

东盟影视传播视域下中国－越南的影视双向交流

李琪南

贵州民族大学, 中国·贵州 贵阳 558000

【摘要】随着互联网时代的到来, 中国与东盟媒体交流在范围和内容上, 逐步从传统广播电视领域向互联网等视听新媒体延伸。借助互联网新媒体技术, 中国影视作品在东盟国家受到热捧, 同时越来越多东盟国家影视剧走进中国观众视野。在东盟国家主流媒体开设《中国剧场》、《中国电视剧》、《中国动漫》等栏目, 为“一带一路”建设发挥了积极的促进作用。东盟影视中, 越南革新开发以后, 影视业发展迅猛, 越南影视业逐渐从翻拍的桎梏中走出来, 开始走自我创作道路, 使得整个行业的发展欣欣向荣, 同时成为从中脱颖而出的中坚力量, 并且开始向中国输出。中国影视剧成为连接中国与越南国家文化交流的桥梁与纽带, 中国加大开发越南影视市场的力度, 相继使用当地语种译制了大批优秀剧目, 并通过栏目合作等模式实现产品落地, 为促进两国文化双向交流发挥了积极作用。本文将以中国与越南的影视合作为研究对象, 剖析中国－越南的影视文化交流。

【关键词】东盟影视, 媒体交流, 影视合作, 双向交流

Two Way Film and Television Exchanges Between China and Vietnam From the Perspective of ASEAN Film and Television Communication

Li Qinan

Guizhou University for nationalities, Guiyang, Guizhou 558000 china

[Abstract] with the advent of the Internet era, the media exchanges between China and ASEAN have gradually extended from the traditional field of radio and television to new audio-visual media such as the Internet in terms of scope and content. With the help of Internet new media technology, Chinese film and television works are popular in ASEAN countries. At the same time, more and more film and television dramas from ASEAN countries have entered the vision of Chinese audiences. China theater, China TV series, China Animation and other columns have been set up in the mainstream media of ASEAN countries, which has played a positive role in promoting the construction of the "the Belt and Road". In ASEAN film and television, after Vietnam's reform and development, the film and television industry has developed rapidly. Vietnam's film and television industry has gradually come out of the shackles of remake and began to take the road of self creation, which makes the development of the whole industry prosperous. At the same time, it has become the backbone that stands out from it and began to export to China. Chinese film and television dramas have become a bridge and link connecting the cultural exchanges between China and Vietnam. China has strengthened the development of Vietnam's film and television market, successively translated a large number of excellent dramas in local languages, and realized the product landing through column cooperation, which has played a positive role in promoting the two-way cultural exchanges between the two countries. This paper will take the film and television cooperation between China and Vietnam as the research object to analyze the film and television cultural exchange between China and Vietnam.

[Key words] ASEAN film and television, media exchange, film and television cooperation, two-way communication

东盟是“一带一路”计划的重要地区, 在地理位置上与中国非常接近, 文化的基础也有着相似之处, 是中国的影视价值输出的首要选择地点。互联网的发展, 使得影视文化交流更为频繁, 在这种背景下, 中国的影视作品不断走进东盟, 走进越南。早在20世纪30年代到70年代, 一些华侨商人就在越南投资建设了很多影院, 放映了很多深受越南人民欢迎的中国电影, 如《白毛女》、《海魂》、《魔鬼原野》等关于中国的电影。这些影视作品为出在抗战时期的越南人民提供了重要的精神食粮。20世纪90年代, 中国的影视作品得到了迅猛发展, 给越南的影视市场带来了很大的震动。那时的越南人民对张艺谋、陈凯歌等名导演作品有着很深的热爱, 为两国的文化交流架起了一个稳固的桥梁。21世纪初, 中国的科技迅猛发展, 为中国的影视传播提供了载体, 在各国的影视冲击下, 中国影视凭借着技术的更新, 在越南的影视市场始终占有一席之地。

1 中越影视文化传播背景

中国共产党第十九次代表大会指出应加强提高中国的文化软实力的输出能力及树立好中国榜样, 要展示中国的文化形象。东盟地区因其地理位置与传统文化有一定的相似性成为中国文化输出的重要选择地点。越南与中国有着深远的友好交往历史, 这种友好关系从越南解放战争胜利延续至社会主义建设时

期, 这为中越两国的影视文化的传播提供肥沃的土壤。中国传统文化的独特魅力, 也深深地吸引着越南人民, 给越南留下了很好的印象。近年来, 中国经济快速发展, 激发了周边各国的合作意识, 加上十九大报告指出要使中国文化软实力走出去的政策, 政府与个体机构也加强了在影视互联网发展上的投入。

在全球化不断深化的过程中, 越南政府确定了“国际融入”的发展理念, 成为国与国之间交流的宗旨。越南共产党在第十一次代表大会上指出, 应该由“国际融入”变为“积极主动地融入国际”。越南政府认为在文化领域融入国际过程中, 应当主动向国际展示越南优秀文化, 汲取人类优秀文化, 丰富越南民族文化, 并坚持文化的交融与交汇。在此环境下, 越南的影视文化融入取得了不俗的成绩, 在保证原制品的情况下, 每年引进大量的外国片, 学习很多影片发展的理念与影视传播技术。但是越南影视在传播过程中, 也遇到了很大的挑战, 如传统文化的保护、国外文化的冲击造成的文化迷失、越南影视作品在国际上的传播等问题。因此, 越南加强了国外作品引进机制的管理, 在越南放映进口电影时要取得合法的资质及版权, 对进口影视作品的审查力度也进行了提高, 在放映比例上越南政府方面一直存在争论^[1]。

影视作品在国外传播时承载着国家的形象、文化价值观

念、审美观及对世界问题的态度,从这个角度上了解两国人民的影视文化交流具有深远而重要的意义。中国为了发展“走出去”的战略思想,从价值、内容、方法上都做了不同程度的努力,采用了加强价值观共识、弘扬正能量与多元化传播方式的提升。影视作品的“走出去”的依赖国家之间的交流合作关系,注重在文化交流时保持良好的态度,提升作品质量、注重原创性才是文化输出的长足之地。中国认为“软实力”外交政策及“走出去”有助于提升中国在世界的影响力,而越南采取的是“融入”发展战略,即吸收学习的途径使自己进一步发展。但是,必须认识到的是,“影响与被影响”问题,在进行文化交流和传播过程中,应当注意到影视文化交流要“融入”,而并非“溶解”,在影视作品双向传播过程中,两国都应该保持本土文化的独特性。

2 中国影视变化及在越南的传播

2.1 叙事手法

21 世纪中国的电影得到了井喷式发展,中国电影在国际上也逐渐崭露头角,出现了很多优质的影视作品,如今,中国更是世界上电影市场最大的国家。中国的影视作品在向外输出时,主要有三种代表性的叙事手法。

古代武侠与神话故事是中国标志性的历史题材。中国是一个历史丰富而深远的国家,这给电影创作者提供了丰富的素材和灵感。中国有着悠久的历史与浩瀚的历史传说,影视创作者从中发掘生产出了很多优秀的电影,如《白蛇传》、《英雄》、《十面埋伏》等。通过武侠精神去理解阐述中国的历史,引起了国内观众强烈的共鸣及文化自豪感,也产生了强大的商业价值。利用中国古代武侠精神对当下的世界与中国发展提供思考,揭示中国传统文化揭示的爱好和平、儒家之道、道家之道及侠客精神。奇幻历史题材也是通过传统民间神话传说改编而来,通过神仙与魔鬼、正邪两方对决,展示中国传统中的向善与人文精神,引发了世界关于战争与和平的思考。

都市生活故事是中国电影创作者非常擅长的一个题材。随着中国社会的发展,都市的兴起,这一区别于传统的居住方式引起的各种变化从而导致的心里问题吸引了电影制作人的注意。都市题材在电影演绎风格上有着两种不同方式,可以分为现实派和浪漫派。而这两种派别无不是探讨人们进入工业化社会之后,在逐渐脱离自然的过程中,虽然人与人之间的距离越来越远,但是心里的孤独感却越来越深,从而导致了种种危机与后果^[2]。

爱国题材的电影是中国电影发展的主旋律。爱国题材的电影主要以弘扬民族精神,体现时代进步的来表现党在发展过程中的丰功伟绩。这类电影在近几年得到了突出的发展,破除了以往“叫好不叫座”的现象。这两年的《战狼2》和《红海行动》更是引起了全民观看的热潮。这类电影的责任与使命是让国际年轻观众自然地接受爱国主义价值观、彰显中国的大国精神,同时弘扬了中国保护公民的能力及爱好和平的形象。

2.2 审美风格

在 21 世纪初,中国的影视行业迅猛发展,出现了很多高水平的大制作,在这些大制作中,电影电视剧的拍摄方式、叙事风格、画面审美、音乐音响水准都在不断地提升。为了使影视作品更好地走向国外,这些精细制作的电影在表演风格与细腻程度上也不断加深,电影与电视剧之间的表演风格逐渐减小,直至出现“交融”。在物质丰富的今天,人们的审美观从多个方面得到了提升,在影视画面美学方面体现出中国传统美术风格,通过运用色彩来表达电影主题,为影片主旨服务。在拍摄方式上,许多导演吸纳国际上叙事风格,运用高科技拍摄手法,出现了很多宏大的场景、炫酷的特效,对中国电影的国际化做出了贡献。

2.3 传播方式

20 世纪时,中国的电影通过流动放映和电视台放映的方式在越南传播,这是因为当时的越南正处在抗战时期,国内观众

观看题材主要是中国政府赠送的关于劳动人民情怀的农村题材电影。21 世纪初,越南从经济角度出发,购买了较多的中国电视剧,越南观众对中国的一些体现抗战精神及农村现实主义题材的电视剧较为熟悉。随着经济水平的提升和互联网数字技术的迅速发展,越南电影院逐渐成为中国影视传播的一个重要渠道。中国传统的武打式大片成为在越南广为流传的电影大片,受到了越南民众的热烈追捧,如《英雄》、《卧虎藏龙》等第五代导演的作品。这也激发了越南市场对中国武侠片的热情,因此越南的电影商人引进了更多的中国武侠片,在越南市场取得了不俗的成绩,武侠电影也成为越南观众了解中国的途径之一。此外,一些中外合拍的电影在越南市场上也很受欢迎,如《功夫之王》、《妖猫传》等,这为中越的文化交流提供了桥梁。“中越电影文化周”则进一步加强了中国电影与越南电影的合作关系。

由于经济原因及中国精品电视剧爆发,中国影视在越南传播的更大比例是电视剧,在越南有着很好的口碑。借助互联网技术,让受众观看国外影视剧更加方便,网络平台成为中国影视作品在越南传播的重要方式。

3 越南观众对中国影视的接受

现在的越南,影视传播渠道非常广阔和丰富。通过电视频道、电影院、文化节等方式,越南观众能够从不同方式上接触到中国的影视。互联网时代下,网络成为民众观看视频的重要娱乐平台,因其快捷、方便、实用,正在逐渐改变传统的观看方式。互联网观看不仅深受年轻人喜爱,对中老人的观影习惯也有着很大影响。在观影习惯方面,越南观众观看中国电影时,逐渐从免费到付费,并通过互联网平台讨论观影感受,形成了良好的观影文化。

在越南观众眼里,21 世纪中国最具有代表性的电视剧类型是宫斗和言情剧。这种类型的电视剧通常以爱情为核心主题,制造一些情节起伏,理解层面上较为简单,多采用线性叙事的方式,很能引起观众的情感共鸣,因此市场上很受欢迎。中国电视剧通过饱满的人物形象塑造,如女性主角的温柔贤惠、道德感强、漂亮友善,以及男性主角的勇敢正直、富有挑战精神等。这些讲出了人物的性格、人情世故、反映了面对困难的处事态度,符合现代观众的审美趣味。爱情是永恒的主题,通过电影电视剧来满足人民渴望与相爱的携手一生的愿望,因此这些功能有情感共鸣的影视作品受众更为普遍。

不同的叙事方式也会影响越南人民对影视文化的接受度,好的影视作品叙事方式会让观众有身临其境的感受,容易产生情感共鸣。观众在欣赏影视剧时更加看重是否能够讲好故事,是否符合事物发展规律,人物形象是否饱满。在这类影视剧中,观众多为女性,因此影视剧中情感也较为饱满,突出了中国人重视情谊的传统特色,观众希望看到的是人文故事背后赋予的为人处世哲学。部分影视作品掺用了智力考验式的叙事结构,顺叙的同时采用倒叙、插叙等多种方式,让观众感受到了惊喜,观众在观看影视作品时必须要保持注意力,否则容易遗漏剧情,跟不上剧情故事发展。不同的叙事方式会为观众展现不同的观感,带来一个不同感受的故事,合乎逻辑的基础上让观众感受到了欣喜感从而更加受欢迎。

视觉效应是越南观众喜爱中国影视剧的另一重要因素,好的视觉效应包括高超的摄影技巧、饱满舒适的色调和角度及光线,在动作片中,好的武打动作也是一个很重要的视觉观看角度。在历史、玄幻剧中,不同类型的影视作品可以融合丰富多彩的视觉效应。但是这类影视剧需要投入较大的资金成本,否则难以创造出好的视觉效果,产生反向效果。场景、服饰、道具等应该与影视主题服务,结合有效的拍摄技巧及色彩的运用,创造出吸引人的视觉效果,突出宏大壮观的、画面绚丽的视觉场面。

4 从越南影视看越南大众文化

4.1 影视与经济发展

通过影视剧的观看,可以带动一部分的经济发展。在越南的传统文化中,文化产品是一种精神上的礼物馈赠,深受中国儒家文化影响,与西方资本主义国家的观念不同。这种观念导致了越南人民在观看影视作品时更倾向于通过组织团体赠送的免费邀请票去观看,没有为文化产品买单的习惯。进入21世纪后,越南人民开始出现购买电影票的人多余领票的人,出现这种现象主要有两个原因:一是越南的电影文化周不再完全免费赠送观影票了,为了帮助观众形成付费购票的习惯,越南电影局最初采用赠送票的形式邀请观众,随着领取观影票的受众逐渐增多,出现了一些电影周观影混乱,这使得电影管理当局开始为观影票收取一定的费用,然后逐渐提高票价,但这时民众的观影习惯已经形成,就接受了这种付费获得精神文化体验的方式。二是数字网络时代的影视作品播放竞争越来越大,以前越南电影文化局的影视作品是经过层层筛选后上映,放映的都是来自世界各地广受欢迎的富有人文精神价值的影视作品,但是观众现在可以通过电影发行商在移动端进行观看,文化周的电影价格和影院价格差距较小,人民也就更愿意进入影院付费观看。这些现象都表明越南民众从传统的“免费精神食粮”的消费观念转变为“付费精神娱乐”,观众也有了一定的版权意识。

随着中国的影视剧在服化道上投资的加大,也吸引了一些越南人民对剧中人物适用的服装及用品的追捧。影迷们通过购买他们喜欢角色的用品来获得精神满足感。IP影视剧的大热使得影视制造者与观众形成了亲密的互动关系,观众通过购买喜欢的文学作品及游戏版权,在等待影视剧播出的同时提前观看剧情走向,这刺激了出版业及应用软件的开发。一些影视剧中的模拟产品也会被商家收买,这些物品的广告大多打着“高品质,与影视一样”的旗号进行宣传,吸引观众购买,使得影视周边产品得到了火爆热卖。

中国与越南地理位置相近,一直是越南人民旅游的首选之地。以前的境外旅游主要是跟团旅游,数字互联网的发展,现在的人们更倾向于自己享受旅游体验,加上地图软件与住宿软件的发展,越来越多的越南人民在观看了中国的影视作品后选择自己去影视作品中出现的地方去体验。近年来,中国江南、凤凰古城、大理、丽江等风景名胜都迎来了很多越南影迷。影视作品通过讲故事,讲一个好故事,让这个故事的广为流传,带来了很高的知名度,就会让影视作品相连接的地区与文物引起影迷的兴趣,扩大了文化经济的认知度。

4.2 影视与生活习惯

20世纪90年代是中国影视作品蓬勃发展时期,这一时期越南还处在战争中。越南文化中的个人服从集体文化,个体的日常会影响团体的氛围与凝聚力,在这一时期通过集体观看影视作品,有助于凝聚人与人之间的联系,提高了家庭的稳固性,加强了人与人之间的情感联系。上世纪的越南人民并未接触很多艺术作品,中国的影视文化作品的输出对越南人民的审美观念也产生了重要影响。在战后很长一段时期,越南人民非常渴望能有较为优质的外来文化滋养,这一时期的涌现的中国优秀影视作品正好满足了这一需求,对战后的越南人民提供了鼓舞的精神价值。此外,中国的影视作品也提供了教育功能,影视剧中传达出来的互相尊重的人文关怀,在一代越南人心中产生了不可磨灭的记忆,通过观看影视剧,学会了吃苦耐劳,积极奋斗的精神。

优秀的影视剧也提供了联结越南社群的作用。人类发展过程中,离不开社会群体生活,在互联网时代,这种社群属性更加明显。通过观看相同的影视剧,人与人可以不受空间时间限制交换观影体验,表达观影感受,通过对影视剧的分析解答,基于共同兴趣的建立友谊有助于人与人的联结。对于另一些质量不佳的影片,网络聊天吐槽成为越南观众继续观看下去的动力,在进行影片观后感讨论时,满足了人们精神需求,感受到自己在一个群体里,使参与者认为可以互相信赖、放松地表达自己,进一步展现自己。

4.3 国际关系对影视发展影响

2015年左右,越南官方媒体担心中国的历史剧的大比例播放会出现越南观众更加熟悉中国历史而忘了本土民族历史。同时中国媒体也指出了影视改编与真实历史存在差距,历史的偏差可能会影响海外观众对中国的印象。经过长期的文化交流,越南公众对中国历史文化有了很大的了解,并且通过文学作品及其他互联网渠道,对中国影视文化带来的影响有一个较为清晰的认识。

5 中国的影视价值观在越南的传播接受与前景

5.1 中国影视价值观传播

影视是具有强大承载力的大众艺术,自诞生以来它所承载的教化功能便从未中断过。一部好的影视作品,应当提供正确的价值观念和社会价值导向。21世纪中国影视文化作品承载的主流价值观念是建立在对个人生命、自由、尊重的人文关怀上,表现人与人之间的互助友爱,表现人为追求自由美好生活努力奋斗的精神,表现追求自由和平的坚贞不屈的精神上。中国的这种价值观念,被国际认可。通过对越南观众的调查可知,越南观众对中国影视的家庭价值观十分认同,这一点与中-越两国地理位置相近有关。爱情价值观,即男女双方在相互尊重、爱护的、忠贞的感情,也得到了越南人民的广泛认可,这是因为爱情是人类繁衍亘古不变的话题,中国影视剧中传达的爱情观念较为强烈地引起了越南民众的共鸣,因此接受程度也非常高。在道德价值观念方面的传播接受度则不如前两项,越南观众对直白的道德宣讲式教育并没有兴趣,因此中国影视剧“道德”价值的传播效果并不好。英雄主义价值观传播度也不如欧美国家,因为好莱坞的个人英雄主义很早期地进入越南人民的心理,很好地展现了精英力量。

5.2 中越影视交流前景

中国影视最早的传播市场就是越南,因此越南观众对中国的影视作品有很深的了解。1992年两国签署《文化合作协议》后,越南电视台经常播放中国的影视作品,包括电影与电视连续剧。20世纪90年代也被认为是中国电视剧在越南放映的黄金时期。

在当今社会,随着经济条件的富足,不同年龄段的观众都走进了影院,越南的电影受众已不仅仅是青少年。较为年长的观众从小是观看中国武侠片及香港老电影长大的,因此传统的武侠片在放映时一般能得到不错的收视率,这也为中国的影视传播提供了一个参考方向。但是,新时期中国的武侠片缺失了传统武侠精神,表现之一就是武侠类型的“动作化”,即像是流水线制作的刺激情节加上武打情节,缺失了传统武侠片的侠义精神内核,这是中国的影视创作者今后需要注意的地方。

中国传统文化源远流长,在进行拍摄时,为了迎合国际观众。电影创作模式会进行革新和改编,这种改变或许给国内观众带来了一丝新奇,但是在国外观众眼里,却有一些不伦不类,这种东西方混搭模式越南民众是不买账的。越南民众不是很期待在中国影视中看到西方精神和审美,而更希望在国际影坛上能看到中国所代表的东方精神,尤其是精细入微地呈现“侠义”思想的作品,更希望看到的是具有中国特色的影视剧。

6 结语

21世纪是全球经济一体化的时代,是国与国之间合作共赢的时代,是新媒体快速发展的时代。在这个时期中国提出影视“走出去”的政策体现了中国与时俱进、融入全球化的精神。越南也在此时提出“积极融入国际”的发展战略理念,在这种环境下,中国和越南两国的影视文化交流传播可以增强两国的交流合作,实现互相理解,共同发展的目标。

参考文献:

- [1] 敬鹏林. 基于广西视角的东盟影视传播路径探析[J]. 数字传媒研究, 2019, 36 (12): 31-35.
- [2] 唐婷, 敬鹏林. 论中国故事走向东盟的影视传播路径[J]. 电影文学, 2019 (09): 18-20.