

关注

我以母亲的名义呼吁,为了保护少年儿童身心的健康成长,为正确树立孩子们的世界观、人生观、价值观,政府应尽快——

# 开拓一片专属于少年儿童的观影阵地

□苏润娟



当下,中国电影产业空前繁荣,票房屡创新高,年过数百亿。看电影,成为了百姓生活的新常态。但在市场持续火爆的上万块银幕之下,却很少看到儿童的身影。是孩子们没有观影需求吗?不是。是成人片过分追求重口味,越来越多情戏、暴力、阴谋、宫斗等诸多“儿童不宜”将孩子拒之门外。成年影迷在影院里享受电影带给他们的快乐时,孩子却在保姆或爷爷奶奶陪伴下,在家中周而复始地看着动画片。

时下不少的动画影片制作精良,故事精彩,还赋予了片中的动物不同的个性,既好看有趣,还教会了孩子们爱动物、爱自然,但儿童娱乐产品长期单一化,会造成他们对童话世界与现实生活认知的偏颇乃至混淆。《少年派的奇幻漂流》是一部关于孩子的电影。派从小以为老虎彼得·帕克在舞台演出的那样驯服,温顺,企图接近它。当父亲把一只小羊推到笼边,老虎迅速将羊吞噬的残暴情景出现,派才真正认识到老虎的本性。如果没有父亲当年的现身说法,后来在海上漂流的派早就成为老虎的盘中餐、腹中肉了。我认为,除童话、动画、漫画以外,我们还应该为儿童提供多元化的娱乐产品,这对他们成长中知识与常识的储备积累,以及辨别是非能力的培养尤为重要。

带孩子看电影是一种健康良好的生活方式,陶冶儿童情操的同时还有对儿童的间接教育和影响作用。童年的时候,我的家境并不富裕,但父母每月还要带我们去看一两次电影。那时看电影很讲仪式感,换上漂亮的衣服,辫子要梳的比平日别致,妈妈会在我的脸颊上涂一抹淡淡的嫣红,心情好得仿佛是在

赴一场盛宴。好电影百看不厌,《红孩子》《小兵张嘎》《鸡毛信》等经典影片至今让我记忆犹新。好电影让我们学会辨识敌友、善恶、美丑;好电影为我们树立心中的偶像,从中受到的启迪和感动会伴随一生。

那么,是什么原因导致我国近些年儿童电影的缺失?是整个电影产业结构尚不完善;是投资公司对儿童电影市场调研不够,对儿童影片上座率估计不足,对儿童心理需求缺乏了解;也是创作者被命题作文、被为大咖量身定制、被无休止的知名度、影响力和高片酬所累,忽略和远离了孩子。这一切都导致了儿童影片开发与供给的严重亏欠。

据不完全统计,我国现有4亿多儿童。他们无一例外渴望与父母一起走进影院。即使有三分之一的儿童观影,就具儿童特有的1+2、1+3,小手拉大手的观影模式,无疑将推动一波十分可观的市场巨浪。孩子进影院不是去看成人偶像,影片没有大明星照样可以产生轰动效应。比如当年《闪闪的红星》《马背上的摇篮》《一个不能少》都是凭借故事和儿童演员的精彩表演吸引观众的。美国续拍的《哈利·波特》和《小鬼当家》至今仍被影迷甚至成人观众追捧。如今,多数投资者认为,原创儿童电影不如买IP的影响力更大,而《阳光小美女》就是一部800万美元制作的低成本原创电影,当月赢得票房超3000万美金,卖IP版权1100万美金。影片写的是一个全家出动帮助小女孩竞选美国小姐的故事,虽然小女孩最终未能如愿,但通过助选让整个家庭找到了生活的意义。影片讨论了儿童梦、家庭矛盾、人际关系,看似是一部写孩子的电影,却让家中的每个成员从中得

到反思。好的儿童电影不仅娱乐儿童,也会给家庭和社会带来正能量的影响作用。

儿童的心灵是一片神奇的净土。为他种下怎样的习惯,他就收获怎样的性格。为他种下怎样的性格,他就收获怎样的命运。今天我们为他播种道德基因,明天他就能让我们见证品格力量。我以母亲的名义呼吁,为了保护少年儿童身心的健康成长,为正确树立孩子们的世界观、人生观、价值观,政府应尽快为少年儿童开拓一片专属于他们的观影阵地。让他们在健康、安全的环境中,享受影院特有的试听效果,感受大银幕散发出的极强感染力的同时,与片中人物互动、共鸣,体会梦幻与现实带给他们不同的感受。今天的小影迷就是明天的大观众。

孩子的问题是生态问题,如何为他们配给精神善食,铸造优秀品格是我们必须要思考的。作为编剧,我们要认真学习习近平总书记在文艺工作座谈会上的重要讲话精神,弘扬正气,树立精神支柱,建设精神家园,培养精神基因。要带着一颗真心、童心、爱心去熟悉孩子,蹲下身去探究他们的心理需求,关注他们的兴趣爱好,为他们创作现实+科幻、梦幻、魔幻、奇幻的好电影。拒绝形式低龄化,让孩子在影片中享有与大人平等的人格与地位。只有有智谋、有胆识、有担当、有爱心的小主角,才能成为少年儿童的偶像和榜样。也许你也是位母亲,或是父亲。也许你还尚未为人父母,但你一定给爸爸妈妈做过孩子。各位同仁,让我们收拾起儿时的记忆,怀揣一颗童心和良心,肩负起关心下一代的社会责任和使命吧。

## 拍儿童电影不妨学学「荷兰经验」

□何勇海

2015年中国电影票房突破440亿元人民币,但其中来自儿童电影的贡献却寥寥可数。儿童电影一直是中国影人的一大痛点,题材受限,数量稀少,质量不高,观影人数少,已成为难以突破的屏障。然而在荷兰,目前发行的所有荷兰电影中,24%的份额是儿童电影;儿童电影导演可以得到荷兰电影基金会及媒体基金会的资金支持;政府为电影拨款的40%将用于拍摄儿童电影。

上述信息,是从日前举行的北京国际电影节特别活动“中国·荷兰儿童电影研讨会”上传出的。在我国电影产业不断做大做强当下,我们的儿童电影确实被其他类型的电影“甩下几条街”。国产成年人电影可谓类型丰富,喜剧、动作、魔幻、爱情等全面开花。而儿童电影不仅数量稀少、质量不高,且基本是动画片,常常愁坏了想带孩子观看优秀儿童故事片的家长。在那个研讨会上,荷兰电影人与中国电影人分享了儿童电影的“荷兰经验”。

“尽可能地多拍儿童真人电影”,也就是多拍故事片。在我国“70后”、“80后”的记忆中,《小兵张嘎》《霹雳贝贝》《三毛从军记》《红衣少女》等优秀儿童影片,唤醒了他们的爱与诚、美与真、善良和可爱,滋养着他们的精神世界。现在的孩子同样需要真人故事片记录下他们的欢笑,给他们留下不会磨灭的文化记忆,同时留下一个民族的成长与壮大见证。可如今,孩子们可以观看、能够记住的优秀儿童故事片几乎没有。

拍摄儿童动画片是好莱坞的一大长处,好莱坞儿童动画片早已提高了中国孩子与家长的欣赏水平。而我们目前绝大多数动画片,无论故事还是布景特效等,基本无法企及好莱坞,甚至被评价为“给小孩子看的美术片”、“太幼稚”。荷兰儿童电影介绍道,他们就是尽可能地拍真人电影,避免与好莱坞竞争,才在国内外取得了不错的成绩。

“电影人多与学校合作,做一些教学资源的衍生品”。孩子们每天大多数时间都待在学校,在学校欢笑、哭泣、成长,发生在学校的故事也最多、最鲜活、最感人,这是儿童电影创作取之不尽、用之不竭的富矿。我们的电影人也应像荷兰电影人那样,投入足够时间与精力,深入学校挖掘资源,艺术把握孩子们的生活和心灵,这样创作出的儿童电影才接地气。闭门造车的儿童电影注定会失败。

“把儿童电影当作学校教育的补充”。学校对孩子们进行思想道德教育,仅有枯燥空洞的说教难有效果,应组织孩子进影院看电影,创作微电影或组织微电影进课堂,教育、熏陶、引导孩子形成正确的人生观念和道德意识。这不只是一种道德教育,而是培养儿童电影的忠实观众。如今,我们的学校教育 with 儿童电影这一教育手段基本是“绝缘”的。

“政府为电影拨款的40%用于拍摄儿童电影”。我们的儿童电影也需要这种强力支持。国产儿童电影数量稀少、质量不高,基本是因为追求高票房、大回报的电影投资商觉得儿童电影“钱景”不好,不屑投资,愿意拍摄者又没多少经费。而在荷兰,政府为电影拨款的40%用于拍摄儿童电影。我们也该有这种倾斜政策,给儿童电影创作“添柴加薪”,使他们不必过于担心市场成败而放弃。

## 2016年“六一”晚会今晚亮相央视综合频道

中央电视台“六一”晚会《快乐成长》今晚20点黄金档在央视综合频道、少儿频道同时播出,6月4日晚19点少儿频道重播。今年的“六一”晚会将延续往年晚会打造快乐盛宴的理念,用儿童的语汇语境表达时代的主题,营造欢乐氛围。同时,紧扣从小学习做人、从小学习立志、从小学习创造的主线,弘扬中华优秀传统文化和传统美德。而猴元素、奥运元素、迪士尼元素等的出现,以及四大外景拍摄地的设置,将成为今年“六一”的亮点。丰富的节目形式、童真童趣的表达方式、强大的演员阵容、跨平台的融媒体传播,央视将为孩子们打造一台时代性、民族性、国际性兼具的“六一”晚会。

据介绍,今年的“六一”晚会精选了《妈妈教我一首歌》《这是谁的钱包》《熊熊修理铺》《老师您好》《不能没有你》《我的玩具给你玩》《放学路上》《自己的事情自己做》《小小垃圾桶》9个来自蓝天幼儿园的精彩情景音乐剧,力图让孩子们演自己的事、说自

## 专家研讨李少白、邢祖文电影史学思想

由中国艺术研究院影视研究所主办的“李少白、邢祖文电影史学思想暨《电影史学的维度》《治史有凭勤勉厚德》研讨会”日前在京举行。李少白、邢祖文是中国电影史学的奠基人。1958年至1962年,两位先生在收集、翻阅、整理大量文献资料的基础上,撰写了《中国电影发展史》,奠定了中国电影史学的基石。

研讨会前夕,影视所编辑出版了《电影史学的维度:李少白学识与人格研究》(上下册)和《治史有凭勤勉厚德:邢祖文学识与人格研究》两套纪念、研究李少白、邢祖文的书籍。与会者结合两套书籍,追忆了李少白和邢祖文的生平事迹、人格魅力、治学态度以及史学观念,强调了当下电影史研究对两位前辈学者

的话,传播孩子们感悟到的做人、立志、创造的道理。如《自己的事情自己做》提倡少年儿童自立自强,《我的玩具给你玩》倡导少年儿童团结友爱,《熊熊修理铺》倡导少年儿童诚实守信……讲规矩、讲礼貌、守秩序、讲诚信等通俗易懂、简单易行的人生道理,将通过一个个精彩的节目,“润物细无声”地呈献给电视机前的孩子们。

此外,作为央视近年来成功打造的品牌节目,“寻找最美孝心少年”的小主人公们去年曾经登上“六一”晚会的舞台,他们孝敬长辈、自强不息、阳光向上、奋发有为,他们的故事感人至深,弘扬尊老、爱老、敬老社会风尚的同时,也成为当下少年儿童的榜样。今年,2015年“最美孝心少年”的10名代表将再度登台,与童声合唱团一起,献上大家熟悉的主题曲《众里寻你》,传递传统孝道理念,弘扬中华传统美德。

(央 讯)

## 消费场域中的三国题材与偶像策略

□卢 蓉

不久前刚在湖南卫视播完的电视剧《武神赵子龙》,将三国故事中武艺与品德几近完美的常胜将军赵云选作主角,用青春偶像+武侠动作+传奇来演绎故事,剧中中韩两国明星阵容,同期开发手游等衍生品。可以看出,这是制播方面对今天媒体多屏竞争格局,回应电视剧消费习惯变动的市场所进行的一次实验。

从类型定位而言,无论偶像剧的言情还是武侠剧的动作,向来容易锁定亚洲市场。但由于此二者都有丰富的文本积累,今天的观众口味也早已超越了早期琼瑶剧、金庸武侠片的水准,因此要在制作和内涵上取得实质性创新并非易事。从明星颜值、人物造型、服饰、置景、配乐乃至画面构图的要求,该剧的确是在按类型路数完成,故事背景总是花团锦簇,流行歌曲伴随。问题在于,三国题材本身自带的乱世逐鹿、金戈铁马、长河落日等等更为苍茫壮阔的“大美”氛围却遍寻不见;着装用关处处大红大紫,音乐填满荧屏,难觅中国传统意境的虚静、留白之韵。由此我们看出,对于偶像剧这样一个追求形式美感的类型,创作却屡屡暴露出美学养分的贫瘠,高颜值明星渴求的背后是艺术美感的遗失。此时如果再加上剧情、人物逻辑出问题,明星表演现软肋,特技不逼真,种种制作上的纰漏自然很难躲过今天观众挑剔的眼光了。

偶像人物塑造,靓丽外表只是第一层彩绘,需要随剧情发展逐步生成有血有肉的内涵。《武神赵子龙》所描绘的青年赵子龙,从一出场就已经自带光环,一个英雄众女爱,角色成长似乎就是武功越来越强。虽有护剑、习武、得奇书、斗山贼、会主公的行动安排,但角色缺乏真正的内在驱动。这种定型化设定和流水账式的讲述在戏剧性上是乏力的,很容易概念化,演员颜值再高也难以支撑情感线。不是说一同掉进绝命谷,一同入过狱就算共过生死了,这是早期武侠的老套路。对比日韩一些优秀的偶像剧,历经命运苦厄的男女主人公,都是在转折点上有抉择有取舍,一点点获得见识、能力,乃至对责任和苦难勇于担当,从中获得情感成长。这种情感、精神的成长非常感染人也非常教育人。优秀的偶像剧要能够促进年轻观众的人格成长,培育观众的情感智慧和生命智慧。这才是经由“偶像策略”到达养心育人之境的偶像剧精髓所在。

主角及其周边配角共同构成故事的性格光谱。但如果配角缺少鲜明的性格区分度和行事逻辑的合理性,只会伤及整体。对手高则的黑化缺乏合理铺垫,剧情习惯性依靠柳慎、耿纯、山贼等头脑糊涂的配角

来捣乱和制造矛盾,难获认同。刁蛮女主、蜂窝救场、烧猪断案等桥段老套,观众很难不跳戏。相比之下,以“夏蝉鸣华”自喻的貂蝉,在吕布被杀之后抚琴了私情,为大义投河。这种改写将人物情感升华伴随行动铺展,堪称剧中女性角色写得较好的一个。

放眼偶像剧发源之日剧的今天,还有畅行全球的美剧,不难发现,异域故事早先的明星依赖早已随着叙事技巧的成熟而褪尽。我们应清楚地认识到,是优秀的故事造就了明星而不是明星造就了故事。所以无论哪种剧种,扎实的人物塑造才是根本。

从故事的逻辑看,全剧用青虹、倚天两把剑牵起群雄纷争,最后毁剑立德收结,虽合乎武侠剧理路,却难免损失了历史合理性和文化厚度。这似乎成为该剧难逃的剧作困境。编剧一直纠结于如何将“前子龙”(虚构)跟“后子龙”(三国故事)编织为一体,因为偶像爱情很难跟三国内容有效穿插。例如刘关张故事,还有赤壁、联姻、入蜀等,这些极有观众缘的“吸睛”内容,终究跟赵云关系不大,两条线在目前局面下无法形成有机联系。于是,要么分开各表,要么靠虚构下一代跟三国真实人物牵上线。这样一来,势必压缩三国重大事件的铺展空间,即便拍出来也像走过场,导致文武戏、角色性格发展不均衡。

其实,剧中有几场漂亮的武戏:三英战吕布,长坂坡救主,赵云跟高则的几场对决……只可惜精彩的动作戏并未有效连接起人物内在的情感发展。同理,“真定城战役”中火器、飞矛、油锅、云梯、箭阵的场面表现不错,但战斗层次缺乏清晰的内在起伏,主帅之间、赵子龙跟高则之间并未形成强有力的情绪张弛,使得战斗的对抗力道不够。人物刻画细节没有做足功夫,剧情分量一再被消解。

伴随历史故事演绎,节目播出过程几乎就是各种“历史控”、“原著党”大兴口舌之伐的话题兴奋期。这已经成为剧集伴生的娱乐风景。《武神赵子龙》的播出同样被挖出种种常识性错误和历史硬伤。除却娱乐成分不说,无论脱于哪种说辞,跟历史故事相关的改编者们确实都应应对历史、对中国传统文化心怀敬畏,都需要做足历史功课。事实上,具有深远影响力的人类精神现象绝非只是一种历史存在。艺术形式和审美趣味可以变,但要想获得真正的生命力,人类共有的价值追求不会变。这尤其需要制作者坚守精品意识,在巨大的经济利益面前,不能陷于追逐明星效应胜于剧本的急功短视。事实上,就该剧的明星表演,观众也能看出不少捉襟见肘之处,而质量不过关的剧本也只会令明星失却光彩而非增值。



由上海耀客传媒出品、编剧六六的新作《女不强大天不容》5月31日起在东方卫视、安徽卫视播出,同步登陆腾讯视频、爱奇艺、乐视、搜狐、芒果TV。该剧聚焦时代变迁,关注女性成长,把脉都市症候,“砖”治疑难杂症。剧中主要人物的职业设定落在传统媒体与新媒体、传统银行与互联网金融这些极具对比性的行业里,以一个时代浪潮下险被淘汰的成熟女性绝地反击的故事来唤醒大众的“女强”意识,揭示互联网变革浪潮对中国现代社会的影响,全面探讨了女性的社会角色问题。谈及该剧的创作,一直专注于现实题材的六六说:“这部剧是根据我的生活经历和身处的社会环境来构思创作的。”该剧从媒体视角切入,展现了新媒体对传统媒体以及人们生活的巨大影响,该剧也给很多正在经历转型之痛的行业从业人员以启迪:调整心态,积极学习,你会在多彩的生活中找到适合自己的舞台。为了真实了解传统媒体现状,六六特意走访报社,采访行业人员,收集素材。该剧由余淳执导,海清、杜淳、张译、陈小艺、秦海璐、贾景晖、田雷、邵峰、高明等主演。

(亚 平)