

《守护童年》： 儿童影片的一次探索



本报讯(记者 高小立) 拍摄儿童影片是中影集团五大拍摄任务之一。8月2日,出品人韩三平率儿童电影《守护童年》主创在京宣布该片开机。该片由中国电影集团公司、北京圣华国际影视文化艺术有限公司联合出品。

电影《守护童年》讲述了一个越狱在逃犯向一个女警官生死托付的故事,通过寻找孩子、带着孩子一起寻找亲人的过程,表现了执法人员和社会志愿者博大的人道情怀。该片是中国电影集团公司携手民营影视公司积极开拓新世纪儿童电影创作新模式的一次探索。总制片人江平介绍说,《守护童年》是一部融合了多种元素的儿童电影,有悬疑,有公路片的类型元素,也有伦理片的丰富情感,力求做到以情动人,以情贯穿全剧。编剧赵葆华表示,给他带来创作冲动的是面对问题家庭的孩子,全社会要给他们以阳光般的关怀。不幸是属于家庭的,但不幸不应该属于童年。将一个越狱在逃犯托付女警官的故事,是将问题家庭的孩子放在阳光之下,让他们看到真诚和大爱之心。导演兼制片人刘抒鹏确立该片的总体风格是在平实中展示真诚、真切和人文关怀、人道精神。剧中主人公薛子莹由“金鸡奖”最佳女主角得主颜丙燕扮演。于蓝、于洋等老一辈表演艺术家冒酷暑赶到开机现场,为儿童电影助威,表达发自内心的喜悦。

《望长安》再现 陕西历史文化风貌



本报讯 由诗人杨晓民策划、电视人高峰、壹周、周亚菲执导,中共陕西省委宣传部、陕西省人民政府新闻办公室、陕西电视台和中央电视台联合摄制的10集电视系列片《望长安》,以优美影像探索陕西历史文化,首次真实而全面地再现了陕西地区的历史文化风貌,深刻思考了陕西文化的原创力、开放性、交融度和辐射力,及其对中华文化形成的重要作用;分析了其背后的政治、经济、地理、历史文化等深层原因,并通过对陕南、关中、陕北三地众多历史细节的诠释,演绎了一个个激动人心的历史文化故事,为三秦大地勾勒出一幅波澜壮阔的人文画卷。总策划杨晓民说,《望长安》关注的不仅仅是陕西曾经卓越的历史文化风貌,而且是隐藏于这些恢弘文化遗产与文明碎片背后的历史哲学,以及中华民族赖以安身立命的精神动力。该片正在中央电视台(二套)播出。(文新)

《麦兜响当当》暑期热映 原著故事结集出版



本报讯(记者 刘秀娟) 电影《麦兜响当当》热映之际,《麦兜响当当》同名原著故事也已由接力出版社出版,由一个个洋溢着童趣且感人至深的小故事,细腻地勾勒出出现代人的生存状态,以及现代都市生活朴素、真实的温情写照。《麦兜响当当》以电影内容的创意来源为线索,收录了《完美的橡皮》《美丽的失败者》等等被奉为“麦兜经典”的原著故事。其中,既有电影片段根植的生动故事,又有电影之外延伸的深邃意蕴。一只蠢笨、粉嫩的小猪,在大银幕上以他又笨又钝的身手,配合他又闷又慢的太极拳,迎战来自各门派的小朋友;在书页间,面对现实的无奈、成长的烦恼,善良美好的童心恰是难得,最为宝贵,着笔虽轻描淡写,却令人捧腹,回味无穷。

本版责编:高小立

● 振兴文化产业——综述篇

中影集团该拍什么样的电影

□本报记者 高小立

说到《横空出世》《张思德》《花妖新娘》《无极》《云水谣》《我们俩》《六月男孩》《看车人的七月》《宝葫芦的秘密》《长江7号》《投名状》《梅兰芳》《赤壁》《功夫之王》《南京!南京》等在观众中产生过广泛影响的这些影片,人们就会想到了制作了这些影片的中国电影集团公司。中影集团于1999年由原中国电影公司、北京电影制片厂、中国儿童电影制片厂、中国电影合作制片公司、中国电影器材公司、电影卫星频道节目中心、北京电影洗印录像技术厂、华韵影视光盘有限责任公司等8家单位组成,是以影视产业为依托,多种产业综合发展的大型电影集团。

强强联手的中影集团自成立之时就奠定了它在电影界无法撼动的地位,被电影人冠以电影界的“国家队”、“龙头企业”。人们从集团的先天优势中看到了中国电影产业的希望,集团从电影人期待的目光中增强了信心,同时感到了压力。可喜的是,10年后的今天,集团已创作生产了200多部影片,赢得了广泛的社会影响和良好的经济效益,出色地完成了国有影视企业所应当承担的社会责任和文化产业发展重任,吸引了一批国内外优秀制片人才和多家国内外著名公司加盟合作,电影产业正在做强做大。

有发展就会伴随着困惑。今天,当中影集团迈入第二个十年时,也正是中国电影处在一个大发展的关键阶段,中影集团信心十足,压力也更大。7月22日,中国电影艺术研究中心和中影集团联合召开国产电影论坛之“改革与发展——中影集团创作格局及产业发展研讨会”,会议邀请电影界专家学者共同探讨电影文化产业的发展大计。中影集团掌门人韩三平真诚地希望专家能提出发展电影产业的思想见解,提供理论支持。作为研究电影理论的中国电影艺术研究中心,也是一次对当下中国电影发展进程中的现象进行及时的归纳总结,并积极投入到对实践的思考和发现,发出理论界主流的声音和智慧的声音。会议主持人饶曙光认为,电影理论和评论工作者有义务、有责任为中国电影的发展贡献自己的智慧和力量,也有责任和义务为包括中影集团在内的国有影视企业的发展出谋划策。再巧不过的是,会议的当天晚上,国务院正式出台了《文化产业振兴规划》,中影集团的这个会开得再及时不过了。

韩三平首先表明了中影集团需要承担的五大任务,一是商业大片的拍摄,这类影片必须要赚钱才能生存和发展;二是重点影片的拍摄,主要完成国家交给的弘扬主旋律影片的拍摄任务;三是儿童影片的拍摄;四是培养青年导演;五是哪怕亏损也得在艺术领域占有一席之地。韩三平坦言,目前看来,每一类做得都有缺陷,需要改进和发展。

三种类型影片交融并举

北师大艺术与传媒学院院长王一川认为,中国电影产业应当继续坚持主旋律片、艺术片、商业片三种类型并举和交融的新方

向,这是中国国家电影业的成功之道。在当前全球化的语境下,我们需要按类型来拍片;在当前中国的国情下,我们不能走好莱坞类型的道路,我们必须在商业片加进主旋律片的东西,也必须在艺术片加进主旋律和商业的因素。主旋律要有观赏性,艺术片也有它的观赏性,在国家条件下,中影集团率先走出了这样一条道路,就是三种类型相互交融,每一种类型片,都把另外两种类型片所具有的特质融化在自己之中,这顺应了中国国情的要求。

王一川认为电影最重要的还应当按美的规律、电影的艺术规律创造,要尊重观众的欣赏权利,观众掏钱进电影院需要在感染和熏陶中受到教育。还要加大后电影开发的力度,比如电影的音像制品、小说、电影形象的开发等等,西方的电影对后电影开发很重视,比如《泰坦尼克号》赚了很多的钱,其中,后电影开发的收入是影片票房收入的三倍。

电影的文化责任

中国艺术研究院院长助理贾磊磊说,电影对于建构整个文化的共识有着非常重要的作用,电影的文化责任主要在三个方面。第一,建构一个国家的文化形象。中国文化发展战略课题里面就有一个关于艺术作品国家形象的课题,我们在研究的过程中发现,实际上国家的形象是被建构的历史过程,特别是影像叙述与现实的现实国家能相互影响,相互支撑。我们正在逐步地改变西方主流社会从传统文化理念上判断中国当代文化特征的错误认识。第二,树立中国电影的国家品牌。德国的一家咨询公司做了个调查,把世界各国凡是以前国家名义来制作的影片进行排序,最高的是美国和德国,最低的是波兰。如果将来有一天,一个外国观众会因为一部中国电影走进电影院的话,那中国电影就是胜利的。还需要相当长的时间来打造中国电影品牌,但我认为要有这种使命感,要具备这种文化责任。第三,形成中国电影的国家传播战略。由于各个国家的历史背景不同,所以在传播过程当中,应该选择具有普世价值的作品。像电影《孔子》的拍摄非常重要,因为孔子的“己所不欲,勿施于人”,已经被列为联合国处理国家和国家之间的黄金定律,在国际上推广。现在的电影还面临着跨界传播,电影传播不仅仅是在电影院的系统内,在互联网、电视台,包括在手机、公共汽车、飞机上,都是不可低估的平台,文化传播和文化形象的建构是中国电影非常大的任务。

中影集团的社会责任

中国电影评论学会会长章柏青直言说,目前整个中小投资的数字影片总体质量都比较弱,进了院线,有些影片只好电影频道收购一下,播一下就算了。中影集团有责任把数字电影的质量搞上去。从去年的数字看,数字电影量已经超过了胶片电影,我特

● 创作谈

《在那遥远的地方》并不遥远

□雷献和 仲跻敏



没有战争,只要有共和国版图存在,都需要有人守卫在这块人迹罕至、鸟兽无存的土地上。日复一日,年复一年,用青春和热血去重复着一个庄重的仪式。

我们选择了一群特殊的人:上世纪50年代以后出生的人,虽然没有经历创建人民共和国的战火硝烟,但跟随着共和国的步伐,走过了令人难忘的岁月。他们或许是披过昆仑山的星,或许是戴过戈壁滩的月,在那个物质极其匮乏的年代,他们有着坚定的信仰,那就是对党、对祖国的无限忠诚,对人民无限的爱,他们的革命理想比昆仑山还要高,他们守在昆仑山上,必然是“缺氧不缺精神”。所以,他们无私无畏,无怨无悔,用一腔热血和美好的青春年华,为祖国守关,为人民守望。

我们构建了一个好看的故事。18年前,圣女峰哨卡的指导员袁有生为掩护连长韦铁失去生育能力,韦铁把刚出生的女儿送给

别希望重新对数字这两个字深思,利用中影集团在数字方面的优势,拍一些真正的高科技的数字电影推向市场,而不是几十万拍一部,在电影频道播一下就放进仓库。我希望中影集团在这方面做些努力。此外,集团应该拍重大题材的影片,因为我们的理想更体现在社会责任上,中影集团和民营公司是不一样的,我们代表了政府和人民。像今年《建国大业》这样的影片应该多拍几部,要把把这样的影片如何拍得更好看、更动人、更艺术上下功夫。

编导在创意产业中处于核心位置

电影人通常都把一部电影的宝压在演员的身上,殊不知演员带来的收益是固定不变的,可变的在编导身上。这是北京电影学院教授侯克明的观点。侯克明认为,集团的发展需要人才的支撑,第一需要是编导人才,编导在创意产业中占有核心位置,编导在一个影片当中创造的价值是最多的,因为一个演员几百万的片酬,但是跟票房挂钩是死数,所以一部影片变量最大的是在编剧和导演身上,额外赚的主要在编导这部分。为什么美国的编剧敢罢工,因为编剧是整个影片,整个电影产业的大脑,所以一定要让编导为我所用。以前我们的战略是先甩包袱,让社会上的人才“为我所用,不为我所有”,拍戏时大家都来,不拍戏大家就没有关系了。现在这个战略不值得提倡了,电影人才目标必须有所调整。

策划前先调研市场

中国影协电影产业研究中心主任刘浩东和他的团队已连续多年对中国电影产业发展状况推出调研报告。他说,目前中国电影产业的雏形已经建立起来,从电影史上看,电影发展、企业发展的路线是什么,一般都先发展几个大的集团,形成市场的垄断;市场巩固到了一定的程度,这个垄断又阻碍了产品市场的创新,再强行用垄断法把它分割开来,我们现在走的是第一个阶段。电影下一步发展的契机和要解决的问题是走类型化之路,将电影市场导向类型化生产。要类型化就必须做市场调查,策划和市场调查结合在一起,中影集团未来的创作要随时了解社会上对电影各种元素的把握,掌握现在的电影消费群。我们经常会说某部影片是票房“黑马”,但并不知道它为什么票房高。我认为做市场调查的必要,就是分析一下看起来是偶然的,怎样变成了必然。刘浩东认为现在的电影策划都是做概念,商业大片之所以受到国内许多人的批评,原因就是当时做这部片子时,策划时就有意识地想当然地认定一个市场空间,这都是在做概念。

国家广电总局电影局副局长张宏森出席会议,中国电影艺术研究中心主任、中国电影资料馆馆长傅红星参加会议并讲话,与会专家还有胡克、周星、张颐武、陈旭光、张卫、赵宇宇、刘汉文、唐楷。

袁有生,并承诺一命还一命,永不相欠。18年后,女孩袁鹰扒火车来到部队找到韦铁要当兵……韦铁面临着坚守承诺还是放弃承诺的煎熬!我们为该剧灌注了浓烈的情感。除了浓浓的战友情、父爱情、母女情之外,军民情、民族情在剧中也是重要的情感元素之一。新疆是个多民族栖息的地方,解放几十年来,各民族之间相交相溶,血肉相依,生死与共,共建美丽的新疆,创建了许多动人肺腑的佳话。剧中圣女峰哨卡官兵们和阿迪江大叔一样的情谊,袁鹰、韦铁为民族儿童输血的举动,就是其中的一个缩影。而最后袁鹰为营救暴风雪中的维吾尔族牧民壮烈牺牲,则为民族团结和军民团结谱写下一曲感天动地、荡气回肠的壮歌。

我们眼前无数次浮现这样的画面:国旗下站着一队年轻的共和国卫士,他们向国旗庄严宣誓:热爱边防,艰苦奋斗,不怕流血,不怕牺牲!一切为了祖国,一切为了人民!是的,这就是我们想呈献给观众的一种精神,一种精忠报国、热血献国、捐躯为国的大爱、大义和大志!这种精神是民族的精华,是共和国的魂魄!

剧本写完的时候,我们面前耸起了两座山,一座是边防战士们守卫的昆仑山,另一座就是他们——守卫昆仑山的卫士们!——他们就像雄伟壮观的昆仑山,坚实、伟大,牢牢地守卫着祖国的边疆!我们将把这部饱含着我们的感动的作品,献给观众,也献给——守卫昆仑山的卫士们!(作者系电视剧《在那遥远的地方》编剧)

● 一吐为快

电视剧应塑造多彩的正面人物

□杨荣誉

就像文学是“人的文学”一样,电视剧艺术是“人的艺术”。当电视剧艺术要实现它的审美价值,以有益于人的身心健康与社会发展进步的时候,不可回避的一个任务是要为人们提供各种各样的人生样式。其中,有让人引以为戒者,更多的是让人引以为人生楷模者。

“正面人物”是我们文艺理论上一个沿用多年的概念。1949年周扬在《新的人民的文艺》的报告中强调,只有站在马列主义毛泽东思想的水平上,“才能更有力地表现积极人物,表现群众中的英雄人物,克服过去写积极人物(或称正面人物)总不如写消极人物(或称反面人物)写的好,写的那种缺点”。1951年陈荒煤在《文艺报》上发表文章指出,“正面人物”是指那些“集中了人民的好品质”,“向上的积极的人物”,也就是“新的人民英雄”。应该说,在与“反面人物”相对立的状态下使用“正面人物”这个概念,容易导致非此即彼,“二元对立”的简单化与机械化,其极致就是“高、大、全”而使人物失真。

电视剧艺术既然是具有历史的最大深度与广度、高度真实性的艺术,在注重写好的人物类型的同时,就一定要大力塑造好社会主义历史时期的人物形象,表现社会主义历史时期的人性崇高与优美。这里所说的社会主义历史时期的人物形象,是具有新的价值观念、伦理道德观念和审美观念的新人,其自身行为和社会活动都显示并代表了历史前进方向的新人,既包含建立了某种卓越功勋的人,也包含默默无闻地为社会献身的普通劳动者的人。而且,这种社会主义历史时期的人物形象,决不是简单、贫乏的人,而是马克思早就指出来了的“具有人的本质的全部丰富性的人”,也就是说,一定要塑造好这种新人形象个性的丰富性、多层次的立体性,真实而有感染力地展现他们的人性崇高与优美。这其实是电视剧艺术的一个光荣的传统。从重大革命历史题材电视剧里的毛泽东、朱德、周恩来、罗荣桓、陈赓等革命领袖和将领,到孙中山、宋庆龄等革命先行者,再到焦裕禄、孔繁森,《省委书记》里的贾开震,《导弹旅长》里的江昊,《苍天在上》里的黄江北,《西部警察》里的杨立秋,《希望的田野里》的徐大地,《村官》里的高秀明,都表明了现实主义审美原则和创作精神里“典型”的回归,在这些能够称为“典型”的共产党员形象里,崇高的品格常常表现为一种诗化的人生和浪漫的情怀,而且闪耀着强烈的时代精神和动人的时代风采。

进入新时期,特别是改革开放30年以来,伴随着社会经济、政治的深刻变革,社会的价值观呈现多元化,社会历史的发展越来越明显的体现在人的发展上。在这样的历史背景上,影视市场作为买方市场——观众的市场,观众心理发生了巨大的变化,他们是否还需要正面人物形象?需要什么什么样的正面人物形象?

从社会学角度来说,当下中国影视剧对大众文化的导向与影响力是难以估量的。优秀作品通过塑造丰富多彩的正面人物形象,展现积极向上的意蕴来催人奋进,以豁达心胸与高尚情操来感染和塑造人。从心理学角度来说,积极心理学原理告诉我们,在影视创作中坚持充实、向上、有意义的导向,塑造富有感召力的、真实优秀的正面人物形象,正确反映、积极引导人民精神生活,以高尚的精神塑造人,以优秀的作品鼓舞人,既是时代的需求,也是大众文化心理的深层需求。

遗憾的是,当社会历史的发展越来越明显地体现在人的发展上,人的复杂性越来越被我们的电视剧艺术家们认识到的时候,在如何塑造这一类“正面人物”的审美把握上出现了一些偏差。特别是一些作品无原则地展示腐败丑恶,展示阴暗的生活和心理,对金钱和权力过度渲染,对人性阴暗面淋漓尽致地展现,对权术与阴谋大肆捧场,甚至对堕落生活方式津津乐道,淡化乃至忘却肩负的时代责任与历史使命的作品,反而得到所谓很好的市场回报。于是,在塑造这一类人物的时候,以挖掘人性的深度复杂性为由而刻意描写和刻画他们的人性“本性”、“天性”甚至人性“丑恶”的一面,成了一种“时髦”;再有,在所谓的“反面人物”身上,以展现人性的深度复杂性为由而刻意挖掘人性的“美好”和“光辉”的一面,用“好人并不都好,坏人并不都坏”的逻辑塑造“正面人物”,也被认为是“艺术的辩证法”;另外,塑造世俗小人物中的正面形象,也往往刻意描写和刻画他们看重身边琐事和“一己悲欢”的一面,有意无意地让人物“矮化”被肯定为“还原生活的本来面目”……凡此种种,实际上都背离了现实主义审美精神和创作方法,偏离了塑造人物的正路。这是我们应该特别注意匡正的一种艺术偏颇。

不可否认,社会变革时期人们原有的观念受到激烈冲击,社会日益多元,人的个性化的独立发展空间越来越大,原有的群体意识渐渐淡漠而个体意识急剧增长,这时,“正面人物”塑造的真实性与可信性也遇到了前所未有的难度。要想在这样的环境下继续吸引多元化的观众,就必须有多元化的“正面人物”形象。像《闯关东》中朱开山所具有的那种朴实的、扎根于民族精神深处的道德力量,像《士兵突击》中的许三多所具有的那种坚忍不拔和超越自我的精神力量,像《人间正道是沧桑》中杨立青所具有的军人信仰的坚定等等。要想塑造得令人信服,无疑是一个十分艰巨的任务。然而,也惟其如此,方显出电视剧文学家和艺术家们创新的艺术才华和出众的人生睿智。