



经典回顾



我心中的红色经典

《英雄儿女》是1964年长春电影制片厂出品的一部战争片。由武兆堤执导，刘世龙、刘尚娴、田方等主演。影片改编自巴金发表在1961年第8期《上海文学》上的小说《团圆》，讲述抗美援朝时期，志愿军战士王成牺牲后，他的妹妹王芳在政委王文清的帮助下坚持战斗，最终和养父王复标、亲生父亲王文清在朝鲜战场上团圆的故事。

编剧毛烽根据烈士于树昌的事迹编写了“向我开炮”的情节，突出了本是配角的王成；根据另一位烈士杨根思的事迹，设计了王成手持爆破筒扑向敌人的壮烈结局。影片中王芳的人物原型——文工队队员解秀美，是志愿军在抗美援朝战争中唯一荣立一等功的女战士。

英雄赞歌，献给英雄儿女

高昌

说起令人难忘的电影，我首先会想到长春电影制片厂摄制的《英雄儿女》。这部上世纪60年代拍摄的黑白电影，穿越半个多世纪的漫长时光，至今看来依然让人热泪潸然，热血沸腾……影片最著名的场面，就是哥哥王成在无名高地的激战中坚守到最后，对着话筒向后方大声呼叫：“为了胜利，向我开炮！”随后他紧握爆破筒冲进敌阵，拉响导火索壮烈牺牲……这一经典场景和台词，以真挚饱满的激情和昂扬壮烈的气概，感动了一代又一代观众。

这部影片根据巴金的中篇小说《团圆》改编而成。1952年3月7日，巴金率领“中华全国文学艺术界联合会赴朝创作组”的17名文艺工作者，一起换上志愿军军装，乘车离开北京，于3月20日抵达朝鲜前线，开始了为期半年多的战地生活。他们在第一时间写出了许多感人的通讯、散文和随笔。为了保密，每位组员都给自己起了化名，巴金的化名是“李林”。组员们自觉签署了公约，生活上绝不要求特殊照顾。巴金每天都以普通战士的身份穿梭在硝烟弥漫的战场，和志愿军战士们结下了深厚情谊，也积累了大量鲜活真实的创作素材。朝鲜停战协定签订之后，巴金又提出申请，于1953年8月再次赴朝，又单独采访了5个多月。此时，他心中已经有了写作新作品的计划。在写给妻子萧珊的信中，巴金说：“要写出一部像样的作品，我得吃很多苦，下很多工夫……我从事创作是因为我心中有许多感情，我非写出一部像样的东西来才不白活，否则死也不会瞑目……”第二次赴朝归来后，又经历了近7年的长期酝酿，巴金终于在1961年拿出了经典小说《团圆》。作品约两万字，从第一人称的视角，以“我”来现身说法，生动讲述了这个发生在朝鲜战场上，洋溢着浓郁情感和崇高情怀的关于团圆的故事。

为了把这部小说搬上银幕，编剧毛烽和武兆堤在保留原作框架和情节主线的时候，也进行了精心的

改编和创作。比如电影的结尾就和小说的结尾略有不同。原作中，王芳生父认出女儿后，并没有马上相认，原因是觉得自己“不能把小鬼从他（指王芳养父）手里抢走”。电影结尾则改编成父女最终相认，王芳同时拥有了两个了不起的父亲。除了细节上的差异，编剧对原作最大的充实和改动，就是更加强化和突出了王成这一英雄人物。王成银幕形象的成功塑造，融合了多位战斗英雄浴血奋战的英勇事迹，鲜明地展现了志愿军战士不屈不挠的战斗意志和大无畏气概，在新中国影视的英雄谱系和精神谱系中闪耀着灿烂而永恒的光辉。这一改动得到了巴金的认可。他在1965年的日记中写道：“看‘长影’故事片《英雄儿女》，改得不错。关于王成的一部分加得好……”

电影《英雄儿女》的主题歌《英雄赞歌》是一首雄浑壮烈、大气磅礴的经典歌曲。“风烟滚滚唱英雄，四面青山侧耳听，晴天响雷敲金鼓，大海扬波作和声……”激昂的歌声一响起，立刻就带人们带入了特定的历史场景和情感氛围。“人民战士驱虎豹，舍生忘死保和平”这两句掷地有声的歌词，则鲜明地宣示了战斗的意义和肩负的使命。“为什么战旗美如画，英雄的鲜血染红了它；为什么大地春常在，英雄的生命开鲜花。”每段结尾重复吟唱的这4句歌词，通过一问一答的巧妙递进，深情而又壮美地构建了一个充满军人血性的情感空间，淋漓尽致地抒发了充满激情的咏叹和赞美。

这首歌的词作者公木和曲作者刘炽是老搭档，他们还曾为《人民的新旅大》《豹子湾的战斗》等影片合作过主题歌。他们联袂奉献给志愿军战士的这首荡气回肠、慷慨铿锵的《英雄赞歌》，不仅被新中国歌唱家代代传唱，而且还经过和声、配器的各种改编，演绎成手风琴、琵琶、二胡、钢琴独奏等艺术形式，进行多媒体呈现。无论艺术形式怎样改变，那悲壮昂扬的英雄气韵始终一脉相连、一以贯之。

鲜为人知的是，电影《英雄儿女》最初并不叫这个片名。在剧本初阶阶段名为《他乡遇故知》，经长春电影制片厂艺委会报送给上级单位后，片名恢复为原小说标题《团圆》。公木1961年到吉林大学任教，直至1998年逝世。据毕业于吉林大学的苏西日前撰文披露，上世纪60年代中期，他在公木家中见过《英雄赞歌》歌词的初稿，公木告诉他，这是“刚为电影《团圆》”创作的主题歌。由此可见，在主题歌创作阶段，电影片名仍是《团圆》。后来样片摄制完成进行试映后，才接受一些领导和老将军的建议，将片名改为《英雄儿女》。从《他乡遇故知》《团圆》到《英雄儿女》，片名的变化也折射出影片从个人情感上升到集体情感，从父女情、兄妹情升华到英雄主义情怀的艺术脉络和创作心路。

影片在王成牺牲后的主要剧情，是以妹妹王芳创作《英雄赞歌》为主轴层层推进的。王芳写成初稿之后说：“都是我当时的真实感情，我是流着眼泪把它写出来的。”但另一位战士评价说：“看了歌词的下半部分，只觉得心里很难过，好像怎么也鼓不起劲来。反正总感觉

有点软拉巴沓的。”这让王芳觉得很委屈。后来经过反复修改，她在个人情感中倾注了更多的集体情感，在哀婉中增添了更多力量和勇气的元素，终于完成了从小我到大我的转变和升华，收获了更广泛、更强烈的共鸣和感动。影片呈现的这一曲折创作过程，对今天的文艺创作也会带来一些珍贵的启迪。《英雄赞歌》不仅是情深意长的女声独唱，也是磅礴豪迈、响遏行云的大合唱。一个王成倒下了，千百个王成站起来，冲向向前。每一个英雄人物都不是孤立和突兀地存在的，他们身后都挺立着舍生忘死、共同奋斗的英雄群像；英雄也不是生活在遥远的地方，而是永远在我们身边呼吸和歌唱，和我们一起感受着时代的光荣与梦想、鲜花和热泪，真情与感动。

天地英雄气，千秋尚凛然。新时代正在召唤它的英雄儿女，新时代是成就英雄的时代。让艺术家们真情演绎的英雄形象，继续引领我们，唱响新时代英雄赞歌，培塑新时代英雄儿女，为实现中华民族伟大复兴的中国梦奋勇前进。

（作者为诗人，《英雄赞歌》歌词作者公木孙女婿）



①《英雄儿女》剧照：英雄王成
②《英雄儿女》剧照：王芳和生父王文清相认
百度图片

文化只眼

近日，文化和旅游部等8部门联合印发的《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》指出，要坚持把社会效益放在首位，实现社会效益和经济效益相统一，鼓励开发兼具艺术性和实用性、适应现代生活需要、符合市场消费需求的文化创意产品，再次强调了文化创意产品开发既要有文化味，更要保证质量。

近年来，文创产品市场规模不断扩大，不时可见“文创雪糕”、遮住表面图案便毫无差别的卡片式U盘、印上名画扫描图就溢价数倍的明信片。质量低劣、缺乏创意的文创产品，反映出产品开发者借“文化”之名、行赚“快钱”之实的心理。而一些消费者或出于对文创产品的盲目热情，或出于跟风心理，或出于“支持传统文化”的朴素情怀，对劣质文创产品照单全收。事实上，文创产品尽管有较高的文化附加值，但首先是一种商品，质量是其底线，不论是文化文物单位，还是其他文创产品开发主体，都不能把“文化”当成产品质量低劣的“挡箭牌”。

文化文物单位要严选合作对象，竭力确保文创产品品质。由于大量文创产品都属于食品或日用品，这对其品质提出了更高要求。因为文化文物单位的主要职能不是生产，所以多选择合作或者贴牌代工的方式寻找合作伙伴，在选择合作对象时就更应谨慎。文化文物单位与品质有保障的老字号或者大品牌公司“跨界”合作是一个有效办法，文化单位提供文创产品中的文化元素授权，企业则用精湛的技艺提供产品，二者强强联合，既增加了产品的文化附加值，又保证了产品品质。如不久前中国国家博物馆旗下的“国博美饌”品牌与老字号茶庄吴裕泰联名推出的“花语茶言”礼盒上，国博馆藏《百花园》的图样与清代乾隆皇帝所题诗句，为商家的茶叶礼盒增加了文化内涵与收藏意义，而老字号的品质也保证国博这块“金字招牌”不会被劣质商品拖累。

文化文物单位要主动创新，不能只满足于生产“打卡式”产品。文创产品最忌空有“文”而少“创”。优秀的文创产品，能够将文化元素进行整合与重组，在保证其文化元素不变味的基础上进行衍生与再创作。作为产品，“有趣”和“吸引人”才能在市场上脱颖而出。文创产品与生俱来地肩负着宣传文化的使命，敷衍了事的设计只会令人反感，用心才能真正发挥优秀文化元素的力量，让更多原本不了解、不感兴趣的消费者爱上这些文化瑰宝。如故宫博物院出品的《故宫》系列解谜游戏书，以真实历史事件为背景，将清宫文物作为素材融入其中，由读者扮演“侦探”，在推理解谜的过程中自行发现“紫禁城的秘密”，兼顾文化性与游戏性，受到好评。不少消费者得知第二部出版便选择直接购入，成了产品的“回头客”，很多人也是由此萌生对历史和传统文化的兴趣。

不同于普通的流水线产品，别具匠心的设计和创意是文创产品的命脉。但长期以来，盗版问题严重困扰着文创产品的开发者和消费者。严格监管、加强知识产权保护势在必行。不久前，河南博物院出品的考古盲盒，因其设计寓教于乐，将体验考古挖掘的理念融入产品设计，受到消费者喜爱，甚至火爆到网店刚上线即被抢购一空。但随之而来的盗版也给开发者和消费者带来很大困扰。这些“李鬼”或是宣称有内部渠道进行代购，或是直接盗用正版产品的宣传图，但产品质量、内容、包装都与正版相去甚远。不少消费者购买后直呼“上当”。对文创产业出现的侵权盗版、胡乱授权等现象，政府和监管部门要“重拳出击”，严厉打击，这既是对开发者创作热情的保护，也是对消费者正当权益的维护，更是市场长期良性发展的前提。

在时代浪潮中拼搏奋进

王鸣翰

运行汉化软件的黑白屏电脑，录像厅里的香港电影海报，售卖磁带的摊贩……观看腾讯视频播出的青春励志连续剧《启航：当风起时》，上世纪90年代的气息扑面而来，将观众瞬间拉回到20年前。这部剧为登场的角色搭建了一个真实的舞台，高校研究员、销售人员、外企高管等身份各异的青年人陆续登场。通过描写他们的机遇和磨难，它展现了一代人的选择与坚守，也呈现了时代面貌和人生百态。

这部剧是国家广电总局网络视听节目精品创作传播工程扶持项目。它以上世纪90年代我国信息产业发展为背景，当时的从业者喊出了“做我们的电脑”的心声。计算机研究所的两个“愣头青”萧闻与裴庆华，偶然跻身电脑销售大潮，带着对未来的迷茫，经历过欺骗、失败，最终从稚嫩走向成熟，用拼搏奋斗和坚韧不拔的勇气创造了未来，成为勇开拓的时代精神的代表。他俩一个像浪浪疾行的航船，一个像浪潮里岿然不动的礁石，看似脾气性格迥然不同的两个人，相携相知，组成激昂与沉稳、奋进与坚守的奇妙交响，在时代浪潮中一步步踏上成功的道路。

回望那段历史，《启航：当风起时》让年轻观众从剧中人身上看到自己的影子，也让他们相信自己可以通过奋斗把握未来，谱写新时代的拼搏新篇章。



《启航：当风起时》剧照
出品方供图

潜力无限 前景可期

——第十一届北京国际电影节中国电影发展高峰论坛侧记

本报记者 苗春

度，感谢这个时代，让我们有这么好的创作环境和条件”。他表示，博纳近年来一直在探索主旋律电影如何走进市场，让更多观众接受，“我们想更多地用电影记录时代，记录共和国每一个值得记录的平凡的人、每一件平凡的事。”

十几年来，互联网行业与电影行业的结合日益紧密。爱奇艺创始人、首席执行官龚宇说，现在可以通过互联网看电影，时间、空间成本越来越低。随着疫情常态化，互联网上电影的单片点播方式越来越被看好，可以单片付费，也可以包月。有人担心影院和互联网两个传播渠道会形成竞争，他认为，随着市场的逐渐发展，两个渠道会各自找到适合自己的电影，发生分化，各有观众。

潜心创作 致力创新

“电影公司的使命就是生产好的内容。”北京光线传媒股份有限公司董事长王长田说，新冠肺炎疫情发生后，电

影行业遇到了困难，一些电影公司的运作出现问题，“光线相对来说稍微好一点，主要原因就是光线坚守了内容布局。”他介绍，光线把内容生产分成3部分：重点题材、重点项目的制作，比如《革命者》；探索新类型和新题材的常规市场制作；梳理中华优秀传统文化中的传说、人物、故事打造的动画电影系列。

中国电影家协会副主席、清华大学教授尹鸿指出，今年的主旋律影片《1921》《革命者》等都突破了原有的创作思路，艺术形态、风格甚至剪辑方法都有所创新，做了很多可贵的探索。

今年以来，《你好，李焕英》《送你一朵小红花》等影片受到观众青睐。保利影业投资有限公司董事长李卫强认为，每一个时代有每一个时代观众喜爱的电影类型，当前，相对家庭化、情感化的影片更受市场欢迎。“随着时代的发展，可能会出现新的电影类型或者不同类型的结合体，影视公司和创作者要不断与时俱进，尊重观众和市场。”他说。

提高技术 保持信心

傅若清认为，从电影大国迈向电影强国，关键之一是提高技术。电影是艺术和技术的载体，需要仪式感和社交属性，“要让观众自觉自愿地花时间、精力、金钱走进电影院；没有技术的加持，电影的艺术性也会降低。”

“从电影大国到电影强国，对我们来说最重要的是两个字：信心。”蒋德富说，疫情之下，很多人还在坚守，“就是因为觉得中国电影市场能行，我们的选择没错。”他表示，信心第一来自国产电影技术的提升，能够解决以往拍摄中解决不了的问题，第二来自观众，“电影的观众依然还在，而且中国观众非常支持国产电影。”

中影的抗疫题材影片《穿过寒冬拥抱你》，博纳的谍战题材影片《无名》，光线的主旋律影片《狙击手》，保利的《扫黑行动》《扫黑决战》，万达的抗疫题材电影《没有一个春天不会来临》和低成本青春片《遇见你》……论坛上，各家影视公司也透露了正在创作中或者已经拍竣即将上映的新作，显现出中国电影的希望和活力。第十一届北京国际电影节的主题是“新机·新局”。中国电影业必将不断奋发进取，推出更多佳作，记录和书写中华民族伟大复兴的史诗宏图。

感恩时代 共享资源

中国电影股份有限公司总经理傅若清认为，中国电影之所以能取得今天的成就，是因为近年来不少国产电影力作都是集中很多资源来进行创作的，“从《我和我的祖国》到《我和我的父辈》，这些影片特别鲜明的特点是共用、共享了行业所有资源。”

博纳影业在创作主流电影方面取得了令人瞩目的成绩。博纳影业行政总裁蒋德富说，现在拍摄一部作品，比如《长津湖》时，确实能够感觉到不是孤军奋战，而是有一个强大的保障体系，是集体战斗，“感谢我们国家的制