

## 银幕上的国家寓言：

# 中国电影史中的意识形态叙事流变

■文/田玉琪

中国电影已经有120年历史,电影的发展不光是电影艺术的演变过程,同时也是社会思想动态变化的真实写照。从中国电影分期来看,可以发现中国电影发展经过的几个不同阶段,以及这些现象发生的具体原因。

## 早期电影(1905-1949)的民族意识觉醒

在电影史上,1905年拍的第一部电影《定军山》,确定了中国电影的民族性基础。后来1923年郑正秋的《孤儿救母记》开始关注社会伦理问题,建立了至今还在影响中国电影的叙事系统:就是用中国哲学思想中重要的人性理论良知论作为框架,把道德伦理作为主题,注重讲故事技巧的通俗情节剧。但这也导致后来早期电影的叙事模式变得固化。

到30年代,中国共产党人怀着民族复兴的初心,选择了马克思主义作为认识和改变社会的工具。左翼电影人也用《渔光曲》《十字街头》《风云儿女》这些电影建立起革命话语体系,把阶级矛盾和抗日救国这样大的命题变成大众能够感受的审美体验,打破了精英们垄断的文化,创造出无产阶级思想宣传的新模式。可以说,在这一时期,左翼电影承担了社会责任,开启电影史上“红色电影”的一个时期。

抗战时期,爱国主义变成中国电影的共同主题。那时影坛出现了大量的抗日救亡主题电影。比如1936年拍的《狼山喋血记》和同年底拍的《壮志凌云》,算是这时期抗战题材的代表作。此外还有左翼作家阳翰笙创作的《夜奔》和田汉编创的《青年进行曲》,用艺术手法表现了中华民族越来越强的抗日救亡意识,描写了民众觉醒时候爆发出来的集体力量。

抗战胜利之后,内战开始全面爆发,社会冲突和思想斗争变得尤为激烈。此时的中国电影不只是艺术的载体,也变成

了政治斗争、文化重建和思想交锋的阵地。电影用各种不同的创作方式,深刻表现出那个时代变化中的思想冲突,并在动员社会和构建民族认同上起到关键作用。比如《一江春水向东流》用错综复杂的叙事结构,表现出战争带来的伤害和“劫收”腐败这两种悲剧,形成了对当时政府集团的强烈讽刺。《万家灯火》主要描述的是战后上海普通市民生活艰难,官僚资本的剥削导致经济崩溃等。这些电影通过“揭露和批评”的叙事手法,把个人遭遇和国家命运联系在一起,让观众在感动中接受了阶级斗争的道理,给后期的政权更迭作好了切实的铺垫。

## 十七年电影(1949-1966)的国家叙事建构

“十七年电影”作为新中国成立初期到文革前的文化产品,主要价值不光是艺术形式上作尝试,更主要是通过电影作为通道建立起国家叙事系统。这时候的电影既是政治意识形态的工具,同时又成为民族精神和现代性话语相结合的产物。

十七年电影的国家叙事建构,首要体现在对革命历史的重新书写与人民主体性的强化。这一时期电影的核心主题为革命战争、阶级斗争、社会主义建设等宏大命题与个人命运的结合。如影片《白毛女》,把旧社会和新社会相比较,把穷人的苦难作为阶级压迫的结果,结局以“翻身农奴把歌唱”的叙事策略完成了对社会主义合法性的论证。这种叙事策略不仅服务于政治宣传,更通过“苦难—觉醒—解放”的线性逻辑,构建了人民从被压迫者到历史主体的身份转换。

其次,在十七年时期的电影中,叙事结构存在明显的二元对立。比如正义和邪恶、压迫和解放、集体和个人这些对立概念一直存在。像《南征北战》《上甘岭》这种革命战争电影,都把敌我矛盾作极端

处理,把战争结果和历史必然联系在一起,完成正义必胜的叙事结论。这种结构既符合社会主义现实主义创作原则,也通过简单的冲突处理方式加深观众对政权合法性的认同感。

## 新时期电影(1978-2000)的思想解放轨迹

新时期中国电影是中国社会转型与文化重构的缩影,其思想解放轨迹既是对历史伤痕的反思,也是对现代性探索的回应。这个阶段的电影创作先是摆脱政治宣传的限制,后开始注重艺术表达和关注人的情感,最终形成多元并存的格局。

尤其1984年后第五代导演开始出现,他们强烈的画面感和哲学思想,让中国电影从原来戏剧化的传统模式变成更注重影像本身。这时候的电影不讲历史问题,而是把民族文化的各种元素拆开重组,试图说明民族和现代性之间的联系。与此同时,第四代导演如吴贻弓《城南旧事》、黄蜀芹《人鬼情》则转向纪实美学,以散文诗般的叙事风格关注个体生命经验,进一步消解宏大叙事的权威性。

90年代,市场改革越来越深入,全球化影响越来越大,中国电影产业开启了多维度的创新实践。这一时期的影像创作突破了过往单一的政治叙事框架,思想解放的轨迹转向多维度文化表达,通过平民英雄的塑造与史诗化叙事,将意识形态宣传与艺术感染力结合,回应市场化挑战。异军突起的第六代导演则由独立制片形式,聚焦边缘群体生存困境。像贾樟柯早期电影,导演通过小偷的视角展示社会变化带来的人情变淡和道德问题,用手持摄影与长镜头语言颠覆了传统电影美学,标志着思想解放向个体微观叙事的深化。

回顾中国电影百年,电影书写的过程不仅是中国历史的缩影,更是社会整体思想解放的镜像。其叙事流变映射了国家政治话语的转型、文化思潮的激荡以及个体意识的觉醒,构成一部动态的“观念进化史”。

(作者系渭南师范学院讲师)本文系渭南师范学院2024年校级课程思政示范项目《中国电影史》的阶段性研究成果。

# 中国电影作品跨文化传播的难点与突破

■文/钟柳湖

剧本、制片、宣发、放映等全产业链中始终将目光局限于国内票房收益,缺乏对国际市场的深刻洞察和长远布局。这种“内向型”发展模式导致电影创作和运营过度迎合本土观众口味,忽视全球观众的审美需求和情感共鸣,使中国电影在国际市场上难以突破文化壁垒,实现更有效的“走出去”。

## 中国电影作品跨文化传播的突破

中国电影的百年历程,既是一部艺术与技术交织的创新史,也是一部文化传播与时代共振的见证史。从最初的剧场摄录到如今闪耀国际舞台,不仅创造了属于自己的传奇,更在全球电影史上留下了深刻印记。2025年3月,《哪吒之魔童闹海》以势如破竹之姿走向国际市场,让全球观众深深感受到中华文化的独特魅力。但在“闹海”之后如何持续“出海”仍是当下中国电影创作团队需要认真思考的重要课题。

融入全人类共同价值,引发海外受众共鸣。海外受众对东方符号的理解门槛仍存,因此在中国电影创作中,既要坚守文化自信、讲述中国故事,向世界传递我国深层次的文化基础和历史传统,也要兼顾不同国家受众在文化审美、价值观念等方面的差异,融入具有共同价值的主题和故事,跨越文化和地域界限,以平等的对话机制降低中国电影跨文化传播过程中的文化折扣。在中国电影创作实践中,创作者需要回归本源,在遵循国际话语传播体系的基础上融入亲情、爱情、励志等人类共同的情感,以此作为中国电影跨文化传播的“敲门砖”。电影《你好,李焕英》所蕴含的对逝去亲人的深切怀念和母爱的真挚表达,成功打破了文化壁垒,引发全球观众强烈的情感共鸣。

扩大传播主体,拓展海外传播渠道。一是要培育中国电影海外宣发主体,建议由中国电影制片人协会牵头,联合中国对外文化交流协会、中影集团、万达、博纳等主体成立中国电影海外宣发联盟,构建标准化的中国电影海外推广体系,为中国电

影行业提供最新的电影宣发咨询、行业动向、市场调研、政策咨询等一手信息,确保动态交流畅通无阻。二是利用国际电影节推广中国电影。在各大国际电影节上设立中国电影专项交流会、推介会等,并联合中国电影外贸协会和推广企业评选出优秀的中国电影参加,向世界全面展示中国电影的艺术成就和文化自信。此外,充分利用海外流媒体平台以及社交媒体平台构建多元化国际传播体系,凭借这些平台强大的用户群体和成熟的算法推荐机制,实现中国电影全球化传播,持续提升中国电影的传播力和影响力。

引入海外资源,创新海外营销模式。中国电影在计划出海之初,需针对不同细分市场制定符合当地观众视野的宣发模式。一方面,与国际知名演员、主创团队合作引入海外资源,如张艺谋导演的《长城》在制作过程中聘请了好莱坞美术师约翰·迈克尔·史密斯,使影片在海外27个国家首映周末票房跻身前三,成功借助明星效应吸引了海内外受众关注。另一方面,电影在宣发层面应创新营销模式,积极与海外品牌进行跨界合作,从而实现资源互换、合作共赢。以《唐人街探案3》为例,不仅制作了多版国际海报,在宣传期内提出“首例全球海外同步上映国产影片”营销噱头,而且还与多个国际品牌展开商务合作,显著提升了中国电影在海外的知名度和影响力。

名贵其久,业贵其专。中国电影之所以能在世界的舞台上大放异彩,是中国电影人持之以恒、精益求精的结果。但在全球化浪潮中,文化差异与壁垒依然横亘在跨文化传播的道路上,成为电影走向世界的无形障碍。因此,电影人不仅要创作中深挖具有全人类共同价值的情感与主题,打破文化隔阂,更需在产业层面构建全球化的电影宣发联盟,整合海外资源、创新营销策略,推动中国从“电影大国”发展为“电影强国”。

(作者系广西科技师范学院文学与传媒学院副教授)

# 跨文化传播视域下国产动画电影出海的价值、现状及策略

■文/赵振华

中国动画电影自20世纪20年代拉开序幕以来,从黑白无声到多姿多彩,百年动画路走得艰辛却出彩。20世纪60年代,凭借《牧笛》《大闹天宫》《哪吒闹海》等一系列经典动画电影佳作,国产动画电影在跨文化传播渠道尚未畅通的时代仍然赢得极高的国际声誉,但却在大起之后经历了大落。沉寂近半个世纪后,《西游记之大圣归来》再一次点燃了国产动画电影产业的希望,同时中国动画电影也将目光投注在海外市场,从2019年的《哪吒之魔童降世》到2025年的《哪吒之魔童闹海》,国产动画电影实现了质的飞跃,出海速度无怪,完成现代行、出海效果立竿见影。

## 跨文化传播视域下国产动画电影出海的价值

跨文化传播是指不同文化背景下的个体或群体通过各种媒介进行信息、思想和情感的交流与共享过程。在动画电影领域,跨文化传播尤为重要,因为它不仅能促进不同文化间的理解和尊重,还能扩大影片的观众基础和市场份额,增强文化的国际影响力。近年来,国产动画电影精耕细作、精益求精,在跨文化传播背景下加速出海,能够彰显国产动画电影国际地位、增强中华优秀传统文化传播优势以及助力国家软实力高效提升。

彰显国产动画电影国际地位。动画电影产业作为文化产业的重要组成部分,不仅代表着一个国家的文化实力,同时也体现了一个国家的产业能力。长期以来,动画电影跨文化传播过程中,以宫崎骏、新海诚为核心的日本动画电影,以漫威、迪士尼品牌为核心的美国动画电影出海占比极高,而且具有较高的国际知名度,是动画电影产业的头部。国产动画电影的跨文化传播能够增加国产动画产业在国际动画产业中的占比,使国产动画电影逐渐跻身于国际动画电影产业头部,进而彰显国产动画电影的国际地位,推动国产动画电影在国际市场的发展。

增强中华优秀传统文化传播优势。在跨文化传播过程中,文化是各个国家最独特的标识和符号,也是实现文化理解和互信、增强沟通与交流的重要桥梁。中华优秀传统文化的跨文化传播过程中,可选择的传播方式是丰富多元的,但动画电影作为艺术的独特形式,在中华优秀传统文化的跨文化传播中具有一定优势。一方面,国产动画电影蕴含着博大精深的中华优秀传统文化,不论是讲中国故事为蓝本的主题内容,还是国风元素拉满的精致画面,都体现出中华文化的韵味。另一方面,相较于真人电影,动画电影的人物形象更加灵活丰满,对于一些抽象的文化表现力也更加具象立体,有利于促进跨文化语境下不同文化背景的人的理解和认可。

助力国家软实力高效提升。《2025年全球软实力指数》显示,中国软实力排名从去年的全球第三上升至第二,国家软实力主要包括文化吸引力、政治价值观吸引力,以及塑造国际规则和决定政治议题的能力。国产动画电影中不仅包含丰富的中华优秀传统文化元素,同时也隐含着我国的价值观、世界观和处世立场。国产动画电影的跨文化传播不仅是文化输出,更是价值观传递和精神洗礼,具有一种通过吸引或说服而不是胁迫去影响他人的能力,能够在潜移默化中影响国际大众思想,从而助力国家软实力的高效提升。

## 跨文化传播视域下国产动画电影出海的现状

动画电影跨文化传播是各个国家以动画电影为媒向外扩张动画电影产业,促进国家文化认同的

积极尝试。长期以来,受自身发展局限影响,国产动画电影产业陷入长久的低迷,不论是质量还是数量都与国际动画产业大国相去甚远。近10年来,随着一代又一代动画电影人的接力前行,国产动画电影实现逆风成长,不仅在国内获得了极高的赞誉,同时出海成绩也节节攀升,但跨文化传播的整体态势仍十分严峻。

主题深刻但题材同质化。跨文化传播视域下,文化出海面临的是“多对多”的复杂交织的局面,即一个国家的多元文化面对的是与多个国家的多元文化的交融。从近几年优质的动画电影来看,《西游记之大圣归来》《白蛇缘起》《姜子牙》以及“哪吒”系列等都采用“旧事新说”的策略,立意深远且结合了当代价值观,主题的深刻性毋庸置疑。但是当前,多数国产动画电影尤其是在海外拥有一定传播力的国产动画电影,多取材于中国传统神话故事和民间故事,题材同质化现象严重,使得文化出海形成“一对多”的局面,能够呈现的文化面十分有限,不利于中华文化跨文化传播体系的构建。

艺术饱满但适应性不足。国产动画电影以中华优秀传统文化为核心,除了故事内核的文化性之外,整体艺术风格也展现出独特的东方美学韵味和审美意趣,如《长安三万里》中的意象空间、《白蛇缘起》中奇妙梦幻的白色世界都令人叹为观止。海外媒体对国产动画电影的艺术性也给予高度评价,称赞国产动画电影那如诗如画的唯美风格、浓郁的东方诗意,以及影片中呈现的壮观场景和精彩绝伦的打斗场景,认为这些元素都让人看到内涵丰富的中华文化,具有极高的辨识度。中国动画电影在海外赢得了广泛赞誉,带给全球观众独特的审美体验。但跨文化传播研究长期以来关注文化差异、文化适应和文化认同等问题,国产动画电影出海的文化适应性不足,故事背景过于陌生、叙事逻辑存在差异等,都成为跨文化传播的障碍。

技术上乘但稳定性欠佳。国产动画电影跨文化传播仅仅依靠文化内核还远远不够,还需要技术实力的支持。在过去国产动画电影的制作技术远不及一些动画电影制作大国,很多场景特效的实现也依赖于技术外包,一定程度上限制了国产动画电影出海,如今国产动画电影技术明显进步甚至堪称上乘。例如,《哪吒之魔童闹海》在论对国外动画公司技术效果欠佳的环境下,国内众多动画公司、动画技术人才合力打造出国产动画电影的万鳞甲。但是国产动画电影的跨文化传播稳定性欠佳,《哪吒之魔童闹海》与其他国产动画电影的票房、口碑以及海外传播力呈严重的两极分化,如何形成持久的稳定力,助力国产动画电影品牌在海外市场一路长虹还有很长的路要走。

## 跨文化传播视域下国产动画电影出海的策略

《哪吒之魔童闹海》票房于2025年3月20日突破151.81亿,冲进全球影视票房榜前五,海外票房也达到2.34亿,取得了迄今为止国产电影跨文化传播的最好战绩,海外传播数据可谓是断层式领先,进一步增强了国产动画电影出海的信心,但这对于国产动画电影跨文化传播而言是一个更高的起点。国产动画电影跨文化传播不仅需要优质的出海作品,也需要良好的出海策略,才能让中华文化的魅力在全球范围内得到充分展现,让国产动画电影真正成为传播中华文化、提升国家文化软实力的重要载体。

重视题材丰富性。近年来,国

产动画电影创作题材扎堆,以中国传统神话、民间传说为核心在很大层面上已经陷入了国产动画电影的选题“舒适圈”,若继续固守“舒适圈”,国产动画电影或将面临文化表达单一化、国际受众审美疲劳的双重困境。国产动画电影创作人员应重视题材的丰富性,实现创作生态的必要扩容,唯有突破题材选择的天花板,才能够打破国产动画电影在跨文化传播中的文化局限,促使中华优秀传统文化依托国产动画电影这一载体传播到世界各地。

一方面,国产动画电影创作人员可以充分挖掘现实题材的潜力,围绕国际议题、社会现实以及人类生存等进行故事创作,完成现代价值观和文化的对外传播。例如,《雄狮少年》以中国南方传统艺术舞狮为核心,在展现我国非遗文化的同时,完成了勇敢追梦的现代价值观观念传递。另一方面,国产动画电影创作人员可以在科幻题材领域积极尝试,科幻作为国际受众普遍性的内容,因文化差异导致的传播隔阂较小,更容易引发关注和兴趣。

增强文化适应性。文化适应性(Cultural Adaptation)是指通过调整叙事、视觉或价值观表达方式,使其更符合目标受众的认知习惯。跨文化传播必须直面传播双方之间的文化差异,国产动画电影出海既需要确保中华优秀传统文化的特性,也要适当增强中华优秀传统文化在传播地的适应性,才能够促进海外受众对国产动画电影剧情的理解、角色的认同和情感的共鸣。

国产动画电影在叙事过程中可以适当融入传播地的“本土文化”,通过文化的融合性来增强作品的文化适应性。例如,《寻梦环游记》充分融合了中美洲的传统文化,充分展现梦想、离别、死亡、家庭、记忆等元素。此外,动画电影作为一种深度依赖视觉系统叙事的艺术,需要创作人员借助视觉呈现来增强文化适应性,如适当融入西方动画电影视觉审美元素,借助镜头语言拉近彼此之间的传播距离,助力国产动画电影出海。

聚焦产业关联性。日本、美国等在国际动画电影产业占有一隅之地的国家,他们的动画电影之所以在跨文化传播中能够掀起传播浪潮,不仅仅是因为某一部作品过于出挑,而是借助形成的品牌知名度为源源不断的新作赋予了品牌光环。因此,国产动画电影跨文化传播必须聚焦产业关联性,通过持续不断的努力和创新,推动国产动画电影产业的全面升级和输出,打造国产动画电影的国际品牌,实现从单品“爆款”出海转向国产动画电影产业输出。

首先,构建更加完善的国产动画电影产业链,提升国产动画电影出海创作、制作、传播等各个环节的水平。其次,积极拓展海外市场,建立更加稳定和高效的发行渠道,让国产动画电影能够更广泛、更迅速地走进海外观众的视野。再次,加强与国际先进动画电影产业的交流与合作,学习借鉴其成功的经验和模式,推动国产动画电影产业国际化发展。只有产业链不断壮大,才能够打响国产动画电影的国际品牌,进而真正提升国产动画电影在国际中的地位,切实提升中华文化的海外传播力和影响力。

国产动画电影“爆款”频出显著增强了国人的文化自信,也更加认可了动画电影在跨文化传播中的独特价值。但国产动画电影“出海热”的同时也需要更多的“冷思考”,尤其是需在“文化自信”与“文化对话”之间找到平衡点,让全世界观众通过动画电影这一媒介,看到一个既有传统文化底蕴又开放包容的中国。

(作者单位:韩国祥明大学)

# 《对联》杂志征订信息

《对联》杂志(原名《对联 民间对联故事》)创刊于1985年1月,由山西日报社主管。以教育普及、传承发展、学术研究为核心,面向社会大众,普及对联知识,提高鉴赏能力和创作水平。突出知识性、趣味性、可读性、实用性。

国内统一刊号:CN14-1389/I

国内邮发代号:22-88

定价:月刊,120元/年

订阅方式:全国各地邮局、“中国邮政微邮局”微信公众号、中国邮政报刊订阅网均可

十本以上集体订阅,直接联系《对联》期刊社

征订热线:15735155820 13269221236

广告