

同享月华的光辉与祝福

王文章

中秋之夜,当圆月的月亮将清辉洒满人间,世界各地的人们都会与中国人民一道,同品月饼的甘醇与回味,共享月华的光辉与祝福,这是我们融入全球化的一个象征性标志。

在中华民族的历史发展进程中,传统节日深深融入人们的生活和精神、情感世界,激发着民族的生命力、创造力和凝聚力,推动着中华文化历久弥新、不断延续发展。因此,大力弘扬传统节日文化,推动传统节日在与发展中的时代融合中呈现旺盛的生命活力,是传承中华民族优秀传统文化和当代文化创新的必然要求,也是维护和保障中华民族文化与生活方式多样化的必然选择。

近年来,春节、清明节、端午节、中秋节、重阳节、雪顿节、傣族泼水节等各民族的49个传统节日先后被列入国家级非物质文化遗产名录保护项目。传统节日在增进民族文化认同、增强国家凝聚力、人民群众共享文化成果和维护人类文化多样性中的积极作用,已被越来越广泛地认同。在传统节日这个社会节点和民众的共同节点,人们通过历史的记忆和现实具有丰富内涵的节日形式呈现,与自身的生活及社会和国家加强认同。这对于全民正确认识传统节日宝贵的文化价值、积极参与节日活动、努力保护节日文化传统、注重节日文化资源的运用与创新,都具有深远影响。

今天我们重视传统节日的当代延续和弘扬传统节日文化,一方面是由于时代的发展和进步,我们国家正在生发着一种建立在文化自信基础上的传承优秀传统文化的自觉;另一方面,是由于工业化和城市化迅速

推进,信息化与全球化传播途径疾速发展,传统节日赖以存在的社会环境日渐狭窄,外来文化的影响和人们追赶时尚的文化趋

向,使得传统节日的影响和吸引力日渐弱化,特别是越来越多身处城市化进程中的年轻人更热衷于过“洋节”,而对民族的传统节日日益淡漠乃至陌生。此外还有一个重要的原因,是在过去的一个世纪里,在以西方为师的现代性、现代化的总体历史语境中,包括中国传统节日在内的中国传统文化,遭到我们有意无意的轻忽与冷遇。

进入新世纪,弘扬传统节日文化,延续传统节日并赋予其当代的生命活力,是全社会的责任。这是一个系统工程,应从多方面来促进。我认为,其中一个重要的基础性的方面是要充分挖掘传统节日的文化内涵,吸引人们特别是青少年充分了解它并参与其中。另一方面,是要努力将传统节日的文化资源转化为当代人的生活方式或生活的实用产品。如浙江嘉兴市的人们普遍热情参与赛龙舟、插艾草、吃粽子、纪念伍子胥等内容的端午活动,真正把具有丰富而独特文化内涵的端午节当成自己充实的节日。与此相联系,那里是全国粽子最大的产地,年产粽子2.5亿个,占全国年产量的一半以上。

我们通过努力挖掘传统节日的文化内涵,开发传统节日的文化资源(还有比如年画、剪纸等等),就会在文化影响力和日常生活两个方面吸引人们欢乐过传统节日。只有当人们主动地、自发性地成为传统节日的主人,传统节日才会因人们对历史和文化记忆的共享和人们带给它的当代性而具有生机和活力。

(作者为文化部副部长,原载《人民日报·海外版》2010年9月22日第1版)

编者按:目前,我国年产电视剧逾万集,年产电影近500部,今年上半年电影票房近50亿元……影视业步入快速增长、日益繁荣之时,中宣部、国家广电总局9月26日在京召开影视创作座谈会。座谈会上,大家各抒己见,为中国从影视大国走向影视强国出谋献策。来自影视创作、生产一线的影视工作者发自内心的真实感受,在与会代表中引起热烈反响……本期理论版特选发其中3篇发言,以飨读者。

我在电视剧创作中的“两个坚持”

高满堂

去年我去首尔参加中日韩编剧论坛,日本和韩国的同仁们一个共同的话题就是:中国的电视剧无论是在制作水准还是在题材的宽度和深度的开掘上,令人尊敬。

的确,我国的电视剧创作这几年势头很好,每年都有一些有震撼力、有影响力、有市场号召力的好作品出现。但是,也应看到,由于庸俗娱乐化倾向的愈演愈烈,一些电视剧生产随之出现了一系列错误的创作倾向。如果分析一下会发现一个共同的事实,那就是,无论是优秀的或平庸的创作,都可以最终归纳为两个方面的得失,一是价值尺度,二是生活依据。需要特别指出的是,价值尺度和生活依据,恰好是艺术创作最为关键的环节。价值尺度失衡、生活依据缺失,必然导致艺术作品思想取向的混乱和艺术价值的低下,对艺术创作的损害是致命的。把握正确的价值尺度,尊重正确的生活依据,才能使艺术作品具备思想精深、艺术精湛、群众喜欢的坚实基础。在艺术良知与利益诱惑激烈冲突的电视剧创作环境中,一个富于社会责任感和艺术使命感的艺术家应当有所坚持,有所坚守。我关于“两个

坚持”的想法,就是在这样的情形中产生的。这“两个坚持”是:坚持弘扬优秀传统文化和正确的社会价值观;坚持深入生活和表现现实生活真实。

坚持优秀传统文化和正确价值观

电视剧是一种重视娱乐性的艺术品种,“娱乐化”本身也无可厚非。问题在于我们用什么来实现娱乐,在娱乐中向社会、大众传递什么文化信息和价值取向。

我不喜欢将娱乐庸俗化,更反对不惜损害文化传统积淀的人生观、价值观,不惜败坏社会公认的道德价值体系,去制造“新、奇、特”,进而获得收视率及其背后的经济利益。一部作品,不去思考如何引领精神进步,而是刻意污染精神家园、败坏价值体系,哗众取宠、故作叛逆,是可悲的,更是可耻的。在这样的电视剧作品不断充盈市场、充斥屏幕的时候,我们优秀的文化传统、正确的社会价值观正在经历颠覆,也正在经受考验。

我主张电视剧创作应正确理解娱乐,应将娱乐的层次逐步提升到“精神愉悦”的美学层面。因此,这几年,在电视剧市场化大潮里,我为自己确立的第一个创作原则,就是坚持弘扬中华民族的优秀文化传统和正确的社会价值观。在这种坚持中,我去写那些共和国不能忘记的人,那些给我们生活带来快乐的人,那些有理想有境界的人,那些给民族带来希望的人,那些有精气神的人,一句话,那些真正代表中国人的人。我认为《家有九凤》、《大工匠》、《闯关东》、《北风那个吹》等作品里的人物,正是这样一些人。有人可能提出疑问:这样的人物这样的戏,能有市场吗,能卖钱吗?事实证明《闯关东》、《闯关东中篇》、《北风那个吹》等剧,不仅有影响力和收视率,而且回报率极为可观。我和我的合作者都有这样的体会,在电视剧创作中,你越是急于极度市场化,其结果越是事与愿违。真正意义上的相信市场,实际上是相信大众,相信大多数观众的思想品位和艺术趣味,相信反映主流生活、反映主

导,又能在当代代表中国的好作品。

精品

的诞生是一个艰难的过程,单靠创作者的主观愿望远远不够,精品战略是全行业、全社会的系统工程,我相信,有政策和各级领导的重视为保证,有经济实力和科技力量为支撑,有日益完备的产业化链条和市场体系为载体,有广大观众的热情支持和高度期待为动力,精品战略将开启中国电影崭新的,推动电影产业更好更快地发展。

创作之路是艰辛而漫长的,也是温暖而光荣的,作为一个创作者,我愿意继续与时代同行,见证中国电影新的辉煌!

从1994年至今,我已拍摄了14部影片,参与并见证了中国电影从夕阳产业到朝阳产业的蜕变。改革开放,顺应时代要求,大力发展文化产业的政策及时有效地挽救了中国电影。

注重思想性与观赏性的结合

思想性与观赏性的结合使电影赢得观众最广泛的认同,在市场上赢得口碑、树立诚信是电影创作和企业可持续发展的关键。只重思想性或单纯追求娱乐性,都不能最大限度地争取到最广泛的观众。

我创作的第一阶段:贺岁片的创作在注重观赏性的同时,用轻松的喜剧形式传达主流价值观,颂扬真善美,讽刺假丑恶,使贺岁片深入民心。让久违了影院的观众重新找回了看电影的快乐。

我创作的第二阶段:为防止自身创作和来自观众方面的审美疲劳,突破创作“瓶颈”进行新类型的尝试。在重大的历史事件民族记忆中寻找平凡的但又是激动人心的可歌可泣的故事、人物。我们尊重公众对历史的集体记忆,但把着眼点放到了沧海一粟的小人物身上,观众对这些剧中平凡人物有着天然亲近感,在影片中共同经历他们的困境,

从事与电影有关的工作20年了,这期间中国电影有了非常大的进步。几代电影人在坚持社会主义核心价值观体系的前提下,把满足广大观众的精神文化需求放在首位,不断探索改革陈旧体制、扩大投资主体、服务广大观众的产业化发展道路。国产电影的产量从年产不足百部到近500部,银幕数量从1000块左右到5000块以上,票房从不足10亿元增长到去年的60多亿元。中国电影越来越成为人民群众精神文化生活的的重要内容,国家文化产业的重要增长点,世界了解中国的重要窗口。我为自己能够亲历这个过程,参与这项工作,并有机会在此表达我的感受感到荣幸。

前不久,胡锦涛总书记对深化文化体制改革做出了重要指示,特别强调最大限度发挥文化引导社会、教育人民、推动发展的功能。这是在电影产业大发展大繁荣的新形势下一个最重要的课题。从产业角度说,为了让日益扩大的产业规模能够良性运转、顺利发展,让5000块主流院线银幕和蓬勃发展的二级院线、农村院线的银幕上能不断放映受观众欢迎的优秀影片;让投入到电影领域的资金、人才,能有很好的效益和回报,让长期以来热情支持国产电影的广大观众保持对国产电影的长久热情,现在或许比任何时候都更需要好作品。从文化建设的角度讲,要想更好地发挥电影引导社会、教育人民、推动发展的作用,更好地继承和发展中华民族的优秀文化,扩大中国电影在世界上的影响,增强国家的软实力,更好地满足广大人民群众日益增长的文化需求,实施精品战略也是最关键的一环。因此,不能满足于已经取得的成绩,不能忽视存在的问题和挑战,不能低估前进道路上的困难,正是本次影视创作座谈会的意义所在。我结合自己的工作谈点想法。

随着电影产业化进程的加快,投资主体、电影院、电影观众、电影作品同时在迅速地增多,在市场终端的竞争忽然激烈起来,在一个档期同时上映的影片从前些年几部,到现在的十几部甚至几十部。如果说档期的竞争主要是投资大小、明星多寡、宣传强弱的问题,那么,最终票房的高下则更多是依靠影片的内容和观众口碑,于是竞争自然波及源头,很多创作者遇到了这样的问题:“你写的东西是否‘商业’?”“怎样写才‘商业’?”这是一个有些令人苦恼的问题,商业性到底是创作者攀登艺术高峰的绊脚石,还是创作者竞争实力的最终裁判?它和艺术的关系是势不两立,还是相得益彰?怎样把艺术片变得“商

业”,把商业片变得艺术?这些问题在我们的工作和创作中经常会呈现为一些很具体的困难,对于整个产业的发展繁荣来说,也是需要破解的课题之一。

越“商业”应该越“艺术”。对于电影不是商品和它作为精神产品的特殊属性讨论过很多,已经没有什么争议了,今天的制片人都在很坦率地追求着电影的市场回报和经济效益,创作者的创作也面临着市场的残酷检验,但是即便如此,我个人认为,创作的终极目标是艺术的精益求精。举个不恰当的例子,电视机的研发人员的终极目标就是技术的不断创新和新材料的开发,他们的目光不会只盯着市场的销售额,从电子管到晶体管,从液晶到等离子到LED,技术人员的使命就是技术创新,即便他们不知道新技术是否能取得市场上的成功,也不会停下创新和研发的脚步。作为电影的创作者,应该把艺术上的精益求精和不断创新作为努力的目标,把攀登艺术高峰作为不懈的追求,而不是看到市场上什么畅销就模仿什么、复制什么。如果创作者的创作过于被市场左右和影响,就很容易急功近利,低水平重复,就很难创作出真正的精品力作。正因为电影要走向市场,实现商业价值,才更要保证好的艺术品质,创作者的艺术高度和创新高度是作品质量的保证,更是作品取得商业成功的保证,更应该是创作者的最终目的地,在那里,“商业”和“艺术”将殊途同归。也许有人会问,只追求艺术忽视了市场需求,观众不接受怎么办?思考这个问题,我们要先判断清楚,观众不接受是因为太“艺术”了,还是艺术性不够,如果观众的欣赏能力真的像大家所担心的那样停滞不前,也就不会有今天中国文化的灿烂辉煌。创作者不应该低估观众,观众是各行各业中能工巧匠,有文化,懂艺术,爱学习。

越“艺术”应该越“大众”。电影不是一个人的自娱自乐,也不是几个人的诗歌唱和。电影是民众的艺术,到底有多少人愿意看,无疑是在衡量一部电影是否成功的标准之一。我想补充一点,票房是影片成功标准之一,但不是唯一的标准,每年都有许多很好的电影因为投资和运作的种种原因,并没有获得很高的票房成绩,但它们依旧是好电影,它们只是需要在更长的时间里,用更多的方式寻找知音,在后人的电影史上,

站在艺术与商业之间

苏小卫

它们的位置也不会低于高票房的电影。创作者怎样才能让自己的作品拥有更多的观众呢?首先,艺术要想找到知音,先要成为观众的知音。刘云山同志曾提到:文艺创作要关注大众需求,回应大众关切。而要想知道什么是“大众需求”和“大众关切”就必须贴近实际、贴近生活、贴近群众;坦率地追求着电影的市场回报和经济效益,创作者的创作也面临着市场的残酷检验,但是即便如此,我个人认为,创作的终极目标是艺术的精益求精。举个不恰当的例子,电视机的研发人员的终极目标就是技术的不断创新和新材料的开发,他们的目光不会只盯着市场的销售额,从电子管到晶体管,从液晶到等

离子到LED,技术人员的使命就是技术创新,即便他们不知道新技术是否能取得市场上的成功,也不会停下创新和研发的脚步。作为电影的创作者,应该把艺术上的精益求精和不断创新作为努力的目标,把攀登艺术高峰作为不懈的追求,而不是看到市场上什么畅销就模仿什么、复制什么。如果创作者的创作过于被市场左右和影响,就很容易急功近利,低水平重复,就很难创作出真正的精品力作。正因为电影要走向市场,实现商业价值,才更要保证好的艺术品质,创作者的艺术高度和创新高度是作品质量的保证,更是作品取得商业成功的保证,更应该是创作者的最终目的地,在那里,“商业”和“艺术”将殊途同归。也许有人会问,只追求艺术忽视了市场需求,观众不接受怎么办?思考这个问题,我们要先判断清楚,观众不接受是因为太“艺术”了,还是艺术性不够,如果观众的欣赏能力真的像大家所担心的那样停滞不前,也就不会有今天中国文化的灿烂辉煌。创作者不应该低估观众,观众是各行各业中能工巧匠,有文化,懂艺术,爱学习。

越“艺术”应该越“大众”。电影不是一个人的自娱自乐,也不是几个人的诗歌唱和。电影是民众的艺术,到底有多少人愿意看,无疑是在衡量一部电影是否成功的标准之一。我想补充一点,票房是影片成功标准之一,但不是唯一的标准,每年都有许多很好的电影因为投资和运作的种种原因,并没有获得很高的票房成绩,但它们依旧是好电影,它们只是需要在更长的时间里,用更多的方式寻找知音,在后人的电影史上,

亲历时代发展 见证电影进步

冯小刚

了。真正做本土市场才能保证中国电影在全面开放的市场环境里保持不败。我们要充分认识到,让观众掏钱看国产电影只能靠中国电影人自己去努力,用好看的电影去赢得观众。这就需要我们对观众的观影需求有一个清醒和准确的判断。长期以来,我们一直坚持在选择题材的时候,第一要问的就是观众会不会喜欢?为什么会喜欢?我们的故事不仅要讲给电影人听,还要讲给发行的人听,讲给不同行业不同层次的人听。他们听你讲故事的时候注意力是不是集中?是不是抱有浓厚的兴趣?是不是可以被感动?从众多的反应中我们可以找到正确的答案。尊重多数观众的感受,就是赢得观众的法宝。自视清高,自以为比观众对生活的认识深刻就会导致对观众的“误读”。

进一步创造和谐的电影环境

反映现实的作品是最能够引起观众共鸣的,也是中国电影能够和好莱坞大片争夺观众的有力武器。我们热切希望进一步解放思想,为创作者提供更好的条件、氛围和机遇。

本着知无不言的态度谈了创作体会和面临的困难。我仅仅是从一个导演的角度看问题,片面之处望宽容。

我们抓住了机会连创票房新高,在观众中进一步赢得良好口碑,确立了创作信誉,极大地增强了我们的自信心。

以诚意面对观众

创作者的诚意最为重要。创作不是任务,要有感而发。创作动机要相对单纯,不能为获奖而拍。现阶段和今后很长一段时间影片首要服务的对象仍是本土观众和华语区的观众。中国经济发展在世界产生了巨大的影响力,但事实求是地说,文化的影响力还没有很多人想象的那么大。电影的输出还处于尝试阶段,进军欧美主流市场目前没有成为现实。如果在5年的时间里在日本、韩国打开局面形成影响力,中国电影产业的格局就已经不小

委屈?这些导致影片能否成立能否打动观众的关键环节,创作者都承受着社会效果的巨大压力。在影片主题传达主流价值观的前提下,不能不能表现一些人的弱点、道德缺陷、社会发展进程中的负面问题,以此来对比坚持正义、坚守道德底线的可贵和付出的代价?美是对比丑而存在的,没有弱点的人物是离生活和观众最远的,是没有真实丰满可言的,是直接导致影片空洞单薄缺乏感染力的主要原因。解放创作人员的手脚反映火热的现实生活,首先要减轻、降低来自各方面给创作者造成的压力,不要再对作品进行文本之外过多的联想,甚至夸大作品的负面效果。应该相信绝大多数导演对自己的影片是有社会责任感的,更应该相信观众是有鉴赏力的。不负责任的胡来首先就会被市场淘汰,进而也会被制片公司所抛弃。随着时代的进步和改革开放的深入,我们已经感受到了电影大环境的逐步宽松,为了实现中国电影更加繁荣,我们热切希望进一步解放思想,为创作者提供更好的条件、氛围和机遇。

本着一颗知无不言的态度谈了创作体会和面临的困难。我仅仅是从一个导演的角度看问题,片面之处望宽容。