

Exploration of Chinese New Mainstream Movies Going Global from the Perspective of Communication Studies

Ziyi Li

Taishan College of Science and Technology, Taian, Shandong, 271000, China

Abstract

This paper discusses the significance, problems and strategies of China's new mainstream films going out from the perspective of communication science. As an important carrier of Chinese culture's cultural soft power, the international communication of the new mainstream films is of great significance for enhancing the national image, promoting cultural exchanges and spreading Chinese values. However, in the process of going out, China's new mainstream films are faced with cultural differences, limited communication channels, and fierce competition in the international market. In this paper, with the help of communication theory, put forward the optimization of film content, expand communication channels, strengthen international cooperation, cultivating professional talents, brand image construction strategy, in order to provide reference for international communication of Chinese new mainstream film and enlightenment, promote the spread of Chinese film on a global scale and influence, make contributions to Chinese culture to go out.

Keywords

China's new mainstream film; international communication; communication; culture go out

基于传播学视角对中国新主流电影走出去的探索

李子一

泰山科技学院, 中国·山东 泰安 271000

摘要

论文从传播学视角探讨中国新主流电影走出去的意义、问题和策略。新主流电影作为中国文化软实力的重要载体,其国际传播对于提升国家形象、促进文化交流、传播中国价值观具有重要意义。然而,中国新主流电影在走出去的过程中面临着文化差异、传播渠道有限、国际市场竞争激烈等问题。论文借助传播学理论,提出了优化电影内容、拓展传播渠道、加强国际合作、培育专业人才、建设品牌形象等策略,以期为中国新主流电影的国际传播提供参考和启示,促进中国电影在全球范围内的传播和影响力提升,为中国文化走出去贡献力量。

关键词

中国新主流电影; 国际传播; 传播学; 文化走出去

1 引言

在全球化的背景下,文化交流日益频繁,电影作为一种重要的文化载体,在国际传播中发挥着越来越重要的作用。中国电影近年来取得了长足发展,尤其是新主流电影的崛起,为中国电影走向世界提供了新的机遇。然而,中国新主流电影在国际传播过程中仍面临诸多挑战。论文立足于传播学视角,探讨中国新主流电影走出去的意义、问题和策略,以期为中国电影的国际传播提供理论支持和实践指导,促进中国文化在全球范围内的传播和影响力提升。

2 基于传播学视角中国新主流电影走出去的意义

2.1 提升国家文化软实力,传播中国价值理念

在当代全球化时代,文化已成为国家综合国力的重要体现。电影作为重要的文化载体,能够有效传播一个国家的价值理念和文化精神。中国新主流电影走出去,向世界展现了中国独特的文化理念、价值观念和生活方式,有助于增强中华文化在国际上的影响力和感召力,提升国家文化软实力。通过电影艺术化、生动化的表现手法,将中国传统文化精髓融入其中,可以让世界更好地理解中国文化的独特魅力,从而增进对中华文明的认同。同时,新主流电影所蕴含的人文关怀、道德理念等价值观念,能够为人们寻找精神家园,为世界注入正能量。

【作者简介】李子一(1991-),女,中国山东济南人,硕士,初级教师,从事电影、传播、媒介研究。

2.2 促进中外文化交流，增进国际社会对中国的了解

电影是民族文化的重要表现形式，更是不同文化交流的重要渠道。中国新主流电影走出去，可以促进中西方文化的互鉴交流。通过讲述中国故事、传播中国理念、展现中国风景，让世界了解真实、立体、全面的中国国情民情。这不仅有利于消除国际社会对中国的误解和偏见，更能让更多国家和民族认识到中华文化的内涵和价值，从而拉近中外文化的距离，增进相互了解和信任。只有通过持久而富有成效的文化交流，才能让不同文明相互包容、相互欣赏，携手共创文明的新高峰。中国新主流电影的走出去，正是一个文化传播与交流的重要尝试。

2.3 拓展国际市场，实现中国电影产业的可持续发展

随着中国经济实力的不断增强，电影产业规模也在持续扩大。然而，目前国产电影在海外市场的占有率较低，亟需打开国际市场。中国新主流电影走出去，不仅能够直接带来经济效益，更重要的是可以帮助中国电影摆脱对中国市场的依赖，培育起新的利润增长点。拥有庞大的海外华人及有识之士市场，再加上中国影片本身质量的提升，中国新主流电影在海外将拥有广阔的发展空间。一旦在国际市场站稳脚跟，将进一步刺激整个电影产业的创新活力，形成良性循环，促进中国电影事业的可持续发展。此外，中国电影走出去还有利于文化贸易逆差的改善，增强文化实力和国际话语权。

2.4 塑造国家形象，展现中国文化自信

影视作品是一个国家最直观、最生动的对外宣传窗口。中国新主流电影的走出去，可以有效传播中国声音、讲好中国故事，在世界舞台展现中华文化独特魅力。高质量的电影有助于为中国正面营造良好的国家形象，展现古老东方文明的深邃内蕴，让世界了解一个真实的、立体的、全面的中国。而电影中所折射出来的文化自信，正是当代中国最深层的精神状态。这种充满活力、无所畏惧的精神力量，是文化认同和认同感的重要体现，将对世界文化发展产生深远影响。从这种层面上讲，中国新主流电影走出去具有重要意义，是文化自觉和文化自信的生动实践。

3 中国新主流电影走出去遇到的问题

3.1 文化差异导致受众理解和接受难度大

由于地域、语言、生活习惯、价值观念等方面的差异，导致中国新主流电影在走出国门时，面临着受众理解和接受的巨大挑战。例如，一些有浓郁中国特色的电影作品，其中蕴含的诗意、典故、思想理念等，对于缺乏中国文化背景知识的外国观众来说，难免会产生疏离感。即便是通过添加字幕等方式进行文化注解，依旧难以完全消除隔阂。此外，一些电影中的幽默感、喜剧元素也可能因文化差异而失去原本的风趣，影响观影体验。总的来说，中外观众在审美取向、欣赏习惯等方面存在明显区别，这给中国电影在国际传播中增添了不小阻力。

3.2 国际传播渠道相对有限，影响传播效果

相比其他国家电影业已发展多年、传播网络遍布全球，中国电影的国际传播渠道目前仍显单一。首先，全球院线主要被好莱坞电影垄断，中国电影能进入的海外影院屈指可数。其次，国际性影视网站平台的知名度和影响力远超中国视频网站，制约了中国影视作品的传播触达面。最后，有些重要传统媒体如报纸、杂志等对中国电影关注不够，难以充分利用这些渠道进行宣传推广^[1]。种种原因造成中国电影的国际传播受限，削弱了其在全球的影响力。只有加大对外传播力度，拓展多元化的传播渠道，中国新主流电影的国际影响力才能充分彰显。

3.3 国际市场竞争激烈，中国电影话语权有待提升

当前，全球电影市场早已被好莱坞电影工业所主导，其制片水准高、营销渠道广、商业运作成熟，在国际市场占据绝对主导地位。相比之下，中国电影的国际市场份额和话语权仍显不足。一方面，中国电影缺乏富于世界影响力的经典作品和IP大片；另一方面，中国电影在海外营销宣传、发行渠道等环节仍有较大提升空间，难以与好莱坞正面较量。只有不断提高电影的创作水准和制作质量，加大国际市场的宣传营销投入，中国电影才有望在国际市场分一杯羹，赢得更多国际话语权。

4 基于传播学视角中国新主流电影走出去的策略

4.1 优化电影内容，兼顾本土特色与国际表达

在电影内容创作上，应该力求在本土文化特色与国际传播表达之间取得平衡。一方面，要深挖中国文化内涵，体现中国精神和价值观念，展现中国传统文化的独特魅力；另一方面，要注重运用国际通行的表达方式和视听语言，使作品能够被不同文化背景的观众所理解和接受。可以在电影主题选材时，着重挖掘能够反映中国社会现实生活、揭示中国人民内心世界的故事题材，展现中国人民的现实生存状态和精神追求；在人物塑造上，努力描绘出鲜明的中国性格特质和情感特征，传递中华民族的价值理念；在剧作构思时，融入一些具有中国特色的思维方式和艺术表现形式，体现中国人对世界的独特审美观^[2]。同时，还要在叙事手法和视听语言上借鉴国际成功经验，运用当代流行的影视艺术表现方式，包括人物设置、情节安排、视听体裁等，以辅助所要表达的主题内容，使之更加贴近现代人的审美心理和接受习惯。

4.2 拓展传播渠道，积极利用新媒体平台助力传播

随着新媒体技术的发展，新的传播渠道和平台不断涌现，给电影的传播带来了新的机遇和挑战。因此，中国新主流电影要主动拓展多元化的传播渠道，积极利用新媒体平台的传播优势，发挥其独特的传播模式和扩散效应，有助于提高电影的知名度和影响力。既要发挥电影院线的传统渠道优

势,借助商业运营体系的专业力量推广电影作品;也要充分利用新媒体平台的便捷性和互动性,通过视频网站、社交媒体、手机客户端等新型渠道开展营销宣传,与受众进行互动交流,扩大影片在全球的曝光面。此外,还要注意发挥海外华人等移民群体的纽带作用,让海外同胞成为中国电影“走出去”的中坚力量。可借助他们广泛分布的人脉关系网络,加大海外民间社团和华人华侨群体的动员宣传力度,既可提高电影在海外的知名度,也能增进本土观众对中国电影的认知和理解。

4.3 加强国际合作,与海外电影行业开展多层次交流

提升中国电影在全球的传播力,需要与世界电影强国加强沟通合作,主动融入国际电影生态系统。这就需要从战略和实践两个层面,深化与其他国家电影行业的多层次交流。在战略层面,要加强与好莱坞等发达电影体系的宏观对话,学习借鉴他们在产业模式、经营理念、人才培养等方面的成功经验,制定出切实可行的中国方案。同时也要主动参与国际电影规则的制定,让中国声音和诉求得到充分表达,发挥更大的国际话语权^[3]。在实践层面,中国电影人才机构要主动与其他国家同行展开广泛交流,加强艺术创作的相互借鉴,实现创作理念和艺术手法的融合创新;电影公司要积极与海外发行商和投资方接洽合作,促成中外电影的联合拍摄;政府机构也要支持中国电影参与更多国际影展,增加与业界同仁的面对面沟通。

4.4 培育专业人才,提升国际传播能力和水平

提高中国新主流电影的海外影响力,关键在于建设一支具有国际化视野和国际化能力的专业队伍。这就需要从战略高度来重视人才培养,持续输送高素质的电影人才,全面提升电影文化“走出去”的国际化水平。要努力培养既有本土文化根基,又具备国际视野的创作人才,推动中国电影内容生产朝着世界级的方向发展。可以大力提携一批既富有中国元素又深谙国际语汇的电影导演、编剧、制片人等重要创作主体,鼓励他们在内容创作中力求中西并重,兼具本土文化特色和国际流行视听语言。同时要着力培养一批通晓外语、熟悉其他国家审美心理的专业人员,提高中国新主流电影在海外的营销推广能力。此外,还要重视电影从业人员的培训和综合素质提升。可安排他们参加国际影视艺术教育培

训,接受长期驻外学习的专业锻炼,增进对外国影视产业运作模式的了解,掌握最前沿的制作技术和传播理念。

4.5 建设品牌形象,打造中国电影国际化品牌

要提升中国新主流电影在国际上的影响力,就必须树立起独具特色的品牌形象,让中国电影这个“国家品牌”在全球观众心目中拥有独特而鲜明的形象识别度。要深度挖掘中国电影文化独有的基因密码,准确把握中国电影蕴含的价值内核和文化精神,并用生动的艺术语言展现出来。让中国电影不仅能体现出中华民族独特的价值理念和审美追求,也能契合当代人热衷的文化现象和审美需求,在体现中国元素的同时又不失国际传播的通用性。要通过打造富有标志性的经典电影代表作,塑造并传播出鲜明的中国电影品牌形象。利用电影艺术的感染力和影响力,推出一批富有中国文化特色而又符合国际审美取向的精品力作,让中国电影在海外树立良好的艺术品位和审美形象。长期坚持不懈地传播中国电影,日积月累地提高中国电影在国际市场上的认知度和美誉度,最终使之在全球电影界形成规模效应,成为具有全球知名度和影响力的文化符号和品牌形象。

5 结语

中国新主流电影走出去是一项长期而艰巨的任务,需要业界和学界的共同努力。从传播学视角探讨这一问题,有助于深入分析中国新主流电影国际传播面临的机遇与挑战,为制定有效的传播策略提供理论支撑。未来,中国电影应立足本土、放眼世界,在继承优秀传统文化的基础上,不断创新电影内容和形式,提升国际传播能力,积极参与国际电影文化交流,让中国声音、中国故事、中国价值观在全球范围内广泛传播,不断提升中国文化软实力,为构建人类命运共同体贡献力量。

参考文献

- [1] 李国聪.新主流电影的现代化转型:从意义生产到共情传播[J].东岳论丛,2023,44(12):59-64.
- [2] 周鑫健,焦阳.“新主流电影”的创作策略与教育价值探究[J].四川省干部函授学院学报,2023(4):63-68.
- [3] 王蓓蕾.基于传播学视角对中国新主流电影走出去的探索[J].声屏世界,2023(5):70-72.