

胡 凯 ◎著

# 中国电影在中亚的 跨文化传播研究

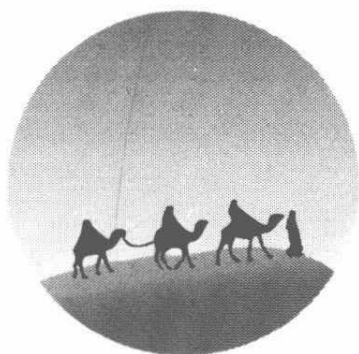


 復旦大學 出版社



胡 凯 著

# 中国电影在中亚的 跨文化传播研究



 復旦大學出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

中国电影在中亚的跨文化传播研究/胡凯著. —上海: 复旦大学出版社, 2020. 9  
ISBN 978-7-309-15133-6

I. ①中… II. ①胡… III. ①电影文化-文化传播-研究-中国 ②中外关系-文化交流-研究-中亚 IV. ①J909.2 ②G136.05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2020)第 109574 号

中国电影在中亚的跨文化传播研究

ZHONGGUO DIANYING ZAI ZHONGYA DE KUAWENHUA CHUANBO YANJIU

胡 凯 著

责任编辑/朱安奇

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编: 200433

网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售: 86-21-65102580 团体订购: 86-21-65104505

外埠邮购: 86-21-65642846 出版部电话: 86-21-65642845

江苏凤凰数码印务有限公司

开本 890 × 1240 1/32 印张 9.5 字数 238 千

2020 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-15133-6/J · 429

定价: 40.00 元

---

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司出版部调换。

版权所有 侵权必究

“国家级新闻学专业综合改革试点项目”资助

# 序：终点，才是真正的起点

李震<sup>①</sup>

随着“一带一路”倡议的提出，中国文化的对外交流已被提升至国家战略层面。中国电影作为承载中华文化和民族精神的主要媒介，是国家形象建构和文化对外传播的主要媒介形式，也是实现中国与丝绸之路沿线国家“民心相通”和建构“人类命运共同体”的重要力量。正如作者意识到的，“考察中国电影在中亚国家的传播情况，不仅包含着在‘一带一路’倡议背景下对中国电影本身的审视之义，也是对‘文化先行’理念的践行，还是在全球化语境下对中国文化软实力的自觉思考，更是对不同文化间构建对话与共生的和谐关系的一种积极探索”。古老的丝绸之路要成为中国与世界连接的一条新的通道，就必须实现文化意义上的相互认同，进而与丝路沿线地区构建异源异质文化共同体，成为中国实施“一带一路”重大倡议的基础。

在当下全球文化杂糅、多种文化博弈的复杂语境中，如何借助影像语言弥合不同国家间的文化冲突和话语分歧，建构文化认同？如何借鉴“丝绸之路”的文化符号，汲取历史记忆的养分，探寻和构建一种基于平等对话、协商对话的新的文明交往方式，从而打破和解构“文化帝国主义”中的文化霸权逻辑？如何借助影像艺术维护

---

<sup>①</sup> 教授，博士生导师，陕西师范大学新闻与传播学院院长、陕西省文艺评论家协会主席。

文化的多样性,体现中国电影的文化价值,提升其文化影响力?这些都是当下学者们需要直面的研究课题。相比丝绸之路上活跃的商贸往来和硬件建设的成就,“中国电影在中亚的传播”这个命题,不管在实践层面还是在学术研究层面还有较大的挖掘空间。

这部著作正是在这样一个时代背景下展开的。一方面,作为这部著作在博士论文阶段的指导老师,我为胡凯出版自己的学术著作感到由衷的高兴,向她表示祝贺!另一方面,为胡凯在这部著作的写作中所付出的千辛万苦而深感怜惜。虽然说所有的学术研究都是要付出辛劳的,但这部著作所付出的辛劳却是超常的。“中国电影在中亚的跨文化传播”是一个难度系数很大的课题。这个课题几乎没有人研究过,基本上没有什么研究基础,也没有多少现成的文献可查阅,完成的难度可想而知!但也正因为如此,才体现出这个课题研究的价值与意义!这期间需要付出的不仅仅是大量的时间、精力和耐心,还需要有强大的意志力和持之以恒的毅力。所幸她顺利地完成了预定的研究目标。正是这些超常的付出,让这部著作开拓了一个几乎没人到过的领域。

这项课题的另一个学术挑战是跨文化传播的研究。关于跨文化传播,中外学界已经形成了一系列学术规范和方法。而具体到中国电影在中亚的跨文化传播的研究中,这些规范和方法还能不能适用,特别是那种微观的、细密的、完全依赖数据统计的实证研究,在如此大的一个问题中还管不管用,本身已成一个很大的问题。作者从实际需求和现实可能性出发,主要采用人文科学研究的分析、批判之法,适当借鉴实证方法完成了自己的研究。作者立足于跨文化传播的视角,将中国电影的传播置于全球文化格局变动这一语境下来考察,比较清晰地梳理并勾勒了中国电影在中亚的传播轨迹和传播样态,并从传播语境、文化表达力、文化传播力维度出发,对“中国电影在中亚的传播”这一时代命题进行了兼具理论性与实践性的探讨,反映出作者作为一个人文学科研究者所

具有的潜质。

对于这样一个难度系数很大、学术要求很高和极富现实意义的课题，胡凯最终出色地完成了研究任务。我认定她将会是一位勤奋的、具有学术志向的、敢于挑战和担当的学者。

广义上讲，学术研究是一个探寻真理的过程。真理在山顶上，而通往山顶的路则可能有很多条。无论从哪条路攀登到山顶，都有可能看到真理。

而学无止境的说法似乎又在告诉人们，学者的一生一直都会在攀登之中，或许一生都到不了山顶，或许到了一个山顶后，才发现山顶上面还有山顶，还得继续攀登。其实到最后才会发现，学术研究的目的地可能不是山顶，而是攀登本身。尽管辛劳在其中，但乐趣也在其中。

一部学术著作的出版，可能意味着它的作者攀登到了某座山的山顶，意味着一次攀登到了终点。但对于一个学者来说，其所到达的每一个山顶，都是其走向另一个山顶的开始。在这个意义上说，终点，其实才是真正的起点。

由此，我期待看到胡凯找到新的起点，更期待看到她走向更高的山顶。

2020年6月14日于长安

# 目 录

绪论 .....	1
<b>第一章 中国电影在中亚的传播历程 .....</b>	<b>40</b>
第一节 1949—1966年：萌芽期 .....	40
第二节 1966—1976年：停滞期 .....	43
第三节 1976—1991年：恢复期 .....	43
第四节 1991—1999年：开拓期 .....	47
第五节 1999—2018年：发展期 .....	51
<b>第二章 中国电影在中亚传播的阻力与动因 .....</b>	<b>63</b>
第一节 多重语境下的挑战 .....	63
第二节 历史与现实的机遇 .....	82
<b>第三章 中国电影在中亚的文化表达力 .....</b>	<b>95</b>
第一节 古代题材：文化形象的暧昧与偏差 .....	101
第二节 近现代题材：文化主体的缺席与消隐 .....	114
第三节 当代题材电影：文化价值观的欠缺与 冲突 .....	123
第四节 武侠功夫题材：文化精神表达的异化 与弱化 .....	133

第四章	中国电影在中亚的文化传播力·····	143
第一节	文化软实力视域下的电影文化传播·····	143
第二节	中国电影在中亚传播与接受情况的 调研·····	150
第三节	中国电影在中亚的传播力分析·····	157
第五章	中国电影在中亚跨文化传播的话语实践·····	173
第一节	寻找文化的共生点：《美丽家园》的 跨文化传播策略·····	173
第二节	和而不同：《天将雄师》的跨文化修 辞策略·····	183
第三节	文化融合与文化对话：《音乐家》的 合拍策略·····	196
第六章	中国电影在中亚的跨文化传播策略·····	204
第一节	传播层面·····	204
第二节	生产营销层面·····	221
第三节	政策层面·····	255
结语	·····	268
附录 1	1951—2018 年参加苏联、中亚电影节/展的中 国电影·····	270
附录 2	访谈问卷·····	274
附录 3	访谈录·····	277
参考文献	·····	281
后记	·····	294

# 绪 论

## 一、研究的缘起及意义

### (一) 缘起

#### 1. “一带一路”倡议的提出

中国国家主席习近平在 2013 年出访中亚和东南亚国家期间,先后提出了共建“丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”的重大倡议,这一构想的目的在于构建中国与丝绸之路沿线国家和平发展、互利共赢的合作关系。2015 年 3 月,中国国家外交部、发改委、商务部联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》,正式从国家层面提出“一带一路”的建设思路,一时间引起了强烈关注。在全球经济一体化和中国经济崛起的时代背景下,“一带一路”倡议不仅成为中国对外开放的全球化策略,也必将成为跨区域合作与发展的崭新模式。“丝绸之路经济带”是“一带一路”倡议中的重要组成部分,将在欧亚区域经济一体化发展中,突破以美国为首的西方势力在政治、经济、军事方面对中国的围堵,保障能源安全,并为维护西部边疆稳定提供有力支撑。中亚作为丝绸之路上的核心区域,是“丝绸之路经济带”构想重要的参与者与构建者,又因其在政治地缘和战略性能源上的优势,对于中国的意义日益凸显。“国之交在于民相亲”,丝绸之路上友好交往的历史记忆和经济发展的现实诉求,使中国与中亚各

国之间有强烈而迫切的交往需求。2013年,习近平总书记在哈萨克斯坦纳扎尔巴耶夫大学的演讲中提出,要与丝路沿线国家实现“五通”,即政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通。其中,“民心相通”是“五通”的重要基础。《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》更是具体提出了要通过“沿线国家间互办文化年、艺术节、电影节、电视周和图书展等活动,合作开展广播影视剧精品创作及翻译”<sup>①</sup>来“传承和弘扬丝绸之路友好合作精神,广泛开展文化交流”<sup>②</sup>。电影既是文化传播的载体,又是文化传播的内容,在中国文化的对外传播、与外国交往中具有得天独厚的优势。通过影像传播中国文化、塑造国家形象、扩大文化的亲和力和感染力、促进区域交流与合作,成为中国影视产业的时代使命。

## 2. 中国文化走出去的现实需求

纵观历史,早在两千多年前的丝绸之路上,中国文化就开始了对外传播。不论是昭君出塞、玄奘西行取经,还是文成公主和亲,以及郑和七下西洋,虽然都在中国文化的对外传播中起到了重要作用,但其目的并非在于传播文化。农耕文明赋予中国人恋土守成的文化性格,加之中国历来有“桃李不言,下自成蹊”的文化自信,“以文化之”的文化传播策略,使得中华文化的对外传播一直不是中国人出于文化自觉的主动行为,更多的是靠文化的吸引力,使四方来朝。东亚汉语文化圈的形成主要得益于周边国家主动向中国学习,而中华文化之所以传播到欧洲,对欧洲的启蒙运动产生影响,传教士在其中扮演着重要角色。直至清政府推行闭关锁国的政策,中华文化的对外传播几乎陷于停滞。鸦片战争的爆发打破

---

① 国家发展改革委、外交部、商务部:《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》,《人民日报》2015年3月29日。

② 同上。

了中国人的文化自大心理,但也开启了近代以来向西方学习的历程。在风雨飘摇的时代环境下,国力积弱导致民族自信的丧失,首先就体现在对本民族文化的排斥和对西方文化的追慕上,民族文化的对外传播更无从谈起。近现代中国为抵御侵略,争取民族解放,经历了多次战乱,无暇顾及民族文化的传播。直至1949年,中华人民共和国成立以后才开始了真正意义上的主动、自觉地对外文化传播,但由于冷战时期两大政治利益集团的对立,文化传播必然以意识形态为导向。而在“文革”期间,文化传播几乎完全中断。直至改革开放以后,中国文化走出去的欲求才越来越强烈。

我国综合国力不断增强,为民族文化的兴盛和国际传播创造了坚实的物质基础。国家综合实力的提升必然包括文化软实力的增强和民族自信心的提升。中华民族伟大复兴最根本的动力和目标也正是实现民族文化的伟大复兴,“大国的崛起从最终意义上看是文化的崛起”<sup>①</sup>。习近平总书记2013年在山东考察时强调,一个国家、一个民族的强盛,总是以文化兴盛为支撑的,中华民族伟大复兴要以中华文化发展繁荣为条件<sup>②</sup>。党的十七大报告更是明确提出:“中华民族伟大复兴必然伴随着中华文化繁荣兴盛”,“推动中华文化走向世界”,“增强中华文化在世界上的感召力和影响力”,将文化“走出去”提升到国家战略层面。中华民族的伟大复兴并不仅仅体现于经济实力的增强,更要体现为文化影响力的增强,体现在中华文化为全球价值体系的构建作出的积极贡献上。

回顾人类文明发展的历程,无不是在不同文化的交汇碰撞与相互激发中产生了新的文化形态,最终促进了人类文明的进步。

---

① 王京生:《中华民族的伟大复兴就是中华文化的复兴》,《中国文化报》2012年7月5日。

② 四川省中国特色社会主义理论研究中心:《民族伟大复兴要以中华文化发展繁荣为条件》,《光明日报》2013年12月4日。

文化交流与传播的最终目的是为了“建构并维系一个有秩序、有意义的文化世界”<sup>①</sup>,实现“意义的共享”<sup>②</sup>。任何一种文化传统如果在与其他文化交流的过程中不能够吸纳可以转化为人类文明的共同精神财富,那么这种文化本身的价值与意义就值得怀疑。文化的固步自封或盲目自大显然只能导致其自身的萎缩。经过几十年的改革开放,中国取得了令人瞩目的成就,已经走上了中华民族伟大复兴的道路。因此,中国文化需要积极地走出去,以高度的民族自信、文化自信参与世界文明生态的构建,在与其他文化的互动中,积极承担一个文化大国所应有的文化使命。

### 3. 提升国家文化软实力的时代要求

美国学者约瑟夫·奈(Joseph Nye)认为,一个国家在国际政治中欲获得所期望的结果,除了靠“硬实力”(军事力量和经济制裁)之外,还可以通过吸引的手段来达到自己所愿,即软实力,它源于一个国家的文化、政治价值观和外交政策的吸引力<sup>③</sup>。软实力无疑是一种有效的意识形态力量。可以说,文化和艺术的传播,其本质仍然是不同文明、不同国家和民族之间话语权力的博弈。提升软实力,在文化领域中取得更多话语权,成为很多国家的共识。从法国的文化外交到美国的好莱坞电影,从韩国的文化立国战略到印度的宝莱坞文化产业,世界各国无不在积极地进行国家战略的调整。然而,西方世界占据了资源、技术的优势,导致全球舆论传播格局的不平衡,第三世界国家在西方预设的话语体系中一直难以摆脱被言说、被表达的“他者”角色。在全球化的今天,中国影像的跨文化实践在很大程度上仍然受制于世界政治经济文化格局。

---

① [美]詹姆斯·W. 凯瑞:《作为文化的传播——“媒介与社会”论文集》,丁未译,华夏出版社 2005 年版,第 7 页。

② 姚君喜:《社会转型传播学》,上海交通大学出版社 2008 年版,第 56—59 页。

③ [美]约瑟夫·奈:《软实力:世界政坛成功之道》,吴晓辉、钱程译,东方出版社 2005 年版,第 221 页。

我国近年来在提升文化软实力方面取得了令人欣喜的成绩,但整体状况还不容乐观。中国虽为文化资源大国,却并非文化产业和文化生产强国,丰富、深厚的文化资源并未被有效地转化,与文化资源大国、经济大国的地位形成了极大反差。乔舒亚·柯兰齐克(Joshua Kurlantzick)曾指出:“中国猛增的软实力不是源自对中国或中国文化的内在热爱……中国的影响力来自它派发不加疑问的慷慨,而且如果中国经历经济低迷,它将大幅度下降。”<sup>①</sup>当前,相对于令人瞩目的政治影响力和快速增长的 GDP,中国文化的世界影响力处于严重失衡状态,不仅落后于欧美等西方发达国家,更落后于同处东亚文化圈的日韩等国。应该看到,以影视为媒介的影像传播力孱弱是一个重要的原因。在大众传播时代,影像艺术越来越多地承担起在国际舞台上构建国家形象、传播民族文化的重要使命。成功的影像传播以其直观可感的视觉符号、迅速的编码功能、高度拟真的解码语境和丰富的艺术审美价值,“润物细无声”地悄然跨越观念、文化的差异,消融意识形态的严密壁垒,在塑造国家形象、寻求文化认同、实现意义的传递方面作用显著。文化的柔性沟通力和融合力能够促进不同国家、民族之间的相互了解与认知,以影像为载体的文化外交正成为今天国际传播的另一条重要渠道。欧美、日韩等国家先后以影视文化产品为媒介,不断进行国家形象输出和文化输出,在收获经济效益的同时,也产生了不可低估的政治影响,对提升国家影响力发挥了不可忽视的作用。在全球化时代,如何借助影像艺术体现中华民族文化的独特魅力和价值引力,增进文化认同,提升我国的影视文化“软实力”,成为时代的重大命题,更是亟待学者思考的问题。

---

<sup>①</sup> 《文化实力未彰显 中国软实力有限》,2007年5月25日,中国评论学术出版社官方网站,<http://www.crntt.com/crn-webapp/cbpub/secDetail.jsp?bookid=21930&secid=22178>,最后浏览日期:2020年5月19日。

#### 4. 对中亚的影像传播：一个亟待被重新审视的研究领域

自 2001 年“广播电视电影走出去”工程实施以来，在国家政策和资金的支持下，中国影视产业走向海外的规模不断扩大。由于欧美市场有较高的经济回报和国际影响力，长期以来成为中国电影海外传播的主要方向和目标。同时，以日韩为代表的亚洲国家和中国同处汉文化圈，在影视文化的互动与交流方面较为频繁，是中国电影海外消费的重要力量。因此，针对欧美和东亚文化圈这两个市场的研究成果相对丰富。但是，针对以中亚为代表的丝绸之路沿线国家的影视传播在数量和规模上远远落后于欧美国家和其他一些亚洲国家，而相关的研究也才刚刚起步，在传播实践和理论研究上有待开拓。作为中国电影国际传播体系中不可缺少的有机组成部分，中国电影在中亚的传播情况理应受到重视。

此外，中亚国家总体经济发展相对滞后，文化消费力不足，市场规模有限，对中国影视企业的吸引力不够。我国对中亚的电影输出一直以政府为主导，传播模式相对单一，效果有限。而美国早在 20 世纪 90 年代苏联解体后，中亚出现权力真空时就已经进入中亚，以大量影视文化产品为载体对中亚展开了意识形态和价值观的输出。一些中亚的周边国家，如土耳其、印度，甚至并不与中亚接壤的日本和韩国都开始借助影视产业试图增强自己在中亚地区的影响力。相对于美国的先发优势、俄罗斯与中亚的历史渊源优势，以及其他国家的跃跃欲试，中国目前在中亚这个多种政治、文化力量交织博弈的场域中还显得比较被动。中国文化在中亚的影响力、亲和力和接纳度与美国、俄罗斯等国家相比还有相当大的差距。

表面上看，中国对中亚的文化传播是区域性的，但中亚的能源优势、在地缘政治格局中显而易见的重要性，以及大国势力在中亚的博弈交锋，早已将中亚变成了一个文化话语权争夺的国际舆论场，中国对中亚的文化传播也就突破了地域视野，而应被放置到更为广阔的全球化视野中来考量。中国电影的对外传播能力建设是

国家整体战略下的文化战略性布局,中国文化“走出去”面向的应该是全世界,而并非只有欧美等发达国家。作为中国文化传播载体的电影,其价值并不应局限于市场回报和经济效益,还应该从文化影响力、文化软实力和国家安全等方面进行整体考量。中国电影在中亚的传播,作为国家文化战略的一部分,特别是在中亚对我国的安全、能源意义日益凸显的形势下,中国电影在中亚传播的研究就显得迫切而意义重大。

## (二) 研究意义

### 1. 现实意义

中国电影对中亚的传播是中国文化“走出去”国家战略中不可缺少的部分。文化“走出去”既是中华民族伟大复兴和国家软实力提升的内在需求,也是全球化语境下不同文明间交往的世界发展趋势。这既关系着中华文化在世界范围内的传播和中国国家形象的塑造,也对中国的和平崛起以及世界其他国家,尤其是中国周边国家对此的认识、评价产生着重要影响。中亚国家是中国重要的邻邦,是中国发展不可忽视的周边环境之一,也是“一带一路”倡议的参与者、支持者。由于以往政治文化互动不足而致使中亚民众包括部分社会精英对中国了解不足,已经严重制约了中国与中亚各国的深入交往。“中国在中亚有很强的政治和经济影响力,但缺乏足够的亲和力、吸引力、号召力。”<sup>①</sup>如何借助电影在跨文化传播中的优势,有效地实现中国文化“走出去”;如何通过电影这种大众媒介改善和提升中国在中亚的形象,推动和深化中国与中亚国家民众间的交流与对话,为中国的发展创造良好的外部环境,具有迫切而现实的意义。

---

<sup>①</sup> 赵华胜:《形象建设:中国深入中亚的必经之路》,《新疆师范大学学报(哲学社会科学版)》2015年第4期。

## 2. 文化意义

在全球化进程中,看似所有的文化主体都拥有平等的话语权利,但实际上附着于经济实力之上的话语权并非对所有主体都一视同仁。西方国家凭借经济和技术优势获得了话语霸权,通过文化产品不断向全世界输出其意识形态和价值观,导致了文化的单向流动,进而带来了发达国家对发展中国家的文化殖民。在西方国家主导的世界文化传播格局中,发展中国家的话语权被压制、被消解,民族文化价值折损,丰富的文化意义与内涵被抽空成单薄的经验符号,世界文化的多样性由此被严重损害。全球化的潮流势不可挡,扎紧文化的篱笆,切断与其他文化的对话,最终只会陷入民族中心主义的泥潭,而放弃对本土文化的坚守;迎合西方文化也只会导致本民族文化基因的丧失,继续充当西方文化的“殖民地”。只有积极参与同其他文化的交流与对话,在激烈的国际竞争中提升自身的竞争力,才能摆脱沦为“殖民地”的宿命,这本身就是对西方话语霸权的一种积极回应。同时,不同文明只有在对话中互相发现、互相给予,他者不再被看作潜在的威胁,而是自我提升与演进的可能性力量,才能实现最终意义上的文化共享。在中亚这样一个多种文化交织的跨文化语境中对中国电影进行考量,既是对自我主体价值的追问与发现的思索过程,也是对在不同文化间如何构建主体间性关系的积极思考。

## 3. 实践意义

中国电影本土票房和海外票房的“冰火两重天”现象是近年来困扰中国电影业界和学界的重要问题。一边是国内电影市场的高歌猛进,一边是中国电影走出去的步履蹒跚,举步维艰。目前中国电影的海外市场主要集中在亚太地区,习惯性地把“走向好莱坞”当作第一大目标,但长期以来中国输出影片类型的单一和题材的相似,已经让海外观众产生了审美疲劳,加大了中国电影走出去的难度。同时,我们不得不正视这样一个事实,即西方主流电影市场