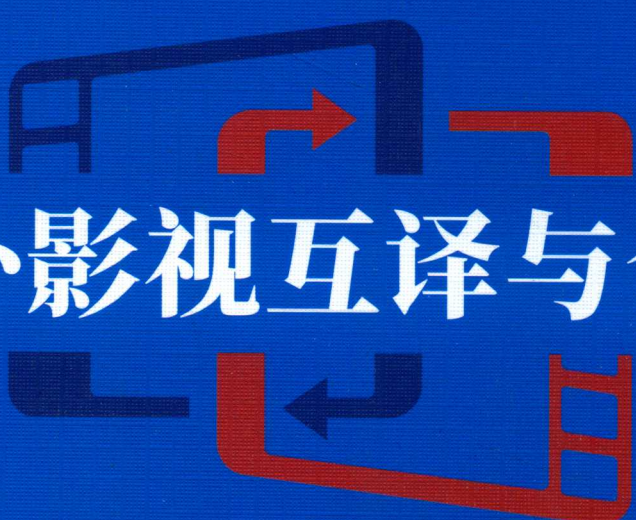




中外影视互译与合作

2016

Sino-Foreign
Audiovisual Translation and
Cooperation Report

金海娜◎主编

中国传媒大学出版社

中外影视互译与合作

2016

Sino-Foreign
Audiovisual Translation and
Cooperation Report

金海娜 © 主编

中国传媒大学 出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

中外影视互译与合作 2016 / 金海娜主编. — 北京:中国传媒大学出版社,2018.6
(中外影视互译与合作丛书)
ISBN 978-7-5657-2335-3

I. ①中… II. ①金… III. ①译制片—电影事业—研究报告—中国、国外—2016
IV. ①J955

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 092357 号

中外影视互译与合作 2016

ZHONGWAI YINGSHI HUYI YU HEZUO 2016

主 编 金海娜
策划编辑 张 婧
责任编辑 蒋 倩
特约编辑 张 婧 陈 默
装帧设计 拓美设计
责任印制 曹 辉

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024
电 话 86—10—65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 10.5
字 数 150 千字
版 次 2018 年 6 月第 1 版 2018 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2335-3/J • 2335 定 价 49.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

《中外影视互译与合作 2016》编委会

(按姓氏拼音排序)

专家委员会 程 玮 韩君倩 皇甫宜川 胡 木 蒋好书
刘 春 李佐文 陆 珅 莫志伟 孟 毅
申家宁 王 蔓 王 健 徐宝峰 钟大丰
张 民 张 琳 张小茫 张 辛 张 拯

主 编 金海娜

编写委员会 白 玉 陈舵君 陈梦芭 范婉丽 韩迦琪
黄诗雅 兰林枫 李安奇 李正荣 齐 晴
石新宁 孙靖然 肖 琼 杨佳雨 叶含君
张 蕾 张余蓉 赵玉冰 郑怡君 周沁瑶
朱 堃

平台支持 中国传媒大学 中国文化译研网

前言

19 世纪末电影传入中国,不久便风靡中国大地。外国电影不仅给中国观众带来了影像奇观,更启发了中国人开创民族影业的思想。早期的不少电影公司都是采取中外合作的模式,如黎民伟拍摄《庄子试妻》时,便是与美国人布拉斯基(Benjamin Brodsky)合作,由布拉斯基等出资并提供必要的技术设备,利用我镜剧社的文明戏的布景和演员,以华美公司的名义制片并发行。后来布拉斯基将影片携回美国,由此拉开了我国影片在国外传播的序幕。

中国电影的外译有着悠久的历史。早在 20 世纪二三十年代,中国电影便开始了有组织、有计划、具有相当规模的外译活动,可谓是中国电影走出去之雏形。^①之后,中国电影的外译活动从未停止。在中国文化大力走出去的今天,国家高度重视影视作品的对外译制工作。从 2012 年起,在中宣部领导下,国家新闻出版广电总局先后开展了中非影视合作工程、丝绸之路影视桥工程、中国当代影视作品翻译工程等一系列影视交流合作项目,已有近万集中国优秀电视剧、电影、动画片、纪录片被译制成 20 多种不同国家的语言在 100 多个国家和地区播映。^②可以说,中国影视作品的译制已经为世界各地的观众打开了了解中国的窗口。

① 金海娜. 中国无声电影翻译研究[M]. 北京:北京大学出版社,2013.

② 涂一帆,许晓青. 中外影视译制合作:影视互译、文化共享[EB/OL]. (2016-06-11)[2016-08-20]. http://news.xinhuanet.com/politics/2016-06/11/c_1119021731.htm.

2015 年全球票房为 383 亿美元。^①据欧洲媒体协会统计,从票房收入上来看,美国、中国、英国、日本和印度是全球前五的国家。从电影生产量上来看,前三名是印度、尼日利亚和美国。中国、英国、法国、意大利、西班牙、德国也是电影的重要生产国。^②近年来,中国影视产业取得了长足的发展。2001 年,全国各电影制片厂和制作公司出品的故事片电影总共只有 88 部,但是仅仅过去了十年,到 2010 年时,国产故事片电影的数量便达到了 526 部。^③而 2015 年,中国共生产电视剧 1.6 万多集,电视动画片近 14 万分钟,电影故事片 686 部,国内电影票房达到 440.7 亿元人民币。据不完全统计,2015 年共有近三万小时的中国影视节目出口到五大洲 100 多个国家和地区,中国影视内容产品和服务出口的额度达到了 14.3 亿美元,可以说,中国影视节目的国际传播构成了国际文化交流中一道亮丽的风景。^④从生产量、播映量和受众规模来看,中国都是世界上名副其实的影视生产和消费大国。随着中国影视节目在世界范围内的传播,影视译制也凸显出越来越重要的作用,高水平的译制与合作可以帮助中国的影视作品在世界上走得更远,传播得更广。

为加强中外影视译制领域的信息沟通与务实合作,支持中外影视译制专业的知识与人才交流,推动中外优秀影视文化作品的互鉴与传播,不断提升中外影视译制的合作水平,增进各国人民之间的互相理解和友谊,中华人民共和国文化部与国家新闻出版广电总局于 2016 年 6 月 6 日至 15 日在北京、上海两地联合举办“2016 年中外影视译制合作高级研修班”活动。此次研修班邀请了来自亚洲、欧洲、拉美、非洲和美洲地区共 30 个国家的近 60 名从事中外影视制作、翻译、传播、研究工作的专业人士参加。在为期 10 天的研修班活动中,中影集团、中央电视台、中国国际广播电台、北京电影学院、中国传媒大学、北京语言

① FRATER P. Asia expands domination of Global Box Office[EB/OL]. (2016-04-11)[2016-04-13]. <http://variety.com/2016/film/asia/asia-expands-domination-of-global-box-office-1201752360/>.

② Focus 2016: World film market trends[J]. European audiovisual observatory, 2016.

③ 黄冬虹. 中国电影产业发展现状研究[EB/OL]. (2014-11-26)[2016-04-13]. <http://media.people.com.cn/n/2014/1126/c390954-26099447.html>.

④ 曹玲娟. 中国影视作品出海 要善用“洋腔洋调”[EB/OL]. (2016-06-14)[2016-07-20]. <http://henan.people.com.cn/n2/2016/0614/c351638-28504901.html>.

大学、中国电影资料馆、SMG 集团、上海广播电视台、上海外国语大学、上海电影学院等 10 余家学术机构和影视机构举办了主题各异、特色鲜明的 10 余场工作坊活动,吸引了千余名影视行业的专家、学者、从业者和爱好者参加。在文化部和新闻出版广电总局的指导下,中国传媒大学外国语学院影视译制与对外传播研究中心利用这次活动,成立了 2016 中外影视译制与互译合作调研小组,采用文献分析、问卷调查、深度访谈等方法,对 2016 年中外影视译制的现状进行了深入调查,对五大洲 30 多个国家展开了调研,其中包括各国影视产业的发展现状、各国对影视作品的“引进来”和“走出去”政策、各国影视译制发展现状等问题。之后会在未来的调研报告中尽量覆盖更多的国家。此次调研报告可以为我国政府部门今后继续开展“走出去”工作提供有益借鉴,也可以为学界研究中外影视译制与合作提供参考,从而更好地发挥影视作品推动民心相通、文化相通,拉近各国人民间的距离,促进中外各国文明互鉴,扩大各国友好交往的民意基础的作用。

本书在撰写过程中得到了文化部外联局和国家新闻出版广电总局国际合作司、电影局多位领导的指导,并得到北京语言大学、北京电影学院、中国国际广播电台、中国国际电视总公司、上海东方明珠国际交流有限公司等机构的大力支持与帮助,特此致谢。

目 录

contents

前 言	1
-----	---

第一章 中国与欧洲国家的影视互译与合作	1
---------------------	---

- 一 法国 / 4
- 二 德国 / 13
- 三 俄罗斯 / 24
- 四 乌克兰 / 28
- 五 白俄罗斯 / 32
- 六 爱尔兰 / 37
- 七 斯洛伐克 / 43
- 八 匈牙利 / 49

第二章 中国与亚洲国家的影视互译与合作	55
---------------------	----

- 一 印度 / 57
- 二 韩国 / 61
- 三 马来西亚 / 69

四 哈萨克斯坦 / 74

五 泰国 / 82

六 尼泊尔 / 89

第三章 中国与非洲国家的影视互译与合作

96

一 尼日利亚 / 97

二 埃及 / 103

三 坦桑尼亚 / 106

第四章 中国与美洲、大洋洲国家的影视互译与合作

116

一 美国 / 117

二 加拿大 / 127

三 巴西 / 134

四 秘鲁 / 138

五 澳大利亚 / 140

结 语 /146

参考文献 /149

第一章 中国与欧洲国家的影视互译与合作

欧洲是世界电影的发源地。欧洲的电影人也一直是电影业的先行者。20世纪二三十年代以来,德国的表现主义,俄罗斯的蒙太奇,法国的印象派电影、诗化现实主义和意大利的新现实主义深深地影响着整个电影业。著名的三大电影节——柏林国际电影节、戛纳国际电影节、威尼斯国际电影节均诞生在欧洲。欧洲有超过7亿的人口,如果从我国影视产业的角度来说,其在欧洲有着广泛的潜在观众。同时,欧洲国家处理本国电影和好莱坞电影之间的关系的政策与措施,很多时候也值得我们去借鉴。在本章中,调研组对法国、德国、爱尔兰、匈牙利、斯洛伐克、俄罗斯、白俄罗斯、乌克兰等八个国家的影视互译与合作的现状进行了调研,并在调研的基础上提出我国和这些国家在影视互译与合作方面的前景。

法国是世界上最为活跃的电影市场之一,它能够在强势的好莱坞面前,不断蓬勃发展,并一直保持着自己独特的艺术品质和民族文化个性。法国对待外国影视作品的政策、对本国产品输出的政策与方法上的鼓励,以及将译制作为保护本民族语言的手段,对于我国的影视产业有着重要的借鉴意义。在法国,非好莱坞电影占据着较大的市场份额。法国政府一直重视对本国电影市场的保护,并积极鼓励本国电影的海外输出。2013年,法国电影对外传播协会为

147 部电影提供了 130 万欧元的海外市场开拓资金,为 80 部即将出口的电影提供 20 万欧元的译制费用。此外,法国电影特别注重争取非洲和东南亚市场,为在这些地区发行的法国电影提供专门补贴。法国还举办各类电影节,从而为法国电影出口打下基础。这些制度和做法都值得我国借鉴。通过调研发现,法国观众观看中国影视作品的渠道非常有限,主要通过各类国际电影节上中国作品的展映,观看类型也十分有限,主要是第六代新生导演的作品以及一些独立电影。所以,中国电影要走进法国首先要拓展中国电影在法国的传播渠道和宣传途径,以及采用法国观众喜闻乐见的配音译制手段对中国影视作品进行译配。

德国是欧洲最重要的影视市场之一,也是欧洲影视业最发达的国家之一。德国政府大力扶持本国影视产业的发展,积极鼓励本土影视走出去,为进行国际发行的影片提供补贴,并资助其他国家的院线放映德国电影,以提升德国电影在全球电影行业的影响力。德国电影市场完全商业化,没有配额的限制。德国观众更加偏爱配音版的译制作品。从 2014 和 2015 年的票房数据来看,译制片占德国票房收入的比例很大,好莱坞大片占据主导地位,法国电影也具有相当大的市场。不过目前,中国电影在德国市场并不活跃。德国观众观看中国电影的途径目前主要是网络、电视以及电影院。德国观众比较偏爱中国的武打片和配音版的其他外国影片。

苏联电影在世界范围内早已享有盛誉。1935 年创办的莫斯科电影节是历史悠久的 A 类电影节。2015 年,俄罗斯的票房收入在世界上排名第 11 位。中俄两国电影交流历史悠久,不仅苏联电影影响了老一辈中国观众,近年来不少优秀的俄罗斯影视作品也都在中国获得了不错的反响,如《他是龙》《火海凌云》等。相比之下,我国影视作品在俄罗斯的影响力就相对较弱。尽管俄罗斯影视市场对外国影片不实行配额,但是每年进入俄罗斯主流商业影院放映的中国电影不超过五部。随着我国“一带一路”倡议的推进,俄罗斯作为“一带一路”上重要的节点国家,是我国影视文化传播的重要对象国。自“丝绸之路影视桥”工程启动以来,已有《红楼梦》《唐山大地震》等多部优秀影视作品被译配为俄语,相信在不久的将来,会有更多俄罗斯观众观看到中国的影视作品。

爱尔兰是个非常受欢迎的电影拍摄地,很多大片都选择在爱尔兰拍摄,如《勇敢的心》《拯救大兵瑞恩》等。爱尔兰电影局鼓励电影产业的发展,爱尔兰实施着欧洲最为优惠的影视产业税收激励政策。目前,爱尔兰电影年产量为10~20部,本国观众主要观看好莱坞大片、欧洲影片和美国独立电影。爱尔兰观众所偏爱和了解的还是中国的动作电影;在译制方式上,偏爱字幕翻译。

斯洛伐克1993年脱离捷克斯洛伐克共和国后,成为一个独立的国家。目前,该国电影的年产量为20~30部,在其国内电影院上映的斯洛伐克电影中,纪录片占一半。配音是捷克与斯洛伐克长久以来的传统,当地电视台播放的外国节目主要是以配音形式出现,而电影院上映的外国电影则多为字幕翻译。中国影视作品在斯洛伐克的传播可以说还是一张白纸,其国内的电视台偶尔会播放中国影片,但是数量微乎其微。斯洛伐克普通观众对中国更是所知甚少,对中国经济、社会及文化都非常陌生。可见,中国与斯洛伐克两国的影视交流将会有无限潜力。鉴于斯洛伐克观众对纪录片的热情,中国近年来涌现的优秀纪录片能够成为两国影视文化交流的重要载体。

匈牙利的电影产业历史悠久,并曾以布达佩斯学派享誉世界。匈牙利电影以风格独特的文艺片为主。近十年来,电影年产量在30部左右。自200年前匈牙利著名学者克勒希·乔玛·山道尔(Koros Csoma Sandor)提出“民族的根在中国北方”后,很多匈牙利学者开始千里迢迢来到中国甘肃寻根。匈牙利的影视界对“寻根文化”非常感兴趣。匈牙利有着长久的配音传统,而且译配产业十分发达。在电影院上映的外国影片中,配音翻译与字幕翻译的比例大致为4:1,而在电视上的外国节目基本都是配音形式的。中国的电影很少通过商业途径在匈牙利发行上映,更多是通过电影节和电影周的形式在匈牙利出现。目前,中国与匈牙利两国影视文化交流甚少,也为未来的合作提供了极大的空间。中国可借匈牙利国内寻根热的东风,与匈牙利电影人积极展开合作。



法 国

(一)法国影视业发展现状

法国是电影的诞生地,也是最早建立和发展电影产业的国家。无论是作为一门艺术还是一种商业模式,法国电影都是世界电影研究领域中不可或缺的重要组成部分。作为全球最活跃的电影市场之一,法国电影产业有其独到的发展模式,这使得它能够在好莱坞侵袭全球电影市场、对电视业产生巨大冲击及经济全球化的大背景下,既保持蓬勃发展的态势,不断推陈出新,又完好地保留其独有的艺术品质和民族文化个性。法国电影产业的经验无论是对于我国推动电影产业化进程,还是提升文化软实力,都具有重要的借鉴意义。

1895年12月28日,法国人卢米埃尔兄弟(Auguste Lumière, Louis Lumière)在巴黎的“大咖啡馆”第一次用自己发明的手摇电影机公开放映了《火车到站》《工厂大门》等活动影片,轰动世界,标志着电影开始正式登上了人类的历史文化舞台。1900年后,法国第一个集制片、发行和放映的全面垄断组织——“百代兄弟公司”的龙头地位确立。1910年前后,百代公司成为全球最大的电影公司,并在1907年首创了出租影片放映权制度,实现了制片、发行和放映的一体化,后来的好莱坞便是借鉴了这种模式而建立起来的。第一次世界大战(以下简称“一战”)前,法国电影以其创造性、艺术性和多样性“称霸”世界,全世界各国进口的影片有60%~70%来自巴黎,可以说,在电影发展的早期,法国电影位于电影制作的领军位置,在世界电影发展中独占鳌头。

归纳来说,法国电影发展有四个“黄金时期”。第一个“黄金时期”是从1895年到1914年,从电影的发明到默片的繁荣,法国奠定了其作为电影大国的基础;第二个“黄金时期”是从1935年到1939年,经历过欧洲先锋派电影的洗礼,法国的诗意现实主义兴起;第三个“黄金时期”是从1959年到1968年,法国的

新浪潮运动推进了世界电影的现代化;第四个“黄金时期”则是从2009年开始至今,20世纪80年代后的“法国新电影”走向成熟,并开花结果。从电影的诞生到第二次世界大战(以下简称“二战”)前后的诗意现实主义、“优质电影”,从作者膜拜的新浪潮到后新浪潮时期的百家争鸣,纵观法国电影的发展历史,法国电影在20世纪的大半时间里,一直掌控着世界影坛中风格与流派的话语权。尤其是在20世纪70年代前,法国电影的制作量在全世界居前位,制作技术高超,电影艺术的影响力很大,电影流派繁多,政府保护力度大,观众量广,海外输出量多,法国电影号称欧洲电影业“最可靠的碉堡”。

然而法国电影也并非如想象中那般一帆风顺,其发展历程也充满了坎坷和挑战。随着一战的爆发,整个欧洲电影市场重新洗牌,同时由于好莱坞的建立,美国电影市场逐渐兴起,成为新的电影生产制作中心;1929年美国股市崩盘,经济危机席卷全球,30年代的经济大萧条严重波及法国电影业,无数电影从业人员纷纷失业;二战期间,法国被德国占领,电影业更是遭到了空前的破坏;战争结束后,好莱坞影片大量涌入法国;50年代,电视的替代性竞争给电影业的发展带来巨大挑战……两次世界大战的摧残、经济的不景气、好莱坞商业电影全球化的强烈冲击,以及电视等替代性娱乐方式的兴起,这些因素都让法国电影市场一度深陷危机,法国电影产业岌岌可危,然而低谷中的法国电影并没有因此而一蹶不振。

1948年,法国政府宣布提高法国影片的放映比例,恢复对美国影片进口的限额,对放映的美国影片征收附加税并将其作为资助法国影片生产的基金。议会在1953年授权全国电影中心建立“电影基金”(通过征收电影票附加税筹得),用以资助本国影片的生产。1950年以后,由于经济形势的好转和电影资助法的实施,制片业渐趋兴旺,长片的年产量保持在100部以上。20世纪70年代到80年代初,法国电影的年产量在上升,在本国的市场份额仍能维持在50%上下,随后则是年产量和市场份额的骤降。1994年的电影年产量不足100部,而当时其国产电影的市场份额只有25.7%。1994年后至今,法国的电影产量波动上升,2013年电影年产量为209部。进入21世纪后,法国电影制片生产逐渐

多样化,重新开启了征服本土市场和开拓国际市场的征程。

今天,电影已经成为法国人日常生活不可或缺的一部分。多项调查结果都充分证明了法国人非常喜爱观看电影——法国人每年平均进三次电影院;即便在处于经济危机中的 2009 年,进电影院观看电影的法国观众仍超过了两亿人次,比 2008 年增长了 5%,达到近 30 年以来历史最高水平。

这里需要解释的一点是,与美国不同,法国的“票房”通常以“观影人次”(Entrée)来统计,这样有利于排除货币和物价浮动等因素来更准确地分析电影产业的收益。接下来,笔者将具体分析一下 2014 年和 2015 年的法国影视行业数据。

(二)2014 与 2015 年法国影视行业数据

纵观 2015 年的法国电影,其在制作发行、影院上座率、国际合作、各大国际影展及奖项的覆盖、策略制定与调整,以及对文化多样性的坚持等方面,都呈现出积极的发展走势和日益完善的国际视野。2015 年年末,法国国家电影中心(CNC)主席费德里珂·布洛丹(Frederique Bredin)指出,“到 2015 年,法国国内影院观众已连续两年超过 2 亿人次,这是活力的象征。法国有着欧洲最大的电影放映体系,同时,法国还是一个伟大的影迷之国”。下文中,笔者将通过几组数据对法国近两年来的影视行业现状进行分析。

根据 CNC 的统计,2014 年,法国共有 2.1 亿人走进电影院,比 2013 年增长了 7.7%,这是法国自 1967 年以来观影人次第二多的年度。这说明法国电影在好莱坞统治全球的背景下,依然保持着自己的本土优势。通过以下一组数据,我们可以有更直观的感受。

2014 年,法国本土影片共吸引观众 9 162 万人次,占整个市场的 44%,达到了 30 年来的最高水平。与此相对,美国和其他国家电影的观影人次却明显下滑,美国影片共吸引观众 9 393 万人次,在法国电影市场中的份额由 2013 年的 54.2%下降至 45.1%,同比下降了 9.9%,而其他国家和地区的影片共吸引观

众2 288万人次,同比下降了4.7%。其中,16.3%的票房属于配有法语字幕的原声电影,即16.3%的观众去影院观看电影时选择了带有法语字幕的外文电影,剩下的绝大多数票房则来自配音电影和法国本土电影。

2015年,法国影院观众数高达2.06亿人次,虽比2014年下降了1.4%,但仍高于过去10年的平均数1.99亿,名列欧洲国家2015年度影院观众总人次之首。那么,究竟是哪些电影及哪些类型的电影深受法国人喜爱呢?

我们先来看2015年的情况。2015年,多部电影都获得了成功,其中3部美国影片——《星球大战》《小黄人》《侏罗纪世界》的观影人次超过500万,另外,12部(2部法国电影、9部美国电影、1部英国电影)的观影人次超过300万,这是10年以来的最高纪录。

表现最为突出的是2014年12月14日上映的《贝利叶一家》,该片连映12周,影院观影总人次为745万。这部电影上映时恰逢笔者在法国留学交换,目睹了这场电影在法国的座无虚席、影片结束后掌声迭起的盛况,这部电影可谓法式喜剧的代表。

2015年法国影院上座率前25位的片目中,有16部美国片、7部法国片、1部美英合拍片和1部澳美合拍片。其中,7部法国电影的影院观众人次数据分别为《新阿拉丁历险记》(438万)、《老师们2》(346万)、《爸爸或妈妈》(284万)、《飓风营救3》(261万)、《为什么我没吃掉我爸爸》(236万)、《小王子》(181万)和《保姆2》(179万)。

尽管2015年1月的《查理周刊》事件和11月的恐怖袭击事件让法国的国策、民心与社会生活都不断经受考验,但从这两个月及后续的法国国内影院观影人数来看,法国电影业和电影观众并未受到很大影响,相反11月和12月的影院上座率都超过了2014年同期的数字。2015年11月的《新阿拉丁历险记》和12月的《保姆2》两部法国喜剧片分别连续三周和两周成为全法国周票房冠军。这种现象的出现不仅仅因为法式喜剧的独特魅力,更是整个受到重创的国家和民众的自我抚慰。

除了喜剧片、动画片和历险片之外,一批兼具艺术造诣和观众口碑的法国

电影也在 2015 年获得了不错的国内票房,尤其是几部从戛纳、威尼斯等影展获奖归来的影片,如《市场法则》(获戛纳国际电影节最佳男演员奖)、《我的国王》(获戛纳国际电影节最佳女演员奖)、《昂首挺胸》(戛纳国际电影节开幕影片)、《流浪的迪潘》(获戛纳国际电影节金棕榈奖)、《白鼬》(获威尼斯国际电影节最佳编剧奖、最佳男演员奖)和《玛格丽特》[获威尼斯国际电影节纳萨雷诺塔代伊(Nazareno Taddei)奖]等。数量众多的法国电影在 2015 年各大国际电影节(包括戛纳国际电影节)上获奖是对法国电影近年来蓬勃发展的最有力证明,而这些影片后来都成功走进影院,显示出艺术电影在法国的受欢迎程度。

综合来说,目前法国仍是全世界纪录片和动画片制作公司数量、电影节数量最多的国家,也正是电影创作题材和形式的多元才让法国电影的制作、发行和放映市场得以呈现最为多元的面貌。在作者电影和纪录片传统得到很好沿袭的同时,大众娱乐题材在法国也有着广泛的受众基础。从 2015 年的市场分析来看,喜剧片是法国最受欢迎的电影题材之一。

2015 年的市场上,年度票房前 12 位的法国电影中,喜剧片占到 8 部,其中,票房之冠《新阿拉丁历险记》虽为导演的长片处女作品,但受到大公司法国百代的青睐,百代甚至为其代理所有的影院发行,可见喜剧片在法国市场的受欢迎程度。值得一提的是,这一搞笑类喜剧题材电影,虽然立意并不深刻,片中的喜剧技法也十分明显,但每年都能获得大量法国本土观众的喜爱。票房紧随其后的《老师们 2》也是如此,即便质量不如《老师们 1》,但法国观众依旧欣然前往观看。这一类喜剧电影在每个国家都存在,剧情简单轻松、插科打诨,赢得了绝大多数观众的喜爱,但其中的部分笑料可能也只有本国观众能够理解,致使影片发行受限。这类“搞笑喜剧片”在法国的畅销不衰也说明了除艺术片和作者电影的影迷之外,法国仍有大批此类影片爱好者,而他们也很有可能就是好莱坞影片在法国的目标观众群。

另一类喜剧片则被更多地称为“法式喜剧电影”,其特征将人情、机智与幽默,以及对人性的披露深植于表现日常生活琐事的情节中,故事并不复杂,喜剧性的渲染有节制,通过其特有的“法式对白”和一定程度上对人性与人际关