

《私人订制》是一部看不见“人”的电影，它以“取悦”观众名义登场，不过是导演的“私人订制”品，它只对导演的个人趣味和私密动机负责——“一腔俗血”的故事，它“成全”了导演自己，那“恶心”的又是谁呢？

一次无所依归的银幕漫游

□华学琦

对于一部诚意欠奉的电影，要进行诚恳而诚实的评断，是一件错位且让人无奈的事。就像你冲着一连串的光环，奔着某某大导演坚决“为人民”的行业口碑，兴冲冲进了电影院，结果迎接你的是次近乎灾难性的、让人瞠目的观影体验——是的，我一定跟很多很多善良的观众一样，直到走出电影院都不敢相信，这就是冯小刚《一九四二》之后的作为吗？从《无极》到《三枪》再到《赵氏孤儿》，中国的导演大腕们每每上演期待逆转的重头好戏，这一回轮到表现一贯稳定的冯小刚，让人徒觉中国电影世道之乖戾无常。

从《顽主》里的“3T公司”，到《甲方乙方》的“好梦一日游”，再到如今的“私人订制”业务，《私人订制》是一部纯粹的续貂之作（连主人公的姓名都不愿意更换），故事创意上的成色自然一无足观了。话又说回来，不论是续集还是系列片其实都没有关系，电影史上成功的续篇很多，问题不在相似，而在有没有和有些哪些不相似——是用了“新瓶”？还是装了“新酒”？

从形式到内容，影片是铁了心只把旧瓶盛旧酒的。段落式结构、小品化情节、脸谱化人物、异想天开的故事桥段，都是从《顽主》和《甲方乙方》里一板一眼老老实实在学的。尤其让人费解的是，前两部作品的“皮相”扒来了，“魂儿”却丢了个干净。《私人订制》是一部看不见“人”的电影，四个所谓的主角，行为几乎没有动机的支撑，也看不见清晰的指向，他们只是机械而苍白地执行着影片规定的指令，像综艺晚会的节目主持人一样，把几个完全孤立的节目串联一体，惟独忘记了证明自己存在的合法性。《顽主》和《甲方乙方》里的几个“顽主”，虽然也干着荒唐走板的活儿，但要么为谋生，要么为创业，有着现实的烦恼和苦恼，彼此之间不乏情感勾连，也有分歧和冲突；他们也帮顾客实现形形色色的“白日梦”，但在造梦的同时，常常感动和感染了己，尔后有思想上的自省和行为上的反转。除此之外，在影片的格调与气质上，《顽主》重于一种特定时代情绪的宣泄，《甲方乙方》更像是一出道德向善的世俗寓言。反观《私人订制》，一方面，影片拆解了四个主角之间一切情感和思想的勾连呼应，他们本身不输出“故事”，因而也决然斩断了其个性魅力、人格特点生成的可能；另一方面，除了第三个故事马青为了报答环卫工人丹姐，给她订制了一个“发财梦”之外，影片里的“白日梦”及其顾客，和四个主角的情感思维也几乎不产生关联，突兀而生硬地横亘在影片中——他们原本游离在叙事之外，到头来，这种游离居然成为了影片的叙事本身。当然，影片的主创可以辩解道：游离乃至完全割裂独立的段落式结构，也可以是影片的叙事手法；然而，这种反常规的“后现代”做法，不符合《私人订制》作为纯商业电影的类型规律，更构成了对中国观众主流观赏趣味的刻意悖逆。试问，一部完全抹煞人物性格及其魅力光彩、没有情感立足点和爆破点、没有贯穿性的逻辑关联和叙事线索的电影，如何能入人心，如何能获得观众的共鸣？

倘说《私人订制》还有可取之处，便在于影片所涉及的若干现实话题，官场反腐、雅俗之辩、对财富的反思、生态环保，等等。且不说影片对这些话题作出了深刻与否的剖析，不管是嘲讽还是批判，我们至少看到了影片的态度。这一点难能可贵。然而，一部电影要做的，不应该停留在社会观察家的观点集萃之上，主创所有的思想锋芒和精神立场，应当付诸逻辑自洽的美学形态来加以表达。换句话说，电影不是为了呈现观点而呈现观点，而是应该在叙事自身的整体性结构中，通过人的成长变化和情节的推进，看到观点赖以支撑的坚实土壤——在这个意义上，观点的生成过程比观点本身更重要。否则，一部光顾着“吐槽”的电影，和电视台的新闻评论栏目又有什么区别？显然，《私人订制》里提供的主题空间固然是有社会性和价值的，但由于它们是脱离于电影的整体叙事而存在的，所以，这些话题可能衍生的探讨空间，只关乎话题本身，无关电影。电影从不拒绝探讨高深的哲学和社会问题，但前提在于，这样的探讨首先要以电影的方式进行。这并不算是一种苛求，而是电影应该捍卫的艺术边界。

影片里最让人动容的片段，是环卫女工丹姐圆梦后的那一段人生感悟。《时间你去哪儿了》旋律响起，关于失落的梦想，关于朴素的人伦亲情，关于生命的执著，在这个段落里都得到了渲染和释放。看到这里，我下意识地联想起了《非诚勿扰》里的邹柔独自驾车在北海道公路上唱着哀伤的歌曲、潸然泪下的片段。这是导演人生体验的巅峰表达，因其真切，所以动人，然而，它们在影片中的存在如此突兀，破空而来，高蹈而去，美则美矣，和电影本身又有什么关系呢？

有必要申明，青眯冯氏喜剧者鲜有伪道学家。很少有人一边买着高价电影票一边打心眼儿里抵制“俗”，我们欢迎俗，欢迎《泰囧》那样肤浅而单纯的欢乐，欢迎自嘲与热讽，欢迎颂歌，也欢迎批判，但前提是：我们向银幕索取的首先是一部有诚意、有技巧的作品。无论是街边摊的臭豆腐，还是宴会席上的高汤，至少要有几分人味，至少得让人品得出手艺，看得见地道的做工。而这一切，对《私人订制》来说竟成了分外奢侈之物。这古怪的片名一语道破天机，这部以“取悦”观众名义登场的电影，不过是导演的“私人订制”品，它只对导演的个人趣味和私密动机负责——“一腔俗血”的故事，显然是冯导因为《一九四二》遭遇票房滑铁卢的私怨发泄——它独独“成全”的是导演自己，那“恶心”的又是谁呢？我们乐见《私人订制》的票房飙升，可影院里骇人的排片和上座率，透支的就不仅仅是冯小刚导演的信誉了。

行文至此，猛然惊觉该片剧本出自王朔之手，不禁哑然。记忆里的王朔，佻狂愤世，疯而不癫，在惊世骇俗的文字中安放无处寄托的情怀和理想。曾经，他是一个诚实而袒露的时代之子，集聚着一代人散失而叛逆的精神符号。可时至今日，在这样一个幻象缭乱、无根无凭的年代，“顽主”王朔和他一度凌厉的才华，也变得面目模糊，无所依归了。

电影《私人订制》争鸣



平民趣味的彻底回归是《私人订制》的核心体现。主创十分卖力地将“老百姓喜欢什么我们就喜欢什么，老百姓厌恶什么我们就厌恶什么”的创作态度融入影片的每一个细节，没有必要用艺术审美苛责一场磕磕绊绊却热热闹闹的庙会。

以决绝之姿回归平民趣味

□王人凡

纵观当今华语电影圈，能稳坐贺岁档且不惧挑战的，只有王朔和冯小刚这一对编导搭子。《私人订制》是两人继3年前《非诚勿扰2》之后的再度合作，但两次合作的心态明显不同。王朔在《非诚勿扰2》里是有私心的，表面是风光旖旎的贺岁电影，实际明眼人都知道那是王朔阔别公众多年来的第一次自我陈述，是老顽主在年过半百时对自己人生况味的阶段性总结发言，分明是借了他人酒杯，浇自己的块垒。这一次，王朔不再那么复杂，他和冯小刚老哥儿俩手挽手上台鞠躬，面对观众第一句话就是，“您吃了没？”

平民趣味的彻底回归是《私人订制》的核心体现。主创十分卖力地将“老百姓喜欢什么我们就喜欢什么，老百姓厌恶什么我们就厌恶什么”的创作态度融入影片的每一个细节。拿大众反感的事情开涮，拿大众向往的事情煽情，本来就是王朔的拿手好戏，这一次他更是集中火力，对准了三个最容易招人待见的群体挨个儿炮轰。但是，相比于《顽主》时期对于中产阶级知识分子毫不掩饰的厌恶与轻蔑，已过去天命之年的王朔如今温和了许多。如果说在《顽主》里，王朔是将自己凌驾于讽刺对象之上，以一种俯视的态度点评世相，那么如今的王朔则是侧身群众之中，用更为温婉的语调代表大家提出见解。比如对贪腐官员的讽刺，不再采用脸谱式的直接丑化，而是通过圆

梦的方式让范伟扮演的一心想要拒绝钱色诱惑的假领导进行忏悔，从而试图在真实生活里达成一种谅解。姑且不论这种谅解是否能够达成，此番王朔的平民立场的确是成色十足的。

谁都能看出来，李成儒领衔的第二个小故事就是冯小刚作为导演的自我反省。但说白了，这歇道的太过直白，以至于失去了悬念。自1997年以降，冯小刚作为导演的每部作品都已经超越电影本身，升格为一种社会现象。对于殿堂级的厨艺大师来说，菜做的好不好早已不再重要，重要的是他必须承担起引领审美责任的责任。那些年，我们一起追过的冯氏作品几乎成了引领全国人民喜剧欣赏趣味的风向标。冯小刚凭借自己与生俱来的平民情怀和对生活的敏锐嗅觉，一步步将自己的风格固化，形成一只手摸进观众心里并牢牢攥住，逐渐脱离你们爱看什么我就拍什么的讨好观众的初段水平，上升到我拍什么你们就看什么的垄断式话语权。那一个时期的冯小刚似乎逐渐不满足止步于小人物的小世界，特别渴望对家国情怀进行深刻反思，而且他觉得观众也应该必须跟他一起做这件事。谁料到冯导一板脸，观众就摇头，《一九四二》的票房让冯导第一次觉得不好意思面对投资方。观众用脚投出的票让冯小刚迅速明白一个道理——你是负责带着观众高兴的，挖掘人性的事不归你管。虽说“一腔俗血”是聪明人的自谦，却也难能可贵地体现了

冯小刚完成自我梳理后重新拥抱观众的决心。

如果说前两个故事还是编导导演暗藏心机的自我展示，那么宋丹丹担纲的第三个故事就是一场不假修饰的全民狂欢。它不仅仅是马青送给清洁工丹姐的富裕梦，更是王朔和冯小刚送给全国百姓的一餐饕餮盛宴。富有阶层莫名其妙的财富来源，与收入状况明显脱节的高昂房价，正是当下中国的社会生活里最为冰冷的两个环节。对它们进行调侃既是“众望所归”，也是无可奈何。王朔、冯小刚带着观影者在插科打诨里迎来狂欢高潮，又借着丹姐走向胡同深处的背影归于落寞，仿佛是对正在变动中的社会生活进行的一次充满警示意味的调侃。

但是，不管是王朔还是冯小刚，因为从来就没有标榜过自己的电影是艺术。我们也就没有必要用艺术审美苛责一场磕磕绊绊却热热闹闹的庙会。更何况，一个劲儿赔不是的王朔和冯小刚在片尾借着四段道歉，进一步阐明了回归自然（即大众）的心迹。

电影类型短片创投季以全新模式助推电影新秀

由电影频道节目中心(CCTV6)、中国电影导演协会、苏州同里镇人民政府联合主办的第二届“电影类型短片创投季·中国同里”活动梦想导师见面会日前在京举行。本届“创投季”在延续首届的宗旨基础上，全面升级，首次邀请国内优秀导演，一对一携手青年团队，贴身辅导、协力创作的全新模式，为有才华的华语电影青年创作群体提供智力支持与创作助推。

活动当天，乌尔善、薛晓路、非行三位炙手可热的青年导演接受了主办单位颁发的梦想导师聘书，担任梦想导师，为人围前40的剧组成员鼓劲打气。三位导演都是通过自己的第二部作品缔造了票房传奇与口碑佳话。探索类型创作、表达人文情怀，是他们共同的特点。活动中，他们不仅与学员分享了自己在类型创作上的心得体会和经验教训，还一起探

电视剧《大掌门》央视首播 讲述民间艺人的“文化抗战”

电视剧《大掌门》央视首播新闻发布会日前在北京梅地亚中心举行。中共山东省委宣传部、中央电视台电视剧管理中心、中国电视剧制作中心有限责任公司、中共潍坊市市委宣传部等有关部门负责人出席了发布会。

《大掌门》以山东潍坊杨家埠年画和风筝的传承发展作为题材，多角度、立体式地反应了“七·七事变”前后杨家埠的民间艺人和爱国志士，为保护祖传艺术瑰宝与日本侵略者斗智斗勇、拼死抗争的故事，全景展示了杨家埠年画艺人的传奇人生，以一个家族的命运折射时代变迁与民族精神。

据悉，为传承、发扬中华民族优秀传统文化，展现非物质文化遗产产生民间年画的艺术韵味，杨家埠年画的发展历史、制作工艺将首次呈现在荧屏上。该剧由中国电视剧制作中心有限责任公司、长春电影制片厂、青岛深现代文化发展有限公司联合出品，汇集了张桐、童瑶、曹力、国歌、姜超等演员，已于12月23日起在中央电视台电视剧频道黄金时段播出。

(刘秀娟)



电影频道推出“中国梦”新片展播

为积极响应中宣部、文化部、国家新闻出版广电总局、中国文联、中国作协五部委联合发出的《在全国范围内开展以“中国梦”为主题的文艺创作活动的通知》，日前，电影界集合一批最新、最深沉、饱含家国情怀的现实主义国产电影新片，以展播的形式展现影像中的中国力量，读百姓心中的梦想，力争通过电影的魅力将“中国梦”传递到千家万户。2014年1月1日至10日，电影频道(CCTV6)每晚连续播出《目标战》《卒迹》《东方中国梦》《龙凤村儿女》《何二狗的名单》《共青城》《甘南情歌》《门巴将军》《我们是冠军》《铜城故事》共10部新片。这些影片没有知名导演、没有大牌明星、没有动辄上亿的巨额投入，也没有充满噱头的情节，然而它们却

体现了社会主义核心价值观，传递着正能量。电影频道“中国梦”新片展播旨在通过优秀作品激发更多以“中国梦”为主题的影片涌现。

此次“中国梦”新片展播皆“根据真实事件和真实人物事迹改编”，这些影片在现实生活中都能找到原型，因为中国梦不仅是理想、是目标、更是现实。《目标战》以我军54集团军下的红一连为原型，《东方中国梦》以深圳华大基因研究院青年科学家为原型，《卒迹》以提出要建立的“中国第一个村级市”的河南省濮阳县庆城镇西辛庄村党支部书记李连成为原型，《门巴将军》将西藏军区副司令员兼总医院院长李素芝的事迹搬上银幕，《甘南情歌》里的主人公原型则是红色医生李贡、草原医生王万青。此外，《东方中国梦》着重展现了三代科学家技术兴邦的“科技强国梦”，《龙凤村儿女》传达了大学生科技兴农、发家致富的“新农村梦”，《共青城》讲述了共青团模范带头人带领破产企业重铸辉煌的“事业梦”，《甘南情歌》再现了年轻的医科大学生扎根草原奉献自我的“青春梦”等其他展映的影片《我们是冠军》《铜城故事》《何二狗的名单》也都生动、形象、流畅地展现了“体育强国梦”、“救死扶伤梦”、“富国裕民梦”等，这些故事的主人公来自各行各业，他们用榜样的力量感染着你我他，他们身上可信、可亲、可敬、可学的真实事迹为“中国梦”做了最好的注脚。

(艺文)