

虽然《功夫熊猫2》热映遭抵制,但是中国电影人难逃观众的追问—— 中国电影能否向“熊猫”学点儿“功夫”



熊猫“阿宝”

□据 新华社

好莱坞动画大片《功夫熊猫2》正在中国影院内外激起两极化的反应:观众迫不及待排起长龙观影;以“熊猫人”闻名的行为艺术家赵半狄等却在“文化侵略”的焦虑感中树起了抵制和讨伐“美国熊猫”的大旗。

在《功夫熊猫2》中,熊猫“阿宝”虽然依然长着“绿眼睛”,却充满了中国人的情感。它吃着面条和包子长大,在绝美的中国山水中嬉戏,和鸭子养父间洋溢着地道的中国式亲情。这一切使这部好莱坞大片对中国元素的使用不再停留在“中国风”的浅薄层次上,而是对中国文化感悟到了其中三昧。

《功夫熊猫2》用3D技术和美国式的幽默感“掘金”中国丰厚的动画与传统动画资源,在银幕上再现了一个古典而美丽的中国。而中国电影人却难以逃避观众的再三追问:熊猫“阿宝”为什么轻松地“偷走”了中国功夫?被“偷师”的中国动漫何时能反击?

▶▶《功夫熊猫2》热映遭遇抵制风波

5月28日在中国首映的《功夫熊猫2》,据称首日票房超过4000万元,超越好莱坞大片《阿凡达》和国产电影《唐山大地震》,刷新了中国电影市场首日票房的最高纪录。

在上海,各大影院竞相增加《功夫熊猫2》的放映场次,而放映厅里依然座无虚席。这样的场面并不令人陌生。早在3年前,横空出世的《功夫熊猫》就在中国内地以1.8亿元的票房书写纪录。

令这部影片在网络上炙手可热的不仅是“超萌”的熊猫,还有一场看上去势单力薄的文化抵制行动。近日,赵半狄与北京电影学院动画学院院长孙立军、北大中文系教授孔庆东联名书写致中国国家家长和孩子的公开信,呼吁他们“‘六一’去看大自然,不看《功夫熊猫2》”,不要被美国的文化侵略“洗脑”。

“超萌,给力,可爱……”在新浪微博上,数十万网民对熊猫“阿宝”喜爱有加,对“文化侵略”说则不太买账。面对这只学会了中

国功夫的美国熊猫,中国观众如今似乎已多了一份大气和宽容。

网民“80后的三十而立”说:“抵制《功夫熊猫2》可能是个善意的玩笑。自己不珍视自己的传统文化,还不允许别人诠释,这是一种很奇怪的心态……”

还有网民说,《功夫熊猫》续集并非没有缺点。在这部影片中,擅长“讲故事”的好莱坞有点儿黔驴技穷,“阿宝”的身世与复仇都显得缺乏新意,情节的发展尽在观众意料之中。不过,“中国元素”被美国电影人运用得如此美妙,细节如此逼真,效果如此震撼,却“令人不能不佩服他们的用心和创意”。

“《功夫熊猫》通过一只可爱的熊猫形象,向全世界输出和传播中国文化,这不是一件好事吗?”复旦大学中文系副教授严锋说,“好莱坞拍摄的《功夫熊猫》使国际当代流行艺术和中国传统文化相结合,可收到较好的对外传播效果。”

▶▶“非遗”被激活,《功夫熊猫2》有创意

有评论指出,《功夫熊猫2》中的“阿宝”不再是充满美国情怀的、对中国文化仅仅有着肤浅涉猎的熊猫。

《功夫熊猫2》堪称是中国传统文化的升级版,其中包括太极、五行拳等功夫,针灸、算命、皮影、中式建筑以及中国特有的亲情表达。这部影片还从20世纪香港电影黄金时期所生产的武侠片中汲取了大量灵感,许多段落都是在模仿并向香港武侠片致敬。

值得一提的是,在中国的“非物质文化遗产日”来临之际上映的《功夫熊猫2》,还十分应景地“活学活用”了皮影戏。长达数分钟的片尾字幕,伴随着一格一格的“皮影”漫画呈现,令人印象深刻。“阿宝”、“悍娇虎”、“孔雀沈王爷”和“鸭子老爹”等都被制作成皮影人物,表情生动、动作诙谐,张力十足,充满了艺术感染力。

“美国熊猫”的“中国功夫”是怎么练成的?梦工厂艺术总监雷蒙·季巴赫对中国媒体说,《功夫熊猫2》背后有一个强大的国际创作团队,其中包括美国人、中国人、韩国人。他们热爱中国文化,但并不完全拷贝中国文化,而是在借鉴中国的故事和题材之后,创造出新的故事。

他说,美国创作人员特地到北京的胡同坐黄包车,登长城,还考察了平遥古城,这些中国特色的建筑都被放进了《功夫熊猫2》的场景设计中。影片最后,“孔雀王”的军队驶出“凤凰城的港口”,参考借鉴的也是香港的维多利亚港。正因为如此,中国观众才会觉得这部影片的画面“既漂亮,又亲切”。

为了让熊猫“阿宝”的形象更可爱,创作团队远赴成都,实地观察熊猫的生活,最终把它“哭闹、顽皮的表情”活灵活现地定格在了影片中。

▶▶中国电影应向“熊猫”学点儿“功夫”

一些影评人认为,《功夫熊猫》给中国电影和动漫产业带来了良性竞争。因为,好莱坞的电影人通过极具想象力和创造力的劳动,向世界传播了中国之美,满足了全世界观众对博大精深的中华文化的好奇与想象。与其继续用拒绝来抵制这只好莱坞“熊猫”,不如虚心承认自身的不足,反过来向“熊猫”学点儿“功夫”。

事实上,中国动漫产业已经被好莱坞逼到背水一战的境地。数据显示,今年5月登陆国内影院的两部国产动画影片《劳拉的星星在中国》和《恐龙宝宝》在上海的票房收入仅数十万元。蜂拥而至的《里约大冒险》等好莱坞动画大片则风光无限。

央视热播动画片《滴水精灵》的制作人、上海星洲文化传媒公司总经理曹钢认为,中美动画电影的差距“依然很大”。这并不仅仅因为好莱坞拥有世界上第一流的动漫技术和雄厚的资金支撑,更多的可能是一种文化提炼和故事创意上的差距。“好莱坞原创的能力超出中国电影人的想象。比如,功夫熊猫‘阿宝’的父亲是只鸭子,这怎么可能呢?可是,这样的剧情安排还是能够得到观众的认可。影片中,‘鸭子养父’的一举一动都体现了一种浓郁的、深入骨髓的父子亲情。观众被这种父爱感动,因此对貌似不合理的情节也完全接受了。”他说。

曹钢认为,好莱坞在文化借鉴之外更有一套“深入人性深处”的独门功夫,这就是牢牢抓住观众的情感需求,把亲情、感情的吸引力发挥得淋漓尽致,这也许是中国电影人和动漫产业更容易学习、也更迫切需要学习的“功夫”,不仅要得其形,更要得其神。



看本地信息 只上洛阳网

- **权威身份:**
中共洛阳市委宣传部主管、洛阳日报报业集团主办,党报优势,新闻权威。
- **超群实力:**
十三年成功运营, alexa统计全球排名1.7万, 日均IP量8万, 日均PV量120余万, 全市第一, 全省前三。
“洛阳社区”人气火爆, 注册会员超26万人。
- **核心优势:**
共享洛阳日报报业集团全媒体采访中心新闻, 最新鲜, 最生动, 最详尽, 离您最近。
- **荣耀见证:**
河南省十佳网站、全国地方门户创新品牌奖、网盟理事单位。

广告咨询电话: 65233618
地址: 洛阳新区开元大道洛阳日报报业集团22楼