

大众日报
客户端大众日报
微信大众日报
DAZHONG

文化视点

党史题材剧的年轻化表达

据人民日报海外版,近日,电视剧《大浪淘沙》在浙江卫视、江苏卫视播出并在优酷、腾讯和爱奇艺等网络平台同步上线,引发了热烈反响。日前,该剧研讨会在北京举行。

《大浪淘沙》梳理了从1919年到1945年的党史脉络,呈现了其中的关键节点和重大事件,详尽叙述了中国共产党从一大到七大,从初创到成熟的伟大历程。专家们一致认为,这部剧以人带史,具有严谨的结构和强烈的纪实性,在表现手法上侧重当代年轻人的视角,致力于引导年轻观众传承和坚定信仰。

中国广播电视社会组织联合会副会长李京盛认为,这部剧的新颖之处是以几十年间不同人物的人生离合聚散、命运起伏跌宕为叙事主线,见证了中国革命的艰辛历程,剧中一大代表的信仰抉择和命运抉择相互交织,体现了革命进程的大浪淘沙,让这部作品具有了更大的戏剧张力和更深刻的历史意义。

中国文联原副主席、文艺评论家李准说,这部电视剧在艺术呈现方式上的探索,主要是用年轻人陈启航和伙伴们的直接讲述来构造故事,串联情节,拉近了年轻观众和历史的距离,手法巧妙。

粽子传承与创新
也要讲好中国故事

据北京青年报,近日,在江苏苏州姑苏区平江街道新湘苑社区,随着凌恩斌的一双巧手下翻转,秤砣粽、元宝粽、蝴蝶粽、海星粽、菱角粽、斧头粽、五角粽、霸王粽……这些造型十足的粽子令人赞叹不已。“我会包48种造型的粽子,有些是几十年前和外公外婆学的,也有自己设计的。”说起这些,67岁的凌恩斌满脸自豪。

让人有些意外的是,包出48种造型粽子的人,并不是卖粽子的世家,而是一位老木匠。老木匠之所以能包出这么多造型的粽子,一方面是几十年前向自己外公外婆学的,即继承了老一辈的手艺;另一方面,自己又创新设计了新的造型。笔者以为,这是传承和创新传统文化的一个样本,继承传统为创新奠定了基础,创新又为传统文化赋予新的时代内涵。

这一样本,既对生产粽子的食品企业有一定启示意义,即造型创新也是产品创新的重要组成部分;也对其他传统文化弘扬和发展具有借鉴作用,比如善于挖掘传统文化结合积极创新,都能让今天见多识广的人们眼前一亮。假如我们只是简单复制传统文化,对传统文化不加以创新,那么我国传统文化不仅难以发扬光大,很可能在时代洪流中被淹没。

现实主义题材火热回归

据四川日报,《山海情》《觉醒年代》《大江大河2》……今年以来,一大批现实主义题材电视剧收获了不错的口碑和收视率。现实主义题材电视剧增量回归,创作水平明显提升,已是近两年影视行业的一大趋势。

据爱奇艺公布的数据,从2018年到2020年以及已经可以统计的2021年一季度,每年现实主义题材的剧集供给数量都在300部以上,且占比都大幅上升,从67%上升到75%,持续保持主流地位。

现实主义题材很传统,但为什么收获了如此“不传统”的成绩?究其原因,离不开创作者隐藏在其中的匠心。一方面,通过这些数据能够看出业内创作者对现实生活的关注,从更贴近人民现实的生活中来寻找创作灵感和素材;另一方面,不仅是数量上的提升,从具体类型来看,现实主义题材也在不断拓展多样性,满足更多元观众的需求。

成绩固然可喜,但也应该看到,现实题材剧的原创力仍有很大的提升空间。新的时代背景下,创作者需要积极践行以“人民为中心”的创作导向,以艺术匠心夯实创作全流程,更好地对话时代,把握现实、发现生活,在表达上不落窠臼,实现突破,唯其如此,现实题材电视剧才能不断成就精品力作。

戏剧节：

艺术正在融入城市生活

据光明日报,随着新冠肺炎疫情得到控制,国内社会文化生活已全面恢复,其中也包括以戏剧展演、艺术研讨为主的戏剧节。2021年上半年,全国各地花样繁多的戏剧节纷纷拉开帷幕。近年来,戏剧节如雨后天晴,层出不穷。除了城市主题戏剧节,其他如青年戏剧节、儿童戏剧节、女性戏剧节也都先后举办。戏剧从单纯的舞台演出发展为城市节庆,不仅使剧院舞台的艺术天地活色生香,生机盎然,更将艺术融入城市,激活城市文化,成为地方经济发展、社会进步的助推剂。

在接触戏剧之前,人们往往有一种刻板印象,认为戏剧古典、高冷、小众,不会被普通人接受。戏剧节使这种成见不攻自破。过去只有在明星演唱会或者春运出现的“抢票攻略”“抢票入口”“摆好抢票姿势”等火爆词语,现在却与戏剧节有了深度关联。据数据统计,过去七届乌镇戏剧节演出近600场,吸引游客和观众100多万人次。

戏剧节并不意味着一批戏剧作品在剧院里扎堆演出,它必须是城市的“节日”,需要市民的广泛参与。戏剧节需要建构新型的城市公共空间,除了常规的舞台表演,还会经常走出剧场,走向街头,在城市中表演。在此过程中,让市民随时随地观看精彩的戏剧演出,还有机会参与到戏剧之中,或者聆听戏剧大师创作谈、演后谈,通过亲身参与感受艺术,提升艺术鉴赏力。

(刘颖 整理)



影院仅靠“死磕”票价来缓解经营压力,无异于“螺蛳壳里做道场”——

影院票价分区制为何急刹车?

文化观察

□ 本报记者 朱子钰

日前,“电影院推黄金位置售价高10元至20元”的消息在网络不胫而走。随后有媒体证实,北京某些影院实行分区售票,将影院中央的位置设为黄金区域并涨价。以《速度与激情9》为例,某影院IMAX厅黄金区域的位置要比普通位置贵了20元。

不仅仅是北京,记者走访发现,济南部分影院也推出了票价分区制。在近期上映的《哆啦A梦:伴我同行2》中,个别场次实行分区售票。中间区域的30个座位被定义为优选区,售价41.9元。其余150个座位被定义为普通区,售价39.9元。记者致电实行票价分区影城的多位工作人员,对方均拒绝回应。

吊诡的是,在记者采访期间,票价分区制已被紧急叫停——一出生即夭折的新规,结合网上的一片质疑,影院方讳莫如深的态度,给票价分区制增加了一层神秘感。

院线：

假设黄金位置每个涨价2元,一年便可增收43.8万元

在济南东部某影城负责人李想看来,“这其实没有什么好避谈的,票价分区实际上就是影院推行的一种营销方式而已。”他告诉记者,根据不同影片的市场反应,在特殊影院、重点时间段进行差异化定价,是影院保证收益的重要手段。一些热门电影上映,电影票供不应求,好的位置自然身价也应该高。况且,这种分区也具有很直观的说服力:“黄金区域夹角不小于36度,仰角不大于35度,同时在环绕立体声、沉浸音渲染下实现声音的精准性。”黄金位置最能体现观影的舒适度,观众都想获得最好的观影效果。让“花钱多”的观众享受最好的位置,无可厚非。甚至,李想还在经济学角度找到了充分的理论支撑:分区售票属于“价格歧视”(“价格差异”)的一种,即商品或服务的提供者,向不同的接受者提供同等级、相同质量的商品或服务时,在接受者之间实行不同的销售价格或收费标准。

影院方的调查,也验证了票价分区制的诱惑力,“如果涨价的幅度是在2元到3元之间,观众是可以接受的。”在消费者眼中,同几十元的票价比,3元以内的价格显得微不足道。但对影院来说,这可是一笔可观的收入。李想给记者算了笔账:假设每场黄金位置有30个,每个位置涨价2元,按照影院每天20个场次(保守估计)计算,一天便可以增收1200元,一年便是43.8万元。“一家有10个厅的影院一年的营业收入也差不多是四十几万,这还是凭空多出来的收入,怎能不令人动心。”李想说。

“票价分区的自由度很高,如果电影市场惨淡,即便是黄金位置也很难售出,大家普遍的心理就是‘能多卖一点是一点’,这个时候影院经理不会去选择实行票价分

区。”另一位影院负责人王强解释称。在他看来,票价分区这种营销手段只是针对市场环境较好的情况。就如当年《阿凡达》上映,行情十分火爆,票价甚至被调高至288元一张,仍然供不应求。也就是说,只要敏锐地观察电影市场情况,合理调整电影票价格幅度,分区售票还是可以实现的。

虽然济南地区已经普遍停止分区售票,不过影院方仍抱有这个念头——李想和王强也都表示,他们所在的影院未来都会考虑通过分区售票来增加影院营收。

观众：

几元钱看似不多,但无形中让消费者掉进了影院设置的“消费陷阱”里

记者在实际调查中了解到,影院打的“如意算盘”恐难服众。在观众眼中,首要问题恰恰是分区售票的可行性并不高:影院方给出黄金位置加价的理由在于其观影效果,实际上,这种最佳观影位置体现出的观影“优越感”实在是微乎其微——影院如今大都采用了环绕立体声、合理的银幕大小,不会出现观看过偏的现象。换句话说,不同区域的观影效果可感知的区别并不大。演唱会和话剧常分区售票,前提是它们演出区域很大,不同区域观看效果差异化明显。像话剧《如梦之梦》,莲花池区域的售价为1880元,较远位置的售价仅为80元。莲花池区域可以近距离观看演员表演,包括和演员互动。而售价80元的座位甚至需要借助望远镜才能看清表演,观赏效果迥异。但在影院内一个相对狭小的空间,差异化的观影服务基本无从谈起,黄金位置加价的理由难以立足。

影院的上座率飘忽不定,特别是在观影淡季,也导致分区售票寸步难行。在普通档期,影片吸引力不大,观众走入影院的动力不足,甚至连黄金位置都坐不满。这种情况下,观众为黄金位置的差价买单从何谈起?记者买了某影城《哆啦A梦:伴我同行2》两张优选区的电影票,观影时发现整场仅有两个位置售出,其余皆为空座,好不冷清,观众有必要为此多花钱买一个好位置吗?

观众梦醒对此有着清醒的认识,“几元钱看似不多,但无形中让消费者掉进了影院设置的‘消费陷阱’里。”黄金位置涨价幅度虽小,但会让消费者形成“加价购买黄金位置”的消费习惯,久而久之观众便会对此有稳定性偏好的心理表现。并且,影院对黄金位置价格的涨幅也充满着随机性——同样是上映《速度与激情9》,有的影院涨了20元,有的影院涨了10元,还有的影院涨了5元,不同涨幅的依据在哪儿呢,颇有“霸王条款”之嫌。“以前掐点抢座的乐趣和成就感都没了。现在买电影票只能看总价了,如果超出了心理价位,只能稍微斟酌一下,特别期待的电影可以试试买票看看。不是特别期待的或者只是刚好有时间的就不看了,大不了选择别的娱

乐方式。”梦醒说,她身边的朋友都表示“不会买单”。

媒体对此也普遍持质疑态度,记者看到《电影院推“黄金座位”加价20元,观众恐难普遍买单》《电影院“黄金位置”加价售票,劲儿使偏了》等评论文章,对影院票价分区制反对声层出不穷。记者发现,舆论持续发酵后,北京部分影院进行了价格调整,黄金区域位置只涨价3元到5元,相比之前已大幅降低。

“明知不可为而为之”
的深层困境

深入分析,影院分区售票的新政,总体上看,多少有些“明知不可为而为之”,也决定了它的紧急叫停在情理之中。

“不可为”,体现在电影市场当前的供需关系处于对观众明显有利的买方市场。连王强也不讳言,“在产业链上游,只有好的影片才能为影院带来票房收入,如果在某一阶段电影市场没有好片出现,就很难让观众走入影院。”

好片子少,但影院数量已经实现大幅增长。据统计,近十年来,我国影城数量从2010年2000家增长到2019年11453家,年均复合增长率达到21.40%,银幕数量从2010年的6256块增长至2019年的69787块,年均复合增长率为30.73%。从增长曲线可知,电影行业已处于充分竞争状态。《阿凡达》上映期间,济南各大影院算在一起可能只有几块3D银幕,能提供观影的场次有限,这才导致了动辄上百元的票价出现。如今,各大影院3D影厅比比皆是,从行业整体趋势来看已渐趋饱和。大多数情况下,观众不愁没有电影看,但影院却在发愁卖不出去电影票。”李想十分感慨。

知“不可为”而为之,李想和王强都表示这是“无奈之举”——影院“压力山大”,只能通过增加票房收入来缓解经营困境。2020年被称为“影视寒冬”,国家电影专资办发布的《2020年度中国电影市场数据报告》显示,2020年,中国电影总票房达到204.17亿元,因受疫情影响比上年减少68.23%。实际上,为缓解压力,影院早就

王绘春的目光

□ 逢春阶

如古人的博大与深邃。

30年前,28岁的王绘春扮演孔子,一个初出茅庐的年轻人要演出至圣先师的青年、壮年、暮年,何其难也!这是一个不小的挑战。这个挑战不仅仅是外形,更重要的是主人公的内在。能不能把握得住其魂魄?王绘春不气馁,一个阶段一个阶段地“活”下去,生命在往前迈进。电视剧《孔子》充分显示了其智慧“变老”的特长。他说,初生牛犊不怕虎,要搁现在,真得好好掂量掂量。也正是因为身上的那股虎劲,那股不服输的闯劲,用志不分,心无旁骛,调动起自己的智慧和青春的能量,才出色完成了“孔子”形象的塑造。

又有了三十年的历练,厚积薄发,王绘春扮演的人物一个个走进观众心里,没想到到辛丑年初夏再遇孔子,他能给观众带来惊喜吗?看完节目,我说“能”。仅说一点,王绘春在用目光演戏,他的目光多了些沧桑、冷峻,但依然灼热、滚烫。王绘春那内蕴丰富的目光,让孔子变得可触摸、可亲近。

陈蔡被困,断粮七日。弟子问孔子苦不苦,孔子说:“苦吗?我不觉得呀”,那目光里是理解与宽容,是“恕”。这目光,也就回应了子贡之问:“有一言而可以终身行之者乎?”众人饥肠辘辘,还剩下半碗粥,弟子都不喝,让孔子喝,孔子把半碗粥倒在锅里,倒上水,大家每人一碗薄粥。孔子说:“此粥味道甚美。”君子固穷,小人穷斯滥矣。“追寻大道的苦,患难真情的甜,都在这一碗薄粥里了!目光里是乐观,是慈爱,是启迪。梦幻中,遇到向他拜行的弟子颜回和子路,他的一声呼唤,撕扯人心扉,目光里装满了晶莹、湿润、伤感、惋惜。目光穿越了时空,穿透了尘埃。

有敬畏心,方能深入历史现场,在现场还原时,又果断跳出历史现场。带着敬畏打量,自然是带着体温的观照。

在节目中的穿越环节,主持人撒贝宁以读书人身份引着孔子师徒穿越到了当代。看到《论语》对中国对世界的影响,孔子目光里是一种发自内心的喜悦,一种自信,他说,君子

忧道不忧贫,吾无忧矣。他看到了“德不孤,必有邻”的理想境界,看到后人对他的敬仰,他目光里是羞涩与温柔。

王绘春是典型的山东大汉,站在面前给人以踏实感。他说,饰演孔子,心必庄严、纯净,你要付出全身心,贴近他,体味他,受他熏染。因为我们,我们的父辈,我们的祖先,都受孔子的影响,我们的性格,我们的精神,我们的气质,都自觉不自觉地被儒家文化所感染,所浸润。我们没有理由戏说他,亵渎他,只能用自己的智慧向他致敬。

值得一提的是,“典籍里的中国”节目制作人利用话剧、电影、电视等多种艺术手法,运用环幕投影、AR、实时跟踪等新技术手段,运用专家导读、古今穿越的艺术形式,助力王绘春和弟子们“打捞”出历史深井里的《论语》,可圈可点。

靠近君子,则有君子之风;靠近智者,则有智者之光泽。盯着王绘春在舞台上的目光,我的眼睛湿润了。

小逢观察

到今年,孔子2572岁了。他如古柏,活得郁郁葱葱。靠的是什么?是穿越时空的精神和思想。从这个层面讲,孔子才是真正的明星,不是流星,是恒星。

青岛籍演员王绘春28岁就在电视剧《孔子》中扮演鲁国那位旷世智者,30年后,在央视节目《典籍里的中国》(第五期《论语》)中再次扮演孔子,与“弟子”们一起围绕《论语》演绎浓浓师生情谊。驾轻就熟的王绘春依然不松懈,怀揣一颗敬畏心,倾全力投入地捕捉着远古射来的“恒星”之光。

王绘春对我说,终于又淋漓尽致地尽情“活”了一次,从内到外感受到30年前的巨大震撼。演绎就是对话,对话难,与古圣先贤对话尤难。对话需要唤醒,唤醒自己的灵性,窥