

中国元素不能只是人家的“吸金大法”

□张宇

最近,中国电影与好莱坞频频互动,似乎双方已经从好莱坞电影在中国取景、用中国明星的低层次的合作,跨越到了中国资本当老板、中国文化精髓被好莱坞接纳已经指日可待的全方位深层次合作,好莱坞的这股“中国风”或者说中国再次刮起的“好莱坞风”,就真的能够拯救中国电影?

中国改革开放30多年,我们有了足够开放包容的心态,但有时候自尊心、自豪感的爆棚也让人盲目。就中国电影而言,精明的好莱坞商人早已嗅到了商机,“中国元素”也早被好莱坞用来做噱头赚中国人的钱。从《花木兰》《功夫熊猫》《星球大战前传3》到《功夫之王》《碟中谍3》《2012》《阿凡达》《变形金刚》等等好莱坞大片,纷纷运用中国元素,总结起来无非是在中国取景、用中国明星、搞一点中国传统文化符号。多年来,好莱坞这些“讨好之举”获得了丰厚的回报,好在中国的掘金数量逐年增

加,如今,中国已经成为好莱坞大片主要的消费市场。

但一个不容忽视的事实是,好莱坞影片中的中国元素只不过是人家用来“吸金”的一个“噱头”,在中国取点景,用中国的演员,或者用点中国古代人物的皮毛,这些“吸金”的招数虽不高明,但一些国人却迷失在人家的招式中,开心之余,自豪感陡升的同时,也表现出了对外来文化的饥不择食。大家一定记得在张家界取景的《阿凡达》吧,电影上映之前,张家界的“乾坤柱”就更名为“哈里路亚”了。据称,当时一些慕名到张家界游玩的韩国游客问当地导游“哈里路亚”啥意思,导游张口结舌答不上来,在翻译的帮助下,他们才知道“哈里路亚”是希伯来语,中文意思是赞美耶和华。韩国游客不明白了,他们喜欢张家界,不是来了解“哈里路亚”的!

无独有偶,成龙、周润发、李连杰、杨紫琼等曾在好莱坞武侠中做主角的演员,都早已回到国内,后来去好莱坞露脸

的巩俐、章子怡不也是为人所用,用完就打道回府?陈冲、李连杰在好莱坞出演的一些角色被不少国人骂为“辱华”,华人影星要在好莱坞混下去不易,只能是好莱坞电影的工具,适合就用,是水土不服的问题,也是尊严和文化的问题。好莱坞也用日本、韩国、印度演员,只是用你的演员,仅此而已。

好莱坞电影也称注重运用中国文化,但此运用非彼运用。如,号称取材于四大名著之一《西游记》的《功夫之王》,说白了就是一个喜欢中国功夫的美国小男孩到中国“拯救”美猴王的故事。再比如,《木乃伊3》将故事搬到了中国。李连杰扮演的“龙帝”被杨紫琼扮演的女巫诅咒,从“秦始皇”变成了兵马俑,被唤醒后,他想将整个世界纳入统治中,他和兵马俑们成了外国考古学家、冒险家眼中的“木乃伊”并被打得稀里哗啦。如在中国影片中,这样荒诞离奇的剧情早该挨骂了。但人家用“好莱坞的方式”讲了一个古老的东方传奇故事,制造

了噱头和关注度,赚走了我们的钱,中国文化被“好莱坞”了,那是人家的文化、审美和情趣,你能接受多少?

啰嗦这些,不是要摒弃中国电影与好莱坞的合作,而是想提醒中国的电影人们,与好莱坞的合作,不能仅仅停留在取景、用中国演员、扒拉点中国文化的皮毛这种浅层次上,也不要简单地以为投资了好莱坞电影,就是好莱坞电影的主人了。我们与好莱坞所谓的深度合作,归根结底还是要提高中国电影的质量与品质,在参与影片策划、资金、剧本、选角、拍摄、宣传、发行等整个过程中,利用双方的资源优势,弥补我们在电影技术、制作能力、营销发行、产业链开发、市场化能力等方面的短板,更重要的是,在合拍交流的过程中,在东西方文化的碰撞中,我们能真正提升中国电影的文化特色,也许目前要求这种文化自觉有点苛责,但作为一个热爱中国电影、热爱中国的观众,我希望将来有一天,中国的电影也能和中国谋求的国际形象一样:强大而有亲和力!

●链接

近日,中国电影与好莱坞合作利好的消息不断传来:国内DMG娱乐传媒集团与美国华特迪士尼公司将合拍《钢铁侠3》,中国将参与影片的前期策划、资金、剧本、选角、拍摄、宣发等各个环节;此后还会有《孙子兵法》《封神天下》等一系列中美合拍片上马。七星娱乐集团宣布,将与天津联手投资80亿人民币在滨海塘沽经济区建立“中国坞”,成立电影融资平台、制作服务中心和全球发行与营销中心,为中美电影业之间的合作打造全方位服务平台。一些有资金实力的中国影业公司抓住了好莱坞对“中国文化”感兴趣这一点,正积极在好莱坞寻找合作伙伴。

在刚刚过去的北京国际电影节上,好莱坞主流片商纷纷表达了对中国电影市场的重视与信心,詹姆斯·卡梅隆关于中国电影及其市场的一番溢美之词,更是将青睐的橄榄枝伸得更远、更友好。