

# 新中国电影事业与国家同步发展

李 东

(辽宁大学 文学院, 辽宁 沈阳 110036)

**摘 要:** 新中国成立以来, 中国电影逐渐成为国家软实力的重要组成部分。新中国成立之初的人民电影事业, 有效传播了国家主流意识形态; 在“十七年电影”阶段, 自信豪迈的革命气魄、昂扬向上的英雄情怀和朴素乐观的社会新风成为国家形象的具象符号; 新时期以来, 中国电影开始朝多元化方向发展; 党的十八大以来, 中国电影在塑造国家形象方面展现出新收获、新景观。

**关键词:** 70年; 中国电影; 发展脉络

**中图分类号:** J905

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1672-9617(2020)01-0001-06

新中国成立以来, 尤其是改革开放40年以来, 随着我国综合国力的不断提升, 中国电影逐渐成为国家软实力的重要组成部分。

以媒介文化研究的视角看, 人们通常将电影作为传统大众传播媒介的重要类型, 同时又与报纸、广播、电视相区别。有学者将电影称之为“大众叙事媒介”, 而将报纸、广播、电视称之为“大众新闻媒介”, 这种划分所关注的是不同媒介在社会文化功能上的差异。在大众媒介发展的早期阶段, 人们更多地利用了报纸、广播、电视在新闻信息传递方面的社会功能, 将其看作是对现实世界的直接反映; 而电影与生俱来的“艺术创造”特质, 使其在传递精神内容、表达主观意识方面有了更广泛的可能性。它是一种“借助发达的现代通信技术, 以虚构的叙事形态出现, 并希望唤起某种预期理念的大众媒介”。“以叙事性、虚构性带有较强的人文精神内涵, 区别于注重真实性、时效性的新闻媒体; 而且也是一种叙事艺术, 又因现代媒介技术的复制力量而区

别于小说等传统叙事媒介。”<sup>[1]6</sup>

在媒介转型和媒体融合的社会背景下, 电影所擅长的“影像”轻而易举地将文字、声音、图画等符号元素有机结合, 符号的丰富性转化为巨大的动能, 极大地强化了大众传播的社会效果, 使其成为最“生动”的大众传播符号体系, 更有利于国家形象的建构。“电影等大众叙事性媒介在表达国家政治的超越精神、实现世俗政治的‘再魅化’方面, 具有十分重要的功能。它从人类存在的可能性进行自我观照, 运用现实素材、搭建形象空间表达超越的神圣价值, 并因其理解的普遍性而具有共享性, 远比传播现实信息的非叙事性媒介有效得多。”<sup>[1]46</sup>由此, 中国电影是国家形象建构的重要场域, 中国深厚的历史积淀、博大的传统文化、丰富的现实场景、恢弘的时代画卷在电影文化建构中得以彰显, 并通过文化镜像传播且重构。“同时, 在跨文化传播场域中, 他者视角的中国国家形象也在异国电影得以呈现, 并逐步强化。电影在自我与他者的交构中对中

收稿日期: 2019-10-17

作者简介: 李东(1976-), 男, 辽宁营口人, 博士, 副教授, 主要从事文化传播和文化理论研究。

国国家形象不断加以想象和建构,日趋丰满成熟,最终凝练为中国国家软实力的中坚。”<sup>[2]21</sup>

## 一、人民电影初放光彩与共产党人形象的树立

在解放战争时期,解放区人民电影事业进入到一个全新的历史阶段。1946年7月,延安电影制片厂成立;1947年,以该厂骨干人员为核心成立的西北电影工学队奔赴东北解放区,全部参加到东北电影制片厂的工作中。1948年2月,东北电影制片厂拍摄完成了短故事片《留下他打老蒋》,影片首次塑造了解放军党员干部和普通战士的银幕形象。1949年5月,东北电影制片厂拍摄完成故事片《桥》,这部作品被史学家认为是新中国电影史上第一部故事片。1949年4月,北平电影制片厂成立;同年10月1日改名为北京电影制片厂,成为新中国电影故事片的重要生产基地之一。1949年5月,上海解放;11月,上海电影制片厂成立。至此,东北电影制片厂(后改名为“长春电影制片厂”)、北京电影制片厂、上海电影制片厂成为新中国共产党领导下的三大电影创作生产基地,并很快拍摄出一大批令人耳目一新的故事片,成为新中国人民电影的奠基之作。

从1949—1950年,三大电影创作生产基地克服困难,相继拍摄完成了29部题材各异、内容丰富的故事片。“这些影片充分体现了新时代对电影创作所提出的新要求,它们以朴素明快的电影技巧和艺术风格,在银幕上塑造了一批新颖生动的、以工农兵为主体(其中不少是共产党人)的艺术形象,并由此反映了中国共产党领导的革命斗争历程及其所取得的伟大胜利,满足了广大民众(特别是城市市民观众)迫切了解革命斗争生活的愿望,并在他们眼前展现了一片新的艺术天地,充分显示了新中国电影崭新的美学风貌和独特的艺术品格。”<sup>[3]13</sup>

为了及时检阅新中国人民电影的成就,进一步扩大国产影片在广大人民群众中的影响,中央人民政府文化部电影局和中国影片经理公司总公司于

1951年3月在全国20个城市举办了“国营电影厂出品新片展览月”,集中展示了东北电影制片厂、北京电影制片厂和上海电影制片厂拍摄生产的26部影片。国务院总理周恩来为这次公映展览题词“新中国人民艺术的光彩”,“由此,国产影片在广大观众的心目中确立了良好的形象和声誉,新中国电影也自此走上了持续发展和不断壮大的道路。而各种共产党人的艺术形象(特别是工农兵中优秀共产党人的艺术形象),则成为各类故事片所塑造的主要人物形象。”<sup>[3]13-14</sup>

很显然,新中国成立之初的人民电影事业承担了一种重要的时代使命和社会责任,那就是要着重表现中国共产党领导的新民主主义革命斗争历程,着重歌颂社会主义建设事业的伟大成就,要反映人民群众在“新”“旧”两个中国、两种不同社会制度下的命运遭遇和生活境遇,全力塑造以工农兵为主体的人物形象,特别是优秀共产党人的艺术形象。此后,在新中国电影发展70年的历程中,尽管出现了高低起伏、曲折坎坷,但是表现优秀共产党员的生活、斗争、奉献和崇高精神,始终是中国电影创作的一项重要任务,千千万万的电影工作者孜孜以求、不懈努力,创造了无数的银幕经典,并以其独特的艺术魅力,感染了亿万国人,树立了中国共产党在全国各族人民心中的崇高威信,有效传播了国家主流意识形态,传播了社会主义核心价值观、审美观,为构建社会主义核心价值体系作出了巨大贡献。

## 二、革命战争题材电影与国家意识形态的传播仪式

1949—1965年期间,新中国电影创作先后涌现出一大批的“红色经典”,这些优秀电影作品大多将叙事聚焦于战争年代,也就是今天我们常说的“革命战争题材电影”。有研究者统计后发现,自1949年以来,“包括主要的电影制片厂和至少80%以上的电影创作者,都汇入到战争影片的创作潮流之中,形成中国电影史上规模最为宏大、成就最为突

出的一次战争片高峰”<sup>[4]</sup>。

法国学者让-路易·博德里在《基本电影机器的意识形态效果》一文中提出,摄影机与隐藏在摄影机背后的意识形态,决定了电影叙事的视点和视角;影片通过摄影机的视点转换诱导观众认同主人公,观众自觉不自觉地心系主人公,沉浸在主人公悲欢离合的命运中而欲罢不能;观影过程的实质,就是观众对影片主人公认同的过程。按照这样的规律,新中国电影也要通过艺术手段完成国家意识形态的启蒙和教化任务,做到“寓教于乐”,也要做到将叙事聚焦于主人公,着力刻画主人公的成长经历,努力塑造主人公的英雄事迹。于是,电影工作者普遍采用了“典型环境中的典型人物”这种方式来实现最终目的。如《董存瑞》(郭维导演,1955)、《回民支队》(冯一夫、李俊导演,1959)、《红色娘子军》(谢晋导演,1961)等影片,虽然故事主人公的性别、身份有很大的不同,但影片的叙事结构都比较相似,不约而同的采取了“入伍前”—“入伍后”—“入党后”这样三部曲的结构方式。于是,无论是董存瑞、马本斋还是吴琼花,无论他(她)们在“入伍前”抱着什么样的革命目的和动机,在“入伍后”他(她)们的思想、观念都发生了脱胎换骨式的变化,在党组织的谆谆教诲下,在革命战争血与火的洗礼中,他(她)们完成了自我的纯化和思想的升华,光荣的加入中国共产党,实现了革命英雄的壮举。“在这个意义上,新中国电影塑造的‘英雄’,所体现的不再是好莱坞那种个人英雄主义力量,而是哺育英雄成长的毛泽东思想、共产党组织和人民大众的力量。新中国电影,正是以这样一种具有典型意义的英雄观,在传播国家意识形态和电影叙事艺术之间取得了巧妙的平衡,叙述着在毛泽东思想、共产党组织和人民大众的教育下一个普通战士如何成长为英雄的传奇故事,进而作为一种典型形象教育着公众共享共产主义价值观和信仰,强化公众对国家意识形态的认同,并最终发挥其维护和巩固新中国社会秩序的功能和使命。”<sup>[5]84-85</sup>概括地说,在“十七

年电影”阶段,自信豪迈的革命气魄、昂扬向上的英雄情怀和朴素乐观的社会新风成为国家形象的具象符号,勾勒出这个时期国家形象的纵向图景。

### 三、纪实美学勃兴与第五代东方寓言

1979年,张暖忻、李陀发表论文《谈电影语言的现代化》,大力推介巴赞电影美学理论,号召中国电影以巴赞纪实美学为理论依托,在结构形式、镜头运用、造型手段、表现方法上借鉴西方电影的成果,“形成一种局面,一种风气,就是理直气壮地、大张旗鼓地大讲电影的艺术性,大讲电影的表现技巧,大讲电影美学,大讲电影语言”<sup>[6]</sup>。“张暖忻、李陀《谈电影语言的现代化》由于倾诉了新时期电影人渴望电影回归本体的心声而被视为第四代电影美学的旗帜。它标志着中国电影人突破了长期以来一直为苏联蒙太奇电影理论所垄断的格局,开始向西方电影理论寻找新的创作依据。此后,巴赞纪实电影美学理论开始被介绍到内地,诸如电影与戏剧离婚、电影的文学性、电影语言现代化、电影观念、电影创新、电影民族化等一系列相互关联的学术性论争,为新时期中国电影清除‘文革’那种假大空叙述风格奠定了坚实的理论基础,成为电影意识觉醒的重要标志,并促使新时期中国电影开始朝多元化方向发展。”<sup>[5]96</sup>

1981年,为奖励优秀影片和表彰成绩卓著的电影工作者,由中国电影家协会主办,在农历鸡年举行评奖活动,以“金鸡啼鸣”象征“百家争鸣”,激励电影工作者“闻鸡起舞”,故名“金鸡奖”,获得第一届金鸡奖最佳故事片奖影片是《巴山夜雨》和《天云山传奇》。吴贻弓导演的《巴山夜雨》,巧妙地将意识形态话语转化为家庭伦理话语,充满一种久违的人道主义情怀;谢晋执导的《天云山传奇》以饱满的热情,塑造了具有高尚品德和博大母爱的女性形象。在研究者看来,这两部着重对“文革”进行反思批判的影片,代表了当时中国电影人真实的思考和努力,“新时期中国电影,恰恰通过这种叙事模



式,将新中国成立以来宏大的政治叙事转化为充满温情的家庭伦理叙事,以此体现出新时期对被文革所‘窒息’的人道主义的呼唤。”<sup>[5]103</sup>

20世纪80年代,随着世界优秀电影和国外文艺思潮的涌入,中国电影工作者的艺术视野得到拓宽,对电影本体的认识更加全面,对电影功能的把握更加完整,广大电影工作者焕发了创作激情,迸发出更大的创作热情。电影创作生产与时代相伴,与人民同行,不断变革创新,取得了引人瞩目的成绩。尤其是以中共党史和现代革命史上一些重大历史事件和重要历史人物为内容的“重大革命历史题材”影片创作开始起步,一批革命先驱者、革命元勋和革命领袖人物的艺术形象走上银幕,成为故事片创作的热点。

1984年,张军钊执导的影片《一个与八个》标志着中国第五代导演的崛起。影片摒弃了传统的“影戏”叙事风格,突出“让影像说话”,标志着中国电影开始进入影像美学的新格局。同年,陈凯歌执导的《黄土地》以一种沉稳、厚重的长镜头语言,营造出“大环境小人物”的独特意境,凭借对人与土地关系的深沉观照,超越了主流意识形态视野,将民间历史话语彰显出来。1987年,张艺谋执导的《红高粱》淡化了抗日战争语境中的政治色彩,强烈展现了民间历史中的敢恨敢爱,表达了对于“构成人的本质的热烈狂放”的自由生命的向往。《黄土地》随后获得了世界声誉,并进入西方电影市场的流通渠道;《红高粱》在1988年获得柏林国际电影节最高奖项金熊奖,极大提升了中国电影的国际知名度。“第五代以特殊的民俗想象和设置,以浪漫的东方想象和异国情调,呈现了一个另类的影像中国。”<sup>[2]41</sup>“国际电影节不断获奖的获奖效应的影响下,中国电影一度成为跨国电影资本投资的理想空间……一大批表现中国特殊‘民俗’和‘政治’为中心的所谓‘艺术电影’,成为一种独特的电影类型”。它“向西方提供了一个对于中国的固定想象”——“建立在中国民俗的特异性和政治的压抑性上的”

“特殊的中国想象”<sup>[7]</sup>。“通过凝视着自身(中国)被他人(整个西方)凝视,当代中国电影似乎‘民俗化’了中国(自我),并最终成为了一种‘自我民俗学’”<sup>[8]</sup>。有学者指出,第五代电影不仅成为中国知识分子的“自我民族志”镜像,也成为关于中国历史年代和历史时间、梦幻时间和神话时间的国族“自我民族志”图景。也有学者指出,新中国成立之初的“十七年”电影,因自足的经济体制、内向的文化趋向和闭合的政治环境,而近乎罗兰·巴特所谓的“政治神话”;而20世纪80年代第四代第二高峰和第五代的出现,掀起了变革与守旧、文明与愚昧的历史文化反思运动,并在与直面西方现代化思潮的碰撞过程中,演变成为杰姆逊“第三世界批判”中的“寓言文本”。“正是他者视点中的民族文化的中心再置与叙事的利比多化,使八九十年代之交的中国具有了更鲜明的民族寓言的特征。”<sup>[9]</sup>

#### 四、电影体制改革与跨文化语境下的国家形象传播

20世纪90年代初,新生代电影浮出水面,第六代开始登场。第六代创作主体的身份构成比较复杂,其中既有毕业于北京电影学院并在电影体制内创作的青年导演,也有一批脱离官方制片体系的独立制作者。第六代的身份标签也十分鲜明,他们在意自身成长经历的青春书写,拒绝对生活的虚伪粉饰,以“我的摄影机不会撒谎”为影像宣言,力图再现所谓“生活的真实面貌”。第六代以一种“地下电影”的姿态出现,依赖民间资本和海外资金,逃离国内电影生产制作体制,并力图通过海外电影节和国际电影市场寻求认同,被学者称之为“无父一代”的流浪孤儿。有研究者指出,虽然第六代的“影像中国”与第五代的“国家形象镜像”有着极大的差异,“然而,第六代和第五代最大的共同点却是作为第三世界的文化身份与第一世界的西方文化之间的影像传播模式——对话、认同、误读与壁垒,而且国际电影节获奖既是他们自我确定的方式,也是求得

西方认同的重要通道。西方既是电影中国的他者之境,也是文化中国、现实中国的评判者,无论民族,还是现实,中国国家形象总是在西方之镜中被映现,隐现、夸张、变形、扭曲、误读和纠偏是形象建构的方式,更是形象跨文化传播的特征。”<sup>[2]42-43</sup>

自20世纪80年代后期开始,中国电影体制改革进入转轨时期。1987年3月,国家电影局在全国故事片创作会议上首次明确提出“突出主旋律,坚持多样化”的基本原则。很显然,提出这一原则的出发点在于弘扬民族精神和时代精神,督促电影创作去表现中国革命历史和正在进行的社会变革与经济改革,号召电影创作体现国家主流文化和主流意识形态,呼唤电影工作者增强时代使命感与社会责任。1993年1月,国家广电部下发了《关于当前深化电影行业机制改革的若干意见》,打破了十三年来电影体制改革停滞不前的状态。20世纪90年代,一系列重大革命题材影片和主旋律影片纷纷上映,掀起一阵又一阵的观影热潮,成为中国电影一道独特的风景线。“这些影片不仅出色地完成了弘扬和巩固国家主流意识形态的任务,而且也满足了观众的‘集体无意识’中的英雄梦想,并在其自身相对充分发展的基础上形成了一整套与美国好莱坞电影截然不同的叙事模式。”<sup>[10]</sup>

1999年前后,以新中国成立五十周年为契机,主旋律电影取得了新的成就,涌现出一批优秀影片。1994年,广电部电影局批准每年可以进口10部“基本反映世界优秀文明成果和表现当代电影成就的影片”。中国电影市场外部环境的变化,在客观上促进了电影体制改革的进程,推动了中国电影院线制的出台,也推动了影院硬件条件和服务质量的升级;重新唤醒了观众对电影的热情,进而激发了中国电影人打造国产商业大片的热情与雄心。

## 五、“中国大片”出场与“文化软实力”的增强

2002年12月,张艺谋执导的影片《英雄》在国

内上映,最终以2.5亿元人民币的票房成绩一举打破了20世纪90年代以来国外引进大片长期垄断国内年度票房排行榜的格局,“标志着中国本土电影开始大张旗鼓的与外国进口大片进行集团化、规模化、国际化的市场争夺战”<sup>[11]</sup>。2004年,《英雄》出征北美电影市场,成为第一部在美国票房排行榜上夺冠的亚洲影片,全球累计票房高达14.5亿元人民币,被美国新闻媒体称之为“《英雄》真正拉开了中国大片时代的帷幕”。

在“中国大片”登场的背后,是国家文化发展战略的新思路和新举措。进入新世纪以后,“主旋律电影必须借鉴在电影工业化、产业化基础上形成的类型电影来对自身进行商业化改造和包装,尽一切可能的艺术手段弥补和缝合政治权力话语与大众文化心理、宣传教化与审美娱乐之间的距离和裂缝,从而找出一条通向大众化也是市场化的通道。”<sup>[12]175-176</sup>

2002年《英雄》、2004年《十面埋伏》、2005年《无极》、2006年《满城尽带黄金甲》等影片票房均突破亿元,到了2008年,全年最卖座的10部电影有7部都是国产大片。2007年,冯小刚执导的影片《集结号》上映,该片以一种平民化的视角重新诠释战争语境中的英雄,体现出主创者对雁湮没于战火中的个体生命的尊重,并以此表达了“每一个牺牲都是永垂不朽的”的价值判断。2009年,韩三平、黄建新执导的《建国大业》受到普遍好评,有批评家认为,该片“成功地弥补了长期以来中国主旋律电影叫好不叫座的缺憾,缝合了中国主旋律电影与主流电影之间所存在的裂痕,标志着中国主旋律电影开始真正转型为中国式的主流电影。”<sup>[5]212</sup>这也给业界和学界带来一种启发,越是大众化的电影作品,越是要满足观众的集体价值和信仰,满足观众的美学期待,只有回应了公众所共享的价值观和信仰,在世俗的语境中构建和传播着主流文化,才有可能成为真正意义上的时代大片、主流大片。

2003~2007年间,中国电影产业每年以25%~35%的速度递增<sup>[13]178</sup>。有学者指出,中国电影产业

化是由中国特殊的国情所决定的,是具有中国特色的电影产业化,应该包括两大体系,即“国家主流电影”和“主流商业电影”。在这两个体系中,“主流商业电影”是整个电影工业的支撑,“国家主流电影”则是“中国特色”的具体体现。“从文化传播的角度看,国家主流电影在很大程度上体现着一个国家的民族形象、国家形象。从传播学的‘涵化分析’理论来说,国外电影观众是通过中国电影所提供的‘拟态环境’或‘象征现实’来认识中国人和中国文化,来建构他们头脑中的中国形象。由于这种影响是一个长期的、潜移默化的‘培养’过程,这就要求中国电影要处理好电影媒介的‘设置议程’功能,运用正确的文化传播策略,让国外观众了解、热爱中国文化,对中国电影产生浓厚兴趣,用银幕塑造真实、完整而富有个性的中国形象。”<sup>[13]</sup><sup>180</sup>

“应该说,中国电影已经成为中国所有文化行业中,国际流通水平最高的产品。中国电影不仅频繁获得世界各 A 级电影节大奖,中国电影人常常担任世界最重要的电影评奖活动的评委甚至主席,同时,中国电影也是中国文化产品中唯一能够进入全球主流商业市场流通的文化产品。”<sup>[13]</sup>

党的十八大以来,中国政治、经济、社会、文化、艺术等领域得到综合全面发展,中国电影在塑造国家形象方面展现出新收获、新景观。“以影视作品和产品为承载的影视文化,在过去的五年间,扮演了引领性、支柱性的角色,对满足百姓的精神文化需求的贡献是无与伦比的。无论从体量的饱满度,还是从内容的丰富度来说,影视文化毫无疑问是当代中国文化最重要的文化大餐。同时,影视文化还传达了国家的主流价值观,维护了社会稳定,疏导了人民情绪,满足了人们的审美娱乐需求,起到了凝聚人心、提振精神的功能和作用。对外,中国影视也越来越强调塑造国家形象,传播中国文化的软实力。”<sup>[14]</sup>

2017 年,《战狼 2》无疑是一部超级现象级电影,上映 12 天后便成为中国影史票房冠军,最终以 56.8 亿元收官。2018 年 3 月 10 日 16:00,电影《红海

行动》以 32.58 亿元的票房成绩,成为 2018 年春节档票房冠军。有学者将《战狼 2》及同类影片称之为“新主流大片”,这些影片“立足战争(军事)片、动作片类型及超级‘英雄’亚类型片,与中国民族主义主题、国家形象建构的意识形态诉求、中国梦的表达欲望相结合,寓言式、隐喻化呈现中国国际地位和国际关系走向,是新主流电影大片中的一脉亚类型(前有《战狼》《湄公河行动》)发展无可争辩的新高度。”

2019 年 2 月,全国电影工作座谈会在北京召开。相关统计显示,2018 年中国电影事业产业实现了新跨越,中国电影呈现出积极健康、蓬勃发展的良好局面:2018 年全年共生产各类影片 1082 部,同比增长 19.96%;全国票房达到 609.76 亿元,同比增长 9.06%,国产电影票房占比 62.15%;城市院线观影人次 17.16 亿,同比增长 5.93%;全国银幕总数达到 60079 块,其中 2018 年新增 9303 块。相关负责人表示,“电影实力直观反映综合国力,是彰显文化自信的重要载体,是深受人民群众喜爱的文化方式,在文化产业中具有引领作用,这就要求我们将电影的发展同国家发展目标相对接,坚定不移推进电影强国建设,为实现中国梦提供强有力的精神支撑。”

#### 参考文献

- [1] 陈林侠. 跨文化背景下中国电影的国家形象建构[M]. 北京:人民出版社,2014.
- [2] 李晓灵,王晓梅. 建构和想象 中国电影中的国家形象之研究[M]. 北京:中国社会科学出版社,2016:21.
- [3] 周 斌. 新中国银幕上的共产党人[M]. 上海:东方出版中心,2011.
- [4] 李道新. 中国电影文化史[M]. 北京:北京大学出版社,2005:241.
- [5] 范志忠,吴鑫丰. 国家传播语境下的中国电影[M]. 杭州:浙江大学出版社,2012.
- [6] 张暖忻,李 陀. 谈电影语言的现代化[J]. 电影艺术,1979(3):40-52.
- [7] 张颐武. 全球化与中国电影的转型[M]. 北京:中国人民大学出版社,2006:39-40.

(下转第 20 页)

## The National Image in the Short Stories of New China in the Past 70 Years

GAO Yu-ting, WU Yu-jie

(Literature Institute, Liaoning University, Shenyang 110036, China)

**Abstract:** On the occasion of the 70th anniversary of the founding of the People's Republic of China, this paper combs and summarizes the national image in contemporary short stories from three aspects: theme, character and creative thought, analyzes the individualized and poetic way of shaping the national image, and the positive influence of the emotional experience of the creative subject on the shaping of the national image. At the level of value, this paper sums up the ideological value and aesthetic value of national image shaping, and thinks about how to shape the image of a big country in the new era in literary works.

**Keywords:** short story; national image; construct; self-examination

(责任编辑 伯 灵 校对 伊人凤)

(上接第 6 页)

- [8] 张英进. 影像中国——当代中国电影的批判重构及跨国想象[M]. 胡 静, 译. 上海: 上海三联书店, 2008: 39.
- [9] 戴锦华. 雾中风景: 中国电影 1978 - 1998[M]. 北京: 北京大学出版社, 2000: 85.
- [10] 饶朔光, 裴亚莉. 新时期电影文化思潮[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 1997: 125 - 126.
- [11] 贾磊磊. 中国武侠电影史[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2005: 189.

- [12] 张宏森, 张建勇. 改革开放与中国电影 30 年[M]. 北京: 中国电影出版社, 2008: 12.
- [13] 胡智锋, 张承志. 中国影视文化软实力、理念与路径[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2016: 12.
- [14] 胡智锋. 十八大以来中国影视艺术发展纵览[J]. 现代传播, 2018(1): 96 - 101.

## New China's Film Industry Stays Synchronous with National Development

LI Dong

(School of Literature, Liaoning University, Shenyang 110036, China)

**Abstract:** Since the founding of New China, Chinese films have gradually become an important part of the country's soft power. The people's film industry at the beginning of the founding of New China effectively spread the mainstream ideology of the country; in the "17-year film" stage, the self-confident revolutionary spirit, the heroic feelings of high spirits and the simple and optimistic social new wind became symbol of the national image; since the New Era, Chinese films have begun to develop in a diversified direction; since the 18th National Congress of the Communist Party of China, Chinese films have shown new achievements and new landscapes in shaping the national image.

**Keywords:** 70 years; Chinese film; development context

(责任编辑 伯 灵 校对 伊人凤)