

由中国电影文学学会、浙江传媒学院、浙江电影家协会、杭州市西湖影像促进会等单位主办,以“故事、人物与核心价值”为主题的第二届中国电影编剧高峰论坛日前在浙江杭州召开,来自全国的30余位编剧、电影评论家参加了论坛。此届论坛一改之前一些电影编剧相关会议上重点谈论编剧维权的主题,与会者更多聚焦了剧本创作的本体问题,紧紧围绕论坛主题发表了各自的创作感受、经验,同时提出了当下电影创作中亟待解决的突出问题。本报从中选择了三篇关于讲好电影故事的文章。

## 中国电影不能缺少“发现”

□王兴东

上个月北京国际电影节,颁发编剧奖的嘉宾喊出了“编剧万岁”。乍听来难以接受,是黑色幽默还是特意写的台词?但他们又引用了法国导演阿诺的话,“对于一部电影最重要的是剧本!剧本!剧本!”

广众之下喊“编剧万岁”,无疑是对叫嚣拍电影不是拍剧本,电影是某某导演作品的当面“拍砖”。那么,为什么在当下的影视环境下会有人喊出了“编剧万岁”呢?最主要的原因是,随着市场竞争的残酷性,剧本的先决性日益凸显出来。

看看中国导演在冲击奥斯卡中,不及亚洲的日本和伊朗——由小山薰堂编剧、泷田洋二郎导演的《入殓师》,伊朗法哈迪自编自导的《一次别离》。《入殓师》成本1400万人民币,《一次别离》成本才230万人民币,却胜过中国几亿投资的影片,这说明了什么?决定影片成败的,不是高投入,不是高科技,不是大场面,也不是导演知名度,而是剧作题材、人物形象、思想内涵有无新的发现。

当下国产电影的症结是原创不足,模仿跟风,复制翻拍,题材雷同,形象匮乏,仅“南京大屠杀”的题材,你方拍罢我登场,关公题材冒出6个,“鸿门宴”一年中制作两部,重复移植莎翁的《哈姆雷特》改装话剧《雷雨》,主旋律一窝蜂地指向新闻中的英模,后果惨痛,难脱窠臼。造成这种现象的原因,关键还是缺少“发现”。

发现是创新之母。居里夫人发现镭而获得诺贝尔奖。袁隆平1970年在海南岛发现一株珍贵的野生稻雄性不育株,解决了杂交水稻的世界难题,创造了一棵稻株解决几亿人吃饭的世界奇迹。1956年除夕之夜,捷克的兹德涅克·米勒在树林散步,不小心被一只鼹鼠打洞扒出的土堆绊倒,这意外的发现,萌生了伟大的“发明”,才有了风靡世界的卡通影片《鼹鼠的故事》。

作为叙事文学样式的电影,有没有价值观,或者说能不能体现价值观,应该说都不是问题了。

任何文学作品都有主题,主题就是作者价值体系的呈现,这一点相信大家一般都是接受的。连诉诸于情感的诗歌都有价值观的顽强表现,何况长篇叙事文学作品呢。现在的问题是价值观潜伏在故事里的身姿。是作昂首挺胸状、黄钟大吕、河东狮吼,还是深藏不露、大雪无痕、真花无香,这是两种不同的姿态。

各有审美价值,各有审美特点,各有粉丝,各有评论家解读,都是津津乐道的。

我在影视创作实践中,总是偏向前者。无论是20多年前的《开天辟地》,还是后来的《日出东方》《上海沧桑》《邓小平1928》《雷锋》《毛泽东在上海1924》,直至最近参与写作的电视剧《邓小平》,都是最狭义概念的“主旋律”,都是主流价值观,都是慷慨陈词、黄钟大吕,主题思想一竿子插到底。

我4次去辽宁省铁岭,找到了撞倒雷锋的那个人——乔安山,揭开雷锋22岁的生死真相,创作了《离开雷锋的日子》,演员乔安山的刘佩琦成了双料影帝;我在松嫩草原发现了人工饲养仙鹤,编剧了《飞来的仙鹤》,第一次让丹顶鹤和人的故事出现在中国银幕;我从长春到四川采访了60多人,发现了一位杭州人的故事,创作了《蒋筑英》;我去河北省阜平县城南庄,发现了1948年毛泽东在这里发布了号召召开政治协商会议成立新政府的五一口号,险些被国民党飞机炸死。于是我和陈宝光创作了《建国大业》,授权许可中影集团拍摄,给了韩三平一个导演大片的机会。

尽管现代电影制作技术不断翻新,媒体追捧知名导演和大腕明星,但是,只要电影遵循“讲故事”的原则,打开故事大门的钥匙在编剧手里。电影生产的道理大家都明白,首先是编剧的发现,导演去再现,演员是体现,摄影是呈现,制片商来实现,放映是展现,展现什么,展现编剧艰辛的发现。编剧不是制片商的打工仔,不是导演的文秘,更不是明星的笔奴,而是电影故事的主人。美国编剧2007年大罢工向世人证明,编剧不干,产业瘫痪,没有发现,一切扯蛋。

发现比表现更艰难复杂,需要在别人司空见惯的地方发掘文学创作的能源,在别人未曾探索过的地方发现和发明。不是嚼别人嚼过的东西,不是拆别人的毛衣重织一遍,不是山寨拼凑外国大片的桥段,更不是发现琼瑶筐里的好细节,拿过来作为自己的加工材料。我们做编剧的,深知创新之艰苦,坚决反对一切抄袭剽窃行为。

发现权是知识产权,发现+发明=原创作品,改编是原创的发展与发挥,必须经原创者授权许可才能改编。原创对于发现有着终极控制权,即使拍成电影后再改编任何什么,也必须要原创授权,法律赋予原创者至高无上的地位,这

是必须“喊万岁”的地方。文学的发现和科学的发现同样需要智力和毅力。编剧是扛着观众的眼睛在大千世界中寻找,像蛟龙号下潜深海探险,像嫦娥号太空登月发现,风险和勇气,灵感与创新,一切有为的编剧要走出闭门造车的小屋,用艰苦的探索换来伟大的发现。陆川爬上了海拔4600米的可可西里,我去了河北省阜平县城南庄,发现了1948年毛泽东在这里发布了号召召开政治协商会议成立新政府的五一口号,险些被国民党飞机炸死。于是我和陈宝光创作了《建国大业》,授权许可中影集团拍摄,给了韩三平一个导演大片的机会。

编剧要把自己当作水壶,放在社会的火炉上加热,让激情沸腾起来,投入多少感情就会产出多少感情,有了这份情感的能源,才有创造故事的能量。张猛编导的《钢的琴》就是源自于东北老企业的生活激情。我们都曾受过电影教育,学校讲台,教你如何写,社会舞台,教你写什么,市场擂台,教你为谁写。当下全国有十几万人在写剧本,如何能让你的剧本在竞争中胜出,就看谁有新的发现。

能振动社会的故事核心,只有到社会生活中去发现。因此,我多次呼吁国家出台扶持编剧深入生活的资金和经费,从源头上解决中国电影原创疲软的问题。

到生活中去发现,用文学来表现,不受雇于他人来表现他人的发现。真正的银幕作家从我们的队伍中脱颖而出,从剧本到拍摄,自编自导,薛晓路、张猛、刁亦男、蔡尚君、滕华涛、邵晓黎等一批编剧,为同行们树起光明的路标。柯达倒台,数码到来,拍电影不再神秘。我鼓励年轻的编剧们,磨练创作,掌握制作,为了你那艰辛而宝贵的发现,不为他人做嫁衣,不被他人所篡改,在银幕上,完整地表达自己对人生的感悟和对这个世界

## 价值观在故事里潜伏的身姿

□黄亚洲

总是生怕人家看不明白,把话说了又说。有些话是自己直白地说的,有些话是由于各种原因有人要你一再说的,以至于把故事里的所有场景都撑得很满。有时候故事不像故事,像社论,像首长重要讲话。我知道有相当多观众的审美方式与此相悖,和平时期的黄钟大吕使他们耳膜震痛,从故事里不断溢出来的思想使他们厌烦。我也知道我走的路其实路面很窄。

我也尝试作些变化,比如我写的《落河镇的兄弟》那一类就好多了,也能在国外收获一些奖项。但是我清楚,“润物细无声”是一种境界。在一个激动人心的故事里,若无其事地并且饱满地输送你的价值观,是一件不容易的事情。所谓“电影

艺术”,可能在很大程度上体现于此。

所以不少评论家都说我的诗写得比电影好,就是这个道理。在写诗的时候,我总设法把我所要表达的思想和情绪放在诗行与诗行之间的空白部分,不叫它进入诗歌本身,但是写作电影剧本,我的笔就显得笨拙。

有很多时候,是自己笨拙。也有很多时候,是别人叫我更加笨拙。也有这样的情况,经过二度创作,一部纸面上的作品变得更加不好看了。

我希望有机会改变自己。让主题与价值观在我的作品中,身姿趴得更低。我明白这样的作品,很多观众会认可。尤其是青年观众,他们是票房的主体。

## 动画片《大秦五行少年传》六一亮相央视 中国气韵与现代动漫的有机融合

每一个场景就是一幅充满诗意的水墨画。同时,该片还运用3D效果来表现人物和武打动作,使整部片子在古典艺术的氛围中更增添灵动、炫酷的效果,形成了独具艺术风格的现代中国民族动漫特色。

对此,专家谈到,该片浓郁的中国味道是当下面动漫作品中难得一见的,给人留下了深刻的印象。上个世纪50至80年代,《大闹天宫》《牧笛》《哪吒闹海》等一系列中国动画片以其所蕴含的深厚文化内涵和所特有的中国古乐、京剧唱腔以及皮影、剪纸等艺术手法,被国际动漫界誉为艺术风格独树一帜的“中国学派”。然而,从80年代初期直到今日,一大批域外动漫作品长驱直入并

故事艺术已经成为现当代社会中主导的文化力量。它早已超出了传统的艺术世界或娱乐领域。在现代社会的政治和经济商业领域中,故事艺术也被视作重要的力量、角色或工具,其巨大的作用和影响力也获得了广泛的认同。电影艺术,由于它的内在属性,使其成为了故事艺术世界里最有影响力的主要力量,而作为电影故事讲述人的电影编剧,无疑就是最聪明和最有力量的人。

在现代社会里,故事无处不在。以经济活动为例,故事艺术已经成为最有效的商业沟通工具和手段。最近,《华尔街日报》以“要说服别人,就给人讲故事”为题介绍说,宝洁市场副总监史密斯已经改变了做演示的方式,他大大减少了幻灯片的数量,而是加入了大量的小故事,把演讲展示变成能引起观众共鸣的故事,而不是生硬的数据和文字。同样,联邦快递、金佰利和微软等公司也在培训高管如何讲述能引起共鸣的故事,从而改善工作中的沟通。职业专家更是建议公关活动者,要设法在情感上与自己的观众沟通。只是列事实和数据,都不如讲故事让人印象深刻,讲故事是比PPT更有用的工具。

事实上,美国商界巨头与好莱坞编剧大师联姻已有多年。好莱坞编剧教父悉德·菲尔德不仅是多家好莱坞电影公司的剧作顾问,还长期被通用、三星等聘为资深顾问。同样,编剧大师罗伯特·麦基的客户就包括一些大的企业集团,比如微软就定期把它整个创意团队送进麦基的培训班。在麦基经过咨询和指导以后,几十个公司的首脑们通过向华尔街讲述令人兴奋的故事,都获得了大笔的投资。在《哈佛商业评论》的采访录中,麦基认为,

故事“满足了人性的一个根本需要,就是抓住生活的模式——不仅仅是通过理性活动,而是通过私人的情感经历”。他解释说:“人们对电影、小说、戏剧和电视的消费如饥似渴,反映了人们对捕捉人生模式的深层的需求,这不仅是一种纯粹的知识实践,而且是一种非常个人化的、非常情感性的体验。有人认为这种对故事的渴求只不过是纯粹的娱乐。但是,娱乐究竟是什么?娱乐即是沉湎于故事的仪式之中,一直到知识上和情感上都得到满足为止。人们将注意力集中在故事中,以便体验故事的意义以及随着对故事的见解而来的强烈的、有时甚至是痛苦的情感刺激,并且,这种感情会随着意义的加深而得到极度的满足。”麦基相信企业经理们如果能抛弃他们的PPT胶片,去学习如何讲好故事,就能将听众的投入程度带入一个全新的高度。

通过讲故事说服人的有效性,是有其科学依据的。神经学家研究发现,无论人们是否意识到,大多数人的决策都渗入了情感反应。因此在试图说服人们接受并获得认同时,更为聪明的方法,就是尽可能将自己所要传达的观点与某种情感联系起来融为一体,而做到这一点最好的方法莫过于讲述一个动人的故事。在故事里,不仅能将大量的信息编织进叙述的内容,同时也唤起了受众的情感和活力。

乔布斯就是个故事高手。他经常在演讲中加入大量的小故事,把演讲展示变成能引起观众共鸣的故事,而不是生硬地告诉他们哪些东

西需要改变,这使他在传达自己的想法时成功率大大增加。他那著名的“斯坦福大学毕业典礼演讲”的开头就是:“今天我想向你们讲述我生活中的三个故事。不是什么大不了的事情,只是三个故事而已。”其实他是通过讲故事的方法说明了自己的三个观念:人生的片段和点滴;直面挫折和珍惜每一天。可以设想,凭借他在这些方面的学识,尤其是当时他面对的是具有专业素养的听众,如果他是以理性的方法来阐述这些观点,不仅无法胜任,也起不到什么效果。

传统的由PPT胶片演讲组成说服人的方法,目前仍然为社会活动家、商业公关人士和大部分企业所采用。这是一种理性的过程。演讲人会给出很多统计数据、事实,并引证权威人士观点。但这种传统方法有两个缺陷。首先,听众脑子里有他们自己的一套看法、数字和经验。当试着说服他们时,虽然嘴上不说,脑子里可能一直在反驳你。其次,即使你成功说服了他们,也仅仅是在理性层面上做到了而已。而人们不会仅仅因为有道理就跟着行动。不仅如此,认知心理学家发现,人的头脑在理解和记忆时,喜欢把零碎的片段经验组成一个故事。故事与我们如何记忆事物的原型是一致的,而我们却不善于记住那些优点缺点列表、数据,或是PPT胶片上的要点。

在现代社会政治领域,提高“软实力”早已成为博弈各方或相关利用方所优先追求的,讲故事则是这方面最有效的工具和手段。所谓实力,其实就是影响别人的能力,这包括“威胁、利诱和吸引”等三种影响方式或能力。而软实力就是“吸引”别人、说服别人的能力和实力。对于正处在一个信息革命时代的我们,软实力的重要性就更不可忽视。

“软实力之父”约瑟夫·奈一直强调:“有时候真正的赢家不是看哪个国家拥有最强大的军力,而是看哪个国家的故事讲得最动听,讲故事的能力越来越重要。”由此,他建议中国应提高“国家讲故事的能力”。在笔者看来,我们中国电影编剧应该担负起“讲好中国故事,传达好中国声音”的历史重任。

用故事来说服人并非容易。采用理性方法的人可以坐下来理出优缺点清单,并用传统方法来设计一个陈述,这只需要理性就够了,几乎不用什么聪明的创意。但讲述一个包含足够的情感力量,让人留下深刻印象的观点,就需要鲜明的洞察力和高超的讲故事技巧,需要充分发挥想象力,运用讲好故事的原理,这样才能讲述一个精彩的故事。与此同时,听众们也会沉湎于故事的仪式之中,一直到知识上和情感上都得到满足为止。人们将注意力集中在故事中,以便体验故事的意义以及随着对故事的见解而来的强烈的、有时甚至是痛苦的情感刺激,并且,这种感情会随着意义的加深而得到极度的满足。

麦基认为,人们通过观看电影、阅读小说,进而进入故事这个奇异的世界,在故事的人物、事件及其冲突的深处,人们会找到自己的人性。故事将引领受众经历一段令人痴迷的时间,让他们去身临其境地体验另一个人的生活,粗看起来这些人似乎与他们并不相同,但其内心却与之息息相通。人们并不是希望通过故事来逃避生活,而是去发现生活,以一种焕然一新的实验性的方式驱使头脑去思考、去激荡情感、去欣赏、去学习、去增加他们生活的深度。会讲故事的人,也是最聪明的人和最有力量的人。

的价值导向问题上做得十分到位。创作者对当代青少年的心理特点和兴趣爱好进行了充分的研究。比起教条、古板的历史故事而言,这种以时尚、风趣的现代手法展现我国传统文化的方式更容易让青少年理解和接受,从而引导其树立起勇敢团结、不畏困难的价值观。与会者认为,如何将民族文化精髓和主流价值观张扬出去,是动漫从业者必须坚守的责任。这种根植于传统文化中的主流动画片,也一定会具备开发市场的潜能。如今我们市场上最缺乏的,恰恰是那些我们的孩子能看,孩子的孩子也能看的,可以一代一代相传的动画片。

此外,专家们建议,动画作品想要有一定的影响力,必须在两个方面下工夫:一是定位要准确,范围不能太宽泛,像这类题材的作品不宜把观众群的年龄定得太高,要面向低年龄层面的观众;二是需要扩充体量,凡是近些年有影响力的作品,基本上都在100集以上。

## 第27届中国电视金鹰奖 将于10月揭晓

由中国文联、湖南省人民政府、中国视协主办的第27届中国电视金鹰奖、第10届中国金鹰电视艺术节启动仪暨新闻发布会日前在京举行。本届中国电视金鹰奖评选包含电视剧作品奖、电视剧演员奖、电视剧创作单项奖、电视文艺节目作品奖、电视纪录片作品奖、电视文艺和纪录片创作单项奖、电视动画片作品奖、电视公益广告片作品奖、电视节目主持人奖9个大类的76个奖项。经过初审,共有电视剧103部,电视文艺节目158部,电视纪录片164部,电视动画片28部,公益广告72部,58位主持人角逐金鹰奖各个奖项。

第27届中国电视金鹰奖评选分为两个阶段。电视节目观众投票活动自2014年6月1日开始,至6月30日24时结束。第二阶段评选电视剧男、女演员和电视节目主持人,从7月15日0时开始,至8月14日24时结束。全部获奖情况将在第10届中国金鹰电视艺术节上揭晓。第10届中国金鹰电视艺术节将于10月10日至12日在湖南长沙举办。本届艺术节的主体活动包括:开幕式暨我爱主持人大赛、移动互联时代的电视主题活动、第27届中国电视金鹰奖颁奖典礼、闭幕式及颁奖晚会等。(视 文)



材影片,同时又是一部特色鲜明、构思巧妙的红色经典史诗影片”  
影片由张玉中导演,刘之冰、丁柳元、卢奇、巫刚、岳红、李幼斌、郭晓冬等主演。  
(晶晶)