

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，既是对文化传统的另一种诠释，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。

从《大戏法》中窥见大历史

□ 阎晶明

电视剧《大戏法》融入了多种元素，或者说是多种元素的拼盘，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、唐彩、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也有鲜明体现，师兄弟三个人构成了三个家族，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