

当下中国电影中的国家形象塑造

方雅轩

(湖南大学新闻传播与影视艺术学院, 湖南长沙, 410012)

摘要:近年来电影对国家形象的塑造发挥着日益显著的作用,电影作为重要的文化产品,通过文化符号建构中国文化形象,借助电影叙事机制输出社会主义价值观,在显性的影像系统下包含着隐性的文化价值。在全球化背景下,电影产业已经上升到国家文化战略地位。本文通过梳理2016年和2017年的中国电影文本,归纳出当下电影塑造国家形象的几种常见类型及其表述方式。并结合案例剖析当下中国电影塑造国家形象的现状。最后针对当下中国电影塑造国家形象存在的问题,从影像、叙事和价值三个层面,探讨跨文化语境下中国电影柔性塑造国家形象的新出路。

关键词:国家形象; 中国电影; 跨文化传播; 文化自信

中图分类号: J9 **文献标识码:** A

前言

新时代的中国电影出现了新趋势和新特征,电影的社会功能与形式元素的有效结合成为当下电影显著的美学调整策略。“推进国际传播能力建设,讲好中国故事,展现真实、立体、全面的中国,提高文化软实力。”^[1]成为当下包括电影在内的文艺创作的目标。在全球化时代,电影是展现民族文化的窗口,塑造国家形象、传播主流价值观成为新时代中国电影的主要功能。

1. 电影与国家形象之间的建构关系

对应传播学中三个世界的真实,一个国家的国家形象可以分成三个层次:国家实体形象(客观真实)、国家虚拟形象(媒介符号真实)和公众认知形象(主观真实)。^[2]在媒介化社会,媒介通过符号建构出国家虚拟形象,直接影响了公众对国家实体形象的认知。在全球化时代,国家形象通过电影这一大众媒介“重塑”出来的效果日益显著。在跨文化传播中,国外观众往往通过银幕上的文化形象来认识中国形象。

电影作为一个大众叙事媒介,国家形象在电影中的呈现不是政治概念、国家理念或意识形态在影像层面的简单外化。作为外在于电影叙事体系的国家理念,正是通过电影的叙事完成了公众对于国家形象的认同、对民族理念的首肯。^[3]电影通过一套叙事逻辑形成具有国家意义的“内在文本”,进一步产生出与社会历史互文的影像意义,价值层面的国家形象最终得以嵌入电影独特的叙事机制中。

电影作为一个文化产品,具有文化符号的表意功能,在显性的影像系统下包含着隐性的文化价值。观众通过对文化符号进行解码,接收到电影中的某种价值观,最终对国家实体形成主观认知形象。当文化通过电影叙事成为具体的实践活动,就质变为“生产性”的东西,在对现实的理解与重构中成为一股指导力量。^[4]

电影作为一门综合艺术,对国家形象的塑造包括影像层面、叙事层面和价值层面三个维

^[1] <https://theory.dahe.cn/2017/12-26/243024.html>

^[2] 段鹏. 国家形象建构中的传播策略[M]. 中国传媒大学出版社, 2007年版, 第8页.

^[3] 贾磊磊. 中国主流电影中的国家形象及其表述策略[J]. 解放军艺术学院学报, 2007年第1期.

^[4] [美] 马尔库塞. 审美之维[M]. 李小兵译. 生活·读书·新知三联书店 1989年版, 第113页.

度^[5]。国家形象的影像层面通过电影独特的时空机制被建构，外化于影像中的文化空间、地理空间、历史空间。国家形象的叙事层面通过电影的叙事机制得以建构，体现在人物形象、叙事情节之中。国家形象的价值层面透过影像层面和叙事层面的综合得以形成，内化为电影传达的核心价值观。这三个层次之间互为表里、相互渗透。

2. 当下中国电影塑造国家形象的类型分析

国产电影类型化探索丰富了国家形象的影像表达，不同类型的电影从不同的维度和侧面整合了国家文化、政治和经济形象，其建构国家形象的模式和具体路径各具特色。根据 2017 中国电影年度报告相关数据显示：奇幻片（7 部）、悬疑片（18 部）、动作片（28 部）和喜剧（43 部）位居 2017 年度国产类型片票房收入前四^[6]。类型电影的“作者性”与艺术电影的“市场性”，成为近来本土电影创作领域的显著症候。^[7]不同类型的电影在风格、题材和价值观念方面各有一系列特殊的程式。^[8]当下中国电影呈现类型融合的特点，独特的中国气质透过不同风格的影像语言显现出来。本章主要对当下几种主要的国产类型片进行归纳分析，总结出其塑造国家形象的不同模式和路径。

2.1 动作片：正义大国形象

动作片是世界电影类型的重要组成部分。中国的武打片和武侠片一直以来都是国家形象的文化名片，侠客与武者践行的一系列道德准则彰显出具有东方哲理的世界观、价值观和伦理观。儒家、道家等传统文化渗透在影像代码中，民族风格鲜明的国家形象透过动作片中富有东方韵律的身体美学被传递出来。

武侠片作为中国动作片的主要形态，其对国家形象的构建在饱含民族特质和民族精神的武侠文化语境中得以完成。人与社会的关系、对自我的态度以及对生死的看法是武侠片探讨的主题，民族主义价值观在人物践行“行侠仗义”道德准则的过程中被弘扬。武侠片中塑造的国家形象还包含了具有古代中国元素的自然和社会空间。林山竹海、边塞落日等唯美的自然景观构成武侠片中的自然空间，朝廷、官府、客栈、楼阁等则构成社会空间，侠者穿梭在自然、社会空间之中，侠义精神渗透着中国传统文化的深厚底蕴。《绣春刀》系列借鉴政治阴谋、职场争斗、侦破探案等元素，相对淡化了“侠客”“江湖”这样的传统主题。影片打破武侠片的固有模式，用武功高强却挣扎于官场的小人物代替了传统意义上快意恩仇、浪迹江湖的江湖侠者，用真正的历史代替了传统意义上的江湖，投射现实的功能得到增强。

近年来，国产动作片对“暴力美学”进行了新的演绎，在视觉表达、类型拓展和主题表达上取得了突破。以《战狼》系列为代表的主旋律题材动作片，成为传达主流价值观的新载体，对爱国主义主题做了新的符合现代国家理念和人本主义价值观的阐释。^[9]在这些影片中，动作场面占据影片主要篇幅，“以暴制暴”成为正义叙事原则。主人公的英雄气质在一系列连贯的高难度动作展现下得到突显，先进的科技道具透过具有视觉冲击力的画面直观展示了国家硬实力。动作片中的动作设计不仅能展现形式美感，还为叙事情节、塑造人物服务，动作场面往往对人物的命运起决定性作用，人物关系通过人物动作得以展现。《战狼》系列将主人公冷锋塑造成“打不倒”的英雄形象，彰显中国力量和大国风范，展现了自信的国家形象。主人公冷锋作为拯救者踏入别国领土，为正义而战，体现了关注个体生命的普世价值，

^[5]范志忠，熊颖俐，徐辉主编. 国家形象的影像建构与传播[M]. 浙江大学出版社 2013 年版，第 23 页.

^[6]https://item.btime.com/m_2s1cosjy5j1

^[7]陈晓云，李卉. 类型杂糅与样式融合_类型批评视域下的 2016 年度中国电影[J]. 艺术百家, 2017 年第 1 期.

^[8][美]路易斯·贾内梯. 认识电影[M]. 焦雄屏译. 中国电影出版社 1997 年版，第 223 页.

^[9]尹鸿. 打造主流的大众电影文化—评电影《湄公河行动》[J]. 《中国文艺评论》，2016 年第 11 期.

观众对国家形象的认知通过对英雄人物的情感认同得以形成。

2.2 警匪片：法治中国形象

警匪片是将警察或执法人员与强盗、不法分子一起塑造为主人公，描写他们之间冲突的电影类型。^[10]警匪片一直以来都是香港电影的重要类型，近年来香港导演到内地发展，逐渐探索出一条新的警匪类型电影创作之路：将警匪片的类型叙事与内地主流价值观相融合，在传递主旋律精神和建构国家形象方面实现创新突破。

《湄公河行动》以公安部缉毒犯罪的真实事件为题材，糅合警匪、悬疑、动作等商业元素，塑造了高刚等体现国家意志、有血有肉的中国警察形象。在既定的警匪类型框架内，由于题材选择得当，拍出了主旋律的气质，拓展了国产警匪片的类型表达。警匪片的视觉环境往往是混杂的城市空间，《湄公河行动》中金三角地区被描述为一个上演欲望的舞台。金三角地区的危机和阴暗面成为影片基本的叙事基调，在这个无秩序的金三角地区里，贩毒分子逍遥法外，法律与秩序没有保障，犯罪与暴力成为主调。警匪片中的警察总是在维持秩序与违反法律的两难境地中确定自己的道德立场，《湄公河行动》对卧底方新武亦正亦邪的形象塑造，体现了警察的人性，通过“正义战胜邪恶”的结局表现了正义与法治的必胜。英雄主义与爱国主义在影片的正义书写下得到彰显，执法有力的法治中国形象通过警匪片正义叙事的原则被塑造出来。

2.3 喜剧：世俗中国形象

喜剧是当下中国电影市场上高产的类型之一，成功的喜剧电影可以凭借幽默艺术所呈现出来的智慧和理性来彰显自己国家的社会进步和民族的成熟，输出自己的文化软实力。^[11]“喜剧表达的是一种超越精神，用笑声来超越社会矛盾，用笑声表达人类的自由与自信。”^[12]世俗中国的形象透过当下国产喜剧的狂欢化和对底层人物的滑稽书写呈现出来。

“让观众笑”是喜剧的重要特征，但一部优秀的喜剧电影应该具有“含泪的笑”的精神内核，在传递笑声的同时更应该留给观众深意余味，幽默的背后需要有对人性的升华。当下一些国产喜剧电影的喜剧观念过时，缺乏文化层面的反思，呈现低俗化的特征，如《欢乐喜剧人》、《祖宗十八代》和《大闹天竺》等喜剧“为了搞笑而搞笑”，艺术价值和精神内核缺失。近年来电影市场上也不乏兼具艺术价值与精神内核的喜剧电影，《驴得水》继承讽刺喜剧的传统，对现实社会具有警世作用。影片在历史场域中对知识分子、底层农民和权力阶层进行了现实主义叙述，历史在这部影片中成为一个寓言，展现了个体挣扎于社会、现实的不同宿命，人性的复杂与多义在这则喜剧寓言中被折射出来。

当下国产喜剧电影往多元化方向发展，“喜剧+”成为当下中国电影的重要类型模式，出现诸如“喜剧+爱情”（《陆垚知马俐》）、“喜剧+侦探”（《唐人街探案》系列）、“喜剧+动作”（《功夫瑜伽》）等主要模式。喜剧与不同的类型元素融合，其表现“笑”的形式也是不同的。爱情喜剧常依赖于台词的幽默诙谐，用轻松愉悦的方式将现代人的爱情观表达出来，动作喜剧则依赖于滑稽搞笑的视觉元素，在喜剧形式下消解大众狂欢下焦虑的现代人形象。喜剧与其他类型元素融合，有利于世俗中国形象在商业平台与艺术平台的整合下实现最大范围的传播。动作喜剧《功夫瑜伽》以保护文物为主题，凸显了国产喜剧的文化价值，影片将道德伦理叙事和主流价值观念融入动作喜剧的类型模式中，传达了“一带一路”的时

^[10] 郝建. 类型电影教程[M]. 复旦大学出版社 2015 年版, 第 250 页.

^[11] 储双月. 当前中国喜剧电影发展现状、问题与对策[J]. 电影新作, 2016 年第 6 期.

^[12] 郝建. 类型电影教程[M]. 复旦大学出版社 2015 年版, 第 362 页.

代理念，体现出新时代下国产喜剧电影的文化自觉。

2.4 爱情片：现代中国形象

以爱情为表现题材的爱情片是具有世界性的电影类型。对爱情的美好向往是人类共同的情感诉求，男女主人公超越阶级、地位、种族的浪漫归宿成为爱情片永恒的主题。爱情片与时代气质联系密切，作者的爱情观以及对社会现状的认识往往透过结局传达出来，国家形象透过爱情片的现实叙事空间和价值结构得以建构。一部优秀的爱情片应该传达一种集体态度和理想，符合人们对爱情最本真的向往，引导观众回归趋向原始单纯的爱情观。

都市爱情片是当下国产爱情片的主要类型，反映了当代中国年轻人的爱情观。城市空间往往成为都市爱情片的叙事空间，高楼大厦、霓虹灯、街道等建筑象征文明高度发达的大都市，传递出当下都市化的时代特征，营造了浪漫的气氛。同时这些城市空间也常常成为影片令人不安的符号，大众狂欢下焦虑的都市人形象通过人物关系、空间关系呈现。《志明救春娇》、《前任攻略3》展现了当代男性和女性对待爱情、婚姻和性的不同价值观念，因其对现实的关照与投射引起观众情感共鸣。《北京遇上西雅图2》、《二十八岁未成年》延续了都市爱情片的叙事模式，表达了现代女性独立自信的爱情观，女性意识在主题表达中得到升华。青春爱情片是当下国产爱情片的另一类型，《夏有乔木 雅望天堂》、《致青春2》等青春爱情片中沿用残酷青春叙事模式，影片脱离现实的情节和流于表面的人物塑造难以制造认同感使观众产生共鸣。《七月与安生》则体现了青春爱情片的另一价值维度，影片从女性视角审视女性成长，用细腻的影像风格刻画女性情谊，突显了青春片的成长主题和内在价值。

纵观当下中国爱情片，主要展现的是现代人尤其是身处都市的年轻人的爱情观，其他年龄、阶层和地域的爱情故事以及爱情观未在当下中国爱情片中得到相应的书写。“爱情不动人”成为当下国产爱情片的症候，现代都市化的国家形象在当下中国爱情片中被浅显的呈现出来。爱情的深层价值没有在当下中国爱情片中彰显出来，爱情片对国家形象的塑造价值还需要进一步被挖掘。

2.5 奇幻片：奇幻中国形象

奇幻类电影依托电影技术发展起来，架空的奇异性地域成为故事发生的情境，善恶、美丑在幻想世界泾渭分明，人物在充满想象力的奇幻世界中进行一系列的冒险活动。电影传递的世界观在人物冒险过程中逐渐显示出来，观众通过想象性参与对国家文化形象产生认同。近年来中国奇幻电影融合了喜剧、动作、悬疑等多种类型元素，故事素材和视觉呈现都具有本土性，诸如《捉妖记》系列、《妖猫传》等。影片用现代技术重新诠释中华传统文化，构建出了不同风格的奇幻中国形象，显示出了国产电影类型本土化拓展的巨大空间。

国产奇幻片植根于传统文化，当下国产奇幻片主要挖掘了“西游”、“盗墓”、“修仙”以及“武侠”等奇幻题材。《西游记》一直是中国电影最大的IP，《西游记之孙悟空三打白骨精》是近年来对经典进行重构的一个成功案例，影片将老故事转化为能切合当代人心理和情感的新电影，对原著进行大胆而未脱离精髓的改编。传统的“三打”故事，是用孙悟空对白骨精的战胜来讲述是非和正义故事，这部电影则是用唐僧的舍身来讲述人性救赎的故事。^[13]《西游记之孙悟空三打白骨精》体现了国产奇幻片对传统文化、传统经典重新进行解说的文化自信。影片将奇幻类电影的技术美学和艺术美学较好的结合起来，在充满想象的奇幻世界中，表达新时代的审美标准、价值取向和文化精神。在视觉呈现上独具东方奇幻特色，

^[13]尹鸿，梁君健.从市场的黄金时代走向创作的黄金时代——2016年国产电影创作备忘[J].当代电影，2017年第3期.

白骨夫人的形象与动作设计充满东方水墨风格的灵动飘逸,体现了特效技术与民族文化的有机融合。^[14]

3. 当下中国电影塑造国家形象的突破与不足

近年来,中国电影在题材类型等方面得到了一定拓展,电影塑造国家形象取得了新的突破,出现了一批体现文化自信的新主体。当下中国电影正处产业化的初级阶段,电影的工业化水平不高,在价值取向上含糊不清,电影的思想性、艺术性和商业性未在终极价值领域得到整合。电影创作缺乏文化自觉和文化自信,国家形象的“自塑”过程存在主体性缺失缺位等问题。中国电影的跨文化传播能力与美国、韩国等影视大国相比还有很大的差距。

3.1 当下中国电影塑造国家形象的突破

国家形象的构建由主旋律电影、艺术电影和商业电影共同完成的。主旋律电影担负国家形象的正面建构的重任,国家形象的批判性建构主要由艺术电影完成,商业电影则是对国家形象的丰满和充实。近年来,随着电影产业化的进程加快,商业电影、主旋律电影和艺术电影的界限逐渐模糊,呈现出商业电影主旋律化、主旋律电影类型化和艺术电影市场化的趋势。电影塑造国家形象取得了新的突破:主旋律电影类型化探索的成功,开启了国家形象“自塑”的新阶段;艺术电影聚焦现实,投射中国文化;一些商业电影从奇观转向现实,塑造了更多有感染力的普通人物形象。

3.1.1 主旋律电影商业化成功探索,开启国家形象“自塑”新阶段

主旋律电影是塑造国家形象的重要电影形态,肩负着传递社会主义核心价值观、塑造正面的国家形象的重要职责。主旋律电影对国家形象的构建是通过政治与叙事的置换,提供一套合理的欣赏-接受模式,使观众对民族、国家产生认同。^[15]近年来,中国电影市场上出了一批主旋律电影类型化表达或商业电影与主旋律元素成功结合的电影,这些影片不仅表达了中国式的主旋律价值,更体现了当代中国电影的工业化水准。塑造出更加立体的具有感染力的当代中国形象,开启了国家形象“自塑”新阶段。《十八洞村》以村民为叙事视角,用细腻质朴的镜头展现了十八洞村贫困户的脱贫思想转变过程,塑造了奋发向上、不卑不亢的当代新农人群像。影片呈现出当下中国农村新图景,农民的奋斗精神融入十八洞村的田园风光,反映了新时代的农村新形象并彰显出奋发向上的中国精神。

近年来出现一批新主流电影,构建了崭新的国家形象,比如《战狼》系列、《湄公河行动》和《红海行动》等,影片将主旋律元素与军事动作片中的个人英雄主义结合,更加自觉的传达对普通个体生命、自由的尊重,表现个体意愿的爱与牺牲。这些影片展现出了中国自信的现代大国形象,体现了当代中国的文化自信。《建军大业》采用偶像明星阵容,很大程度还原了先烈们的青春形象,影片将人物命运的沧桑感融入到历史的宏观叙事中,用大众文化逻辑塑造出一个个朝气蓬勃、个性鲜明的军人形象,向观众传递着中国革命精神。呈现出了一个充满生命活力的革命中国,传达着中国革命的合理性。

3.1.2 艺术电影聚焦现实,隐喻中国文化

当下国家形象的批判性建构主要由艺术电影完成,艺术电影多从文化反思、批判的态度对现实进行影像书写,是对宏大叙事的一种有效的补充。艺术电影建构国家形象呈现隐喻性的特征,表面上这些电影对社会问题和矛盾的揭露,展现了社会中不好的一面,呈现了国家

^[14]陈晓云,李卉.类型杂糅与样式融合_类型批评视域下的2016年度中国电影[J].艺术百家,2017年第1期.

^[15]褚亚南.试论新世纪以来中国电影中的国家形象构建[J].当代电影,2009年第1期.

形象消极的一面。但从更深的层面看，其内在价值是积极向上的。这些电影关注人、挖掘人性，现代性的普世价值包含在电影里面，从价值观的角度看，其呈现国家的文化形象其实是正面的。

核心价值观是电影塑造国家形象的一个重要部分。不管是讲好人好事还是坏人坏事，电影应该传递给观众一种正确的价值取向，即用什么样的历史观和价值观去看待电影里的人物。《冈仁波齐》用纪实风格的影像真实记录了藏民前往神山冈仁波齐朝圣的艰难过程，表现了藏族人民质朴的及其对信仰的虔诚；《八月》用细腻平淡的影像表达了一个时代的集体记忆，带领观众回到了上个世纪九十年代的地理文化空间，将个体挣扎与社会、历史的宿命娓娓道来；《二十二》从客观、人性的角度，记录中国慰安妇幸存者的生活现状，引出观众对这段厚重历史的反思；《老兽》展现当下社会家庭的信任问题，引发观众对家庭代际关系的反思；《大雪冬至》聚焦空巢老人的平淡生活，挖掘老人的内心世界，呈现了空巢老人的孤独；《嘉年华》以女童性侵为题材，聚焦性侵案后的社会失职，折射出当下社会对女性的偏见等诸多问题；《相亲相爱》探讨亲情、爱情和家庭关系等话题，聚焦老中青三代女性的爱情观，通过家庭空间完成了国家形象的日常叙事。这些影片与现实产生互文，从不同的侧面投射现实时空，构筑了一个立体而真实的中国社会状况，国家形象透过独树一帜的影像风格得以表达。

3.1.3 商业电影重回现实，塑造普通人物形象

商业电影用通俗易懂的方式讲述大多数人能听得懂的故事，因其与生俱来的娱乐性，更容易实现对国家形象的柔性建构。近两年，越来越多的商业电影回归现实视角，将镜头对准日常生活的苦与乐，通过书写当下人日常生活状态呈现市民层面的国家形象，构建了一种温情的现实图景。《前任攻略3》刻画了当下中国社会适婚青年的心理状态，展现了当下都市男性和女性不同的爱情观，折射出中国当代都市文化以及中国人爱情观、婚姻观的变化；《七月与安生》以女性成长为主题，从女性视角对女性的成长进行了新的审视，用细腻的影像语言刻画了女性心理的矛盾性，传递出女性自主选择人生的独立意识；《火锅英雄》杂糅了犯罪与喜剧等类型元素，聚焦社会底层小人物，弘扬了正义和友谊力量，展现了中国重庆的地域特色和气质；《闪光少女》将镜头对准音乐附中的高中生，用新的视角诠释这群高中生追求的音乐梦想。影片将民乐与二次元文化结合，对当下中国民乐面临的困境提出了新的解答，展现了文化自信的新主体。这些影片呈现不同的社会层面，展现当下普通人的情感生活，传递出的共享的价值观，最终在市民意义上建构出具有大众文化价值的国家形象。

3.2 当下中国电影塑造国家形象的不足

在文化消费和跨文化语境下，当下中国电影塑造国家形象还存在着一些不足。一些电影陷入技术主义困境，制造视觉奇观的影像背后缺少文化内核，国家形象塑造商业化、奇观化。国际传播中，主旋律电影传达文化价值观的共享性还需提高，塑造国家形象仍难逃脱概念化、刻板化。一些艺术电影关注边缘化人物，传达非主流思想，塑造国家形象边缘化、碎片化。当下中国电影的类型题材仍然比较单一，现实题材的作品较少，中国形象未能反映中国新时代以来的变化，塑造国家形象同质化、单一化。还有一些“现实主义”电影抽空现实空间，塑造国家形象虚拟化、空心化。

3.2.1 国家形象商业化、奇观化

当下国产奇幻片陷入技术主义困境，技术背后没有文化意义，现实空间生产和影像空间生产之间矛盾对立，塑造国家形象商业化、奇观化。《大闹天竺》、《西游伏妖篇》、《女儿国》等影片用反传统文化价值的方式对经典进行解构，生硬简单的在影片中加入一些现代

元素，虽然在形式上为故事增加了一丝娱乐性，但经典的精髓全无，西游 IP 的文化意义被解构。《三生三世十里桃花》中人物的服饰造型杂糅了各种元素，将传统文化抽离成了虚无缥缈的意念。《爵迹》、《封神传奇》、《鲛珠传》、《降魔传》和《奇门遁甲》等奇幻大片未遵守艺术创作规律，利用技术特效呈现出一个架空的想象世界，人物形象空洞，缺乏美学和价值的支撑。国家文化形象在中国式大片中处于中空状况，在票房仓库落成之时换来的却是形象废墟。^[16]

张艺谋导演的影片《长城》呈现出好莱坞大片的视觉效果，但在叙事上过于简单，思想情感略显空洞。影片通过饕餮、孔明灯、秦腔、城墙、壮观的军队和华丽的服装等一系列东方符号展现了东方奇观，这些符号堆砌形成的东方奇观呈现了一个与西方不同“他者”形象，不免让人陷入西方后殖民主义的东方想象中。从文化价值层面来讲，《长城》是一部解构中国主流国家形象的视觉大片。影片的价值取向含糊不清，“信任”在影片中被当做东方文化的价值观和号召力，却没有呈现出“信任”的具体含义，从影片中仅仅感受到喊口号式的中国精神。

3.2.2 国家形象概念化、刻板化

尽管与过去相比，当下中国电影在国家表达、艺术探索和商业诉求的平衡上取得了一定的进步，但一些主旋律电影在阐释历史、反思战争、刻画人性等方面的观念仍然比较保守。一些主旋律电影对历史事件的描述简单化，塑造国家形象概念化、刻板化，在跨文化传播中，中国的主流电影仍然很难走出国门被国际认可。

《娘子军传奇》（孟奇导演）是一次针对红色经典的当下改编，电影理应对战争与人性进行具有现代意义的思考，理应表现“战争虽然残酷，但人性有温度”的主题，理应体现出创作者的悲悯，但在这部影片中一切付之阙如。影片中宣教式的意识形态流露与概念化的主流价值观传达，实际上违反了艺术创作规律，脱离了电影文化建设的功能。《我的战争》（彭顺导演）将朝鲜战争的故事搬上荧幕，影片过分渲染宏大壮观的战争场面，对战争中的正反人物刻画扁平化，爱国主义以喊口号的方式被表现出来，国家形象被消解在影片不明确的主题和对历史的书写暧昧不明的态度中。还有一些严肃题材的电影脱离历史语境和生活实际，将电影的大众化表达理解为娱乐元素的拼接，在泛娱乐化的包装呈现的是文化空壳。抗战题材电影《铁道飞虎》（丁晟导演）叙事上空洞简单，片中呈现大量没有叙事意义的打斗动作，对日本人的形象塑造沿用抗战神剧中的刻板化、简单化。影片还将网络段子集锦设置为台词，制造刻意的笑点对历史进行戏谑，历史的严肃性在影片中荡然无存。

3.2.3 国家形象边缘化、碎片化

一些打着艺术电影称号的电影缺乏宏观的历史视角。由于对社会文化的整体把握不够，在展现非主流文化时，并未在历时性和共时性两个维度上进一步拓展，将国家文化形象塑置于边缘化、碎片化的境地。由于文化背景的差异，外国观众观看时容易对片中的中国形象产生误读，从负面的角度对中国形象进行解读。

一部真正具有现实意义的影片，除了揭示社会现实矛盾、反映社会问题和关照现实不好的一面外，还应表达积极的内在价值，传达出向上的理想愿望以及对社会进步的美好向往。

《百鸟朝凤》与当下人们的心理产生了断裂，在揭示了传统技艺没落的悲凉境遇外，并没有用现代化的价值观进一步探索如何走出困境。影片用脸谱化的人物、下跪的仪式和暴躁的父

^[16]倪震. 国家形象与中国电影:我们将为世界银幕生产什么?:再论中国电影和国家形象[J]. 当代电影, 2009年第2期.

权等展现了中国旧民俗形象，用一群符号化的人物（穿着喇叭裤、带着蛤蟆镜、提着老式录音机）代表现代文明的形象，国家形象在影片过于陈旧的表达方法下显得边缘化。

3.2.4 国家形象同质化、单一化

当下中国电影同质化作品充斥着电影市场，中国形象未能反映中国新时代以来的变化，国家形象在一些商业电影的塑造下呈现同质化、单一化的特点。国产奇幻片充斥着种种技术奇观展示，制造出单纯的感官刺激，影片中的奇观视觉呈现与剧情严重脱节，缺少文化内涵。喜剧电影如《欢乐喜剧人》、《祖宗十八代》等，停留在形式至上的插科打诨，用段子式的台词、夸张的造型制造生硬的笑点，真正的幽默始终缺席，喜剧背后缺乏对社会反思、对人性的升华。近年来出现了一批同质化的青春爱情片，比如《致青春2》、《夏有乔木雅望天堂》等。这些影片往往着力于外部事件对人物的影响，诸如绝症、失恋、恨嫁等等，而忽略时代背景、成长环境、身份地位等这些让人物鲜活、立体、真实的元素对人物以及人物关系产生的内在影响。^[17]当下中国青春片主题单一，爱情几乎成为唯一主题，而真正关注青少年成长的主题较少。很多青春爱情片剧情情节单一俗套，人物刻画十分空洞，影片中的残酷青春叙事模式脱离社会现实，难以引起观众共鸣。

3.2.5 国家形象虚拟化、空心化

一些“现实主义”影片有意模糊影片的地理背景，将具体的现实从故事背景中抽离，使得国家形象塑造虚拟化、空心化。特定空间样式的消失不仅使得空间的地域性、社会性和民族性不复存在，而且由空间构成的国家的整体感，以及观众对这种建立在空间关系上的想象的认同也会随之消失。^[18]比如《少年巴比伦》、《绑架者》有意模糊故事的发生地点，历史背景在模糊的地域特征中被淡化，观众无法将虚拟社会的人物与自身现实经历联系起来，便很难对影片中人物的经历产生社会认同感。电影中社会批判的功能在抽离的现实背景下被大大削弱，比如《绑架者》中揭示了医疗等社会问题，本具有很强的社会批判作用，但由于其将故事发生的地点模糊化，观众无法从影片揭露的社会问题中对应到具体的现实地点，影片的批判性被大大减弱了。还有一些都市爱情片中超越日常生活的场景也给观众带来隔离现实的距离感和割裂感，也许是为了营造浪漫的气息，这些爱情片常常将婚礼场景设置在教堂中，但整个婚礼的仪式却没有宗教元素，中国气质和中国文化在不西不中的婚礼仪式中难以被识别出来。

4. 跨文化语境下中国电影塑造国家形象的新出路

电影作为一个文化产品，是国家文化形象的组成部分，其电影作品，实现文化传播上的有效性，才能真正塑造具有文化内核的立体多样的国家形象。本章主要以国家形象的美学结构为视点，从影像、叙事和价值三个层面来探讨中国电影塑造国家形象的能力与电影工业化水平密切相关。面对中美文化产品贸易逆差的困境，中国电影要提高其跨文化传播的能力、柔性塑造国家形象，归根结底就是要走好产业化道路，生产出工艺精湛的文化产品。只有创作出艺术性、思想性与商业性兼具的国家形象的有效路径。

4.1 影像层面：艺术性与商业性统一

电影是一门以视听语言为基础的综合艺术，艺术性和商业性是电影的基本属性。电影的艺术性保证了国家形象的艺术化表达品质，而商业性则保证了电影对国家形象的传播范围。电影实现艺术性与商业性的统一，既能完成国家形象的柔性建构，还能扩展国家形象的有效

^[17]刘硕. 观察与随想:从中国电影的2016年路过[J]. 当代电影, 2017年第3期.

^[18]范志忠, 熊颖俐, 徐辉主编. 国家形象的影像建构与传播[M]. 浙江大学出版社2013年版, 第5页.

传播范围。电影对国家文化的艺术诠释需要借助表意的文化符号，影像层面的国家形象透过电影的视听符号被建构。

4.1.1 影像与文化符号

国家作为一个文化体，其形象总是通过文化符号来呈现出来的，国家文化形象的意义借助文化符号表征出来。电影融入具有中国元素的文化符号，对内有助于观众在观影过程中对国家、民族文化产生认同，对外能展现国家的文化形象。一方面，电影里人物造型、台词和故事背景等是影视文化符号的组成部分，观众从电影的叙事情节中解读这些文化符号，不仅能直观的感受中国面貌、中国气质，还能从更深层面领悟到中国价值。另一方面，明星符号作为一种特殊的文化符号，通过对信息流的具象化和戏剧化，促成在观众身上形成非政治化的眷恋模式，不仅能促进国家文化形象的建构，而且还能为国家形象带来政治效益。^[19]中国电影在国际传播中应该更加注重明星符号的运用，培养更多的像李小龙、成龙和章子怡这样的国际明星。

由于文化背景差异，国外观众在观看电影时会对中国文化符号造成误解，因此电影对文化符号的运用要避免简单的堆砌文化符号，避免用西方视野的东方主义立场对民族文化进行影像书写。电影应通过叙事机制将文化符号背后的文化价值和中國精神传递出来，要以展现国家的核心形象和为落脚点，发挥中国文化符号在民族凝聚和价值整合的功能。除了使用历史文化符号，还要进一步挖掘中国当代的文化符号。

4.1.2 类型化探索

中国电影正处在产业化的历史境遇中，单向度地追求对国家形象的建构是不可行的，当下电影的价值表达、国家形象的建构理念，必须在一个商业化平台上来兑现。^[20]目前中国电影塑造国家形象仍比较单薄，具有本土价值的类型片只有武侠片，要实现国家形象在跨文化语境中的有效传播，需要拓展健全电影类型，科幻片、灾难片等类型亟待填补。当下，国家形象在不同文化信仰的人群地域中的定位是多元性的，中国电影有效塑造和传播国家形象，需要立足于多元的电影类型，开发风格多样和题材丰富的文化产品。既要描写凡人小事，又要描绘宏大史诗，将英雄群像、民族认同与个体生命相结合。总之，要从不同题材、风格影像表达出发，多视角的表现中国不同时代的精神风貌。

当下中国电影忽视中国百姓的生存现状和精神风貌，缺少从正面展示当代中国社会进步的精神风貌的优质影片。费穆在《风格漫谈》谈到：“中国电影追求美国电影风格也是不可以的，中国电影只能表现自己的民族风格。”^[21]中国电影在借鉴好莱坞进行类型化探索同时，要结合中国具体国情探索出一条具有中国特色和中国风格的民族电影的道路。主旋律电影要与更多类型实现有效融合，要将电影的商业性与艺术性统一起来，用全人类都能听得懂的语言讲中国故事。中国电影不应该总是回望过去，应该更加关注现实题材，展现当代中国人的精神风貌。不仅要关注过去，更要留意现在，放眼未来，挖掘更多的优秀中华文化，在银幕上呈现出更加鲜活的国家形象。

4.1.3 电影空间的地域性、民族性

电影的空间关系与国家形象具有关联性，影像层面的国家形象借助空间的地域性和民族性被直观塑造出来。观众在观影时，不仅能透过影像对国家的地域特色、风土人情产生直观

^[19]陈晓伟. 明星符号与国家形象的建构[J]. 东岳论丛, 2012年第1期.

^[20]贾磊磊. 正义国家的影像构建[J]. 当代电影, 2014年第10期.

^[21]丁亚平编. 百年中国电影理论文选(上)[M]. 文化艺术出版社2003年版, 第391页.

认识,还能通过剧情参与到电影隐性输出价值观、历史观和世界观的过程,最终构建出想象的文化地理,包括政治图景、道德图景和性别图景。

区域形象是国家形象的组成部分,电影里特定的空间样式带有确切的文化意义,真实具体的地域能给观众带来文化身份认同感和国家归属感,更容易使观众产生国家形象认同倾向。电影在塑造国家形象时应该保持电影生态平衡,既要展示城市图景,也要展现乡村图景,既要重构历史空间,也要建构当代空间。现实主义风格的电影应该保持空间的地域性、民族性和社会性,通过区域形象的呈现实现国家形象的有效建构。

4.2 叙事层面:革命性和普世性的统一

一国的国家形象总是通过个人与国家的关系来确定的,电影作为大众叙事媒介,塑造好国家形象就是要塑造好国家中的人,国家形象落脚在电影里的鲜活的人物和整个叙事机制中。“微观政治”成为当下电影国家形象建构的一种策略,主旋律题材的电影对时代英雄的塑造应实现革命性与普世性的统一。制造公众对电影中的国家形象的认同感,就需要对英雄进行平民化书写,塑造普通人物的银幕形象。

4.2.1 平民化视角下的英雄人物

国家形象的内核是国家精神,英雄人物是国家形象的代表,英雄的出现总是与爱国主义、民族精神联系在一起。习近平曾提出文艺作品塑造新时代英雄的要求:“对中华民族的英雄,要心怀崇敬,浓墨重彩记录英雄,塑造英雄,让英雄在文艺作品中得到传扬。”^[22]中国历史源远流长,每一个时代都有英雄人物,英雄人物的事迹和爱国精神为一个时代烙下了深深的文化印记。电影要通过书写新时代的中国英雄的故事来传递新时代下的中国精神,引导观众树立正确的国家观、历史观、民族观和文化观。

一个具有感染力的英雄人物形象不会是高高在上的。英雄首先是人,其次才是英雄这一身份,只有展现英雄人物的人性,观众才能相信英雄人物传达的价值观念,影片传达的国家意志和价值取向才能被观众认可。在电影的叙事体系中,对英雄人物的塑造应该回到平民视角,要把普通人的一般情感融入到英雄人物的典型性格的塑造中,在历史事实的基础上对英雄人物进行人性化处理,避免英雄人物“高大全”脸谱化。电影的艺术创作只有在符合艺术传播规律的前提下,爱国主义的宏大叙事主题才能在重大革命题材的叙事文本中得到有效表达,国家形象的影像传达才能实现价值层面的广泛传播。

4.2.2 塑造好普通老百姓的形象

国家形象是一个综合体,观众往往透过中国人的形象产生对中国形象最直观的认知。从某种意义上说,塑造好中国人,也就塑造好了中国形象。^[23]中国正处在社会转型期,电影需要以时代的变化为背景展现普通人真实的日常生活形态,关注当下社会中的普通人物,塑造中国人的形象。

讲好中国人的故事也就讲好了中国故事,电影应遵循艺术创作规律,回归故事本身。各种文化在浅层次、在表面、上虽然千差万别,但涉及人本身,人本性,比如亲情、家庭层面时,则是相通的。”^[24]只有反映当下中国人普遍的内心矛盾和心理困境,才能引起观众共鸣。电影应该与时代相呼应,以建设性的视角反映中国现实的多样性,挖掘普通人的内心世界以及他们对真善美的价值追求和坚守。我们既要书写在城市奋斗拼搏的多数人的故事,也要书

^[22]http://www.xinhuanet.com/politics/2016-11/30/c_1120025319.htm

^[23]饶曙光. 国家形象与电影的文化自觉[M]. 当代电影, 2009年第2期.

^[24]郑晓龙. 从《刮痧》寻找人类的家园[M]. 中国电影报, 2001年3月1日.

写在农村坚守岗位的少数人的故事；既要表现当下年轻人的恋爱观，也要展现中年人的婚姻观；既要展现年轻人的青春岁月，也要关注老年人的夕阳岁月。

4.3 价值层面：民族性与现代性统一

一部电影总是包含了一定的人生观、世界观和价值观，国家形象认同本质上是对价值观念的认同。一部优秀的电影理应传达正确的思想价值导向，这些价值观念是创作者有意识或无意识传达出的。一方面，我们要立足本土，把握文化价值的民族性，彰显主流价值观，将社会主义核心价值观融入到电影的创作中，整合民族电影的价值取向。另一方面，需要对电影的文化角色重新进行定位，电影在参与人类共同价值建设的基础上应拓展中国价值空间，在价值层面上实现民族性与现代性的统一。最终与外国观众建立共通的意义空间，减少跨文化传播过程中的“文化折扣”。

4.3.1 彰显主流价值观

习近平在中央政治局第十二次集体学习时提出：“重点展示中国历史底蕴深厚、各民族多元一体、文化多样和谐的文明大国形象，政治清明、经济发展、文化繁荣、社会稳定、人民团结、山河秀美的东方大国形象，坚持和平发展、促进共同发展、维护国际公平正义、为人类作出贡献的负责任大国形象，对外更加开放、更加具有亲和力、充满希望、充满活力的社会主义大国形象”^[25]这段话在文化建设的层面上为我国主流电影塑造国家形象指出了方向，即塑造中国主流形象，彰显社会主义主流价值观。

承担社会功能的民族电影应该蕴含中国气质，传递中国精神，倡导和传播中华民族的核心价值观。彰显社会主义主流价值观、用影像传达“真善美”，并不是只能写好人好事，而是要用一种正确的价值观、历史观塑造人物形象。一部具有现实关怀的影片应该凸显人性意识，寄予观众一种内在向上的价值取向和精神态度。电影要塑造出具有感染力的中国形象，必须先深入了解中国文化，挖掘中华文化的精髓，将儒家文化中的“仁义礼智信”融进电影，在文化自觉和文化自信的基础上找到中国电影的文化坐标。

4.3.2 文化角色重新定位

长期以来，主旋律电影、商业电影和艺术电影在价值观上各说各话，没有形成共同的文化取向。主旋律电影注重思想性，在艺术性和商业性表达上有缺陷；商业电影追求商业性，缺乏思想性；艺术电影则囿于艺术性，商业性弱。中国电影正处在产业化初级阶段，我们需要整合不同电影形态的价值取向，对电影的文化角色进行重新定位，实现电影的三性统一。在文化建设的战略层面上，只有将主流文化价值观与大众文化的艺术创作理念相结合，才能对我国核心价值观进行有效传播，国家形象在大众文化逻辑的建构下才能拓展传播渠道，实现最大传播效果。

当下中国社会呈现价值观多元化的特点，单一的价值设定不符合当下电影市场的需求。电影必须找到主流价值与市场价值、个人价值与集体价值、中国价值与人类共有价值的契合点，求得主流文化与大众文化、精英文化的最大公约数，实现价值观念的有机融合。中国电影的价值体系应该建立在自由、平等、诚信等这些被社会共享的文化价值观的基石上，允许文化多样性的存在，通过选择可转换的电影文化因素实现“共同文化”在电影中和谐呈现。真正打破主旋律电影、商业电影和艺术电影的界限，整合中国电影形态的价值观念。

结语

国家形象在电影中的建构实质上是一个展现中国文化的动态过程，中国形象的成功“自

^[25]<http://politics.people.com.cn/n/2014/0101/c1001-23994334.html>

塑”来自于文化自觉和文化自信。正如费孝通先生所言，“生活在一定文化中的人对其文化要有自知之明，明白它的来历，形成的过程，所具有的特色和它的发展趋势。自知之明是为了加强对文化转型的自主能力，取得适应新环境、新时代文化选择的自主地位。”^[26]文化兴国运兴，文化强则民族强。^[27]电影强国梦是中国梦的一部分。在全球化时代，中国电影应担负传播国家形象、建设国家文化软实力的重任，向世界讲好中国故事，传达中国梦。

电影塑造国家形象的能力归根结底就是用影像讲好中国故事的能力，一部电影的创作只有符合艺术规律，融入其中的价值观才会得到有效建构，才能实现电影跨文化传播过程中“文化折扣”最小化，否则便会变成说教式、口号式的价值输出。当然，电影作为文化产业，在社会场域中受国家、资本、受众以及创作者等多方面因素影响，国家形象在电影中的有效建构还需要多方力量的协调。

参考文献

论著

- [1] (美) 马尔库塞. 审美之维[M]. 李小兵译. 生活·读书·新知三联书店 1989 年版.
- [2] (美) 路易斯·贾内梯. 认识电影[M]. 焦雄屏译. 中国电影出版社 1997 年版.
- [3] 丁亚平编. 百年中国电影理论文选(上册)[M]. 文化艺术出版社 2003 年版.
- [4] 颜纯钧. 电影的读解[M]. 中国电影出版社 2006 年版.
- [5] 段鹏. 国家形象建构中的传播策略[M]. 中国传媒大学出版社 2007 年版.
- [6] (法) 马克·罗费. 电影与历史[M]. 彭姝祎译. 北京大学出版社 2008 年版.
- [7] 李娅菲. 镜头定格的真实幻像-跨文化语境下的中国形象构造[M]. 人民出版社 2011 年版.
- [8] 胡和平, 肖丽君. 影视与社会主义核心价值[M]. 中国广播电视出版社 2013 年版.
- [9] 费孝通. 全球化与文化自觉——费孝通晚年文选[M]. 外语教学与研究出版社 2013 年版.
- [10] 范志忠, 熊颖俐, 徐辉主编. 国家形象的影像建构与传播[M]. 浙江大学出版社 2013 年版.
- [11] 邵仁培等. 好莱坞电影理论: 多学科立体研究视维[M]. 浙江大学出版社 2014 年版.
- [12] 郝建. 类型电影教程[M]. 复旦大学出版社 2015 年版.
- [13] 张昆主编. 跨文化传播与国家形象建构[M]. 武汉大学出版社 2015 年版.
- [14] 蒙象飞. 文化符号传播与中国国家形象[M]. 五洲传播出版社 2016 年版.

期刊

- [1] 郑晓龙. 从《刮痧》寻找人类的家园[J]. 中国电影报, 2001 年 3 月 1 日.
- [2] 贾磊磊. 中国主流电影中的国家形象及其表述策略[J]. 解放军艺术学院学报, 2007 年第 1 期.
- [3] 褚亚南. 试论新世纪以来中国电影中的国家形象构建[J]. 当代电影, 2009 年第 1 期.
- [4] 倪震. 国家形象与中国电影: 我们将为世界银幕生产什么?: 再论中国电影和国家形象[J]. 当代电影, 2009 年第 2 期.
- [5] 饶曙光. 国家形象与电影的文化自觉[J]. 当代电影, 2009 年第 2 期.
- [6] 陈晓伟. 明星符号与国家形象的建构[J]. 东岳论丛, 2012 年第 1 期.
- [7] 饶曙光, 陈清洋. 主流价值观与文化多样性: 中国主流电影的发展与思考[J]. 东岳论丛, 2012 年第 2 期.
- [8] 胡智锋, 张炜. 中国电影国际传播问题三思[J]. 北京电影学院学报, 2012 年第 3 期.
- [9] 陈林侠. 大众叙事媒介构建国家形象: 从特征、论证到文化逻辑[J]. 中州学刊, 2013 年第 10 期.

^[26] 费孝通. 全球化与文化自觉——费孝通晚年文选[M]. 外语教学与研究出版社 2013 年版, 第 52 页.

^[27] http://csr.mos.gov.cn/content/2017-10/26/content_54992.htm

- [10] 贾磊磊. 正义国家的影像构建[J]. 当代电影, 2014年第10期.
- [11] 陈林侠. 家国模式与中国电影建构国家形象的话语修辞[J]. 中州学刊, 2014年第11期.
- [12] 贾磊磊. 中国电影产业的类型重组与价值整合[J]. 电影艺术, 2016年第1期.
- [13] 周根红. 电视剧的海外传播与国家形象建构[J]. 中国电视, 2016年第1期.
- [14] 储双月. 当前中国喜剧电影发展现状、问题与对策[J]. 电影新作, 2016年第6期.
- [15] 尹鸿. 打造主流的大众电影文化——评电影《湄公河行动》[J]. 中国文艺评论, 2016年第11期.
- [16] 尹鸿, 梁君健. 从市场的黄金时代走向创作的黄金时代——2016年国产电影创作备忘[J]. 当代电影, 2017年第3期.
- [17] 陈晓云, 李卉. 类型杂糅与样式融合_类型批评视域下的2016年度中国电影[J]. 艺术百家, 2017年第1期.
- [18] 陈犀禾, 刘吉元. 中国梦和当下中国电影创作[J]. 电影艺术, 2017年第2期.
- [19] 刘硕. 观察与随想: 从中国电影的2016年路过[J]. 当代电影, 2017年第3期.
- [20] 张慧瑜. 回收历史的工作与三种文化态度——以近些年的中国电影为例[J]. 创作与评论, 2017年第16期.
- [21] 杨乘虎, 高云. 何谓中国故事: 电影与国家形象建构的观念辨析[J]. 民族艺术研究, 2018年第1期.
- 网页
- [1] <https://theory.dahe.cn/2017/12-26/243024.html>
- [2] https://item.btime.com/m_2s1cosjy5j1
- [3] <http://politics.people.com.cn/n/2014/0101/c1001-23994334.html>
- [4] http://www.xinhuanet.com/politics/2016-11/30/c_1120025319.htm
- [5] http://csr.mos.gov.cn/content/2017-10/26/content_54992.htm

Shape of National Image in the Current Chinese Film

Fang Yaxuan

(Hunan University School of Journalism and Communication & Film and Television Arts, Hunan Changsha, 410012)

Abstract: In the context of globalization, the film industry has risen to the national cultural strategic position. As an important cultural product, the film constructs the Chinese cultural image through cultural symbols, meanwhile outputs socialist values through the film narrative mechanism. It contains hidden cultural values under the explicit image system. In recent years, the film has played an increasingly prominent role in shaping the image of the country. The shaping of the national image and the dissemination of mainstream values have become the main functions of Chinese films in the new era. Nowadays, the new mainstream film has carried out a new construction of the national image. This paper summarizes the common types of Chinese images in the current movie and how they are expressed by combing the Chinese film texts in 2016 and 2017. Try to analyze the current situation of Chinese film shaping the national image combined with the case. Finally, from the three aspects of image, narrative and value, this paper explores the new way for Chinese film to flexibly shape the national image in cross-cultural context.

Key words: National image; Chinese film; cross-cultural communication; cultural confidence