

# 当《复兴之路》成为电影

本报记者 赵 忱



## 去新影厂看 电影《复兴之路》

就像大型音乐舞蹈史诗《东方红》、《中国革命之歌》被拍成电影一样,大型音乐舞蹈史诗《复兴之路》也已经被拍成电影,只是还没有公映,还有待后期加工。

电影版《复兴之路》由大型音乐舞蹈史诗《复兴之路》影视部负责拍摄,具体拍摄单位是中央新闻纪录电影制片厂。

新影厂仍然坐落在北京北太平庄桥西北侧辅路上,那里曾经是国人魂牵梦萦的地方。在举国上下热恋看电视、看大片的时代,新影厂离大家远得好像身处五环外一样,隔一段时间就能看上一部“祖国新貌”的简单幸福已经不存在了。那时候每一期“祖国新貌”都让人欢欣鼓舞。今天,祖国更加日新月异,欣欣向荣,“祖国新貌”却只映放在“新闻联播”当中了。不仅如此,孤陋寡闻的记者刚刚知道,新影厂早已是中央电视台的直属单位了。央视副台长高峰身兼新影厂厂长。

1月10日,已经回到各自工作岗位上的《复兴之路》各部门的主任、副主任得到了来自文化部艺术司的通知:请于1月11日下午两点半到新影厂审看电影版《复兴之路》。

大家都是忙人,部分“大家”抛下手头的工作赶到了新影厂。没来的人有更加重要的工作,比如总导演张继钢和副总指挥曹淮正在国家大剧院忙着即将公演的精编版《复兴之路》的最后合成。新影厂门卫与保安对“复兴之路”打开了大门,保安与工作人员都热情地指点那个进门后笔直前进就能看见的放映厅。

## 漆黑的放映厅 与宏阔的历史

记者被人引进放映厅,“看见”的是漆黑的放映厅、明亮的电影屏幕。曾经看过无数遍的《复兴之路》比在人民大会堂更鲜艳更美丽地呈现在大银幕上。鸦片战争以来169年的中华民族由屈辱到抗争

再到复兴的历史慢慢展开,一个又一个熟悉的面孔“讲述着”“歌唱着”“舞蹈着”走来,或悲愤或振奋,那么生动,那么逼真,那么强烈!当镜头装不下的巨型舞蹈《曙色》映现,当在《长征路上》再次“遇见”宁可自己倒下也不让红军旗帜倒下的英雄战士,当“纺织姑娘”整齐划一地,热情高涨地掀起社会主义建设的高潮,当天真的孩子兴高采烈地高唱着“向雷锋同志学习”,当毛阿敏声泪俱下地深情吟唱“我在呼唤你,一声低,一声高”,当全体演员慷慨激昂地合唱《走向复兴》……当所有舞台上的歌舞变成银幕上的长镜头、短镜头、长镜头与短镜头叠加的熟悉而又陌生的影像,由北京西山到人民大会堂奋战与决战的所有日子立刻回到眼前。禁不住热泪盈眶,是每一个审看了影片的人的共同感受。

这些人里面包括文化部副部长蔡武、副部长陈晓光,广播电视总局副局长胡占凡,以及大型音乐舞蹈史诗《复兴之路》影视部主任刘星,演出部主任黄民强,舞蹈部主任潘志涛、副主任张华,宣传部主任毛时安,文学部副主任任卫新,音乐部副主任任小明等,当然,记者在黑暗中看见的影影绰绰的人当中,还包括文化部艺术司司长董伟,广电总局电影局局长董刚,中宣部文艺局副局长汤恒,中央电视台副台长、新影厂厂长高峰,他们在影片结束之后一起来到放映厅隔壁的会议室,每个人的脸都清晰起来,那面容上带着一种只有看完

《复兴之路》这样的史诗才会有的庄严和欣慰的神情。

## 简短而深入的座谈

“大型音乐舞蹈史诗”的确是一部不容置疑的以艺术手段概括宏阔历史的史诗。虽然“史诗”也不是十全十美的,也是有遗憾的,但电影《复兴之路》在很大程度上用电影独特的镜头语言和技术手段弥补了舞台艺术作品《复兴之路》的不足。作为电影的《复兴之路》是令人欣慰的《复兴之路》当然,被审看的《复兴之路》光影还不是最后的电影,它将首先被制作成光盘,在更加成熟与完美之后才会成为必将公映的电影,成为中国历史上的一笔价值不菲的艺术财富,成为一部值得珍藏的艺术档案,成为中国人民可以借此重温新中国成立60周年的光荣与幸福感的温暖光影。

蔡武部长随后在会议室认真听取大家的发言。部长的手里拿着纸和笔,凡听到有价值的意见,就仔细地记录下来,在《复兴之路》最后合成以及预演阶段,蔡武部长总是用这样的方式记录中央有关领导以及有关部委领导对《复兴之路》提出的详尽的意见。作为《复兴之路》宣传部副主任的记者,至今仍清晰地记得蔡武部长把自己记录下的意见包括自己想要表达的意见,逐条地传达给《复兴之路》主创人员的情形。某一个夜晚,在蔡武部长看完又一遍《复兴之路》的合成演出走出湖

南厅跟大家挥手告别时,大家看见他夹克衫背后几乎成为某种特绘图案的汗渍。大家都不会忘记蔡武部长为大型音乐舞蹈史诗《复兴之路》操的那些心、鼓的那些劲、办的那些事。

作为大型音乐舞蹈史诗《复兴之路》总指挥的陈晓光首先发言,对为拍摄《复兴之路》付出了艰辛而卓有成效的努力的人,单位表示由衷的感谢,对《复兴之路》在国家大剧院即将开始的演出提出了自己的建议,对《复兴之路》最终成为一部有意义的电影表示坚定的信心。之后,蔡武部长请所有在座的同志谈了各自的意见。大家共同的意见首先是:电影《复兴之路》是成功的、感人的,有很重要的史料价值和艺术价值。其中建设性的意见可以简要归纳成以下几点:对构成史诗核心元素的字幕做精心而到位的呈现,对具备一般意义的字幕做与当下的技术手段相匹配的处理;处理好忠于舞台样式与恰当使用电影语言的关系,处理好长镜头与短镜头的比例关系,处理好章节与章节之间的合理的过渡关系等等。

蔡武部长强调,要克服困难对《复兴之路》做细致的后期修补,同时做好电影版《复兴之路》的宣传推广工作。蔡武部长最后特别指出:感谢为《复兴之路》电影拍摄做出了突出贡献的所有单位和个人。

当大型音乐舞蹈史诗在人民大会堂演出的时候,《复兴之路》影

视部的同志只能在规定时间内规定机位上进行拍摄,很多镜头都是在演出结束之后为配合电视录制进行分场次演出时趁机拍摄的,条件可谓艰苦,强度可谓惊人,大家有目共睹,有口皆碑。《复兴之路》影视部及其背后的班底是一个能战斗的集体。但影视部副主任王一岩说:是《复兴之路》所有同志的支持与配合,保障了电影的拍摄,我们要谢谢大家。

## 《复兴之路》的“后影响力”

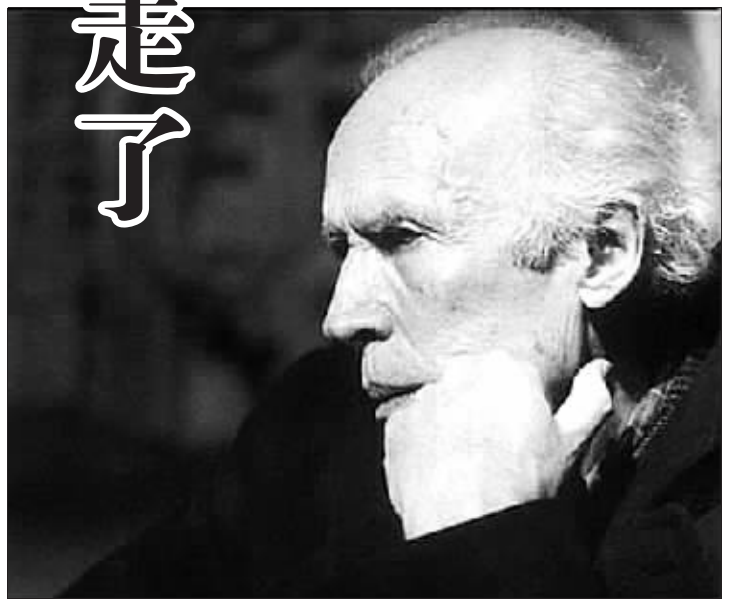
我们期待电影版《复兴之路》早日问世。与此同时,我们也知道舞台版《复兴之路》马上就要在国家大剧院上演,这都是好消息,都是大型音乐舞蹈史诗《复兴之路》的“后影响力”,都是《复兴之路》作为大型音乐舞蹈史诗的魅力。据说,预计在国家大剧院演出80场的《复兴之路》非常抢手,春节之前的场次已经无票可售。这说明国庆期间演出的大型音乐舞蹈史诗《复兴之路》远远没有满足人民的需求。也许,还有些人,在80场演出期间还是没有机会欣赏舞台样式的《复兴之路》,不如,在80场之后,电影《复兴之路》也进入国家大剧院放映吧,如果那样,广大人民既可一睹世界顶级艺术殿堂的内部风采,又能在艺术殿堂中接受《复兴之路》所肩负的爱国主义和艺术熏陶的双重功能的恩泽,那该多好!

艺术·观察

艺术·影视

# 「信徒」走了

成长



## 畅想我国演艺产业发展模式

通过对宝塚歌剧团和四季剧团全面而深入的考察,我们形成了对日本发展演艺文化产业的几点认识。在此基础上,结合我国当前深化国有文艺演出院团体制改革的现状,我们对发展我国演艺文化产业有如下思考、建议:

(一)文艺演出团体只有建立了现代企业制度,只有按现代企业制度来管理和运营,才能真正解放演艺生产力,才能真正解决演艺产业的“自生能力”并从而焕发出生机活力。无论是由阪急电铁株式会社这样的大型企业兴办的宝塚歌剧团,还是按照企业模式来创办的四季剧团都按照现代企业制度来管理剧团,这种做法使得演出院团分工明确、财务明晰,有专人分析演出市场,制定中长期演出计划,争取最大演出利润空间。我国文艺演出院团在转企改制的同时,要尽快确立现代企业制度,按现代企业制度管理和运营,增强在演出市场上竞争与发展的能力。

(二)文艺演出院团只有实行规模化、集团化的运营,只有在市场竞争中不断做大做强,才能最大限度地满足市场需求并赢得市场份额,才能在产品市场中不断扩大中强化企业的研发能力、原创能力和打造精品能力。比如宝塚歌剧团只是阪急电铁株式会社歌舞事业部管理的一个部门,以排戏、演戏为主要任务,而相关的运营,包括剧团及剧目的宣传、票务管理营销、会员服务、杂志发行、电视广播权的企划和运营都另有相关部门负责,形成一个规模化、集团化的联动机制。又比如四季剧团所主张的“演出产业化”和“票务商业化”,也是强调以规模创效益,借市场发展。四季剧团主张正式演员、技术人员、营销人员、后备演员各占1/4才是一个构成合理、运营有效的剧团,才可能实

现规模化、集团化运营。四季剧团就是通过这种方式来不断强化企业的研发能力、原创能力和打造精品能力的。因此,对我们一些地方在改革中推行集团化的措施,应当加以肯定。

(三)文艺演出院团只有关注产品生产的标准化操作,只有统一排练场和剧场的操作标准,才能有效地降低生产成本并逐步形成规范的生产流程,从而使演艺产品生产的产业化成为可能。宝塚歌剧团在长期演出中逐渐形成了自己的剧目标准。尽管剧团关注世界流行的各种题材和故事,但都要围绕爱情、浪漫、友谊等主题,推崇纯情、公正、华美的理念,甚至男、女主角的发型都形成了固定标准。这无疑大大地加快了剧目的生产流程。四季剧团的剧目排练,在排练场就按照剧场的舞台调度、灯光设计来进行,极大地缩小了剧场和排练场的差

四季剧团,不仅面向受众,而且细分市场。比如宝塚歌剧团以有闲有钱的中年女性作为自己主要的受众群体,用英俊潇洒的演员形象、豪华精美的服饰布景、绚丽变幻的灯光效果来投其所好,特别是宝塚歌剧团的全女子演员阵容,由女演员扮演的男性角色成为女性观众群体心目中的理想人物或是自己的意中人或是自己可爱的孩子,吸引观众不断前往观看并为之组成“宝塚友会”而时时追随。又比如四季剧团是以话剧起家的演艺团体,但认识到集表演、音乐、歌舞为一体的音乐剧表演形式多样,舞台制作华丽,符合现代观众口味,于是引进在欧美市场已获巨大成功的音乐剧作品,如《猫》、《狮子王》、《歌剧院的幽灵》等,用本国语言为广大受众演出。经过坚持不懈的努力,使音乐剧为日本主流社会所接受,也使日本

(五)文艺演出院团只有充分认识现代演艺产品生产的诸环节,只有分工明确配合默契才能有效组织生产,提高生产效率,才能使演艺企业成为严格意义上的现代企业。仍以宝塚歌剧团为例,阪急电铁株式会社设专门的歌剧事业部,统一管理3个相对独立又密切相关的部门,即宝塚音乐学校、宝塚歌剧团和宝塚舞台公司。一台演艺产品的生产,是由宝塚歌剧团和宝塚舞台公司的密切合作共同完成的。宝塚舞台公司不仅管理着两个剧场,而且担负着5个剧组剧目生产中舞台美术设计与制造的任务。这种明确的分工使宝塚舞台公司可以统筹安排剧场的使用,也可以综合调配、使用舞美资源,使人尽其能、物尽其用。其次,在演艺本体生产方面,宝塚歌剧团的“专属编导制度”也是其有效组织生产、提高生产效率的重要生产方式。这种“专

也产生了极大效益。我国文艺演出院团在深化体制改革的同时,一定要学会有效组织生产,提高生产效率。

(六)文艺演出院团只有注重自身特色的养成,注重演艺产品品牌的打造,才能不断增强剧目演出的感染力和吸引力,才能不断巩固并壮大自己的受众群体。在细分受众群体、定位演出对象的基础上,宝塚歌剧团和四季剧团都十分注重自身特色的养成,注重演艺产品品牌的打造。比如宝塚歌剧团要求学员培养纯洁、端庄、美丽的自我意识,并将这种意识贯穿到演剧人物形象的塑造之中,由此把演剧打造成一个令人憧憬、感动并向往的美好境地,这便在长期的坚持中形成了宝塚歌剧团的演出特色。同时,全女子演员阵容所体现出的艺术特性和艺术魅力,更是宝塚歌剧团特色之所在,演员的明星制则是宝塚

保证演艺生产后备军的培养和供应。宝塚音乐学校就担负这一使命。该校学制2年,共有在校生80人,每年有40人分配到宝塚歌剧团各剧组,这就意味着剧团同时有40人“毕业”。也因此,剧团把演员仍称为“学员”,入团后有7年的学习期,7年之后除留下个别优秀者外大多“毕业”,而7年间,400人编制的剧团已替换了新生力量280人。考虑到剧团演员的青春风采,学校招生限招15岁至18岁的少女,通过严格的入学考试,专业的培养深造,公正的选拔、淘汰制度,确保了剧团演出的高质量并使这种高质量的演出后继有人,经久不衰。针对我国目前演艺院校人才培养与演出院团人才使用供需脱节的情况,我们应该认真审视并妥善解决这一问题。

(八)文艺演出院团只有认真研究并尊重演艺生产的规律,只有妥善解决好演艺生产者的艺术生产和演艺产品的产品构成之间一致性的问题,才能实现均衡化、系统化的生产运营,才能保证演艺生产的稳定持续发展。在这个意义上,真正地认识并尊重演艺生产的规律才可能更有效地提高演艺生产力,这也是前述文艺演出院团实行规模化、集团化运作的内在要求。宝塚歌剧团5个剧组按演艺产品的生产规律交替排练、演出,一年要推出近20部原创作品。剧团平均每天演出4场,全年演出1300场左右。四季剧团也是如此。剧团拥有700多名演员,根据演出剧目的需要把全体演员配置为8至9个剧组,在自己拥有的9个剧场和其他租赁剧场同时演出,平均每年演出达到2500场左右。两个剧团之所以有如此高的生产效率,不只是培养出了有效的市场需求,更是尊重把握演艺规律,实现均衡化、系统化生产运营产生的效率。这是演艺生产稳定持续发展的重要保证。如何使艺术规律和市场规律相吻合,或者说如何认识艺术生

产的市场规律,是我国文艺演出院团在运营实践中亟待解决的问题。

(九)文艺演出团体只有寻求大型企业的支持与资助,只有把自身的企业做强做大或寻求大型企业做自身的支柱,才能有效地解决资金投入的瓶颈问题,才能使企业经营的理念贯彻得更为彻底。就宝塚歌剧团和四季剧团而言,一个是大型企业阪急电铁株式会社所办的演艺企业,一个是自身形成规模演艺企业的四季株式会社。前者的特点在于把宝塚歌剧团的经营视为企业效益新的增长点,既重投入更重产出,把剧团视为企业的有机构成,视为企业市场拓展的必要产物。后者的特点在于实行股份制并引进现代企业制度管理剧团,通过对演出市场的分析来制定中长期计划,以自身企业经营的效益与信誉得到包括大型企业在内的经济界的支持。这一点对我国国有文艺演出院团的转企改制颇有启发。一方面,我们文艺演出院团在转企改制后应尽快实行现代企业制度管理,通过面向市场、面向群众不断做大做强;一方面,我们也主张鼓励国有或非国有大型企业收购、兼并、创办文艺演出院团,改变文艺演出院团只能由文化管理部门来办来管的观念。在当前文艺演出院团深化改革的进程中,如果有大型企业收购、兼并或认领文艺演出院团,将会是有益、有效的重要一步。

在赴日考察演艺产业短短的5天中,考察团结合考察多次开会研讨,各位团员结合本职工作,结合我国当前文艺演出院团转企改制的实践,谈了许多触动自己的认识和如何学以致用的建议。这篇考察报告作为组团考察的点滴体会,希望能为我国当前不断深化的文化体制改革起到警醒和促进作用。

艺术·视野

# 我们在日本看到了什么(下)

## ——赴日考察演艺产业的报告

于平 雷喜宁

成为东方文化体系吸收、接纳西方演艺文化的成功样板。四季剧团的音乐剧演出已成为继英国伦敦西区、美国纽约百老汇之后,又一国际知名的音乐剧演出市场。事实上,宝塚歌剧团和四季剧团在面向市场生产演艺产品之时,都不是满足受众浅薄的感官享受,而是通过作品形式对受众的吸引,引导受众追求真善美的人生价值和人生理想,使其产品中社会效益寓于经济效益之中,在实现经济效益的同时实现社会效益。我们可以肯定地说,市场并不必然引向低俗,实现“两个效益”才真正是市场的根本需求。

属编导制度”即指宝塚歌剧团所有演出剧目都由其专属的剧作家和导演创作完成,并且一部剧目的编剧和导演通常由同一人来负责。“专属编导制度”的形成在于这些由剧团专属的编导,一方面了解剧团的整体表现能力和明星们的特质,一方面也了解受众对“宝塚风格”的需求,“专属编导制度”不仅使产品畅销对路,而且使演艺生产的生产效率大大提高。第三,我们还应考虑与演艺生产相关的产业链所产生的效益,如宝塚歌剧团不仅发展与歌剧直接相关的音像制品、有线电视播放来增加收入,而且通过间接相关的餐饮、小商品服务

歌剧团打造产品品牌的核心要素。我国文艺演出院团要加强特色养成,改变千团一面的状况。

(七)文艺演出院团只有切实抓好适用人才和培养,只有关注演艺事业是青春的事业并抓好演艺生产者后备军的培养,才能实现演出的高质量,才能保持高质量演出的经久不衰。这一点充分体现于宝塚音乐学校与宝塚歌剧团的对接关系中。由宝塚歌剧团的演出特色所决定,该团是年轻、貌美、未婚的全女子阵营。大部分女演员在28岁以前都将与剧团“毕业”(这是演员离团的说法),如果结婚则意味着自动离团。为此,剧团需要一种机制来

保证演艺生产后备军的培养和供应。宝塚音乐学校就担负这一使命。该校学制2年,共有在校生80人,每年有40人分配到宝塚歌剧团各剧组,这就意味着剧团同时有40人“毕业”。也因此,剧团把演员仍称为“学员”,入团后有7年的学习期,7年之后除留下个别优秀者外大多“毕业”,而7年间,400人编制的剧团已替换了新生力量280人。考虑到剧团演员的青春风采,学校招生限招15岁至18岁的少女,通过严格的入学考试,专业的培养深造,公正的选拔、淘汰制度,确保了剧团演出的高质量并使这种高质量的演出后继有人,经久不衰。针对我国目前演艺院校人才培养与演出院团人才使用供需脱节的情况,我们应该认真审视并妥善解决这一问题。

(八)文艺演出院团只有认真研究并尊重演艺生产的规律,只有妥善解决好演艺生产者的艺术生产和演艺产品的产品构成之间一致性的问题,才能实现均衡化、系统化的生产运营,才能保证演艺生产的稳定持续发展。在这个意义上,真正地认识并尊重演艺生产的规律才可能更有效地提高演艺生产力,这也是前述文艺演出院团实行规模化、集团化运作的内在要求。宝塚歌剧团5个剧组按演艺产品的生产规律交替排练、演出,一年要推出近20部原创作品。剧团平均每天演出4场,全年演出1300场左右。四季剧团也是如此。剧团拥有700多名演员,根据演出剧目的需要把全体演员配置为8至9个剧组,在自己拥有的9个剧场和其他租赁剧场同时演出,平均每年演出达到2500场左右。两个剧团之所以有如此高的生产效率,不只是培养出了有效的市场需求,更是尊重把握演艺规律,实现均衡化、系统化生产运营产生的效率。这是演艺生产稳定持续发展的重要保证。如何使艺术规律和市场规律相吻合,或者说如何认识艺术生