

## 《读者》对赵半狄先生的采访



请将下列问题与后面的回答配对：

- A. 相信您听到了不少不同的观点，很多人认为，我们应该抱着学习、欣赏的态度来看这部电影，而不是批判的眼光；如果中国拍不出这样的佳作，为什么不允许外国拍呢？
- B. 您在哪些平面媒体中刊登了抵制《功夫熊猫2》的广告？为什么会选这种形式？（例子）
- C. 新闻报道称，《功夫熊猫2》在中国内地的票房已经突破4亿人民币，远远超过《功夫熊猫1》1.8亿的票房成绩，你对这一结果是否感到失望？
- D. 有人评论说，国外影片借用中国元素，客观上提高了中国文化在世界范围的影响力。您如何看？
- E. 除《功夫熊猫》之外，还有很多好莱坞影片借用了中国元素，比如卡通片《花木兰》，甚至《阿凡达》中的悬浮山的原型也来自张家界景区。为什么您只抵制《功夫熊猫》？
- F. “梦工场动画”首席执行官杰弗瑞·卡森伯格并不认为自己所做的工作是一种文化侵略，他说，电影《功夫熊猫》是向中国及其文化和历史遗产——当然也是向熊猫致敬。你是否认同他的观点？

1. B (例子)

答：5月16日和5月23日，我在中国南北两家报纸各投放半版广告。一直以来，中国的消费者和电影观众，只能被动地接受商家和片方以金钱所垄断的媒体宣传。这种宣传是要人们相信：他们的产品和影片是超好无比的，是值得花钱的。直接鼓动你花钱的硬广告铺天盖地，间接诱惑你花钱的软广告也无孔不入。我在媒体上登广告是对商家和片方公开说“不！”是对消费者和观众的警醒。

2.

答：美国文化入侵不是从功夫熊猫开始的，也不会从功夫熊猫结束。很多中国公众被美国文化的华丽外衣所迷惑，特别是当面对一件标榜热爱中国文化的，挪用中国元素的外衣的时候。很多中国文化“精英”或是失去判断能力，或是成为利益集团的一部分，他们不会站出来说什么。各类利益集团联手，并形成利益链条，将良知忘在脑后。我被迫从一个艺术家变成了一个战士。因为我是熊猫艺术家，所以我对熊猫比较敏感。

3.

答：很象是站在好莱坞立场上提的问题啊！哈...更象他们傲慢和无礼的宣传。好莱坞是在利用中国元素传播美国文化。打个比方，就是拿了中国的瓶子兜售美国的酒。难道中国人还要为他们使用中国瓶子而欢呼么？

4.

答：好莱坞希望中国人，包括全世界的人抱着学习、欣赏的态度来看他们的电影，并交出学费。也希望中国人，全世界的人以他们的模式拍电影，以他们的标准拍电影，这样就要永远地跟在他们后面。他们不介意无关痛痒的挑剔，但明显不适应能揭示其本质特征的批判，比如虚伪等。历史上，欧洲和世界各地爆发过多次抵制好莱坞电影的运动，而欧洲的抵制显然不是因为拍不出好电影。电影的美是多姿多彩的。电影艺术的创造性在于挑战既定标准和所谓权威。提醒大家注意，中国导演拍不出好电影的原因绝不是不谦虚好学！中国人不应拍出这样的片子，因为它不代表我们的爱和情，我们允许外国人借用中国元素拍电影，但不允许像好莱坞这样肤浅地利用中国元素借机输出美国文化。

5.

答：让他自己承认所做的是一种文化侵略, 有点难。还有, 他在美国文化战略中, 只是个小棋子小人物, 别难为他了。

6.

答：这部电影在北美的票房和口碑其实都不算好。而在中国, 片方宣称第一个周末票房就达到 1.2 亿元, 超过《让子弹飞》、《大地震》、《阿凡达》等深受好评的电影。你觉得这可能吗? 片方为了让更多观众进电影院而在票房数字上造假这样的事, 在国内也不是第一次。在适当的时候, 我会公布一个不同的数据。

原文: [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_491e246201017f5u.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_491e246201017f5u.html)