

打造国家级电视剧制播平台

□王丹彦

中央电视台电视剧频道推出《大戏法》,标志着对如何打造国家级电视剧制播平台有了新认知及规律性的把握。要实现这一目标,不断提高频道品质,应着力从三个方面入手。

首先是文化影响力。究竟什么水准的电视剧才有资格在国家级电视剧平台播出,最重要的是要有足够的文化影响力引导观众,仅有精彩的片段与对白、唯美的有冲击力的镜头是远远不够的。《大戏法》便是一次很好的尝试,该剧选取了“魔术”这个巧妙的角度,响应了十七届六中全会提出的文化大发展大繁荣的国家战略,特别关注民族文化如何继承传统、走向未来、走向国际这样一个意义深远的重大课题,该剧试图以独特方式挖掘、抢救、弘扬民族民间文化,选择从“魔术”切入,演绎魔术人的内心、魔术的技法和传承,由此展现了中国近现代史上的一些重大事件。既是对文化传统的一种诠释,又具有观赏性和娱乐性。生生不息的民族文化传统,魔术人的内心世界、精神境界、道德情操、为人处事的传统习惯等都多侧面地展现在荧屏上。

电视剧频道新年伊始推出这部开年大戏,显示了对当下文化发展态势的自觉把握。选择从魔术切入关照当下是明智的,这一民间文化资源蕴涵丰富,再加上这几年社会对魔术的关注度不断升温,都为这部电视剧培养了收视群体、营造了良好文化期待和认同氛围。因而《大戏法》在文化影响力上占得了先机。中央电视台作为国家级电视台历来都重视并积极发挥引领文化的作用,改革开放30年来中央电视台始终坚持引领文化话语,并以此作为使命与责任。

第二,创作的整合力。该剧既是类型剧又是家族戏,还是年代戏、情感戏,是多种类型的混搭。当下电视剧观众的审美进步速度远远超过我们创作进步的速度,这让电视剧创作者产生了很强的紧迫感。该剧自觉把正剧、喜剧、谐剧、悲喜剧混搭在一起,融合多种审美元素,这种创作上的新探索体现了对当下电视剧审美规律的深度把握,显示了创作团队的不俗实力,这都是非常难得的。

第三,播出的筹谋力。频道在播出中重视宣传、策划,在营销方面优势明显。如今各电视台竞争激烈,在宣传策划方面绞尽脑汁,在这样的宣传包围之中,我们如果不利用资源作出回应就会陷入被动。营销团队主动出击,多方面策划,抓住能吸引观众的亮点,形成独特的气场,为电视剧的播出营造良好氛围。

文化的影响力,创作的整合力,播出的筹谋力,这三方面的经验是中央电视台电视剧频道未来创造更多精彩和辉煌的宝贵财富,期望更多好剧出现在这一国家级电视剧制播平台之上。

契合了观众的期待

□张  显

《大戏法》是一部好看的电视剧。首先这部作品的出品方对观众的期待心理有较准确的把握。中央电视台春节联欢晚会连续三年都有魔术表演节目,这种新颖的魔术很快就引发了观众的极大兴趣,但是舞台表演时间毕竟很短,观众普遍有意犹未尽的感觉,这就培养出了欣赏魔术表演的潜在市场。电视剧《大戏法》敏锐地感觉到观众的期待,考虑到电视剧的制作周期,更能说明制片方的市场意识非常到位。国家现在强调发展文化产业,投资和主创班底固然

电视剧《大戏法》的启示意义



从《大戏法》中窥见大历史

□阎晶晶

电视剧《大戏法》融入了多种元素,或者说多种元素的拼盘,这一典型的类型题材影视剧,特别符合现代电视艺术的特点,具体而言就是选择了魔术这一题材,并将其作为线索贯穿始终,魔术成为该剧最突出的要素。这种类型化的创作方式在当代电视剧中并不鲜见,但选择魔术作为着力点,体现出了创作者独到的眼光和智慧。

《大戏法》呈现给观众的魔术表演具有一定专业性,但又能让普通观众接受,这其实是非常重要的。当今类型剧创作存在两个突出问题,一是没有正儿八经的主题,境界不高;二是创作者专业水平和能力受限,不足以表现专业领域的题材内容。该剧的魔术表演比较地道,以让普通观众都能欣赏的水平来处理,类似武侠小说的处理手法,比如追踪魔术秘籍的情节其实就是武侠小说中惯用的套路,这也体现了类型化电视剧的创作特征。尽管魔术中的手彩、唐影、鬼道等都有专业的、深度的说法及内部的讲究,但是艺术创作最终必须从深奥中提炼出直观、简洁,让观众认可、欣赏。

在叙事层面上,该剧采用了我国文艺作品中较为传统的家族叙事流程。此前许多经典的电影、电视剧以及文学作品都格外偏爱家庭叙事,以《红楼梦》为典型的诸多中国文学作品都善用家族叙述表现宏大主题。家族叙事的特征及要素在这部作品中已有鲜明体现,师兄弟三个人构成了三大家族,恩怨情仇不断,这种自“五四”以来较为普遍、流行的叙述方式运用得较为妥帖、恰当。

《大戏法》在主题的选择上蕴涵了中国社会历史的发展变化过程。倘若一部电视剧只讲魔术,或者只讲家族,对于当代影视剧来说就缺乏了历史感。该剧在处理

好类型化和家族叙事的基础上,特别突出了当时中国社会历史的风云变化,将魔术题材与家族叙事在主题上升华到一个更高的境界,这也是检验该剧能否成功的重要因素。无论是普通观众、业界专家还是主管部门都对对此抱有期待,该剧最大限度地满足了大家的期待,其中不但有一般意义上的社会发展过程,对历史关节点处战争的叙述也可圈可点,足见创作者在前期做了大量扎实的工作。

在这一宏大历史背景之下,该剧将复仇的主题以丰富、复杂的方式表现出来,此前许多影视剧往往忽视了这一部分,缺少对复仇主题有内心、有质感的阐释。高来宝的复仇从整体上支配了他的感情变化,复仇的逻辑线索也非常清晰。他怀有杀父之仇,一面不断感恩一面要实现复仇,这两方面的分裂结构了丰富的性格和事件。略感不足的是复仇主题的处理还是过分抽象化了,与整个作品的历史感不吻合。剧中的双胞胎体现的其实就是一个人的两种人格,这两种人格在一个人身上集中表现出来,似乎在一个人物身上赋予了太多东西。但这种尝试让观众觉得新鲜,此前的许多影视剧作品无论向善还是向善住往都表达得不够彻底,而余少群饰演的高来宝则将性格发展到了极致,如果能把他处理得像沈万奎一样更有历史内涵,该剧就不仅是“大戏法”而可以称为“大历史”了。

该剧的感情戏是有中国特色的,有许多动感情的表达,宝琦这个人物就很立得住,她身上体现了一种只有中国人才可能理解的感情,是融合了忠孝悌义这些具有很强道德和伦理色彩的特殊的亲情,这些感情纠葛缠绕在一起,能够呈现出来就已极为不易。总体而言,这部电视剧融入了很多要素,让观众可以由一处延伸开去产生共鸣。作品花了很大气力,带来一种特别的冲击力和新鲜感。悲剧的结局,正剧的叙述,喜剧的因素……为中国影视剧的创作提供了很多需要认真挖掘的经验教训。

重要,但更主要的是对观众的研究和对市场的准确把握,《大戏法》提供了非常有益的经验。

第二这部作品的投放期安排在岁末年初,广大观众的收视心理非常好,在这个时段内,忙碌了一年的人们时间相对充裕,心情相对轻松,文化休闲消费心理较强烈,能够持续关注有特色的长篇电视剧,时间、情绪、心态也是重要因素。美国金融危机爆发之后,进电影院的患者明显增加,《大戏法》在这个时段播出,应该说是占尽了天时地利人和。

第三该剧不仅展现了很多魔术的片段和戏法,还讲述了沈家和魔术戏法之间争斗的故事,把艺术渗透在故事中,通过武侠作品中常见的争斗模式,围绕斗智斗勇的情节,把保护文化遗产的理念也纳入其中。略感遗憾的是,该剧如果用喜剧风格来处理,可能效果会更好一些。

对优秀传统文化深厚内涵的思考

□彭程

40集电视剧《大戏法》,集合了多种引人入胜的极富观赏性的元素:清末民初的时代背景下,几大流派的魔术竞技,三个家族间的爱恨恩怨,日本魔术师对我国民间戏法秘籍的觊觎,地方无良官吏对民间艺人的欺压和盘剥,爱国情操与民族气节,复辟与反复辟,政治和艺术、阴谋与爱情……这诸多成分,在这部作品中自然贴切地融为一体,使得电视剧呈现出一种现实感与传奇性浑然交映的美学风格。

不难想象,当以这样丰富的内容作为艺术表达的对象时,它在叙事层面上所呈现出的面貌会是怎样的繁复曲折、扑朔迷离。多重线索交织、剧中有剧、戏里套戏等,固然营造了波诡云谲、眼花缭乱的观赏快感,但也潜伏着令观众为故事进展中不停的旁逸斜出而迷失了方向感的危险。有效地支撑整部电视剧的叙事框架的,与其说是跌宕起伏有时甚至显得有些匪夷所思的情节,不如说是有几个血肉丰满的人物,是他们那合乎自身情感逻辑发展的心理冲突、情感纠结,成为剧情进展最重要的驱动力,使得命运的悲怆感始终萦绕,使得传奇性一直受到现实性的制约而不会异化为奇幻和放纵,最终使得这部电视剧保持了一种内在的均衡。

莫无形(来宝)这一人物形象的塑造,使得这部作品在对人性的探测上抵达了某种深度。年复一年日复一日,他被复仇的念头牢牢地控制,那种人格割裂和内心扭曲,发酵成为了一种窒息般的焦灼感,随着故事的发展愈来愈强烈,给观众造成了一种心理压迫。他后来幡然悔悟,在黑夜中代弟弟莫希声赴死,付出生命的代价对抗外敌,支持革命党的起义,完成了灵魂的再生、人性的复归。相比之下,沈万奎、沈欣萍、莫希声、司徒瑾等角色所体现出的善良和正义、基于对民族的忠诚和深沉的爱国情怀而迸发的强大勇气、不畏外敌强暴,不惧官府淫威,对魔术国粹的保护和传承,更是放射出人性的光彩和底层朴素的道德情感之美。在展示作为国粹的魔术戏法的无穷魅力的同时,这部电视剧也很自然地引入了对优秀传统文化深厚内涵的思考。

三性统一的好作品

□季舒东

电视剧《大戏法》年初在中央电视台电视剧频道播出,收视率一直保持在高位并不断上升,观众评价这是新年里最给力的一部戏,是一部思想性、艺术性、观赏性统一的好作品。

《大戏法》以自然朴实的清新之风,从三方面弘扬了中国优秀传统文化,充分体现了该剧对思想性的关注和强调。

一是弘扬中国国粹艺术。该剧以故事的形式带出了魔术的历史与发展,意在传承和保护中国非物质文化遗产。观众在《大戏法》中不仅得到艺术的欣赏,还了解了中国魔术的许多知识和历史演变过程。

二是弘扬爱国主义精神。《大戏法》塑造了沈万奎、神秘道士、莫希声这样一些“位卑未敢忘忧国”的理想人物,在他们身上较多地表现了民族牺牲性、自信、爱国、内化于心、外化于行,“富贵不能淫、威武不能屈,贫贱不能移”的品格,面对旦夕之间的宠辱骤变,从容表现了“苟利国家生死以,岂因祸福避趋之”的民族气概。这些内容已经成为中华民族的集体记忆和文化积淀的重要组成部分,成为维系中华民族自强不息的精神纽带,成为推动中华民族持续发展的精神动力。

三是弘扬中国传统美德。《大戏法》看似讲述的是一个魔术的故事,但在整个剧中,在魔术的较量中始终伴随着道德的较量:幻与实、真与假、义与利、善与恶等等。通过这些较量,该剧隐含着两个深刻的道德哲学命题:是魔术主宰人还是人驾驭魔术,让它服务于大众?怎样的人生才是有价值、有意义的?三大戏法世家都以“幻术”作为谋生的手段,然而,堂彩掌门人沈万奎历经坎坷磨难,终不改人生之信念,为人之品格。莫无形以掌门人开始,最终被魔术所主宰,成为牺牲品。该剧最后的落脚点在于弘扬个体道德的自律。道德既是一个社会的风向标,又是广泛联结社会各领域、用思想与行为传递、辐射世界观、价值观,并最终形成具有普遍意义的奇特力量,它以柔克刚,春风化雨,润物无声。社会的发展,如果没有一个共同的精神家园,就会变得光怪陆离,甚至扭曲变异。把仁义、爱国、同情、关爱、奉献点亮起来、传承下去,表现出创作者对人的心灵塑造的追求,这就是《大戏法》的艺术使命所在、生命所在。

用戏法的小成就民族尊严的大

□高小立

《大戏法》是一部以中华传统戏法为题材的电视剧。40集的长度,却鲜见国产电视剧常见的剧情拖沓、节奏缓慢之弊病,相反,剧情丝丝入理,环环相扣,剧情越往后越精彩,可谓高潮迭起,张力十足。

该剧主线为复仇,辅线为中国戏法艺人保护《神仙戏术》一书,剧情犹如中药中的“君臣佐使”,有主有辅,相得益彰,同时无论堪比当今近景魔术的莫家手彩,还是以机关道具见长的沈家堂彩,亦或是颇具魔幻气质、诡异色彩浓厚的鬼道戏法,都自然地穿插在全剧中,展现了中华戏法的博大精深和源远流长。该剧的70余个魔术戏法未有用生拉硬套之感,“炮打飞人”、“手擒子弹”,还有中日、中俄戏法大赛等等,都是为展现与制造剧情矛盾冲突之所需,都是为塑造剧中人物角色性格使命为己任,关键时刻的解围、救助,都离不开戏法的贯穿,使戏法与剧情水乳交融,交相辉映,你中有我,我中有你。尤其是莫无形最后用自己的生命变了一次惊天动地鬼神的戏法,用戏法的小成就了生命价值与民族尊严的大,将剧中的戏法与戏法中的剧推向了高潮。在这一刻,也让观众领悟了该剧片名“大戏法”的真正含义。剧中的戏法与

戏法中的剧的有机结合正是该剧的成功之处。比如《神仙戏术》的燃烧,以“鬼打墙”的戏法刺杀曹大人等都是剧情的演绎,尤其围绕楚将军出城所设计的一系列戏法,都是以戏法的神奇玄机助推革命党的行动。同时戏法中的剧又用的恰到好处,试想如果戏法用过了就会失去真实性,该剧并没有把戏法中的剧任意夸大或神奇化,度的把握还是挺准的。

这部剧成功因素有很多,但是主要因素一是有个好剧本,《大戏法》剧本改编自原创的网络小说,但是打磨剧本用了两年时间,精益求精。第二,专业团队将该剧力求表现的魔术的帅气与鬼气处理得恰到好处。

我们谈弘扬民族文化,谈文化大发展大繁荣,古典戏法在2010年已入选国家级非物质文化遗产,但目前的电视荧屏,以非物质文化遗产为题材、表现文化传承的电视剧还不多。该剧给了影视工作者一个启示,不要老是将题材定在帝王将相、才子佳人,不要跟风拍摄那么多的谍战剧、偶像剧、家长里短剧。老祖宗给我们留下了丰富的文化遗产,需要我们不断挖掘保护,以最具传播力的电视媒介将民族瑰宝发扬光大。

重新认识中国戏法

□朱雄全

出品方、制片方、播出方感言

张子扬:做好定制剧的引导

定制剧本身要做好两个引导,一是引导创作,二是引导播出。面对不简单的电视剧市场,感谢该剧创作团队历经4年给观众推出了这样一部文化丰厚、特色迥异的电视剧作品,这是央视八套推出的首部定制剧。当初双方在文字上什么承诺都没有,靠的是互相的一个信任。频道对这个剧的编排非常地坚定。因为是开年戏,这对于一个频道特别是对改革之后频道的整体形象特别重要。2011年年初,频道班子曾围绕以热闹的穿越剧作为开年戏还是以表现当代青年军人风采的剧作为开年戏有过讨论,后来大家几经选择,也分析了各种各样的可能性,选了《第五空间》作为去年的开年戏,同样也是用这样的机制,最终选择了《大戏法》作为今年的开年戏。

我有一个体会,作为国家电视台,电视剧品质与品位应有我们自觉地文化选择,作品的哲学思想、美学思想,应该是国家级电视台选择的标准和方向。《大戏法》作为魔术题材,是电视剧创作史上的一个弥补和丰富。作为中国电视剧第一频道,也是惟一的电视剧专业频道,我们有使命和责任来推动和引导创作,用播出的优质电视剧来影响市场。

陈冬冬:寻求题材上的新突破

我是4年前接触这个题材的,起因是2009年刘谦的一个魔术让我产生了很大的兴趣,当时正好有人给我介绍了一部魔术题材小说,当即就决定了选择这个项目,之后和中央电视台影视部有了交流。

这些年,电视剧跟风现象比较严重,我在抓选题上始终很困惑,一直在寻求题材上的突破,由于对魔术的喜爱再加上小说故事情节复杂性的丰富,还有中央电视台电视剧频道对这个题材的认可,给了我信心。从小说到剧本三易其稿,经历了将近3年的时间,不断地调整修改,两位作家对这部戏投入了很多。央视把该剧作为电视剧频道的首部定制剧,也让我们倍感压力。央视作为国家级播出平台,对电视剧的质量要求很高,再加上在整个创作过程当中批评声较多,压力就更大。

魔术设计完了之后就牵涉到道具的制作和保密协议,我跟刘谦交流多次,最后达成共识。在拍摄过程中,我们给自己出了一个难题,一定要一镜到底,刘谦也赞成。有人说拍电视剧不用着一镜到底,我们之所以坚持一镜到底,就是要向老艺人致敬。在战乱年代,魔术艺人为了弘扬中华文化,甚至付出了生命的代价,我们只不过是辛苦一点,多付出一些劳动。刘谦团队和他的合作伙伴全程陪同,完成了魔术的创作,我们以诚意完成了这部作品。该剧能得到观众的认可与前期的准备分不开。从该剧播出到现在还不断地有观众跟我们互动,证实了这是思想性、艺术性、观赏性统一的一部戏。

韩建群:接地气,出新招,合大事

第一,《大戏法》这部戏接地气,很多人说现实题材的戏比较容易接地气,但是我认为所有戏都能接地气,只要电视剧中的人、事、情,理这些在观众看来都像发生在我们身边的一样,就足以实现这一目标。中国传统文化在中国人心里是根深蒂固的,很多元素、精神都融入了每一个中国人心中,该剧恰恰把这些元素都巧妙而自然地真实地反映了出来,特别能够打动人心。

第二,这部作品出新招。《大戏法》选题新,魔术题材填补了中国电视剧创作的一个空白,中央电视台电视剧频道抢了先机。二是角度新,抓住了一个好选题,核心是弘扬了民族文化,用人们来把握戏法,又以戏法来反思每一个的人生,这些角度都特别好。三是手法新,该剧用了多线索多类型,虽然用了戏法的载体,但表现手段都非常新,包括描述段落的一落到底,都表明出了新招。

第三,成功之处在于合大事。一是合了现在中华民族文化传承的大事,戏法是中华民族文化中的瑰宝,也是文化传承的一个重要部分,抓住了这个节点和载体,使文化传承在剧中有了特别好的表现。二是合了民族崛起的大事。中华民族真的崛起了,该剧符合了观众和整个社会对民族崛起心理的契合,突出表现了民族精神。三是合了人间道义的大事。所以接地气、出新招、合大事是这部剧成功的三个方面。

汪  恒:标准是“三性”统一

《大戏法》是按照思想性、艺术性和观赏性三性统一的标准为中央电视台电视剧频道专门定制的一部作品,作品的闪光之处撑得起开年大戏的分量,因为电视剧是在家庭中观赏的艺术,我们在审查中也尽可能地做了一些调整,进行了认真打磨。比如删掉了一些杀戮和血腥的镜头,在这些方面的审查央视坚持比较严格的标准。

申积军:做好宣传规划

《大戏法》从去年9月底就开始做近期、中期和远期宣传规划,着重做了以下几个方面的工作。一方面是跟台内各方合作,首先跟总编室合作,提前两个月宣传片就在央视15个频道播出,然后又跟新闻频道合作,播出了开播盛典的新闻,还和总编室合作举办了中央电视台走进大学的活动,长达90分钟。另外联合了50多家网络媒体,通过举办发布会、视频传播、社区传播和论坛等方式共计发布了48篇稿件,11个宣传片和人物专访。他们依托《影视同期声》和《影视俱乐部》,一共做了4个专题。另一方面是跟台外合作。首先联合60多家平面媒体、网络媒体和电视台,一共发表了80多篇稿件,9个版本的精编宣传片视频,跟5家网站进行了深度合作。此外,我们首次尝试跟移动多媒体进行了合作,开始了与《手机报》和移动媒体的合作,使得《大戏法》的宣传突破了时空限制。《大戏法》推广期间也是电视剧频道微博正式启用的时间。

《大戏法》开播盛典当天,频道微博率先以刘谦、甄子、余少群的微访谈活动,吹响了盛典当天的第一次集结号,并随后进行图文直播,让网友与主创进行现场交流,播出期间,频道微博举办的观剧有感征集活动得到了积极响应,网友以大段文字抒发《大戏法》带给自己的感动。这些举措都取得了非常好的宣传效果。

周亚平:求变求新

一是“变”,求变求新,追求变化,变事后追踪为前期追踪,这几年省级卫视以拼星的策略,把政策和价格的优势用足了,这些媒体就形成了较好的预购和定制体制、机制,这对中央电视台构成了一定的压力,因此我们的策略就是在市场上抓一些重要剧目,《大戏法》在这样的环境和背景中应运而生,也收获了比较好的效果。

第二是变个别效应为综合效应,《大戏法》产生的综合效应和整体效应比其他剧目要好,首先这是一部定制剧,第二它是频道的开年大戏,在央视逐步改革创新竞争购买策略的时候,这部剧的效应可以进一步扩大。今年定制的概念应该在这一基础上谨慎地进行总结,推广效果,电视剧频道今年起码有8部定制剧,我们在运作的过程中加快了步伐,力求把好作品转化成好的电视剧产品。

第三是变被动市场为主动市场。前几年电视剧市场被别人引领着,这是不可回避的。但现在中央电视台电视剧频道明确了打造中国电视剧第一频道的目标,在整个电视剧市场发展中要发挥引领作用。国家级电视剧频道应当建立标准化的风向标,《大戏法》既是一种标准,也是一个风向。