

华人文化专题

德国电影中的华人形象和中国形象^{*}

——以三部德语故事片为主的分析

周海霞

(北京外国语大学 德语系, 北京 100089)

[关键词] 德国; 影视作品; 中国形象; 华人形象; 文化元素; 收视率; 德国媒体

[摘要] 论文以三部华人题材的德语故事片为样本, 分析了三部影片的内容及其与德媒涉华报道之关联、三部影片中的中国文化元素以及德国人关于华人和中国的刻板印象。分析显示, 影片都设定有与其主题相应的、关于中国和华人群体的总体性认识框架, 在该框架下影片将德国社会关于中国和华人的各种具体认知融合在一起, 这些框架包括中国经济崛起框架、对华政治偏见框架、华人非法移民框架等。华人题材的德语影片对于中国形象和华人形象的建构, 一方面与德国媒体涉华报道之间存在紧密的关联, 另一方面与其他西方国家的华人题材电影之间具有一定的共性。

[中图分类号] D634.351.6 [文献标识码] A [文章编号] 1002-5162(2017)03-0035-09

Images of China and Overseas Chinese in German Films ——An Analysis of Three German Feature Films

ZHOU Hai-xia

(Department of German, Beijing Foreign Studies University, Beijing 100089, China)

Key Words: Germany; film and television; images of China; images of overseas Chinese; elements of culture; broadcast ratings; German media

Abstract: Based on the research of three German feature films exploring the lives and stories of overseas Chinese, this study analyzes the film contents and the connections between these films and German media's reporting on China, and also the Chinese elements of culture in the films and stereotypes about China and overseas Chinese held by Germans. The analysis shows that the films had been set in frames related to the themes of China and overseas Chinese before they were produced. Under those frames, the films combined different views of China and overseas Chinese that were held by the general German public. These frames include the rise of Chinese economy, stereotyping in Chinese politics, and illegal Chinese immigrants. The portrayal of images of China and overseas Chinese in German films has a close connection with German media coverage of China and shares certain similarities with films about overseas Chinese in other western countries.

[收稿日期] 2017-03-15; [修回日期] 2017-07-25

[作者简介] 周海霞(1978—), 女, 北京外国语大学德语系副教授、文学博士, 主要研究方向为中德跨文化交流与德国教育。

* 本文为国家社会科学基金重大委托项目“语言大数据挖掘与文化价值发现”(项目号: 14&ZH036)之子课题“国家形象研究”的阶段性成果。

海外华人群体是中国国际形象传播的一个重要窗口。他国民众关于当地华人的认知,总是与其如何看待中国密不可分。近年来,随着海外华人数量的增长,华人在海外居住国范围越来越广,华人群体对于中国形象在海外传播的意义也越来越大。华人形象研究成为中国形象研究的重要组成部分。研究华人群体在他国的形象,在宏观层面,有助于我国在对外文化传播领域,有的放矢地针对对象国制定差异化传播策略;在中观层面,对于我国政治文化机构、中资企业等更好地在对象国开展工作和业务,能够提供一定的借鉴;在微观层面,有利于华人作为个体更好地融入当地社会。

中国和德国互为彼此在亚洲和欧盟的最大贸易伙伴。近年来,中德两国也积极促进双边人文交流。同时,德国华人数量大幅增长,成为在德亚洲移民中最大的族裔群体。根据德国联邦统计局最新发布的统计结果,2015年,德国华人^①总数达到14万之多,比2014年增长了近3万。^[1]

目前国内关于海外华人形象研究的成果中,以涉及美国华人的成果占绝对多数,关于欧洲华人形象的研究成果相对较少,关于德国华人形象的则更是稀少。笔者在中国知网中输入关键词“德国华人”,得到相关论文仅260篇左右。这些论文的研究视角大致可分为三类:一是德国华人历史研究(德国城市的华人史或留学史、华人移民历史演变与构成);二是现当代德国中国移民群体研究(技术移民、华人跨国身份认同);三是旅德华人作家作品分析以及对当地华文媒体的观察。^[2]目前国内公开出版的研究德国华人群体的专著也是屈指可数,主要涉及华人在德国的社会整合与分化以及跨文化交流情况。^[3]200多篇论文中,聚焦或部分涉及德国华人群体形象研究的论文不足20篇。^②这些研究成果,视角相对单一,主要集中在自我形象层面,即从中国视角观察华人。而像《2007年德国“黄色间谍”案解析》^[4]在他形象层面观察德国人如何看待华人的,则数量更少。而华人群体的他形象研究,对于我国国际形象的海外传播,恰恰不可或缺。

这种相关研究成果不足、视角单一的现象,无论与在德华人数量、德国在欧盟乃至世界上的重要性,还是与中德经贸往来以及人文交流的强度和深度,都是极其不匹配的。德国学界也鲜有关于华人群体的研究成果,因此有德国学者称德国华人群体为“不显眼的少数群体”。^[5]德国华人群体形象研究可谓学术研究迫切需要的一个重要课题。

华人题材的德语影视作品是研究德国人眼中的华人群体形象的重要平台。电影和媒体是反映文化现象的重要渠道,形塑了人们对于政治、文化、历史、身份等各种问题的看法。^[6]电影作为独特的媒介形式,不仅提供消遣和娱乐,也具有传播社会价值的功能。尤其是高收视率的影视作品,因其传播范围广,能够影响德国公众如何看待华人和中国;另一方面,影视作品是以德国社会关于华人和中国的现有认识为基础,通过对其进行艺术加工和戏剧化操作而形成的,因而在某种意义上这些影片集成式地凝缩了德国公众眼中的中国形象和华人形象的一个或多个侧面。

本文选取在德国具有高收视率和影响力的三部华人题材的电视电影故事片,即《死亡的中国男人》(*Der Tote Chinese*, 2008)、《中国公主》(*Die Chinesische Prinzessin*, 2013)和《酸甜邻居》(*Nachbarn Süß-sauer*, 2014),依托跨文化交流领域和传播学的相关理论,对影片中集中呈现的关于华人和中国的具体刻板印象以及在文化、经济和政治等领域的框架性认识进行分析和提炼,进而获悉德国公众眼中的华人形象和中国形象,并据此提出相关建议。

一、三部影片内容及其与德媒涉华报道之关联

德国媒体基于议程设置功能,在华人形象和中国形象建构方面,对于德国公众具有很大的影响力,因为媒体是德国公众获得有关中国和华人信息的重要渠道。这里说的德国媒体既包括新闻媒体,

① 为了行文简便,除非特别注明,本文用“华人”统称在德国的华侨、华人及出于旅游、学习、工作等目的在德国短期居留的中国人。此做法与相关德语影片中关于拥有中华民族血统的人的称谓是相一致的,无论影片中的华人角色是否具有中国国籍,他们在影片中都有一个共同的身份定位,即德语词“Chinesen”——中国人。

② 该数据获得时间为2017年6月10日。

也包括影视媒介。研究表明,这两种媒介所建构的华人形象和中国形象之间具有高度的关联性,即华人题材的影片与德国媒体涉华报道之间关联密切。

(一)《死亡的中国男人》与华人偷渡问题

《死亡的中国男人》属于德国知名侦破系列片《案发现场》(Tatort),讲述的是法兰克福机场酒店发生的一起与偷渡有关的谋杀案。死者是一名秘密从事人口走私交易的华人。酒店的华人女翻译因获知其父母的死亡与死者的蛇头生意相关,蓄意报复谋杀。在德国刑警开展侦破工作的过程中,来自中国的大批偷渡者逐渐浮出水面,他们过着隐匿的地下生活,居住和工作环境恶劣,为了偿还亏欠蛇头组织的巨额费用,日日在工头的监督下辛苦工作,或者在中国同乡带领下非法打工,并且时刻担心被德国警察发现。

该片的内容设置以及对华人群体形象的塑造,与德国新闻媒体中的华人形象具有高度的一致性。媒体报道中一再出现的诸多内容,如德国/欧洲境内有不少非法偷渡过去的华人、蛇头组织生意兴隆、偷渡客在偷渡途中丧命、为了偿还债务不得不像奴隶一样拼命干活……这些关于华人群体的刻板印象,在该影片中都有所体现。此处以德国主流媒体《明镜》周刊和《时代》周报的报道为例。

据《明镜》周刊《不死的中国》一文报道:“长居签证的数量常年稳定不变。没有人来,没有人走,没有人死去。现在又有新人来了,但依然没有人死亡。”该文的主题是罗马华人社群的“不死之谜”:探究当地华人死亡之后尸体的去向,起因在于当地有很多可怕的传言,比如“埋在工厂边的花园里”或者“被餐馆拿来炖汤”。^[7]

《时代》则称:“没有人知道,到底有多少华人在布达佩斯走完他们的人生历程。十几年来,不管是自然死亡还是被谋杀,这些人的尸体都不见踪迹。据警察所知,当地没有华人墓地。死了就消失得无影无踪。……只是死者生前用的护照会由另一个中国移民继续使用。”^[8]

《明镜》的另一篇报道讲述的是中国偷渡客的情况:“58名来自中国的偷渡者闷死在前往英国的途中。如今欧洲各国应该加大力度联合打击高度专业化的蛇头组织。”^[9]“那些在偷渡前只能支付部分费用的人,到达目的地之后需得靠打工偿还余款。”^[10]

《死亡的中国男人》中甚至出现直接照搬《不死的中国》一文的内容,足见德国影视媒体所建构的华人形象和中国形象与德国新闻媒体涉华报道之间的关联程度之高。影片女主角主动和德国刑警谈起这个话题:“都说罗马的中国人是不死的。这说的其实不只是生活在罗马的华人,而是所有中国境外的华人……三十年来我们大约有2万名同胞在罗马生活,但却一次葬礼都没有。没有人死亡……人口数量稳定不变。”对方问及老去的华人到底去哪儿了,女主角回答说:“很简单,年轻的取代年老的。”这与《不死的中国》一文的猜测完全一致——没有任何证据的猜测。

影片表现的中国非法移民的生活,与媒体报道的内容也完全一致:不是劳动奴隶就是非法劳工,过着隐匿的地下生活。该影片的结尾设计是,德国刑警解救出集装箱中的中国偷渡客。这与曾经在德国引发轰动的新闻事件存在关联——58名中国偷渡客在前往英国的途中闷死在货车的货箱中。^[11]

这些刻板印象存在于多部华人题材的德国影片和欧洲其他国家制作的影片中。它们通过这种方式一再被重复和证实,进而顽固地流传于德国/欧洲社会中,想要消解它们是极其困难的,所需时间自然也相当漫长。这也是我国在实行对外文化宣传和形象传播时面临的实际困难之一。

(二)《中国公主》与对中国的政治偏见

同属《案发现场》系列的《中国公主》,围绕一名女性华人艺术家被谋杀的案件展开。她是一名异见分子,因拥有皇室血统被称为中国公主。德国警方起初怀疑中国国安人员是凶手,动机是中国内政原因,因为女主人公死前欲召开记者招待会,要将所谓与中国少数民族有关的证据公之于众。结果真凶是她的华人助理,因为当地的华人黑帮组织“三合会”也想得到这些证据,为此对相关人士展开追杀。该华人助理为了保护怀孕的未婚妻,应允帮助三合会拿到“证据”从而杀害女主人公。

《中国公主》和德媒涉华报道之间同样具有一定的关联性。比如,影片的配角之一是一名被关

塔那摩监狱释放的维吾尔族青年。而相关事件在德国曾一度成为热点新闻,并引发规模较大的讨论。影片设计这一角色出现,显然是受到新闻事件的影响。

在德媒涉华报道中,中国的少数民族政策一直是一个重要议题,并且相关报道中充斥着对中国的各种政治偏见。从影片角色设定可以看出,《中国公主》的故事同样是在对华政治偏见框架中展开的:持不同政见的华人艺术家、从关塔那摩监狱释放的维族青年、持外交官身份的中国国安人员等。对华政治偏见背后的深层原因在于中德两国的政治制度差异。影片的另一情节也反映出这种政治偏见:中国国安人员为了让德国商人配合其工作,利诱和威逼兼施。相似内容在《明镜》2007年刊登的《沙粒原理》一文中曾有出现,该报道称欧洲境内有很多华人受中国国安指使从事间谍工作。^[12]该文的发表对德国华人的生活造成了很大的困扰。

影片中还出现了华人黑社会组织“三合会”。研究表明,在美国电影中,邪恶残忍的黑社会组织也是华人群体形象的特征之一。^[13]可见,西方不同国家的华人群体形象有一定的共性。“华人黑社会”在德国媒体涉及华人群体的报道中经常会出现,比如称华人聚居区处于黑社会统治之下,或称黑帮是华人群体犯罪行为的幕后推手——德国媒体多次质疑那些客流量低的中餐馆和店铺是华人黑社会组织洗钱的渠道。^[14]

(三)《酸甜邻居》与“中国威胁论”

《酸甜邻居》是极少的专门以中德人际互动为内容的影视作品。该片以中国经济快速发展、“中国威胁论”和德国人对中国的恐惧心理为大背景,讲述了一个刚刚移居德国的中国四口之家,在学习和各方面都胜出其德国邻居一筹,进而引发两家矛盾的故事。

剧中中国家庭的父亲在光伏行业工作,刚入职就取代德国邻居兼同事布吕克先生被任命为经理;中国家庭的母亲在德国高校任教授,而德国母亲是一家小花店老板,并且前者成功吸引德国邻居们一同饮茶、打太极,其中也包括德国母亲的闺蜜们;中国家庭的两个孩子在各方面完胜德国邻居的孩子,他们不仅学习成绩好,而且中国儿子取代德国儿子成为篮球队队长,中国女儿抢走了德国女儿的男朋友。鉴此种种,德国家庭的成员一致认为受到来自中国邻居的威胁,并奋起迎战。影片塑造的中德两个家庭的邻里关系和矛盾,折射出德国社会对于中德两国经济实力和国际地位发展变化的观察。影片情节设计与德媒中长期存在的“中国威胁论”高度相符。

中国经济快速发展和中国崛起,自20世纪90年代以来始终居于德国媒体涉华报道议程列表上。随着中国经济的发展和国际地位的提升,报道密集度也越来越高。中国光伏产业的发展近年来在德国媒体中成为重要议题,起初德媒质疑中国光伏工业的创新能力,后逐渐变为认可中国在光伏领域达到世界领先技术水平,对中国这个同行业竞争对手既敬重又忌惮。这一议题以及对中国企业的态度转变,在《酸甜邻居》中也有所反映:企业管理层认为,对于公司发展而言,新来的中国同事远比为公司服务多年且做出过贡献的德国员工更重要,因此将之前内定的经理职位交给中国父亲。

对三部影片的横向分析表明,一方面,德国媒体在华人形象和中国形象建构方面具有强大的影响力和议程设置功能;另一方面,影视制作团队很了解德国新闻媒体涉华报道议程和德国社会广泛流传的有关中国和华人群体的各种刻板印象。制作方在影片中使用这些元素,可以迎合德国受众的现有认识、品味和期待。而与中国和华人相关的新闻热点事件在影片中成为母题或者背景因素,能够依托新闻事件的轰动效应,获得受众更高的关注度和现实感;关于中国和华人的众多议题或者刻板印象在影片中聚集出现,则可以取得更好的戏剧化艺术效果,使影片的观赏性和娱乐性更强。

从纵向对比看,三部影片所建构的华人形象和中国形象,除了诸多共同存在的刻板印象之外,最大的差异之处在于,影片中华人主角的身份发生了鲜明的变化:从非法偷渡的移民、流亡艺术家,到在事业和学业方面都成功和自信的旅德华人;与此相应,影片所呈现的对中国的整体认识框架也在发生变化,即越发关注中国的经济发展,并认识到中国的重要性。随着中国的国力发展和国际地位提升,德国电影对于华人形象和中国形象建构的这种变化,未来势必会继续保持下去。

二、三部影片中的中国文化元素分析

这三部影片以华人在德生活为题材，涉及到德国社会关于中国文化的认知，因而都包含多项被德国人视为典型的中国文化元素。

根据特姆彭纳斯（Trompenaars）的文化洋葱模型（见图1），文化像洋葱一样是分层次的，外围层面是人们能直接感知到的文化元素，是相对显性的；而处于文化内部的是价值观等隐性元素，是无法直接感知的。位于最外层的是人造物品（比如语言、服装、建筑、食物等可直接感知的物化符号），中间层是规范与价值（比如关于“好”与“坏”，“对”与“错”的集体界定和区分），核心层是绝对预设（关于人类生存问题的基本预设）。^[15]

依据文化洋葱模型，可将影片中的中国文化元素分层归类如下：

（一）人造物品层面的中国文化元素

三部影片都植入了众多的中国元素，其功能在于突出影片中华人生活环境的中式特点。这些元素多为德国公众熟知、往往被视作具备典型的中式特征，比如《酸甜邻居》中的中国家庭生活中到处都有中式烙印，包括家具（中国古典风格）、灯具（龙纹图案）、茶具（青花瓷）、着装（旗袍和唐装）、食品（汉字包装）等等。《中国公主》中，“三合会”的办公场所和仓库里满眼都是中国式物件，比如龙形状的饰物、红灯笼、京剧脸谱以及中国食品。《死亡的中国男人》中也有拼贴中国元素的场景设计：中国偷渡客的孩子在玩游戏时，手里提着红灯笼或者写有“福”字的灯笼，并且有孩子穿着演出服玩舞狮。这些被视作具有典型特征的中国元素会使大多数德国民众联想到中国。华人题材德语影片中的中式元素的集合，在某种意义上，可看作德国人眼中的中国形象或华人形象的物化图谱。

位于文化最外层的这些中式元素，对于中国文化圈之外的人而言，是中国文化中最易直接感知到的元素。根据所属范畴不同，又可分为四类。

1. 饮食类：比如白酒、茶、月饼、动物内脏类食物、米饭、被视作典型中餐味道的酸甜口味。
2. 语言和文字（包括普通话和中国地方方言）：影片中说汉语的不仅是华人角色，也有德国人模仿说中文的桥段。汉字也经常作为中国元素出现。
3. 传统中国元素如红灯笼、龙、舞狮、太极拳、武术、旗袍，以及历史人物孔子、孙子。
4. 源自中国的植物：竹子在两部影片中都作为典型的中国元素出现。在《中国公主》中，挂满屋子的竹杆和红灯笼是展会现场最醒目的装饰；在《酸甜邻居》中，竹子被塑造成中国文化的代表——对抗代表德国家庭园艺文化的苹果树。

（二）规范与价值层面的中国文化元素

1. 中国人姓氏置前的行为规范

影片都涉及到中国人将姓氏置于名字之前的行为规范。德国的人名规则是名在前、姓在后。有的影片有意识地将这个文化差异设计成戏剧冲突：《酸甜邻居》中，当德国男主人获悉中国姓氏置前规则时，便改以这种方式向中国邻居介绍自己和家人。相比之下，《中国公主》中对华人角色的称谓是非常混乱的。比如德国警察多次称呼华人助手为“玉堂（音 yu tang）先生”——“玉堂”是名，而非姓。德语基本规则是对于关系较近者直呼其名，而对于关系较远者则称呼对方为某某先生/女士，即“姓氏+先生/女士”。所以这位警察称其为“玉堂先生”，应是误将“玉堂”当做姓氏。但此处

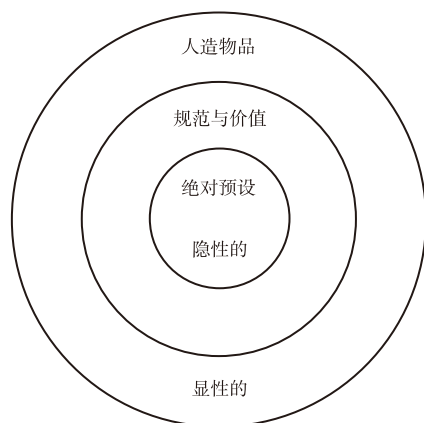


图1 文化洋葱模型

图表来源：《跨越文化浪潮》，中国人民大学出版社，2007年，第31页。

很难界定，这到底是因电影制作方不了解中国姓氏置前的规则所致，还是其为了突出中德文化差异有意设计的戏剧冲突。

2. 中国人的家庭观念

影片都强调中国人的家庭观念——集体主义文化特征的表现之一。《死亡的中国男人》中，男主角一心想去美国看望妻儿，因此不惜非法偷渡，不惜偷走死者的护照和机票，欲冒名顶替飞往美国。《中国公主》的男主角则为了保护怀孕的未婚妻，铤而走险犯下谋杀罪行。《酸甜邻居》中的中国家庭为了陪伴老人，一再推迟赴德行程，直至老人离世，并将老人骨灰带到德国。

3. 高权力距离

三部影片都或多或少都突出中国文化的高权力距离特征。权力距离指社会成员对于权力不平等分配的接受程度。^[16]具有高权力距离特征的文化更倾向于接受等级化的制度结构。《死亡的中国男人》中，当德国刑警欲在酒店吸烟被前台劝阻时，说了一句“我跟您打赌，中国警察肯定不管在哪儿都是想抽就抽！”《酸甜邻居》中，在秩序管理局人员执法时，中国父亲强调自己身居要职，期待借此得到特殊照顾。工作人员予以拒绝，称其职业身份在中国或许会令他享有特殊地位，但在德国绝无可能，因为法律面前人人平等。

三、德国人关于华人和中国的刻板印象

因艺术创作的需要，同时也为了更好地迎合德国受众的欣赏口味和预判，这些影视作品中都充斥大量关于华人和中国的刻板印象。这里说的刻板印象又可分为两类：第一类是他定型看法，即德国人关于中国和华人的刻板印象；第二类是自定型看法，即在涉及中国和华人的方面，德国人关于自己的刻板印象。归纳起来，主要有以下几种刻板印象。

（一）中国有很多人、全世界有很多中国人。^①比如，《酸甜邻居》的场景：德国家庭讨论新邻居是哪国人，儿子坚称新邻居是中国人，理由是全世界有13亿中国人，因此新邻居来自中国的几率极高。《死亡的中国男人》中也有类似的场景：德国刑警表示，这起中国人死亡案件对于他和同事而言简直就是噩梦，因为仅在中国生活的就有十多亿中国人，所以想要弄清楚死者的身份难度极高。

（二）中国人/亚洲人作为个体对于德国人而言毫无辨识度。《死亡的中国男人》中多次出现此类论断：德国刑警需要传唤与会的中国人，但是他们和酒店经理都无法通过面孔辨识传唤对象，于是不得不求助于中文翻译；男主角偷了死者的机票和护照，并且由于语言不通根本无法与机场工作人员交流，但却可以顺利办理登机手续，没有引起任何人怀疑。实际上，在影片之外，德国人也经常表示他们没有能力识别个体亚洲人，换言之，亚洲人对他们而言长得都是一个样。

区分来自不同亚洲国家的人，对德国人而言也是一个难题。在《酸甜邻居》中，中国父亲一再被迫为其中国人身份抗争：他不是被当成日本人，就是被说成是越南人。在《死亡的中国男人》和《中国公主》中，德国警察在侦破工作初始时，都强调死者是亚洲人，因为他们不能确定是不是中国人。德国人认为自己无法区分亚洲各国人的自定型看法，从影片中饰演“华人”角色的演员并非都是中国人，而只是亚洲人——越南人、日本人、泰国人等等，亦可见一斑。比如有位驻德记者如此描述他参演德国电影的经历：“亚洲工厂写进剧本，中国人不够越南人凑。”^[17]

（三）中国人不会发舌颤音“R”。三部影片中都可以观察到该刻板印象，其中尤以《中国公主》最为突出：女主角称呼姓“Borne”的德国医生为“Boene教授”，比正确的发音少了一个“R”。医生指出其发音错误，并补充说他的全名中有好几处舌颤音。制作方为了迎合德国公众关于中国人不会发舌颤音的刻板印象，通过情节设计使其凸显出来。该片中的其他华人角色也大多不会发舌颤音，

^① 本章节所涉刻板印象除了最后一点关于华人黑社会组织之外，都并非仅仅涉及海外华人群体，而是也涉及生活在中国的中国人。因此，本章节使用“中国人”统称生活在中国境内和海外的所有有中华民族血统的人。

比如华人助手和中国外交官员。《死亡的中国男人》中的男主人公和死者也都不会发舌颤音。

这个刻板印象在德国社会传播很广，甚至德国还流传一则笑话，讲的是一个中国人把自己会发舌颤音当成马戏节目销售。^[18]需要指出的是，影片中也有德语地道、会发舌颤音的华人角色。

（四）中国人喝白酒、中国人什么都吃。德国人认为中国人不能喝酒，因为身体里缺少代谢酒精的酶。《酸甜邻居》的情节凸显出该刻板印象：中德两个家庭一起饮酒，两位中国父母一饮而尽，而德国母亲被中国白酒之烈吓了一跳，同时她此前关于中国人不能喝酒的认知也受到了挑战。《死亡的中国男人》中，影片开头就是死者生前和几位华人在酒店喝白酒谈生意，而后又和另一位客人一起喝白酒。

在德国流传着这样一句话——中国人什么都吃。四条腿的，除了桌子；天上飞的，除了飞机，其他的中国人都敢吃。关于中国人饮食习惯的刻板印象，在华人题材的影片中几乎是必选情节。《酸甜邻居》中，中国人的饮食习惯和中德饮食文化差异，是一个重要话题：德国邻居不仅谈及中国人有怪异的饮食习惯，比如吃狗肉、蛇和老鼠，而且还怀疑中国邻居送的饭菜是用自家宠物狗的肉做的，因此两家矛盾激化，大打出手。《中国公主》中有这样一幕：德国医生在“三合会”的仓库发现冰箱里有大肠。而现代德国社会一般是不食用动物内脏的。

（五）眯缝眼和大鼻子。影片中多次出现“眯缝眼”（Schlitzaugen）一词，该词反映了德国社会关于中国人相貌特征的刻板印象之一。多年来，眯缝眼、长辫子、头带越南式斗笠等元素构成德国漫画作品中的中国人形象的基本特征（来源于明清时期的中国人形象）。这种漫画形象被广泛接受和使用，在德国新闻媒体中也可以见到。现今依然有中餐馆使用该漫画形象做食品外包装的图案。与之相对应，德国人称自己为“大鼻子”（Langnasen），这是他们对自己在中国人眼中的外貌特征的定位，属于自定型看法。需要强调的是，“眯缝眼”一词是贬义的、甚至带有歧视色彩。

（六）中文是天书。德语中有一句俗语叫“*Ich verstehe nur Chinesisch*”，这句话字面的意思是“我只懂中文”，但实际表达的是“我一句都听不懂”。言下之意，中文像天书一样，是无法理解的。在三部影片中，中文都被说成是陌生的、有异域色彩的、极其难学的语言。比如，《死亡的中国男人》中有一个场景：当一名德国刑警说话没有得到任何同事的回应时，他说道：“难道我说的是中文吗？”从德语中将中文等同于天书的这种约定俗成的表述方式，已经不难想象，中文长久以来在德国人眼中是何等难懂和陌生。

在《死亡的中国男人》和《中国公主》中，侦破工作都因为涉及中国人，语言沟通受阻，而被视作有额外难度。两部影片中，德国警察都很难找到中文翻译协助他们工作；而且中国人的名字也让德国人头疼：不知道怎么读，也很难记住。

影片中还有德国人模仿说中文的桥段。《酸甜邻居》中，一名德国学生即兴模仿成龙电影里关于北京烤鸭的一段台词，不过他表示并不知晓是什么意思。《中国公主》中，德国医生说了一段中文，并且还出现女主人公教其练习四声的情节。实际上，德国流传一种小游戏：使用没有任何含义的象声词“*Tsching Tschang Tschung*”（音：青呛穷），假装在说中文。《中国公主》中，德国刑警记不起涉案中国外交官的名字时，气恼地用“*Tsching Tschang Tschung*”来替代。

（七）勤奋的中国人。德国新闻媒体建构的“中国人勤奋”的刻板印象，在影片中也有所体现。《酸甜邻居》中，中国家庭的孩子学习刻苦，周末要上多个兴趣班，而德国孩子甚至上课时也不认真。中国父母搬入新家不足24小时便已进入工作状态，而同一时段德国父亲在看电视，母亲在观察中国邻居。《死亡的中国男人》中，中国偷渡客们像奴隶一样辛苦劳作，以偿还亏欠蛇头的费用。

（八）华人黑社会组织的存在。德媒关于华人社群的报道中，屡屡出现华人黑社会组织：质疑客流量小但坚持开门营业的中餐馆和店铺是黑社会洗钱的渠道；将中餐馆和华人聚居区发生的犯罪行为与黑社会联系起来。2007年德国小镇齐藤森（Sittensen）的一家中餐馆发生谋杀案，未等德国警方发布任何信息，德媒便纷纷猜测是华人黑帮所为。《明镜》这样写道：“大家都在猜测凶手的身份。这

显然是有组织的犯罪，会不会是中国犯罪团伙‘三合会’呢？”^[19]《汉堡晚报》称：“三合会、华人黑帮组织、强制收取保护费：齐藤森的中餐馆发生了令人震惊的七重谋杀案之后，这些词一下成了高频词汇……猜测疑凶是华人黑社会组织的声音越来越高。”^[20]

《中国公主》中“三合会”作为重要的角色出现，足以证明德媒所建构的有关华人黑社会组织的刻板印象在德国社会传播之广以及两种媒介之间的高度关联性。

四、结语

华人题材的影视作品是集中反映德国公众如何看待华人群体及其母国中国的重要媒介。这些影片中密集地展示了德国社会关于华人和中国的多重刻板印象。影片为了突出与华人相关的中国文化特色，拼贴式植入一系列对于德国人而言具有典型意义的中国文化元素，其中那些属于人造物品层面的文化元素集合，可以视作德国公众眼中的中国形象和华人形象的物化图谱。通过华人题材的影视作品，这些中国文化元素和关于中国和华人的刻板印象，以集成式、形象化和娱乐化的方式，一再被重复、证实和传播，进而影响德国受众对于中国和华人形象的感知与建构。因此，想要消解顽固存在的关于中国和华人的刻板印象，实非易事。不过，国家形象和族裔形象并非铁板一块，近年来随着中国的崛起和国际影响力的提升，德国公众眼中的华人形象和中国形象已经开始发生变化。这从前面所分析三部影片的纵向对比中可见一斑。

华人群体形象是中国国际形象的重要符号建构。塑造传播全面的积极的华人形象，有助于维护良好的中国形象。为此，我国须在海外传播方面掌握一定的主动权，尽量延伸到目标受众群体中去。针对德国社会关于华人和中国的顽固刻板印象，我国媒体可加强在德国影视领域的存在，根据德国受众的欣赏口味和观影心理，推出中国视角下的中德跨文化交际题材作品，讲述华人在德国遭遇这些刻板印象的故事，或者向德国受众介绍他们身边的优秀华人事迹，从感性层面推动德国社会重新感知华人和中国。同时，鉴于新媒体的强劲势头和得天独厚的海外传播优势，可以利用海外社交平台设置专门交流议题，有的放矢地引导德国受众讨论并修正关于华人和中国的刻板印象。

建构良好的华人群体形象，当然更需要华人尊重当地习俗，注重文明修养，优化自身行为。在德华人应主动了解德国社会关于华人和中国的刻板印象，避免违背德国社会习俗和价值观的行为，并积极融入当地社会，努力成为传播中华文化的使者。在个体行为优化之外，华人社群组织、中餐馆、中资企业等也应发挥组织作用和行业力量，一方面积极参与当地事务和建设，为当地发展做出贡献；另一方面各司所长，协同消解华人和中国的负面刻板印象，积极传播中华文化。这不仅有益于提升我国在德形象，也是华人在德长期生存发展的需要。

[注释]

- [1] Statistisches Bundesamt, *Bevölkerung und Erwerbstätigkeit. Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Ergebnisse des Mikrozensus 2015*, Berlin: Destatis, 2017, p.66.
- [2] 主要文献包括：郭金荣、王颖频：《柏林早期华人史初探》，《德国研究》1988年第4期；王异虹：《德国中国移民的历史演变及类别构成》，《华侨华人历史研究》2009年第4期；周大明：《柏林中国移民调查与研究》，《广西民族大学学报（哲学社会科学版）》2012年第3期；密素敏：《21世纪以来德国的技术移民政策与中国移民》，《华侨华人历史研究》2015年第1期；李媛、赵静：《德国浙籍华人新移民的跨国公民身份研究》，《德国研究》2016年第4期；王逊：《以差异为荣的数字化“跨国人”——在德中国旅居者新媒体使用与身份认同》，《华南师范大学学报（社会科学版）》2016年第4期；车慧文：《欧华作家作品与主流社会——德语地区重要作家作品初探》，《华文文学》2011年第2期；陈正：《华文媒体的对外传播——以〈欧洲时报〉德国版为例》，《对外传播》2015年第12期。
- [3] 主要文献包括：王异虹：《跨文化大统一场论分析：德国华侨华人样本研究》，香港社会科学出版社，2009

- 年; 何怀宁:《华人族群及与德国社会的整合》, 人民出版社, 2012 年。
- [4] 衣新发:《2007 年德国“黄色间谍”案解析》,《华侨华人历史研究》2011 年第 4 期。
- [5] Dagmar Yu-Dembski, Chinesische MigrantInnen in Deutschland: Die “unauffällige” Minderheit, 2009–11–18, <https://heimatkunde.boell.de/2009/11/18/chinesische-migrantinnen-deutschland-die-unauffaellige-minderheit>, 2017–04–14.
- [6] 帕雅·班纳吉著, 乔印伟译:《印度电影中的华人形象: 对于四部影片和一部纪录片的简要分析》,《华侨华人历史研究》2008 年第 4 期。
- [7] Alexander Smolczyk, “Unsterbliches China”, *Der Spiegel*, No. 14 (April 2007), p.134.
- [8] Christian Schmidt-Haeuer, “Geheimstadt an der Donau”, *Die Zeit*, No. 37 (September 2000), pp.9–10.
- [9] [10] Rüdiger Falksohn, Claus Christian Malzahn, Sylvia Schreiber, Michael Sontheimer, Thilo Thielke, “Seidenstraße des Todes”, *Der Spiegel*, No. 26 (July 2000), pp.146–153.
- [11] dpa, “Urteil zum Tod der 58 chinesischen Flüchtlinge”, *Die Welt*, 2001–05–12, <https://www.welt.de/print-welt/article450589/Urteil-zum-Tod-der-58-chinesischen-Fluechtlinge.html>, 2017–05–01.
- [12] Jürgen Dahlkamp, Marcel Rosenbach, Jörg Schmitt, Holger Stark, Wieland Wagner, “Prinzip Sandkorn”, *Der Spiegel*, No. 37 (September 2007), pp.19–34.
- [13] 参见胡秀春:《华人形象在美国电影中的“他者化”呈现方式》,《电影文学》2013 年第 16 期。
- [14] Jba/ddp, “China-Mafia: Rote Gladiolen als Todeswarnung”, *Focus*, 2007–02–06, http://www.focus.de/panorama/welt/china-mafia_aid_124128.html, 2017–05–01.
- [15] 参见冯·特姆彭纳斯、查尔斯·汉普顿-特纳著, 陈文言译:《跨越文化浪潮》, 中国人民大学出版社, 2007 年, 第 10 页。
- [16] Geert Hofstede & Gert Jan Hofstede, *Lokales Denken, Globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und Globales Management*, München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2006, p.59.
- [17] 朱汉超:《我为德国电影跑龙套》,《国际在线-世界新闻报》, 2007 年 7 月 6 日, <http://gb.cri.cn/12764/2007/07/06/2805@1666368.htm>, 2017 年 3 月 12 日。
- [18] Haiying Gao, *Das große Witzereissen. Über die Rolle provokanter ethnischer Witze im Kontext der Beziehung China-Deutschland und Methoden zu deren künstlerischer Nutzung*, Weimar: Bauhaus-Universität Weimar, 2012, Illustration 7.
- [19] Julia Jüttner, “Schwierige Ermittlungen: War siebenfacher Mord ein Racheakt der Chinesen-Mafia? ”, *Der Spiegel*, 2007–02–06, <http://www.spiegel.de/panorama/justiz/schwierige-ermittlungen-war-siebenfacher-mord-ein-racheakt-der-chinesen-mafia-a-464735.html>, 2017–04–14.
- [20] Christian Denso, “Die China-Mafia in Hamburg und die Spurensuche der Polizei in Sittensen”, *Hamburg Abendblatt*, 2007–02–07, <http://www.abendblatt.de/hamburg/article107204624/Die-China-Mafia-in-Hamburg-und-die-Spurensuche-der-Polizei-in-Sittensen.html>, 2017–04–14.

[责任编辑: 乔印伟]