农村题材电视剧：繁荣背后的无奈

本报记者 黄 海

《金色农家》剧照

“说实话，刚开始对这部电视剧根本不感兴趣。但是慢慢看下去，越看越觉得有意思。”近日，农村题材电视剧《金色农家》在央视一套刚刚播完，就有网友在天涯论坛发帖讨论这部电视剧。而这部电视剧不仅是央视为庆祝新中国成立60周年献礼剧目中的首播剧目，也是其中惟一一部农村题材作品。它的播出再次引发了人们对农村题材电视剧的关注。

创作迎来小高潮

自2002年以来，农村题材电视剧迎来了一个创作和播出的小高潮：《刘老根》、《圣水湖畔》、《希望的田野》、《插树岭》、《喜耕田的故事》、《乡村名流》、《清凌凌的水蓝莹莹的天》、《别拿豆包不当干粮》……展现农村人农村事的电视剧一部接一部的出炉，而且收视成绩都还不错。

为什么会出现这样的现象？中国传媒大学影视艺术学院教授倪学礼告诉记者，最主要的原因来自于各界对“三农”的关注，“中国目前进入了全面建设小康社会的新时期，工业反哺农业、城市支持农村，新农村建设悄然兴起，‘三农’问题被提到了战略发展的高度上，这些都是农村题材电视剧繁荣的宏观大背景。在政策上，广电总局更是一直鼓励关注‘三农’，提倡农村题材电视剧的创作，也是一个重要的背景性因素。”

另一方面，农村题材电视剧的繁荣也与其特色有关。纵观近两年的农村戏，无不透着一种鲜活质朴的乡土气息。方言、土语、俗话，这些民间语言的运用常常让人忍俊不禁，而剧中的人物形象也个个鲜活生动，刘老根、马大帅、马莲、喜耕田、刘能、靳诚……这些农家人善良淳朴、乐观向上，身上还带着普通人都会有的各种各样的小毛病，让观众备感亲切。在古装剧、宫廷剧、情感剧、武打剧充斥的荧屏，这股农村风反而显得清新脱俗，也便成了主角。

有专家指出，在市场经济的冲击下，一味追求感官刺激的观众曾经使超现实题材大行其道，但这些作品很快给受众带来审美疲劳，现实主义的回归正逢其时。而以农村的发展为切入口，写发生在老百姓身边的事情，正迎合了这种回归。

除此之外，农村题材电视剧在生产制作上还有其特别的优势。电视剧《喜耕田的故事》执行导演魏永刚告诉记者，农村题材电视剧的大量出现还与其拍摄成本有关，“一般农村题材电视剧如果不用明星的话，制作费用可以压到很低。而国家政策也鼓励创作反映农村生活的电视剧，因此，从中央到地方，各级政府都会给予一定的支持，这都在客观上促进了农村题材电视剧的繁荣。”

情节雷同 编剧缺失

不过，在农村题材电视剧表面繁荣的背后，也存在着一些不容忽视的问题。有南方观众就反映，这些农村剧离他们的生活太远。的确，目前我国农村题材电视剧多以东北为地域背景，大多数反映的是那里农村的生活，啃玉米棒子，唱二人转，说东北方言，然而这样的生活场景和语言环境却成为其他地域观众观赏的障碍。我国幅员辽阔，如何拓展创作题材，提升审美内涵，适应不同地域观众的收视习惯，正越来越成为当前农村题材电视剧创作的一大难点。

此外，农村题材电视剧情节雷同的倾向也很严重。魏永刚告诉记者，目前大多数的农村电视剧都脱离不了脱贫致富的主题，他甚至半玩笑地总结了大部分农村题材电视剧的情节：一个人或两个人，很有能力，思想先进，然后克服种种困难带领村民共同奔向小康生活。这样的倾向也使得某些电视剧主旋律色彩浓厚，不仅城里人不爱看，农村人也觉得太虚假。

雷同反映的其实是农村题材电视剧编剧的缺失。“优秀的编剧太难找了，而能够扎根农村，有农村生活实践的编剧更是难找。”魏永刚告诉记者。倪学礼也表示，目前某些农村题材电视剧的编剧往往不能准确把握真正的农村生活，触及不到农村社会的真实问题，有些还会为了迎合某些政策需求来编些脱离事实的故事。

“农村电视剧编剧的收入也远远低于其他类型的商业剧，再加上农村剧往往不如商业剧赚钱，越没钱越没有能力请更好的编剧，如此一来就形成了恶性循环。”魏永刚说。

也因此，目前农村题材电视剧虽然数量多，但在思想内容的深度上往往挖掘不够，真正令人荡气回肠的佳作少之又少。有不少剧作反映的还是变形了的农村现实。“其实农村有很多事物值得关注，看农村也有很多不同的角度，不一定非得是脱贫致富这一个主题。我手头有一个关于农村医疗改革的剧本，角度就很新颖，而我们目前正在河南拍摄的农村题材电视剧《湖光山色》就把重点放在了农村人的情感问题上，我希望能有更多的电视剧更全面更真实地呈现农村现实，而非脱贫致富。”魏永刚对记者说。

播出怪圈

除了创作本身的问题外，农村题材电视剧在投资及发行方面也还存在一系列的问题。一位业内人士告诉记者，在拍摄农村题材电视剧时，制片人普遍把“宝”押在中央电视台的播出上，这一方面是因为农村题材电视剧收视率存在一定风险，卫视和地方台很少购买，即使购买价格也很低；另一方面，是因为只有在中央电视台播出，才能基本收回成本，也才能形成一定的影响力。

“农村剧一般都是只播一轮，而如果这一轮没有在央视播，那基本上意味着这部剧要石沉大海了，也意味着成本很难收回。如果想保证收视率，让地方卫视也购买，那就必须起用明星，但起用明星就意味着高制作费，这是很多小的制作公司难以承受的。”魏永刚告诉记者。

另外，农村题材电视剧在投资制作上也存在怪圈。倪学礼告诉记者：“目前几乎没有民营影视制作公司投拍农村题材电视剧，因为没有多少收视率，也不赚钱。大多数都是政府在投资。”有了政府参与，农村题材电视剧既能保证资金来源，同时地方政府也可借机宣传本地，一举两得。据了解，《金色农家》的拍摄地辽宁盘锦大洼县上口子村就因电视剧而发展起了农家旅游，带动了当地经济的发展。而在发行方面，地方政府又能动用政府关系，确保电视剧上央视一套的晚间黄金档，对于扩大电视剧的影响力也有好处。

但电视剧制作跟政府联姻的一个不良后果便是，电视剧创作失去自我，往往会在其中加入若干或宣传当地或响应某些政策号召的内容，主旋律色彩浓厚，而对现实尖锐问题的反映有所减少。另一方面，政府的参与还会导致电视剧无法真正参与到市场竞争中，不接受市场的检验，其质量也难免下降。

7月31日，“前进，前进，前进进——庆祝新中国成立60周年电影系列活动”在北京中国电影博物馆拉开帷幕。活动期间将举行新中国电影60年国产影片成就展、新中国电影60年国产影片剧照展、“电影人生”座谈会等7项活动。图为田华（前左）等艺术家在“新中国电影60年国产影片成就展”上参观。

新华社记者 公 磊 摄

有话就说

类型剧不是跟风的借口

王 檬

“跟风”这个词其实并非为时尚界所独有，打开电视就会发现，当下的电视剧也在进行着一轮又一轮的“跟风”，《亮剑》之后是军旅题材横扫天下，而《潜伏》过后又是谍战剧充斥荧屏，以至于在电视剧领域出现了类型化的倾向。

不可否认，某个阶段某种类型电视剧火爆确实和观众的心理需求有关，琼瑶剧、清宫戏、情景喜剧、家庭伦理剧、战争剧、谍战剧，每个阶段的热潮都切合了当时大众对精神追求的选择。观众的热捧是创作最好的指路牌，文艺为大众服务的宗旨也催生了相似类型作品的诞生，能够在有效时间内满足观众的审美需求，又能规避风险，降低成本，效益产生短平快，制作单位何乐而不为？

然而电视剧的类型化不同于其他领域，其他领域的类型化可能满足了不同人群的不同消费需求，价格有高低，消费有梯度。而电视剧则不能以自身投资价格的高低来选择观众，更不能用小众的消费换来大众的口碑，所以，电视剧“类型化”之后往往会给人创意贫乏、故事老套、视角陈旧的感觉。

其实，任何领域的创新都不是凭空想象出来的，都是在原有的基础上通过模仿改造而来的，所以模仿跟风并不可怕，可怕的是只有跟风模仿而没有创新。

《还珠格格》之所以大热荧屏，是因为它抢先一步突破了古装戏“戏说历史、才子佳人”式的套路，欢快另类的人物设置给人新鲜的感受，而随之而来的“各类格格”则模仿痕迹太重，故事毫无生气。《我爱我家》受热捧，是因为它开了中国情景喜剧之先河，而之后的《候车大厅》等虽然继承了它的外部构造却没能抓住观众的心理和眼球，故意的插科打诨只带来了尴尬。几年前推出的《武林外传》，通过巧妙的转换时空、故事衔接和人物刻画将现代故事放回古代，时空倒错感吸引了不少观众。所以说，不是体裁陈旧，不是类型雷同，关键是作品的内涵。

找寻类型化题材中的创新点应当成为我们电视剧从业人员的工作重点。正所谓“十年磨一剑”，慢工出细活，多花点心思打磨，多用点功夫研究，相信这样的作品总归是让人期待的作品。在观众对我们的电视剧一再报以宽容的同时，从业人员是否应当调整一下创作思路？作为以创意工作为主的电视剧从业人士，一方面创作需要沉淀，需要积累，另一方面，创作也需要突破，需要爆发。使二者最大可能的扬长避短，各尽其职是树立口碑的好办法。

梳理之下，让我们不妨对“类型潮”看淡一点，对精品的意识加强一点。不管黑猫白猫，抓到耗子就是好猫。这句话很对，不管什么题材，什么时间出现，能引人共鸣、群众喜爱就是好作品。

下一代广播电视网上海开建

据新华社消息 （记者许晓青 张建松）7月31日，科技部、广电总局和上海市人民政府共同签署了中国下一代广播电视网（NGB）建设示范合作协议，标志着中国下一代广播电视网进入实质性推进阶段。

中共中央政治局委员、上海市委书记俞正声，全国政协副主席、科技部部长万钢，中宣部副部长、广电总局局长王太华，上海市委副书记、市长韩正出席签字仪式。

中国下一代广播电视网以有线电视网数字化和移动多媒体广播电视成果为基础，采用自主创新的“高性能宽带信息网3TNet”核心技术，将用2至3年的时间在全国主要城市建设示范网，用10年左右的时间建成中国下一代广播电视网，使之成为以“三网融合”为基本特征的新一代国家信息基础设施，促进我国电子信息产业、现代服务业和文化产业的发展。

上海市是示范网的重要组成部分。预计到2010年年底前，上海地区将完成50万户示范网络建设。

《鹤乡谣》获国际儿童电影节大奖

本报讯 近日，从2009美国圣地亚哥第六届国际儿童电影节组委会传来消息，由中国野生动物保护协会、福建省委宣传部、福建省文化厅监制，福建省文艺音像出版社创作、摄制的以宣传环境保护和国家一级保护动物丹顶鹤为主题的数字电影《鹤乡谣》从全球175部参展影片中脱颖而出，获得了2009美国圣地亚哥第六届国际儿童电影节组委会“优秀影片奖”，该片摄影师于小军获“最佳电影摄影奖”。

《鹤乡谣》是一部反映儿童教育和农村生活的主旋律题材故事片，影片聚焦于湿地深处的国家一级保护动物丹顶鹤，并通过猫崽、蝶妹、栓柱等主要人物生动展现了野生动物保护和环境保护的深刻主题。 （苏金兴）

影视人语

王长田：做娱乐产业要和明星保持距离

“我们了解娱乐界”是《娱乐现场》的宣传口号，也是光线传媒与观众之间的桥梁。如今，这档娱乐新闻报道节目依然坚守在最前线，成为中国娱乐界忠诚的记录者，而光线传媒也成为中国最大的民营传媒娱乐集团之一，其领军人物王长田更将触角伸向了娱乐界的方方面面，电视节目、娱乐活动、电影，还有娱乐报纸。最近，光线传媒还拿到了北京银行2亿元的电影打包贷款。有意思的是，尽管是以娱乐新闻节目起家，在娱乐圈做得顺风顺水，但王长田却不若同行业其他老板们那样，变成跟明星饭局不断甚至绯闻缠身的娱乐人。从某种程度而言，这位娱乐圈的幕后推手是不折不扣的生意人，他认为和明星保持距离对生意是好事，“我个人爱不爱娱乐跟公司的业务做什么是两码事，事实上，你不能太爱你的业务，我跟所有的明星都没有接触，跟他们接触对公司没有多大帮助。不可否认，确实有很多人是因为热爱这一行，热爱明星才做的这门生意，我反而是因为喜欢这个生意而不能太热爱这些人。不然到后面就要考虑，有些关系是不是要照顾？是不是要满足个人心理需求？”

（王长田，光线传媒总裁，资料来源：《南都娱乐周刊》）

胡玫：做一个“小”电影不如拍一部“大”电视剧

正在央视热播的电视剧《望族》与《乔家大院》、《大染坊》一样都是商战剧。对于导演胡玫而言，商战题材并不陌生，因为出自其手的《乔家大院》已珠玉在前。也正是这个原因，人们对《望族》的期待也多了几分严苛和挑剔。对此，胡玫近日在接受记者采访时表示，其实早在拍《乔家大院》时就想拍一部讲述民族资本发展史的电视剧。“我对上海民族工业的历史一直情有独钟。在拍《乔家大院》时就已经注意到，乔致庸的后辈乔英霞把生意做到了上海，算是执民族工业之牛耳，我当时想为什么不拍乔英霞的故事？那时候西方资本进入中国，大量的有识之士，民族工商业的志士仁人，为民族工业振兴付出了巨大的努力。我期望透过两个家族的命运与发展，以及由此交织而出的跌宕人生，从中窥看中国民族资本的发展史。”

除了电视剧的高产和热播，胡玫还是个不折不扣的电影导演。即将杀青的大制作《孔子》让胡玫成为了在电视和电影间游走的人。但胡玫表示，对她而言，在创作过程中并没有什么是电影什么是电视剧之说：“做一个小电影不如拍一部大电视剧，那样表现出来会比较酣畅，我得益于电视剧，但现在有条件去拍大的电影了，我也会全力去做。”

（胡玫，著名导演，资料来源：搜狐娱乐）

从政府到市场

我国电影院线制改革回眸

新华社记者 黄会清

经过7年多的风雨历程，中国电影院线制改革给中国电影市场带来了深刻的变迁：观众重回影院，票房逐年走高，观影文化的内涵得到新的提升，电影视听盛宴的魅力抵挡了来自电视、网络、盗版影碟的多元冲击，到影院看电影正成为不可替代的新时尚。

引入竞争机制打破垄断局面

回想观众远离影院的那段经历，银川万达影院总经理张世亮说，破烂的墙壁、吱吱作响的椅子、发霉的气味，这样的观影环境让人感觉不到舒适，加上电视、影碟、卡拉OK等娱乐多元化的冲击，谁还有心思去看电影呢？

可是要想改善观影环境，投资是巨大的，靠资金捉襟见肘的国有文化单位是难以实现的。而院线制改革却是最好的救市良方。

2001年，广电总局、文化部联合出台了进一步改革电影发行放映机制的“实施细则”。2002年，全国出现了30多条院线，开启了中国电影市场运行机制的新模式。

实施院线制引进竞争，打破了省市电影公司垄断的局面，给我国电影市场带来了生机与活力：从2002年起至今，院线从大城市向二、三级城市和农村市场全面推进；经过多次合并重组、优化配置，拥有国产片、进口片发行放映权的41条城市主流院线缩减为35条。院线制从最初的政府行为变成市场行为。

今天，所有进过影院的观众都会在不知不觉中感受到观影的舒适：干净的地毯，散发清香的空气，整洁无异味的卫生间，高清晰度的画面，宛如置身现场的音响效果。

院线制改革以来，无论是票房收入，还是影片的年产量，以及加入院线的银幕数量，都几乎比始建时翻了一番甚至是几番。据相关部门公布的数据显示，全国可统计票房收入连续多年以25%至30%的均速递增，电影票房增长幅度已连续6年位居世界第一。

民营资本介入改变行业格局

据广电总局电影局副局长毛羽介绍，全国票房在3亿元以上的院线有5家，1亿元至3亿元的有5家，这10条院线票房合计31亿元，占主流市场的80%。票房在4000万元至1亿元的有10家，其余都在4000万元以下。

毛羽介绍说，随着电影院线制改革的深入推进，业内外资本纷纷进入电影发行放映领域组建电影院线，强势院线按照国际惯例运营，彻底打破了计划经济时期省、市、地、县行政区划的地区垄断发行放映模式，代之以跨省市、跨地区的院线制发行放映模式。在现有的35条城市主流院线中，跨省院线有26条，比始建时的11条翻了一番。省、市区域院线有9条，比始建时的19条缩减了一半以上，跨省主流院线已成为城市电影票房主力。

院线制带来的市场运作之变，促进了电影流通渠道的多样性发展。原有的中央、省、市、县一条线垄断经营的格局，被彻底打破：不同规模的民营公司可以直接从事电影的制作与发行，直接与全国各院线公司进行影片的交易与票房分成，搞活了生产与市场的关系，双双得利。北京保利博纳公司就是从规模极小的民营电影发行公司逐步做强做大、形成自己独立的制片、发行体系，创造了效益增长的奇迹。

此外，产业关系的调整也改变了行业格局。跨省经营的院线公司，以其各自的实力来吸引各地城市的基层影院加盟，各院线公司吸纳的影院规模越大，经济实力越强，其整个院线的规模与实力也就越大越强。而一些原本非电影行业单位建立的院线，则以更迅猛的速度，推进市场的规模化发展。原本属于建筑房地产业的大连万达集团，在进入电影行业建立自己的“万达院线”之后，不仅依托强大的资金实力吸纳各地原有的电影院加盟，还不断出资建设属于自己的新型影院，该院线建立不久，便一举成为全国35条院线中的佼佼者。

数量不足、布局不均成中国电影发展瓶颈

一项来自有关政府部门的统计表明，目前我国3000多个城市中，其中224个城市就创造了43亿元的电影票房。院线制实施以来，大院线的年票房收入从几千万元至1亿元发展为现在的1亿元至5亿元；而年票房收入在1000万元以下的10条小院线，特别是100万元左右的几条小小院线，至今仍与始建时相差无几。

毛羽说，现阶段制约中国电影发展的瓶颈问题，一是数量不足，二是布局不均。据统计，2008年，美国平均5万人拥有一座电影院，大约8000人拥有一块银幕。而以我国6亿城镇人口计算，平均每40万人才拥有一座电影院，每15万人才拥有一块银幕。高质量电影院数量的严重不足，区域覆盖面积的大片空白，直接导致了中国电影观影人次及票房收入的不足，从而大大影响了电影作为中国文化产业重要组成部分所应发挥的实际作用。

据记者了解，在广大中小城市和西部内陆地区，电影院几乎处于瘫痪状态。时至今日，贵州省仍有80多个县几乎没有电影院，青海省甚至没有一家票房超过200万元的影院。宁夏除了银川万达影院有过1500多万元的良好业绩外，其他地区都没有像样的电影院。

清华大学新闻与传播学院副院长尹鸿说，目前，中国电影的经济总量还很小，北京一个城市就有5亿元的票房收入，占到了全国票房收入的12%。电影票房位居前5位的城市占到全国票房份额的75%以上。由此看出，中国影院建设及布局非常不均衡。