放一个月,但前提是有多间影院,有很多厅,保留一些厅播放这个电影,而当时是单厅影院,也就是说同一时间一间影院只能放一部电影。更何况,当时进口影片这么多。1935年3月,《渔光曲》参加莫斯科国际电影博览会并获“荣誉奖”,成为我国历史上第一部获国际电影奖项的作品。当时,世界上的电影交流还是比较少的,电影节也比较少。

新中国成立之后,由于世界处在社会主义和资本主义两大阵营的对峙状态,社会主义国家的电影和资本主义国家的电影之间几乎完全

没有交流,中国电影基本上是在东欧等社会主义国家获得一些奖,这些奖大多都带有非常强的政治含义。从1950年起,新中国电影参加了在捷克斯洛伐克举办的主要由社会主义国家参加的卡罗维·发利国际电影节,先后有《中华女儿》、《赵一曼》、《钢铁战士》、《白毛女》、《新儿女英雄传》、《翠岗红旗》等八部故事片及其创作者获奖。苏联于1951年在全国30个大城市举办中国影片展览,《白毛女》、《钢铁战士》等片的观众达到1200万人次以上。《中华女儿》、《吕梁英雄》、《白衣战士》等影片,半年之内在印度尼西亚放映了2000多场,观众超过100万人次。这些电影输出到国外,大多数都是免费放映的,但所到之处确实广受欢迎。

1960年代以后,一直到1980年代之前,中国电影和全世界都没有交流,中国人也看不到外国电影。那个时候,任何一部电影在中国的观众人次都是过亿的。其中,创造最高的观众人次记录的就是著名的“三战”电影,即《地道战》、《地雷战》、《南征北战》。就我个人而言,这三部电影每一部我都看过不少于10遍,而且正面、侧面等不同的位置都看过。这“三战”电影在中国创造了最高的观众人次,但前提是中国电影这个时候没有跟世界电影的交流。

“文革”后期,中国曾经一度流行过一个现象,在各个大城市里开始有一种电影叫过路片,就是资料片。因为当时中国电影资料馆从非正常渠道买进或者引进了一些外国电影,这些电影不公映,但是会通过一些会议,或者是到了一定级别的干部可以去看,集中放两三部。那个时候,能够看一场这样的电影是非常不容易的。在我读书的时候,别人给你几张内部资料片的电影票,你会非常感谢他。那时我记得学校里播放《山本五十六》,因为那也是内部电影,于是大家都趴在礼堂的窗户上,占好位置,而且那个电影一放三四个小时,没有人敢出来上厕所,因为你出来了位置就没有了。那个时候中国电影对外是封闭的,所以接收到新信息是非常不容易的。

这种情况直到1970年代末,尤其是1980年代后,才得到根本的改变。改革开放的中国和世界电影发生了密切的关系,国外的电影开始