

从对中国电影的态度看中华文化 在海外华人中的传播^{*}

——对英国华裔青少年的调查分析

马琳¹, 刘琛²

(1. 北京外国语大学 国际商学院, 北京 100089;
2. 北京外国语大学 国际新闻与传播学院, 北京 100089)

[关键词] 英国; 华裔青少年; 中华文化; 文化传播; 中国电影; 受众研究

[摘要] 论文以英国华裔青少年为例, 通过问卷调查, 了解中国电影在海外华侨华人中的接收情况, 探讨了电影对中华文化在海外华侨华人中传播的作用和效果。论文认为中国电影是华侨华人接触和了解中华文化的重要途径, 海外华人对中华文化有强烈的认知渴求, 希望从中国电影中获得关于中国“言”、“象”、“意”的多层次、多元认知, 他们对历史和当代中国的情况并重, 对中国电影的解读体现出其文化间性。电影作为中华文化海外传播的重要窗口, 应该增加其内容和形式的多样性, 摆脱题材的单一性和对中国的刻板印象, 用中国的话语讲好世界的故事, 以摆脱文化弱勢的处境, 彰显中华文化的魅力, 让中华文化更好地被华侨华人和世界所接受。

[中图分类号] G206.3 [文献标识码] A [文章编号] 1002-5162(2017)03-0044-11

Analyzing Chinese Culture Spread among Chinese Overseas through Attitudes to Chinese Films —— An Investigation on British Young Overseas Chinese

MA Lin¹, LIU Chen²

(1. International Business School, Beijing Foreign Studies University, Beijing 100089, China; 2. School of International Journalism and Communication, Beijing Foreign Studies University, Beijing 100089, China)

Key words: the United Kingdom; young overseas Chinese; Chinese culture; spread of culture; Chinese movies; reception study

Abstract: This research took young overseas Chinese in the UK as an example. Using questionnaires, it aims to study the reception of Chinese movies by overseas Chinese and the effectiveness of Chinese movies in spreading Chinese culture. The research results indicate that Chinese movies are important channels for overseas Chinese to get in touch with Chinese culture. There is a great demand among overseas Chinese to have more knowledge of Chinese culture. They expect to obtain a three-dimensional of “words”, “image”, and “idea”, multifaceted understanding of China, both in history and the contemporary society. Their reception of Chinese movies reflected their dual cultural identity. To introduce Chinese culture more effectively to overseas audience, Chinese movies need to have more diversity in terms of the stories they tell and how they tell. Instead of presenting stereotyped images of China, Chinese movies should work on

[收稿日期] 2017-05-05; [修回日期] 2017-07-24

[作者简介] 马琳(1980—), 女, 北京外国语大学国际商学院副教授, 主要研究方向为国际营销、消费者行为、跨文化传播; 刘琛(1973—), 女, 北京外国语大学国际新闻与传播学院教授, 主要研究方向为跨文化传播。

* 本文系国务院侨务办公室青年课题“海外侨民族文化传承与传播战略研究”(QGBQ20130005)之成果。

telling universal stories in the Chinese discourse to show the strength and charm of Chinese culture, and to create a better acceptance from overseas Chinese and the world.

作为受众最多、影响面最广的大众媒体之一，电影不仅具有娱乐功能和商业价值，也承担着重要的文化功能。电影以其强大的艺术感染力对受众产生潜移默化的影响，影响人们的价值判断和价值观的形成与发展。从2003年中国电影进行全面的产业化改革以来，我国电影业取得了跨越式的发展。电影产量稳步增长，电影产品日益丰富。2012年，全国电影总票房达170多亿元，超越日本成为紧随北美之后的全球第二大电影市场。随着国内电影的繁荣，我国开始加快国际推广的步伐，实施电影“走出去”工程，采取了一系列开放政策。中国电影的对外输出和推广进入了“历史上最好的黄金期”，^[1]电影海外发行从数量、类型、国别区域到票房成绩和影响力都得到了明显提升。电影成为宣传中华文化、树立中国国家形象的重要途径之一。

华侨华人^①是中国电影海外受众的重要组成部分。国产电影在海外市场有6000多万华人的庞大观影人群基础。华狮电影发行公司的调查显示，在海外市场，每场中国电影的观众当中，有90%左右是华人。^[2]中国电影是海外华人接触中华文化的重要窗口。一方面，通过观看中国电影，华人获得关于中国的信息，从不同侧面了解中国社会与文化；另一方面，在观影的过程中，他们基于自己的生活经历、认知体系、价值取向，对电影和电影所传播的文化形成认识和判断。研究海外华人对中国电影的接受情况，可以帮助我们了解电影这一重要媒体形式对于中华文化在海外华人中传播的作用和效果，同时认识海外华人对中华文化认知与传承的现状。

随着中国电影进军海外市场的步伐加快，研究中国电影国际传播的文献也明显增多。按传播环节中的要素来看，目前相关文献中，一部分学者从传播的主体出发，剖析中国电影产业现状，从产业格局、政策、策略角度探讨中国电影国际传播的路径；^[3]一部分学者侧重电影内容本身，分析导演、演员、故事、制作、表现方式等元素在中国电影海外传播过程中的特点和作用；^[4]一部分学者关注院线发展、媒体策略等中国电影海外传播的渠道环节；^[5]还有一部分学者则从观众角度，分析中国电影海外受众的特征和对中国电影的接受情况。^[6]这些研究都把中国电影国际传播的对象设定为海外非华人观众，而作为目前中国电影最主要的海外受众群体，还没有专门针对中国电影在海外华人中传播情况的研究。本研究旨在分析海外华人对中国电影的接受情况，从观影视角折射当代海外华人对中华文化的认知与传承，为如何提升中国电影在海外华人中的传播力以及如何更好传播中华文化提供策略参考。

一、调查背景

本研究选取英国华裔青少年为例，通过问卷调查，考察他们对中国电影的接受情况。英国华人的历史可以追溯到19世纪初。第一批永久定居于英国的华人是以东印度公司雇员的身份踏上英伦岛的中国水手。而第一次大的英国华人移民潮出现在20世纪40至60年代。当时的移民主流是来自香港及广东省的农民，他们作为低廉的劳动力来填补第二次世界大战后英国劳动力短缺的状况。随着1962年《英联邦移民法案》的出台及后来几届政府不断紧缩的移民政策，华人移民增速放缓，但直到20世纪70年代末还是有相当数量的华人移民到英国，有些是已经定居华人的亲属，有些则是有资质的技术工人。最近十多年来，到英国的中国留学生人数不断攀升，英国已成为接纳中国高中和大学本科毕业生最多的国家。^[7]目前，在英华人约达65万人，其中70%来自香港，还有相当一部分其祖辈是从以前的英国海外领地（包括马来西亚、新加坡、澳大利亚和新西兰等）移民到英国。近年来，来自大陆的新移民迅速增长，在英国华人中的比例有所上升。其中很多人同第二、三代移民共

① 为行文简洁，后文中“华侨华人”统称为“华人”。

同构成了新一代华人群体。多年来华人大多处于英国社会的中下层，总体参政议政意识不强，在公共生活中，华人显得“沉默”而“隐蔽”，融入主流文化的整体进程可以说相当缓慢。英国《卫报》的一个调查显示，尽管华人群体是英国人口增速最快的少数民族，但融入程度是三大少数族裔中最低的。^[8]随着新一代华人的成长及改革开放后大批大陆新移民的到来，越来越多接受过高等教育的华人开始进入英国社会的会计、医学、法律等行业，并更多地参与到政治、经济、艺术等领域及各类社会活动中，华人在英国社会的可见度和活跃度不断提高。

英国华人在不断融入当地社会的过程中经历着祖籍文化与居住地文化间的冲撞、摩擦、适应与融合。一方面是现实生活环境下居住地文化的耳濡目染和融入主流社会的渴望，另一方面是血浓于水的祖籍文化的延续和传承，英国华人在两种文化情感的拉扯中寻找支点和平衡。祖籍文化与居住地文化资源的实力强弱是影响移民文化适应和文化遗产的重要因素。随着我国经济实力和国际政治地位的不断提升，英国华人在逐步融入英国主流文化的同时，也对中华文化表现出更强的认同、自信与渴望，并更加主动地以不同方式对中华文化在英国社会加以传播，改变白人群体对中国社会的刻板印象。特别是青年一代的英国华人，他们拥有更高的教育程度，更稳定、富裕的生活条件，享受了相对更为宽容和接纳的生存环境，社会融入意识和能力明显增强。与父辈相比，华裔青少年有着不同的价值体系和文化取向，对中华文化的接触方式、认知和态度也有差别。

本调查将样本的选择集中在16~24岁的英国华人大学生和高中生，^①同时还选取了在英国的成年（24岁以上正式参加工作的）华人作为参照对象，以比较分析青少年与成年华人对中国电影接受情况的异同，从而更清晰地考察华裔青少年接受中国电影的特点和中华文化在他们中的传播与传承情况。调查采用滚雪球抽样，于2017年2月至3月对位于华人聚居的英国主要城市伦敦、曼切斯特、伯明翰、利物浦、爱丁堡、谢菲尔德、纽卡斯尔、牛津、剑桥、利兹、诺丁汉、卡迪夫、贝尔法斯特的华人，通过网络问卷方式进行。问卷提供英文和中文两种语言，由受访者自行选择一种语言作答。问卷包括两部分，第一部分是受访者的个人信息，第二部分是关于他们对中国电影看法的11个问题。根据张秀明依据我国有关法律规定对华侨华人的界定，^[9]问卷通过过滤问题，将样本限定在拥有英国国籍或已取得英国永久居留权或未取得永久居留权但定居英国5年以上的华人群体。调查共收回214份问卷，有效问卷206份，合格率为96%。参与问卷的样本中，青少年104人，占50.5%；其中高中生49人，大学生55人；成年人102人，占49.5%。男性118人，占56.3%；女性90人，占43.7%。

二、调查结果和数据分析

受访者对问卷中关于中国电影的问题回答情况统计如下。

（一）观看中国电影的数量

从观看中国电影的数量来看，英国华裔青少年在过去一年里只观看过1~5部电影的人数相对最多，占34%，而在成年人中的比例更高，为38%。这说明中国电影在英国的总体推广情况并不乐观，由于传播渠道不畅和上映院线数量和时间有限等因素，观众接触到中国电影的数量与每年上映的电影总量相比还非常有限。观看过5部以上电影的人数明显减少。然而，观看20部以上电影的青少年人数却反而增加，占24%。这主要是由于这一类群体或基于自己的华人身份，会对中国电影给予特殊的关注。这种倾向在成年人中表现更为明显，占比为32%，他们对中国电影的选择体现了对祖籍文化的强烈依恋。在6~20部这个区间，青少年人数的占比明显高于成年人。换句话说，华裔青少年观看中国电影的人数两头大、中间小的情况要好于成年人。完全没有看过中国电影的人数比例也远低于成年人。这些情况反映了英国华人青少年总体比成年人更多地接触中国电影，这与他

^① 根据联合国的定义，青年指15~24岁的人群，而16岁是英国国民义务教育的年龄上限。而年龄更小的人群由于年龄、经济、时间等条件的限制，接触电影的数量和类型都相对有限，未作为本次调查的对象。

们接触媒体的机会更多、总体对电影观赏的热情更高和受教育程度更高都有关系。

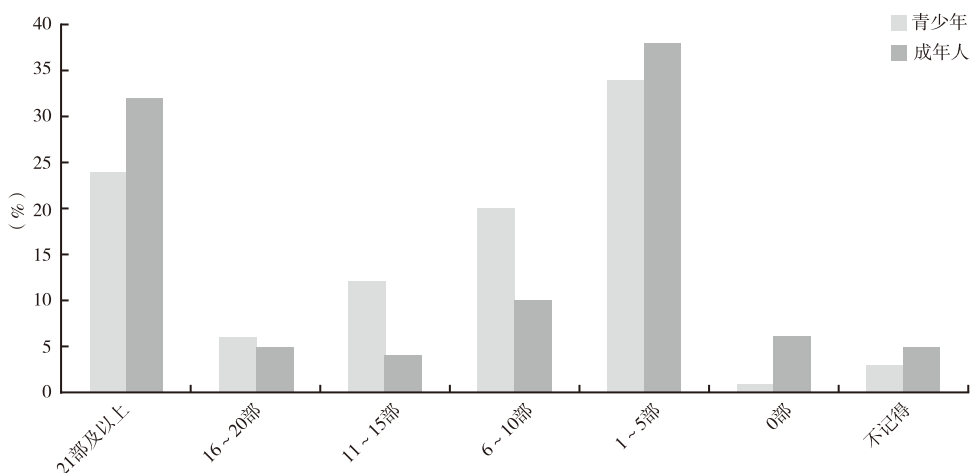


图1 受访者观看中国电影的数量情况

(二) 选择观看中国电影的原因 (至多两项)

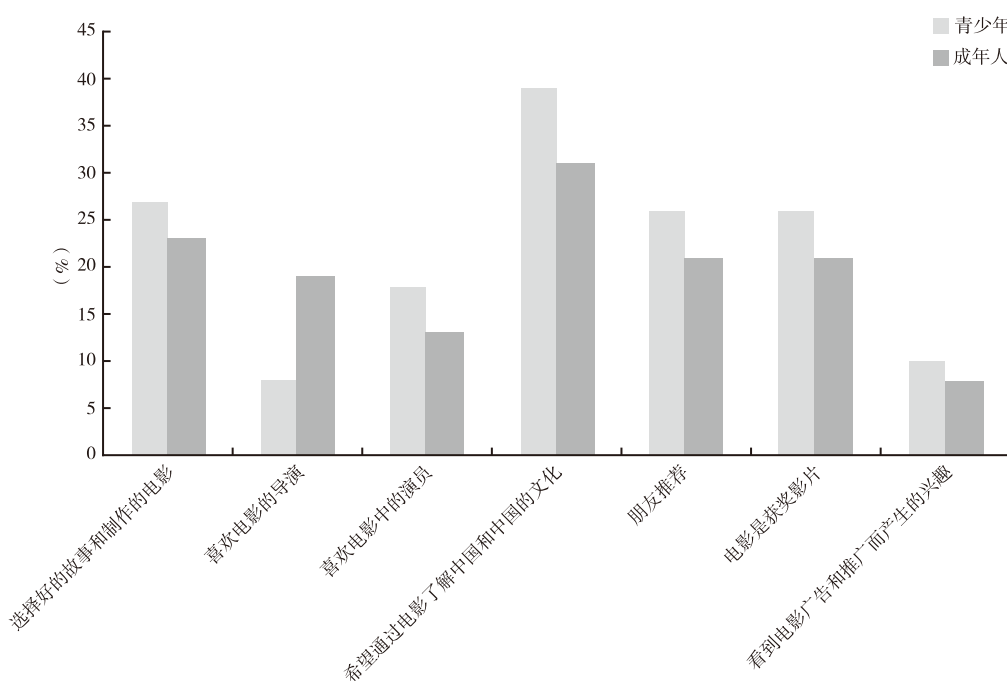


图2 受访者选择观看中国电影的原因

由图2可知, 了解中国和中国文化是英国华裔青少年观看中国电影的首要原因, 有39%的受访者提到了这个因素。中国电影是他们学习和了解中国文化、社会和历史的重要途径。好的电影故事和制作及朋友推荐是紧随其后影响华人选择观看中国电影的重要因素, 这在青少年中表现尤为明显(好的电影故事和制作为27%, 朋友推荐为26%)。可见, 在文化因素之外, 在电影产品极大丰富的市场竞争中, 精良的作品是赢得华人观众的关键。相比而言, 导演比演员是成年华人选择电影更重要的因素。成年华人对中国导演的熟悉和忠实程度要高于青少年。这与中国电影近年来的变化有关。

21 世纪之前中国电影在海外推广还没有成熟的商业运作，主要是依赖导演的个人号召力，特别是如张艺谋、陈凯歌等第五代知名导演。近年来，随着中国电影产业化发展，更多商业电影被推向海外，电影的类型和导演数量有很大突破。随着合拍电影和受邀参演国际电影的机会增多，具有国际知名度的中国演员也不断增加。因电影是获奖影片和广告宣传而观看电影的人数比重较低，这与近两年中国电影获奖以非主流电影为主以及中国电影海外商业宣传还不到位有关，相比之下，朋友间的口碑和推荐比广告更为有效。

（三）观看中国电影的主要方式

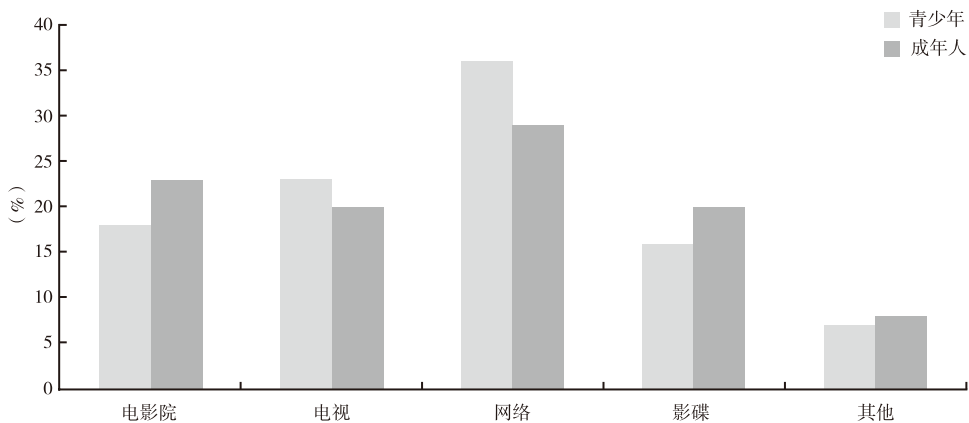


图 3 受访者观看中国电影的主要方式

由图 3 可知，青少年和成年英国华人观看中国电影的方式没有明显区别。随着互联网科技的发展和各类电影和视频网站的推出，网络已成为华人观看中国影片的最主要途径。特别是在青少年中，以网络作为主要观看电影方式的人数占 36%，比成人（29%）的比例更高。青少年去电影院和看影碟的人数要低于通过电视收看电影的人数。各种电影频道，特别是互联网与电视网的融合，大大提高了观众选择电视来观看电影的收视率。而在成年人中，去电影院看电影的人数占比更大，高于看影碟和通过电视收看电影的人数，后两者比例在青少年中相同。这与成年人的经济实力和观影习惯有关，他们更愿意选择传统的观影方式。

（四）喜欢的中国电影的类型和希望将来可以看到的中国电影类型

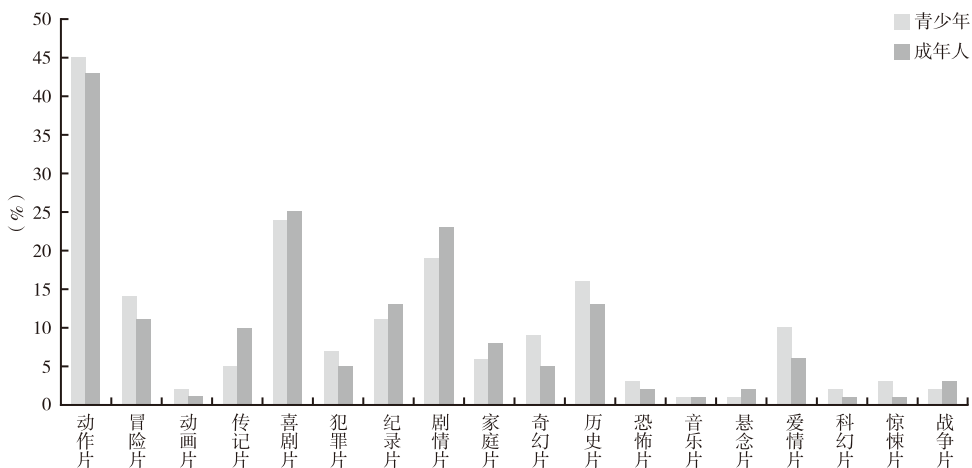


图 4 受访者喜欢的中国电影类型情况

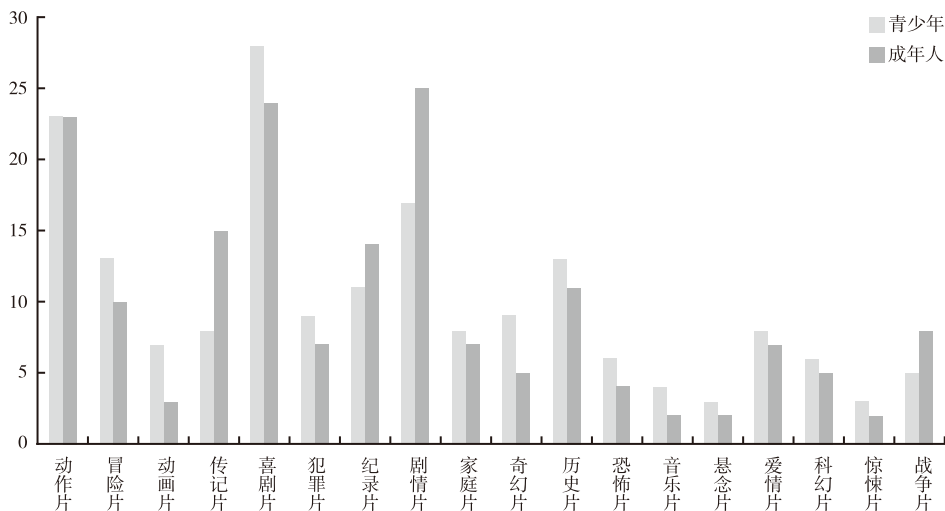


图5 受访者希望将来可以看到的中国电影类型情况

由图4可知，在喜欢的中国电影类型中，动作片占绝对多数。45%的青少年和43%的成年华人在他们喜欢的中国电影类型中选择了动作片。这与中国电影中以功夫电影为代表的动作片在海外的推广和运作最为成功有关。排在其后的是喜剧片、剧情片和历史片。特别是选择历史片的青少年人数比例为16%，高于成年人（13%）。历史片在各类中国影片中的总占比较小。相比之下，历史片是吸引英国华裔青少年的重要影片类型。可见，通过电影了解中国历史是他们观看中国电影的重要原因之一。与成年人相比，华裔青少年喜欢冒险片、奇幻片、爱情片、科幻片和惊悚片的比例要高于成年人；而喜欢传记片、纪录片、家庭片和战争片的比例要低于成年人。这样的电影类型偏好反映了不同年龄层观影偏好的普遍规律。而动画片和音乐片的比例在两组人群中都很低，这主要是由于这两个类型的中国影片在海外推出的数量都十分有限。由图5可知，从受访者希望今后可以看到的中国电影类型来看，动作片的比例仍然很高，但与其他类型电影的差距明显减小，甚至低于喜剧片，而各种类型电影的比例总体而言比较平均，说明英国华人希望看到更多不同类型的中国电影。

(五) 对中国电影中文化符号的兴趣度

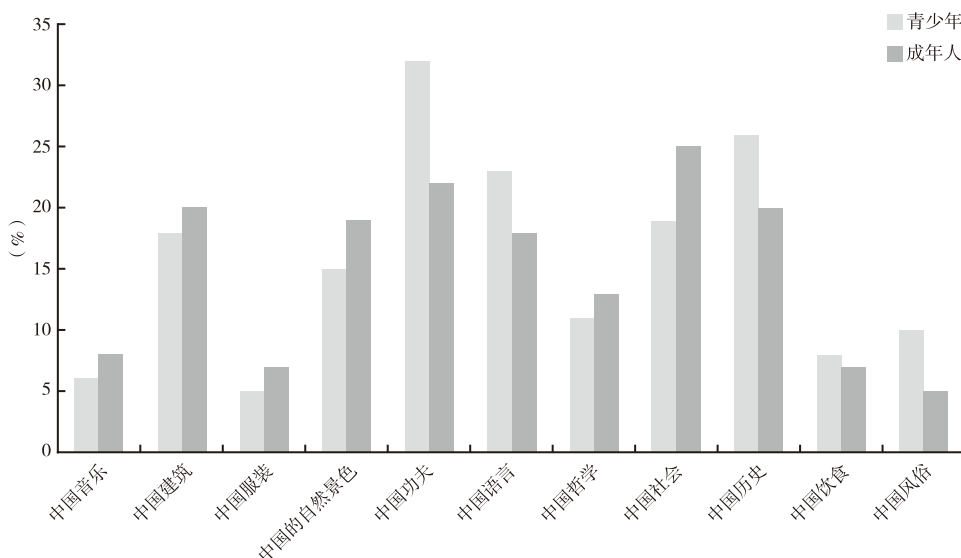


图6 受访者对中国电影中文化符号的兴趣度情况

由图 6 可知，从英国华裔青少年对电影中最感兴趣的中华文化符号来看，中国功夫的占比最高，为 32%，明显高于成年人的 22%。这与年轻人喜欢功夫这类比较激烈、刺激的元素和中国功夫片在海外的成功有关。他们对中国建筑（18%）、自然景观（15%）也表现出浓厚的兴趣。这些文化元素不像饮食、风俗，在他们的日常生活中就可以接触到，电影是他们体验中国建筑和风光的重要途径。与这类显性文化符号相比，华裔青少年还对中国历史（26%）、社会（19%）、哲学（11%）这些深层次的中华文化有很大的兴趣。特别是历史，占比紧排在中国功夫之后，说明英国华裔青少年非常渴望对中华文化有更深入、全面的学习和了解。但他们对中国音乐（6%）和服装（5%）的兴趣并不太大。电影是展示一个民族和国家音乐、服饰文化的重要和有效途径，比如印度的歌舞片对印度的音乐、韩国的电影对韩国流行时尚起到了很好的推广作用。相比之下，中国电影在这方面还做得非常不够。

（六）理解中国电影的主要障碍

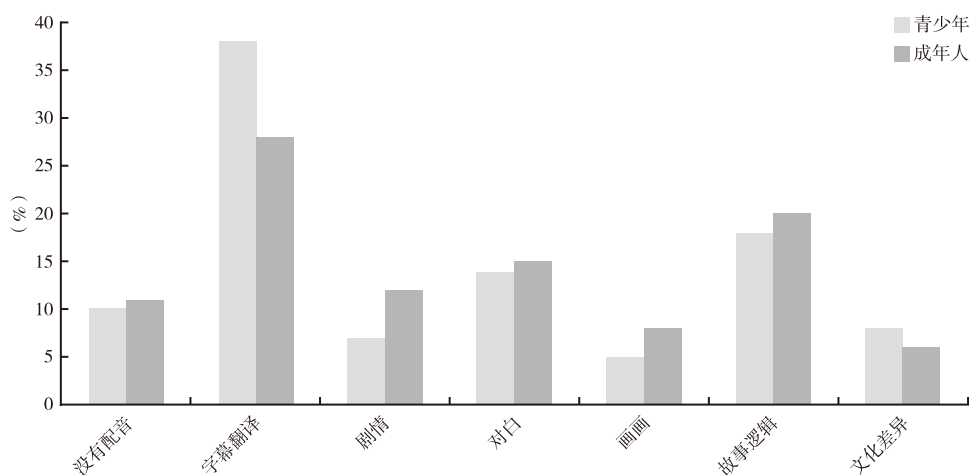


图 7 影响受访者理解中国电影的主要障碍

由图 7 可知，在阻碍英国华裔青少年理解中国电影的各种因素中，字幕翻译是明显高于其他因素的首要因素。有 38% 的受访者选择了这一项。一方面说明中国电影字幕翻译的质量不够高，严重阻碍了观众对电影的理解；另一方面也反映电影语言涉及文化内涵的不同层面，包括表达方式、话语语境、思维模式、逻辑等等，很难实现完全翻译，外加受到画面时间、字幕长度等的限制，很多内容会漏翻、损失甚至引起歧义和误读。与此相关的是，故事逻辑（18%）和对白（14%）是影响英国华裔青少年理解中国电影的重要因素。这也解释了为什么功夫电影这种语言少、更多依靠动作画面表达的电影更容易在海外被理解接受而获得成功。而像冯小刚、徐峥等导演的当代都市喜剧电影，虽然在国内很受欢迎，但因为有大量台词并且涉及深层文化逻辑，在海外却遇到瓶颈，很难推广。选择文化差异的受访者占比较低，只有 8%，在成年人中的比例更低，只有 6%。

（七）从中国电影中了解的中华文化价值观

由图 8 可知，英国华裔青少年从中国电影中解读的中华文化价值观与成年人有较大的区别。其中占比最高的分别是真、善、美（27%）和英雄主义（25%）；而在成年人中占比最高的是家庭社会责任（30%）与和谐（25%）。爱国主义和忠诚的占比较低，特别是爱国主义在青少年中的占比（10%）比成年人（17%）更低。这反映出电影表达、传递的文化价值观在观众中会产生不尽相同的理解和解读，观众往往会融入自己的价值取向和判断。华裔青少年对中国电影中中华文化价值的解读反映出他们受西方个人主义和人本主义的影响较深。

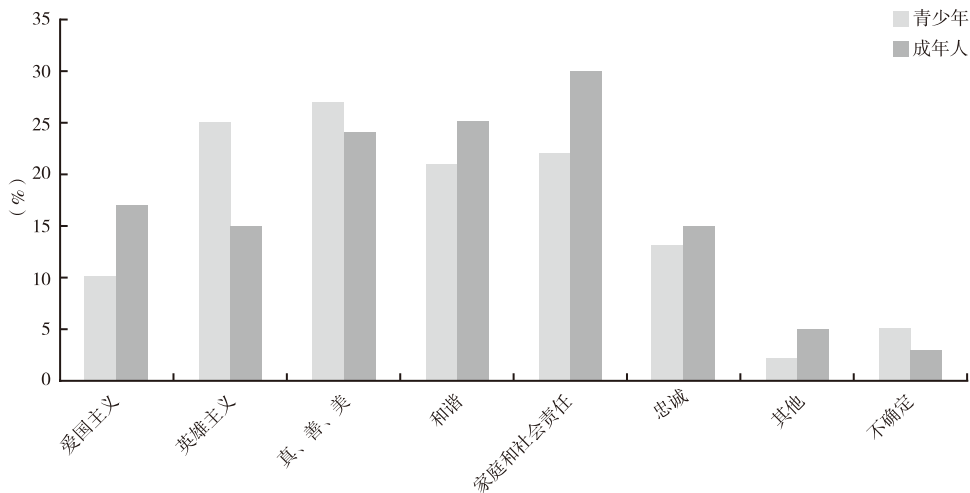


图8 受访者从中国电影中所了解的中华文化价值观情况

(八) 中国电影对中国形象认知的影响

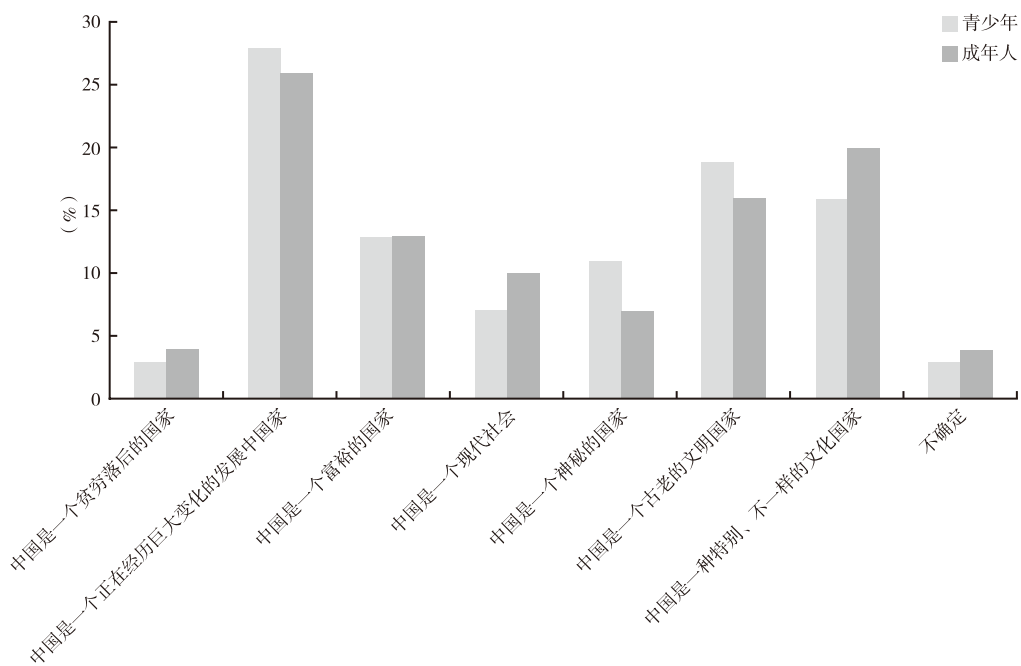


图9 中国电影对受访者对中国形象认知的影响

由图9可知，通过观看中国电影，英国华裔青少年对中国形象的认知中，认为中国是一个正在经历巨大变化的发展中国家的占比最高，为28%，还有13%的受访者认为中国是一个富裕国家，只有3%的受访者认为中国是一个贫穷落后的国家；但同时有19%的认为中国是一个古老的文明国家，这一比例也相对较高，认为中国是一个现代社会的比例很低（只有7%）。这反映出虽然随着中国经济的飞速发展，中国的国际形象在英国华裔青少年中已经发生变化，从一个贫穷落后的国家转变为逐步富裕的国家；但在他们眼中，中国社会文明的现代化程度还不高。成年华人认为中国是一个神秘国家的比例比青少年要低，分别为7%和11%，而认为中国是一种特别的、不一样文化国家的比例要

高于青少年，分别为 20% 和 16%。可见，成年华人对祖籍文化的熟悉程度和认同感高于青少年，对中华文化与其他文化的区别有更明显深刻的认知和体会。

（九）今后希望通过电影了解的中国文化类型

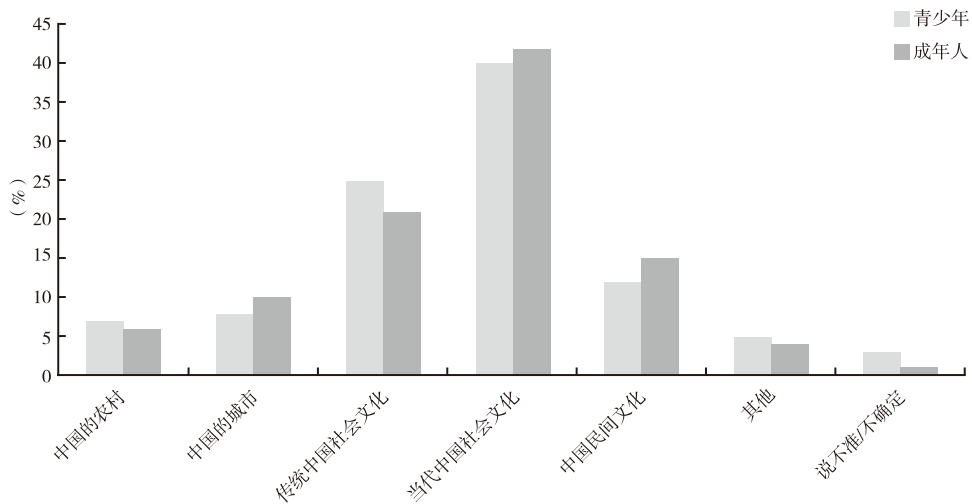


图 10 受访者今后希望通过电影了解的中国文化类型情况

由图 10 可知，在今后希望通过电影了解的中国文化类型中，40% 的英国青少年和 42% 的成年华人，希望可以通过中国电影更多地了解当代中国社会和文化，这在各种文化类型中占有最突出的位置。可见华人非常渴望了解当代中国社会的现状。华裔青少年对传统中国社会文化也很有兴趣，有 25% 的受访者选择了该项。其次是民间文化，占比为 12%。

（十）中国电影对传播中华文化作用的评价

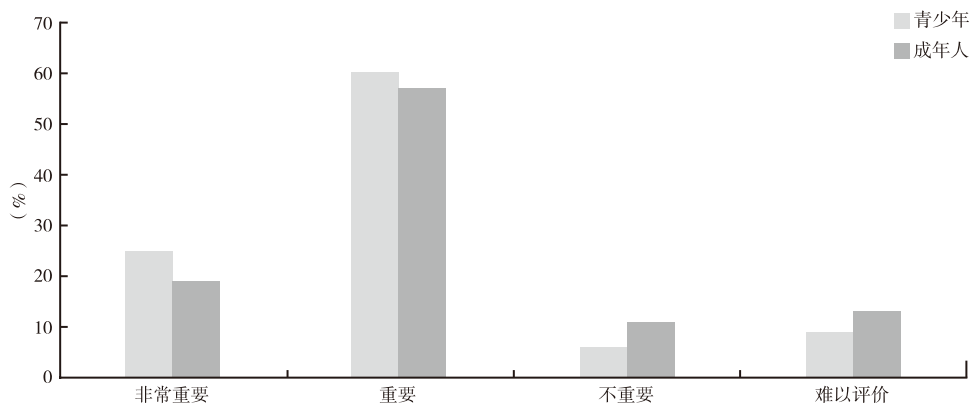


图 11 受访者对中国电影对传播中华文化作用的评价情况

由图 11 可知，60% 的英国青少年和 57% 的成年华人认为，中国电影对传播中华文化有重要作用。25% 的华裔青少年认为中国电影对传播中华文化有非常重要的作用。可见电影是华裔青少年学习、了解中华文化的重要方式，是中华文化海外传播的重要途径。

三、结论和思考

从以上的调查结果可以看到，中国电影是中华文化海外传播的重要途径。中国电影是向海外华

人展示中国社会生活、风土人情、文化习俗、价值观念的重要窗口。通过调查，我们可以发现英国华裔青少年对中华文化的认知和对中国电影的接受有以下特点：

（一）对中华文化强烈的认知渴求。英国华裔青少年展现出对中华文化的强烈好奇和浓厚兴趣，对中华文化充满了认知的渴求。他们观看中国电影不仅是出于视听的愉悦享受，更是把中国电影作为学习和了解中华文化的重要手段。

（二）对中华文化的多元认知。功夫动作电影是中国电影走向国际的敲门砖，也是在海外推广最为成功的电影类型。其展示的中华文化集中在侠义文化，是相对单一的文化体现。英国华裔青少年对中华文化认知的多元性，一是表现在对功夫动作电影侠义文化价值的扩充上，由单一的忠诚、义气的文化价值解读延伸到英雄主义、爱国、不妥协等不同的价值观；二是从侠义文化扩展到对其他中华文化的认知，他们对不同类型的中国电影和中华文化包括都市文化、乡村文化、民俗文化、历史、政治、哲学等不同方面都显示了浓厚的兴趣。而近年来中国电影的多元化发展也为他们提供了更多了解中国不同侧面的机会，但相对于功夫动作电影，其他类型的电影还存在明显的不足和劣势。

（三）对中华文化的多层次认知。电影作品是一个包含多层结构的有机整体，包括从最表层的“言”，即影片的声音、画面、语言、色彩等，到中间的“象”，即影片所塑造的人物形象、故事情节、题材结构，到深层的“意”，即影片的意蕴、所达到的对人和世界形而上的思考和探索，三者互相呈现、层层递进。^[10]英国华裔青少年观看中国电影不仅注重欣赏电影声效画面的精良制作和有趣的故事剧情，也关注电影所表达的深层蕴意。他们对中国电影中所展现的中国自然风光、建筑风格、饮食风俗等显性文化充满兴趣，更希望从中国电影中学习中国社会文化的内核，了解中国社会结构、哲学思想、价值观念的深层内涵。但观影过程中，从表层的语言对白到中层的故事逻辑都给他们理解中国电影造成了不小的障碍。归根到底还是由于他们对中华文化进行深层理解有困难，由于思维模式、价值观念的差异还不能对电影体现的文化蕴意深入体会。

（四）对中华文化的认知历史与现实并重。英国华裔青少年对中国历史、传统文化有着浓厚的兴趣。由于英国学校正规教育提供学习中国历史的机会十分有限，电影成为英国华裔青少年了解中国历史的重要媒介之一。同时，英国华裔青少年还对中国的现状表现了更为强烈的好奇。他们十分渴望从中国电影中看到当代中国社会生活的方方面面，包括当代中国政治、经济、社会、思想等的变化和发展。

（五）文化间性。文化间性是指“不同文化之间交互作用的内在过程中，凸显了每一种文化引起多方关注的间性特质，对方获得了由原文化的间性特质变异或意义重新生成而来的新的文化意义”。也就是一种文化 A 与他者文化 B 交互关联，发生意义重组，这个二者关联的间性特质 C 产生出一种新的文化意义。^[11]英国华裔青少年在自己特殊的成长过程中吸收了英国文化的价值观念，中华文化对他们而言是一种相对的异质文化，两种文化的碰撞、冲击是他们生活成长中的常态。两种文化在他们中间相互关联、交锋、吸收、融合，形成了属于他们特有的新的文化特质。这种新的文化特质既与两种元文化高度相关又不尽相同，构成了大中华文化和世界文化重要的一部分。英国华裔青少年对中国电影的解读正是两种文化对话，形成这种文化间性过程的体现。这是一个动态的过程，他们在两种元文化间不断调整，形成新的平衡。

中国电影对中华文化在海外华人中的传播起到了积极的作用。英国华裔青少年对中国电影的接受情况也为我们传播中华文化提供了有益的启示。我们应该提供更加多元化、立体化的展现中华文化的机会。让海外华人可以从更多不同侧面了解中华文化的博大精深。例如制作、推出更多优质的不同类型、不同题材的中国电影。我们应该提供对中华文化更深层的介绍和展示。帮助华裔青少年真正理解中华文化的内涵，避免误读与错解。目前的中华文化海外传播还是以宣传中国历史和传统文化为主，应该更加重视对当代中国社会文化的介绍传播，避免形成对中国和中华文化的刻板印象。如果说之前的中国电影在海外的成功传播主要是依赖于用世界（西方）的话语讲好中国故事，那么，

在全球化的今天，我们更需要用中国的话语讲好世界（普世）的故事。只有这样才能更好地彰显中华文化的魅力，摆脱文化弱势的处境，中华文化才能更好地被华裔青少年和世界所接受。同时，我们还需要聆听华裔青少年的心声，了解他们对中华文化的理解和认知需求。他们是连接中国与世界的重要桥梁，是向世界传播中华文化的重要途径。读懂华裔青少年，更有效地向他们传播中华文化，他们才会更好地向世界传播中华文化。

[注释]

- [1] 黄会林:《银皮书: 2012 中国电影国际传播年度报告》,北京:北京师范大学出版社,2013年,第2~4页。
- [2] 人民网:“国产电影海外发行已到转折 充分参与国际市场竞争”,2017年4月6日, <http://media.people.com.cn/n1/2016/0215/c40606-28123225.html>。
- [3] 如李怀亮、万兴伟:《中国影视文化产品“走出去”的问题与对策》,《现代传播》2011年第11期;张燕:《入世十年中国主流电影的海外拓展与策略思考》,《现代传播》2012年第12期;金丹元、周旭:《直面全球化语境下中国电影产业的新窘境》,《上海大学学报》2016年第2期;等等。
- [4] 如魏然、邹赞:《“全球化时代的华语电影与国族叙述”国际学术研讨会综述》,《电影艺术》2009年第5期;尹鸿、张建珍:《全球多元电影格局与中国电影的文化建构》,《浙江传媒学院学报》2010年第5期;华静、高璇:《全球化语境下华语电影跨文化传播策略》,《电影评介》2013年第19期;等等。
- [5] 如闫玉刚、李怀亮:《中国电影“走出去”的问题与对策探析》,《现代传播》2010年第10期;赵卫防:《中国电影海外推广的路径与主体区域研究》,《当代电影》2016年第1期;等等。
- [6] 如陈旭光:《中国电影大片的海外市场推广及其策略》,《现代传播》2011年第3期;刘湜:《海外受众对中国电影文化符号的认知》,《现代传播》2012年第6期;黄会林、封季尧、萧薇、罗军:《2012年度中国电影文化的国际传播研究调研分析报告》,《现代传播》2013年第1期;等等。
- [7] 中英网:“英国是接纳中国高中和大学本科毕业生最多的国家”,2017年4月6日, <http://news.uker.net/other/327329.html>。
- [8] 廖小健、周龙:《从“失语”到“发声”:近年来英国华人参政探析》,《理论月刊》2013年第9期。
- [9] 张秀明:《华侨华人相关概念的界定与辨析》,《华侨华人历史研究》2016年第2期。
- [10] 关于电影的“言、象、意”,参见王岳川《艺术本体论》,上海三联书店,1994年。
- [11] 杨柳、胡黎红:《中外合拍片文化“合拍”策略探讨》,《当代电影》2012年第1期。

[责任编辑: 乔印伟]