

国产剧：漂洋过海让你看

■本报记者 张文静

近日,美国版《后宫·甄嬛传》(以下简称《甄嬛传》)在全球最大的在线影片租赁商 Netflix 网站正式上线。这部长期“霸占”国内电视荧屏的经典电视剧终于登陆大洋彼岸。借着《甄嬛传》“美漂”带来的热度,国产电视剧的漂洋过海之旅再度引起人们的关注。

“甄嬛小主”起驾美国

在 Netflix 网站播出的《甄嬛传》英文名为 *Empresses in the Palace*,意为“宫中的后妃们”。为了适应美国观众的口味,这部原本 76 集、每集 45 分钟的电视剧被重新剪辑为 6 集,每集 90 分钟。

与在国内播出时的火热程度相比,被重新剪辑过的《甄嬛传》却首先在美国遭到了冷遇。开播三天后,该剧在 Netflix 网站上的评分只有 2.5 颗星,在加拿大甚至只收获了 1 颗星。

不过,情况很快得到改变。经过一段时间之后,美国观众对这部电视剧的评价逐渐提高,甚至出现了突破 4 星、直逼 5 星的趋势。不少美国观众在网上留言,称希望不久后能看到这部电视剧的 76 集完整版。该剧导演郑晓龙透露,截至 3 月 31 日,已有 13620 人在 Netflix 网站上为《甄嬛传》评分,得分为 3.8 分,预计以后会突破 4 分。

其实,早在美国版《甄嬛传》播出之前,剧中的各位小主已经拥有一定的粉丝基础了。自 2011 年开始,中文版《甄嬛传》已经在美国的中文频道多轮播放过。在 YouTube、Viki 等视频网站上,外国观众也能找到配有英文字幕的完整版《甄嬛传》。有些外国观众追剧的认真程度丝毫不亚于国内观众。

一名美国网友看过该剧的 76 集完整版后,在社交网站 Reddit 上留言:“片中死了好多人,他们是玩真的。所有角色都在成长和改变,女主角在第一集和最后一集判若两人。”另一位网友的概括则更加简洁:“这是中国女性版《权力的游戏》。”当然,也有美国观众表示,这是一部需要有中国文化、哲学、家庭观念、生活状态作为背景知识才能看懂的剧,他不明白为什么剧中有那么多泡茶、煮药和生病的镜头。

在日本,同样也刮起了一阵“最炫小主风”。2011 年,当《甄嬛传》在中国火了之后,就有日本电视台购买了该剧的版权。《甄嬛传》在日本播出一周即吸引了 3900 万观众,一度成为日本娱乐论坛中最热门的话题。

“小燕子”曾飞遍亚洲

在《甄嬛传》之前,国产电视剧扬帆出海的成功案例并不鲜见。

1986 年版《西游记》可以算是最早成功走向海外市场的国产电视剧之一。这部经典电视剧曾经销往新加坡、泰国、韩国等国家,深得海外观众喜爱。在越南,该剧每年暑假的重播竟成为了教育部门吸引孩子安心在家的妙招。1993 年,电视剧《渴望》首次在越南中央电视台

播出,随即引起了极大轰动,剧中女主角刘慧芳也成为了无数越南男观众的梦中情人。

此后,经典琼瑶剧《还珠格格》更是一度风靡海外。2002 年,《还珠格格》被韩国主流电视台 SBS 引进并定档每晚深夜 11 时播出。不料,在这样的时段,该剧仍以强大的收视率打败了韩国同期所有黄金时段播出的电视剧,成为当年的收视之王,这种现象一度诱发了韩国电视剧业界的恐慌。在东南亚国家,《还珠格格》的收视率也均打破或接近历史上华语电视剧在当地的最高纪录。

2011 年,《媳妇的美好时代》登陆坦桑尼亚国家电视台,每周播放一集,在当地引发了火热的反响。国内电视台曾播出过该剧坦桑尼亚版的片段,剧中女主角毛豆与婆婆用斯瓦西里语“吵架”的情景,被网友笑称“相当有喜感”。

“我读小学的时候,泰国有两个电视台每天都会播出中国电视剧。那时候,中国武侠剧在泰国非常火,大人小孩都喜欢看,比如《射雕英雄传》《神雕侠侣》《鹿鼎记》等,都是用粤语配音的。”曾在北京语言大学学习汉语的“80 后”泰国女孩 Yui 告诉《中国科学报》记者,“那时候,我们都觉得中国电视剧很好看,很有趣,泰国没有那样的电视剧。但是后来,电视台就不播放中国电视剧了,转而开始播放韩剧。现在,泰国的电视台只在后半夜两点以后播放中国电视剧,基本上没什么人看。”

Yui 的朋友 Jean 表示,她观看电视剧就是为了放松和娱乐,希望剧中的主角要漂亮,服装要时髦。在她看来,现在中国内地的电视剧不是抗战剧就是家庭剧,剧情激烈,让人感觉压抑、不放松,而偶像剧又不够时髦。

曾在印度尼西亚生活过的李春慧告诉记

者,在印尼,收看中国电视剧的观众群体主要有两类,一类是在印尼工作的中国人,另一类就是印尼当地年纪较大的华人。“他们都是能讲中文、多少了解中国文化的华人。当地的年轻人很少会完整看过中国电视剧,因为他们很少会讲中文,对中国有一定兴趣,但主要是在社会、政治、经济等方面。”

“我 2011 年前后生活在印尼。那时候,因为华人很多,那边的本地电视台会在很晚的非黄金时段播放一些年代较为久远的电视剧。比如,印尼的影视频道就播放过《还珠格格》,配音是印尼文的。我听当地年纪较大的华人朋友说过,他们在印尼当地电视台看到过很多中国电视剧,主要都是古装剧,拍摄年代也较为久远,比如《白眉大侠》等。”李春慧说,“现在,印尼当地人都安装了国际卫星,能在电视上收看到中央电视台国际中文频道,上面也会播放一些比较新的电视剧。”



蒋志海制图

专家发言

中国传媒大学电视剧研究所副所长刘晔原:

我们要向韩剧学习

海外收获了一定的知名度和观众。但不得不承认的是,与称霸全球的美剧和风靡亚洲的韩剧相比,国产电视剧的影响力还远远不够。

美剧可以当别论。因为美剧的风靡与美国强势文化在全球的传播密不可分。而美剧中的英雄情节,向上精神和紧凑的节奏感,都使其适合年轻人去观看。美剧没有冗长的大段台词,没有太多需要文化解读的潜台词,观众对剧情一目了然。相比美剧,我们现在真正需要好好研究的是韩剧。

同样作为亚洲国家,韩国和我们在文化上有很多共同点,他们的电视剧为何就能如此流行?我想,首先是因为韩剧的价值观是恒定的,韩剧愿意去歌颂韩国人的家庭温暖、对正义的坚持和个人的奋斗。同时,韩剧中的人物大都阳光时尚、青春靓丽。而这些,正是观众想看到的东西。而我

们往往为了表现戏剧冲突去设置一些现实生活中没有的情节,家庭伦理剧中家人们打架打得一塌糊涂,这是不对的。我们要向韩剧学习,用平和温暖的方式描绘现在和未来的生活。

记得在 1998 年《还珠格格》热播之时,我参与了相关的调查研究。那时各个小区里几乎每家窗口飘出来的都是《还珠格格》的声音。那时候,有些专家对这部电视剧并不看好,但后来我们意识到,这部电视剧的成功,可能恰恰就是因为表现出了人与人之间温馨的情感,这就是普世价值,所以不仅在国内外受到观众喜爱,在海外也收获了大量的粉丝。

要想更好地推动国产电视剧出海,相关部门需要更有意地进行支持和引导,使这些电视剧除了制作精良外,还要传播正能量,要温暖地表现人们的生活。(本报记者张文静采访整理)

看电影

第五届北京国际电影节于 2015 年 4 月 16 日至 23 日举行,包括主竞赛单元“天坛奖”评奖、开幕式、北京展映、北京策划·主题论坛、电影市场、电影嘉年华、闭幕式暨颁奖典礼七大主体活动。请看活动指南——

玩转北京国际电影节

影片推荐

电影节,最重要的自然就是“看电影”,此次电影节共有数百部不同国别、多种类型、主题风格迥异的电影佳作陪同大家展开一段全新的电影之旅。

《美国往事》意大利电影巨匠塞尔乔·莱翁内的名作,此次以 4K 修复形式首映。历时十三年制作的《美国往事》以极具魅力而丰满的形式呈现了一个欧洲导演眼中的美国景观,以及一个外来者对美国的想象与幻觉中的记忆,成为了电影史上浓墨重彩的经典篇章。

《教父三部曲》(教父)对电影史、黑帮类型片、流行文化的影响至深至远,它是很多导演心中的史上最佳电影。马龙·白兰度、阿尔·帕西诺、罗伯特·德尼罗等演员的出色演绎,加上故事本身的史诗性,使得这部影片成为一部杰作。此次,《教父 1》《教父 2》以 4K 修复形式展映,《教父 3》为胶片。

《雷情一曲》法国导演新浪潮代表人物阿伦·雷乃的遗作。阿伦·雷乃的特点是关注现实主义、现代主义以及社会和政治议题,经常以时间和记忆作为主题,从严肃文学中汲取营养,从哲学高度看问题;在叙事结构上采用神秘而新奇的手法,摄影华丽,剪辑重抒情性,作品常惹争议。

《碧海蓝天》由著名法国导演吕克·贝松讲述的一个深蓝色的故事。描述个人难以融入现实社会的困境中,因此转而寻找梦想中的另一种生活,带着浓厚的自传色彩。人类不断向极限挑战,但最后以回归大海告终。

《冬眠》节奏缓慢但感情剧烈的土耳其作品。导演努里·比格·锡兰野心十足地探索了当代土耳其人在生活和工作中面临的宗教、阶层矛盾、民族冲突等问题,影响深远。本片被称为欧洲艺术电影的代表,获第 67 届戛纳电影节最佳

片金棕榈奖。

《鸟人》第 87 届奥斯卡金像奖最佳影片。剪不断理还乱的困境、各种难以摆上台面的隐秘关系、夸张到难以想象的恶作剧,在戏里戏外反复上演。所以,它被评价为是一部情感电流强烈、角色情绪极为饱满的电影。恣意流淌的镜头语言、耳目一新的戏剧元素,还有一黑到底的喜剧效果。

《锡尔斯玛利亚》法国导演奥利维耶·阿萨亚斯编剧并执导的影片,巧妙地探索了电影明星们错综复杂的幕后生活。这是一部关于戏剧(虚构)与“现实”边界的电影,表面轻松随意,实际却大胆、充满深度,从名人文化危险到超级英雄大片的优点。

《爱乐之城》第五届北京国际电影节“天坛奖”入围影片。导演达米恩·查泽雷执导的电影鬼才。影片讲的是长谷川博己所演的主人公赖木一遇见一只小绿龟后的不思议故事。此外,更集结了麻生久美子、西田敏行等超豪华阵容。

电影嘉年华

电影嘉年华活动于 4 月 15 日~24 日在怀柔举行。本届电影嘉年华活动以怀柔雁栖湖景区为主场,杨宋影视城、顶秀美泉小镇和燕城古街为分会场展开活动,包括了星光大道电影音乐汇、明星见面会 and 电影服装秀,还有新片推广活动以及遍布全景区的电影主题 3D 画展等。

杨宋影视城共设星美今晨影视城、国家中影数字制作基地和老爷车博物馆三个场地,将开展武术选秀赛、模特大赛、电影主题音乐汇以及光影杨宋·星光音乐节暨经典电影放映月等活动。

电影音乐会

本届电影节恰逢世界电影诞辰 120 周年,中

西洋镜

女艺术家受欢迎程度明显上升

近日,一项针对世界艺术家个人展览观众数量的调查显示,过去六年间,在美国画廊举办过个展的艺术家中,男性艺术家的比例远高于女性艺术家,占到了 73%。举办个展数量最多的艺术家是安迪·沃霍尔、埃尔斯沃斯·凯利和贾斯培·琼斯,每人均举办了七次展览,而这三位都是男性艺术家。相比之下,女性艺术家举办的个展较少,其中数量最多的是非裔美国艺术家卡拉·沃克,也只举办过四次个展。

虽然画廊较少邀请女性艺术家举办个展,但此次调查显示出值得关注的现象,那就是女性艺术家越来越受观众欢迎。在此次调查中,观众数量排在第二位的个展是由来自南斯拉夫的女行为艺术家玛丽娜·阿布拉莫维奇举办的,她在纽约现代艺术博物馆的个人回顾展每天平均吸引了 7120 名观众参观。排在她前面的只有美国雕塑家理查德·塞拉,他 2007 年在纽约现代艺术博物馆举办的展览每天吸引了 8585 名观众。

一般来说,大牌艺术家的个展会吸引更多观众,但瑞士女艺术家皮皮洛蒂·瑞斯特打破了

两万人请愿反对白人出演《木兰》

近日,迪士尼公司宣布即将翻拍 1998 年动画长片《木兰》的真人版电影。此后,有影迷在互联网上发起请愿活动,呼吁迪士尼公司不要让白人演员出演花木兰这一角色。该请愿活动在短短几天之内就获得了超过 2 万人的联名支持。

请愿者表示,由于《木兰》讲述的是中国女子花木兰替父从军的故事,所以应该挑选亚洲演员来饰演其中的主要角色。“让白人演员饰演原本应为有色人种角色的情况,在好莱坞太普遍了。”请愿书中写道,“此前,在《最后的气宗》(攻克机动队)等电影中就已经多次表现出了问题。此次,对于迪士尼公司刚刚宣布翻拍的《木兰》真人版电影,请大家共同呼吁拒绝由白人演员出演。我们以请愿书联名的方式来告诉迪士尼公司,我们希望看到亚洲花木兰。”

今年早些时候,类似的请愿活动也出现在好莱坞宣布翻拍日本动漫《攻克机动队》真人版

这个说法,其在纽约现代艺术博物馆举办的个展,每天有 6186 名观众参观。

这项调查还表明,2014 年世界上最受欢迎的女艺术家是日本女艺术家草间弥生。她被称为“圆点女王”的 86 岁女艺术家在中、南美洲的个展中共吸引了 200 万观众。目前,草间弥生的第二次回顾展正在中国台湾地区举办,下一站是印度首都新德里。



草间弥生在其作品前。

电影之后,反对由美国女演员斯嘉丽·约翰逊饰演该电影女主角草薺素子,并最终获得了 4.4 万人签名支持。

针对《木兰》真人版电影请愿书的发布者娜塔莉·莫尔纳认为,让白人演员饰演有色人种角色,暗示了有色人种“不能成为英雄”以及“会让人把白人的美丽和善良当作是理想和寻常的情况”。她认为,这种行为会伤害少数民族年轻影迷的自信心,并限制非白人演员的发展。

在好莱坞,白人演员饰演有色人种的传统可以追溯到 1956 年的电影《成吉思汗》,该电影由美国演员约翰·韦恩出演。在 1961 年的电影《蒂凡尼的早餐》中,美国演员米基·鲁尼就饰演了奥黛丽·赫本的日本邻居。在 2014 年的电影《法老与众神》中,英国演员克里斯蒂安·贝尔和澳大利亚演员乔尔·埃哲顿也饰演了生活在中东和北非的角色。

栏目主持:艾林

如果国产电影在海外大规模传播,对中国的国际形象会有哪些影响?近日,“2014 年中国电影国际影响力全球调研数据报告”给出了答案。这份以外国观众为调研对象,关于中国电影国际传播的数据调研项目的报告显示,中国电影国际传播对构建“和谐中国”的国家形象具有促进作用,但对构建“飞速发展”的国家形象并无明显的促进作用。

自 2001 年以来,北京师范大学教授、中国文化国际传播研究院院长黄会林牵头的“中国电影国际传播”调研已经连续开展了三届,并形成了 6 万多字的调研报告和三本论著,为中国电影国际传播理论提供了量化基础和创新依据。

黄会林介绍,本次调研涉及五大洲 66 个国家不同年龄、不同学历、不同职业的人群,“本次调研报告既有对中国文化印象、国家形象和中国电影传播力的宏观认识,也有对关于观影方式、传播渠道、类型电影、中国文化电影元素、中国文化地域差异的具体考察和分析”。

“从调研来看,目前外国观众观看中国电影的频率仍然较低。”黄会林介绍,1592 个有效样本中,53.45% 的外国观众只看过 1 到 5 部中国电影,26.32% 的外国观众没有看过中国电影。同时,免费电视频道和免费网站是外国观众观看中国电影的主要渠道。五大洲观众通过电影院这一渠道观看中国电影的差异较大:大洋洲观众通过电影院观看中国电影的人数最多,其次为非洲、亚洲(中国除外),而以美国为主的美洲观众和欧洲观众走进电影院观看中国电影的人数最少。

调研结果显示,文化猎奇仍然是外国观众观看中国电影的诉求所在,不同大洲观众对中国电影承载的中国元素的偏好度具有显著差异。地理差异、民俗差异、人种差异直接影响到不同大洲观众对中国电影中中国元素的偏好;与中国地理距离较远、地貌和风俗差异较大的地区观众,对中国电影中本土人情的偏好度较高,例如大洋洲、非洲观众对中国电影中本土人情的偏好度相对较高,欧洲、亚洲观众的偏好度相对较低。

有意思的是,外国观众看中国电影越多,越觉得中国电影难懂。“这可能是中国电影目前还没有成为世界电影市场的主流电影,并没有覆盖到大众层面。因此看中国电影较多的,一般为电影专业认识或中国电影爱好者,而这两类电影对探求电影逻辑思维和主题私下的诉求也较高。”黄会林说。

中国文化国际传播研究院创作委员会委员赵葆华指出,中国电影市场已位居全球第二,亟待打开中国电影的海外市场,我国电影事业任重道远。

如何让中国电影更好地“走出去”呢?对此,黄会林建议,要增加中国电影的国际影响力,树立良好的国家形象,做好面向强国的文化输出,首先要加强内容建设,提升中国电影的艺术魅力和文化内涵,避免内容同质化、精神僵化;其次,要加强中国电影的宣传能力,提升中国电影的话语权。“建议建立电影扶持机构和政策,助力本土电影‘走出去’,也要利用新媒体即时、便捷、高渗透的特点,加大中国电影新媒体的推广力度。”黄会林说。



《鸟人》海报

国电影诞辰 110 周年。4 月 17 日,18 日 19:30,第五届北京国际电影节电影音乐会暨“百年经典电影音乐会”“世界名著电影音乐会”在京演民族文化宫大剧院举行。

本届电影音乐会由中外电影人共同制作,在百年经典电影音乐会上将首次解密 1926 年出口海外首部上映的中国古装默片《柳翠缘》。中国电影乐团将与中国五大电影厂乐团联手合作“百年音画经典”共庆两个百年电影的诞辰。旅美实力派青年钢琴家田佳鑫将与电影《钢琴师》相约银屏演绎肖邦 G 小调叙事曲,旅美著名小提琴家柴亮将带来《辛德勒的名单》小提琴那凄婉穿透心灵的旋律可谓是对永久和平的呼唤。歌唱家丁毅等艺术家将分别演绎百年经典电影主题曲及抗战时期的歌曲庆祝二战胜利 70 周年。

电影海报展

电影节展映部联手中间艺术区中间影院联合推出了一场电影海报展,展出代表着当今世界电影海报设计最高水平的几百张原版海报。

此次电影海报展,不仅涵盖了今年电影节全部参展影片,更有中国电影资料馆提供的珍贵历史海报,讲述世界电影 120 周年和中国电影 110 周年的故事。而往届电影节收集的明星签名版海报将以神秘的方式送到幸运的影迷手中。除此之外,海报展还将面向广大影迷征集原创电影海报,甄选 30 张入围本次展览。

本次展览将于 4 月 10 日在位于西四环杏石路口的中间艺术区开幕,展期持续 2 周,免费向公众开放。(栏目主持 朱香)