■新作点评

知青自我救赎的再出发

——电视剧《返城年代》观感

□张抗抗

反映20世纪70年代末“老知青”返城创业生活的30集电视连续剧《返城年代》，在“两会”期间开播，令人欣喜。

该剧编剧梁晓声是人所共知的优秀作家，全国政协委员。导演李文岐的《雪城》《赵尚志》《李小龙》等作品，曾获电视剧“飞天奖”、“五个一工程”奖等诸多国家级影视艺术重要奖项。

李文岐和梁晓声，是“编”与“导”长期合作的典范，可谓持续近30年电视剧创作的“黄金搭档”。继《雪城》《年轮》之后，他俩因《返城年代》又一次联手。老知青战友、文友再加哈尔滨老乡，相知相惜，配合默契。电视剧《返城年代》，描绘了改革开放“社会转型”与老知青个人命运转折的双重变奏，是老知青告别过去的历史集体记忆，呈现出宏大叙事的史诗品性。

“返城”是知青上山下乡运动的终结，也是知青重返城市、重返社会的一个新的人生起点。新时期之初，“知青”这一身份被逐步消解并重新定义。知青返城后经历的种种艰辛、求学谋生、成家立业，恰好与改革开放的汹涌大潮同步。他们在“积重难返百废待兴”的社会状态中重新寻找自身定位，在茫然与彷徨中开始不自觉的探索和实验。老知青在这个过程中的自我救赎、自我重塑，是城市改革的“原动力”之一，也是80年代社会变革实践的标志性成果。

如今，老知青一代人已年逾花甲，岁月已老，而留在我们心里的“过去”，却仍有“过不去”的情愫与纠结。而恰恰是“过不去”的那些沟坎，构成了重温历史、追溯历史的必然和必须。在这个影视商业化娱乐化的年代，李文岐和梁晓声不跟风不从众，以良知、勇气与执著，赋予了“知青”这个老话题以新的生命活力。为老知青一代人、老知青后代、以及曾与知青生活有关联的普通观众，以及对“文革”一无所知的年轻人，留下了一份具有历史批判意识的“备忘录”。

这个新的切入点，就是“昨天”、“今天”与“明天”的关系，也是知青与“文革”的关系、知青与改革的关系。这个“关系”，正是戏剧的“矛盾冲突”，由生活中的矛盾冲突，衍生为戏剧情节。而冲突的设置一旦虚假，就会造成情节的虚假。《返城年代》以真实生动的老知青人物群像，呈现了这种“关系”的复杂性，因而具有可贵的史学价值。

“昨天”的知青，曾经叱咤风云踌躇满志，当理想之舟搁浅而黯然返城之后，从理想跌落现实，才发现面对“今天”的自己，竟然比先前的贫困更加一无所有。70年代末是一个一无所有的年代，所有的中国人都一无所有。而知青在回到生长的城市之后，发现自己除了无房无钱无谋生技能的“一无所有”之外，更严重的是自己知识文化的缺失、精神的贫乏、观念的落伍。“文革”时代没有“社会”只有“集体”，当老知青被抛出以往的“知青集体”，还原为孤立无助的个体之时，如何重新融入社会，需要跨越的最大障碍是自己。《返城年代》男主角林超然，深受知青拥戴，有能力有正义感有号召力，得到市领导老干部的赏识，被破例调入知青办当了干部，却在体制的束缚下无可作为。他毅然辞去知青办的“铁饭碗”，从“体制内”到了“体制外”，带着几个哥儿们自发组成知青小团队，帮人刷墙卖饺子修自行车，自谋生路挣钱养家。当老知青处于别无选择的困境中时，也

就具备了通常所说的“置于死地而后生”的可能性。“个体户”是那个时代带有歧视性质的称谓，用今天的语词，应该是“自主创业”。由此看来“自主创业”的发明权，应该属于老知青。在知青后半生为生存发展所进行的“极地反击”中，他们所拥有的是知青时代留下的惟一财富——顽强坚韧的个性、自觉或不自觉的社会责任担当。这是一个矛盾体互补的两面：知青在苦难中锻造的顽强与坚韧的意志，帮助知青度过了比知青年代更艰难的岁月，由此突破，绝路逢生。

在这个意义上说，《返城年代》对历史所采取的客观辩证的态度，仍然不失梁晓声、李文岐积极进取的一贯风格。

但《返城年代》中80年代蓬勃的阳光，并没有掩饰或规避“昨天”的阴云。返城知青正处于新旧交替时代的夹缝之中，不彻底清理清算“昨天”的旧账，就无法坦荡地走向“明天”。剧中男二号罗一民以及另一个知青何春晖的故事，可作为两个互相映衬的对比。小铁匠罗一民当年暗中喜爱一个女同学，却在无意的玩笑捉弄中导致女同学冻伤致残，回城后，他一直被自责悔恨折磨，经历了反复的内心挣扎后，在知青哥儿们的支持下，最终对受害人表达了歉意。我们可以认为，《返城年代》是在替所有的知青，向“昨天”被自己的愚昧无知伤害过的人公开道歉。感谢《返城年代》，向李文岐和梁晓声的真诚致敬！

而何春晖却是另一番情形。他在“文革”中曾经动手打过林超然的岳父何校长，回城后，既希望能被何校长录用为该校教师，又没有勇气对何校长说出自己的悔恨。何校长以德报怨宽恕了他。而何春晖却几番犹豫徘徊拖延，当他终于下决心忏悔的时候，却已经永远错失了机会……

面对当下而言，这不失为一个意味深长的警示——岁月不会给我们太多的时间，当受害人相继离世，留给我们的，将是无尽的追悔。

《返城年代》中多位知青人物群像的塑造，也别有新意令人难忘。编剧和导演充分运用了幽默风趣的东北语言优势，使得人物性格丰富饱满。几个家庭不同时代的命运变迁、知青之间今昔迁延的情感纠葛，在导演的人性化处理下，超越意识形态的藩篱，充满温情和包容的人文关怀。剧情的推进跌宕起伏充满悬念，细节、服饰、场景、音乐还原了浓烈的80年代气息。李文岐导演擅长的东北风情和哈尔滨城市风光，为老知青的奋斗与甘苦，铺设了纯美而明亮的视觉背景。

《返城年代》告诉我们：知青一代人，恰恰是在经历了返城的“二次冶炼”后，他们之中的一部分，才真正成为有文化、有知识、有独立思考能力的人。然而，当他们终于拥有了这些宝贵的精神财富之时，老知青已逐渐步入了中年和老年。在这个意义上说，这是一部亦喜亦悲的悲喜剧。

《返城年代》完成于2011年，播映于2014年。我们期待着该剧所呈现的历史自觉及超前意识，能够对今人有所启悟，以此观照明天。

（作者为全国政协委员）

来自两会的声音

王兴东委员：呼吁建立开辟儿童观看电影的影院影厅

2013年11月22日《文艺报》刊发的《儿童应该有自己的电影院》一文，呼吁关注儿童影院建设，引来了业内和社会的一致叫好。近年来，随着电影产业的发展，中国电影的各项数据节节攀升，2013年，全国电影总票房达到了217.69亿元，故事片产量638部，全国新增银幕5077块，总数达到18195块。在这些庞大的数字背后，依然是那些进口商业大片和国产情爱、武打、枪战片充斥影院，这类影片成为影院主流影片在强势公映，而真正为孩子们拍摄的电影却少之又少。缺少阵地、没有市场、没有影院上映，在火热的城市院线里，家长们很难为自己的孩子挑选到不含暴力、色情、凶杀、恐怖内容的真正的国产儿童电影。

去年举行的第12届中国国际儿童电影节“儿童电影论坛”上，与会者们普遍认为，我国每年拍摄了很多好的儿童电影，但由于商业原因，院线不愿意发行。商场里有专营儿童食品的柜台，医院除有专门针对儿童的科室，还有专门的儿童医院，为什么为孩子们拍摄的电影却始终找不到合适的放映地点。实际上，新中国成立后，各大城市都建立了各自的儿童电影院，供小学、中学包场看电影用，起到了很好的电化教育作用。但在市场大潮的冲击下，很多此类影院都更改门面，在商业利益的驱使下，加上档期和排片的不公，专门给孩子拍摄的影片无法上线。很多城市豪华电影院多达10个厅，如果拿出一个厅作为固定放映儿童电影的影厅，为儿童影片提供放映的场所，不仅能满足孩子们的观影需求，而且能很好地培养他们的观影习惯，帮助他们建立正确的人生观和价值观。为此，我呼吁建立为放映儿童电影专门设立影院或开辟影厅。

中国是世界上孩子最多的国家，从创作角度说，儿童影院的设立，还可能激发更多的电影出品人和电影创作者投身儿童电影的创作，他们可以不再为影片拍出来能否公映、何时排片与什么时间段放映而烦恼。有了大批爱孩子的电影人，有了专门放映儿童片的场地，每年出品的儿童电影就可能远远不止现在的50部左右了，再加上大量的动画片、引进片，片源不成问题。

从观影者看，家长想带孩子看电影，现在有什么儿童电影？哪家影院在放映？排在什么时间段？没有明确的目标。如果每个城市能有一两个专门放映儿童电影的影院，家长随时可以带着孩子去影院。每周的双休日或每年的寒暑假，孩子们除了电视机、电脑前的单调生活，看电影也是他们的文化需求。看电影是熏陶，也可增长文化知识，满足了孩子们观影需求，培养了中国未来观看电影的群体，从小看电影爱电影，长大才能成为电影市场主力观众群，甚至培养了孩子对电影艺术的兴趣。

建立少年儿童影院和影厅，不仅为未成年人提供了文化园地，也成就了中国儿童电影的放映窗口，对于提高中国儿童电影质量和产量也是必通之路。同时，对丰富少年儿童文化生活、关心儿童健康成长来说，也是具体的爱心体现。因此，在考虑院线利益的时候，切切不要急功近利，应从长远着想从未来计议。传递核心价值观的电影，对于孩子们是一生受益的。

院线开设专门的儿童主题影院从长远看一定是挣钱的。观影其实是儿童主题影院的一部分，后电影产品开发、销售，儿童娱乐的配套，都是儿童主题影院探索的商业价值。

电影是每个儿童梦想的陪伴，影院是童年记忆中最难忘的、生动形象的教堂。好的儿童电影对孩子们品德素养、艺术鉴赏、文学想象、审美情趣的培育至关重要。真心希望有条件的城市开辟儿童电影院，有爱心的影院开辟儿童电影厅，为孩子们营造一个属于自己的影像天地。

近70部新片三月电影频道首播

《信义兄弟》

3月，电影频道推出了“感动”主题月，近70部不同类型风格的影片将陆续呈现在观众面前。

3月3日至7日每天11:40时段，电影频道将连播5部以“感动中国”获奖人物为原型创作的电影：《我叫阿里木》《信义兄弟》《从心开始》《甘南情歌》《为爱而来》。这5部影片均由电影频道出品，从不同角度还原了原型人物感人至深的故事。《信义兄弟》讲述了湖北省黄陂农民工孙水林、孙东林兄弟接力还债的故事，呼唤当前中国社会缺乏的诚信；《我叫阿里木》通过在贵州毕节卖羊肉串的维吾尔族退伍军人阿里木资助失学儿童的故事，阐释了“友善”这一社会主义核心价值观，也反映了民族大团结的主题；《从心开始》拍成了唯美爱情片，突出由“爱”出发并对爱情真诚守望的执著；《甘南情歌》则将爱情、事业两条线交汇于心中乐土，找到爱的人与爱的事业，这既是剧中人的幸福，也是人人企盼的幸福。《为爱而来》凸显工人朱邦月照顾朋友患重病妻儿一诺千金、重情重义的传统美德。一般来说，英模题材往往很难突破，因为英雄模范人物常会令公众产生距离感，虽然是真人真事，拍出来反而不那么容易接受。这5部电影从电影艺术的角度出发，通过将英模片进行类型化和艺术化的处理，实现了思想性、艺术性、观赏性统一，延伸并放大“感动中国”颁奖晚会中那些原型人物带给观众的感动。

为配合3月5日学雷锋日，电影频道特推出《雷锋叔叔的故事》短片。该片缘起是不久前一张雷锋和两个小女孩合影的老照片被首次发现，电影频道特派摄制小分队赶赴照片中两位“女主角”如今生活的地方，听她们讲述照片背后的故事，最终制作成这样一部短片。“雷锋不只是做好人好事。”据该片导演范玲介绍，这两个小女孩都曾受过雷锋的辅导，也都有着自己对于“雷锋精神”的理解，并将其传承给后来的人。短片诠释的“雷锋精神”并不是空洞的口号，而是有着实实在在的内涵，曾经实实在在地感染过这两个人，也激励她们用实实在在的行动去感染更多的人。

除了上述主打电影外，还有多部主打“感动”的影片集中展映，如《周恩来的四个昼夜》《团圆》《走路上学》《孔二皮进城记》《极限救援》等。特别值得关注的是，3月10日至14日每天上午9:40时段，将推出司法题材影片展播，包括《司法老杨》《冬去春来》《无枪》《清淤》《边防站》等。此外，还将安排首播41部国产影片和29部引进片，这其中，有表达三峡移民后代怀念家乡、关心家乡发展的情感，向世界展示三峡工程和区域旅游发展所取得的伟大成就的影片《三峡人家》；有改编自超高人气热播同名电视剧的《金太狼的幸福生活》；有以“跑酷”元素为亮点的爱情喜剧《宝贝快跑》等首播国产片，也有根据知名动画剧集《降世神通：最后的气宗》改编而成的科幻动作大片《最后的风之子》、好莱坞巨制《指环王：王者无敌》等。

（影 文）

■关 注 2013中国电影国际影响力全球调研数据发布——

中国电影海外传播现状不容乐观

□本报记者 徐 健

日前，在中国文化国际传播研究院（AICCC）与《现代传播》杂志社联合主办的2013中国电影国际影响力全球调研数据发布会上，中国文化国际传播研究院院长黄会林向媒体发布了2013年中国电影国际传播的相关数据及调研分析。本次调研共回收1436份有效问卷，涉及99个国家，40种母语的人群。调研报告重点就汉语水平对受访者观看中国电影的影响、不同母语区的受访者观看中国电影的状况、选择网络为主要观看中国电影渠道的受访者的行为特点以及受访者对中国类型片的评价等方面展开分析并提出有针对性的建议。调研结果显示，国产类型电影依然主打动作片和功夫片，其他电影类型缺乏吸引海外观众的有效因素；功夫片创新能力不足，对外国观众的吸引力正在下降；过半数受访者不了解中国的任何国际电影节，中国国际电影节距离真正国际化尚有一段距离。

功夫片依然受欢迎，但需理论创新

报告显示，尽管受访者观看中国电影数量、走进电影院观看中国电影的意愿均比去年有所降低，但是功夫片和动作片依然是外国观众最喜欢的中国类型片。受访者最不感兴趣的中国类型电影是音乐片和恐怖片。就功夫片而言，约 50%的受访者认为功夫效果是他们选择功夫片的主要依据。喜爱功夫片的观众希望到中国旅游、了解中国文化、学汉语、学功夫。功夫片是中国独特的成熟类型片，具有中国特色的制作体系和技术体系；它以中国传统文化中的“江湖”为故事背景，具有明显的中国特色，在促进中国文化国际传播，吸引外国观众到中国学习、旅游方面更具优势。

但成熟并不代表可以坐享其成。近年来，功夫片、动作片出现了一些不好的趋势。表面上看是情节过于复杂、缺乏条理，如《鸿门宴》《血滴子》《富春山居图》 等；而根本原因是电影传达的厚黑学较多，缺乏对人生、对社会的正面关照和引导。报告指出，如果不加强创新，这一类型很可能被观众抛弃。除了要在故事内容、表达方式上有所改观外，报告认为，还必须在功夫效果上有所创新，在电影场景和故事情节上体现明显的中国特色。此外，理论创新也不容忽视。从李小龙功夫片到《卧虎藏龙》，不仅是功夫片风格的改变，也是功夫片理论的进步。从《卧虎藏龙》到新一轮热潮的关键是找到理论上的突破口。而其他类型电影也需要吸取国际上成熟的制作经验，研究受众需求，明确类型特征，将中国特色文化与类型电影融合，形成具有中国特色的类型电影。

中国电影节国际知名度较低

目前，国内有影响力的电影节、电影奖不下10个，但报告显示，中国电影节在国际上的知名度还是很低。超过57%的受访者根本不知道任何中国电影节或者知道一点、但不了解。香港电影金像奖创办于1982年，上海国际电影节创办于1993年，两个老牌国际电影节在国际上的知名度依然较低。北京国际电影节创办于 2011年，虽然非常年轻，但是知名度已经可以与香港和上海的老牌电影节比肩。背靠北京丰厚的文化资源，北京国际电影节更有希望成为真正国际化的电影节。

报告认为，中国电影节的国际化首先要解决定位问题。北京、上海、香港分别植根于“京派”、“海派”及国际化的文化区域，具有不同特色。作为中国国际化程度最高的三大电影节在定位上既要突出国际化，也应当彰显中国文化元素，既要有相互竞争，也应当相互合作，共同推动中国电影的国际传播。此外，一流国际电影节最重要的是能够吸引国际一流水平的作品，制造具有国际知名度的明星。国际化的根本立足点还是国内电影业的发展。中国电影节应当立足国内，大力推广中国电影作品，鼓励年轻导演和演员创作。

现实题材电影很难吸引外国观众

报告显示，约 59%的受访者没有看过或很少看中国现实题材电影，大部分受访者对中国现实题材电影不感兴趣。而看过中国现实题材电影的受访者大多认为这类题材电影有独特性、与其他媒体反映的中国现实不同、能够反映中国人的真实生活。这说明，中国现实题材电影在创作和传播上存在较大问题。现实主义电影不是对生活机械的反映，而是通过摄像机捕捉现实生活中闪光的瞬间，融入作者对现实生活的思考。中国现实题材电影缺乏打动外国观众的力量，说明它无法满足观众了解中国社会的需求，没有成为反映中国社会现实的独特渠道。报告认为，中国现实题材电影的创作者应当认识生活、记录生活、干预生活，在对中国社会现实的认识上达到社会学家的高度，按照历史学家的标准记录生活，以奉献社会的热情干预生活，努力将电影打造为其他媒介无法取代的了解中国社会的渠道。

同时，报告还显示，在网络上观看中国电影的受访者对中国类型电影的评分较高、观看数量较多，他们选择中国电影更看重网上预告片的质量，认为中国现实题材影片具有独特性，能够反映中国社会现实。网络成为外国观众获得中国电影信息、观看中国电影的主要渠道。

多鼓励青年电影工作者投入创作

2013年上映的《人再囧途之泰囧》《致我们终将逝去的青春》《北京遇上西雅图》令青年导演徐峥、赵薇、薛晓璐等获得票房上的成功。他们的成功为中国电影增添了新活力。这些青年导演都有多年从业经验，熟悉中国电影行业的游戏规则。他们了解中国社会的现状及普通人的精神诉求，因此创作出的作品 “接地气”，获得了主流观影人群的认可。报告认为，自上世纪80年代电影导演辉煌时代之后，中国社会不断变革，开放程度越来越高，主流电影观众的需求和品位不断转移。以表现社会矛盾和文化寻根为主题的电影慢慢被观众抛弃，年轻观众具有更广泛的国际视野和信息接受能力，更关注身边发生的事情。宏大的历史和文化传统不再是电影的主角，而是年轻人眼中的故事背景，他们需要在电影中找到认同感和存在感。在这样的背景下，年轻导演走向前台具有必然性。

报告认为，中国电影走向世界并不是通过简单表达 “人类共通价值观念”和 “民族特色”就能实现的，而是一项系统工程。它需要政府主导、民间参与，最重要的是需要一支具有国际化视野、能够准确把握国际市场潮流的青年电影工作者队伍。2013年涌现的青年导演就是很好的起点。但是，只有两三个人是支撑不了中国电影市场的，而许多具有才华的青年导演却因缺乏机会被埋没。因此，应当从政策的层面鼓励青年电影工作者创作，在资金上向这些青年导演倾斜，因为他们才是中国庞大电影行业的基础和未来。

地址：北京市朝阳区农展馆南里10号 邮政编码：100125 总编室电话/传真：(010)65003319 新闻部电话/传真：(010)65002492 宣传发行部电话：(010)65935482 广告许可证：京朝工商广字0065号 零售每份0.70元 印刷：中国青年报社印刷厂