

在京味文化中追寻人间正道

刘家成

随着《情满九道弯》的播出，我执导的电视剧中塑造的人物形象形成了一个“傻子”系列：从“傻春”（《傻春》女主角赵素春）到“傻柱”（《情满四合院》男主角何雨柱）再到“傻茂”（《情满九道弯》男主角杨树茂）。这当然不是偶然和巧合，而是我刻意为之。我想通过电视剧传递这样的人生观和价值观——人还是要适当地“傻”一点。

“傻气”的背后是善良大气

我提倡的适当的“傻”，当然不是智商低，而是该聪明的时候聪明，该傻的时候傻，是正直、忠厚、善良、单纯，不要太精明、太会算计、太功利。像《情满四合院》里的“傻柱”，总是牺牲自己的利益去帮助别人、成全别人，但其实他并不傻，在整治自私自利的许大茂时，他有的是鬼点子，效果还特别好。显然，“傻柱”的傻是故意的，他傻的本质是善良，是助人为乐、与人方便。在大是大非问题上，“傻柱”从来不会傻，而是心如明镜、洞若观火。《情满九道弯》里的“傻茂”是改革开放的弄潮儿、非常成功的企业家，他的傻，是对亲情、友情、爱情的重视和坚守，是面对亲人、朋友、爱人故意为之的让步、宽容和关切，体现出大格局、大胸怀。这种傻，看似暂时牺牲了一定的个人利益，但换来的是人们的肯定和赞许、支持和帮助，最终得到的是人生的圆满和成功。常言道：“傻人有傻福。”就是因为所谓的“傻人”凡事不计较利益、得失，广结善缘，关键时刻自然会有众人帮助。反之，机关算尽、赚便宜没够的人，到了关键时刻无人伸手拉一把，因为这种人素无恩德于人，谁会去帮他呢？

我通过电视剧宣扬这种“傻人有傻福”的价值观，是有很深的用意的。随着市场经济的深入发展，市场交换原则渗透到社会的方方面面，精于算计的人有时被称赞为“能干”，也有人为了成功不择手段，甚至以为只要成功了，一切手段都是合理的。而善良单纯的人经常会被当作“傻帽儿”，受到嘲笑，成为无用的代名词。但我相信，市场经济和民风淳朴之间，并不是对立和冲突的，恰恰相反，真正好的、成熟的市场经济，应该以善良单纯为基础。因为坑蒙拐骗、偷工减料、弄虚作假、斤斤计较、损人利己的行为，破坏市场的正常秩序，影响市场经济的健康运行，最终损害的是所有人的根本利益，诚信经营、童叟无欺才是市场经济的正道。“傻春”“傻柱”“傻茂”都能成为成功的企业家，绝对不是偶然的。

从另一个层面上讲，人多一点“傻气”，不全是为了世俗意义上的成功，更多的是可以获得自己内心的安宁。“傻春”面对家庭的重担无怨无悔，“傻柱”面对生活的不易依然嘻嘻哈哈，“傻茂”面对朋友的背叛最终一笑泯恩仇，这些正是他们内心安宁、豁达通透的表现。这种生活态度和境界，岂是《情满四合院》里的许大茂、《情满九道弯》里的贺薛阳之流所能拥有的？从他们始终活得开心坦荡这方面来看，谁又能说他们傻呢？

“傻气”是京味文化特征之一

这些年我创作的电视剧里的人物形象，多数都冒着一股“傻气”，即使表面上看起来很精明的人物，如《正阳门下》中的韩春明，《正阳门下小女人》中的徐慧珍，也都有外人看来“犯傻”的举动。他们心怀大爱、不计个人得失的冒“傻气”行为，透露出非常可贵的品质，正是我们建设社会主义核心价值体系需要大力提倡的。同时，这些优秀品质也是京味文化的重要内涵，是值得我们今天挖掘、传承的宝藏。

京味文化内涵丰富，大气、局气是其中的突出特征。这种大气、局气体现在普



图①：2017年，刘家成导演（前左一）在电视剧《正阳门下小女人》拍摄现场。

图②：刘家成2010年导演的电视剧《傻春》海报。

图③：刘家成2014年导演的电视剧《情满四合院》剧照。

图④：刘家成2022年导演的电视剧《情满九道弯》剧照。

本文配图均由作者提供



通百姓的生活中，就是看得开、不计较、肯吃亏，是“人生哪有多如意，万事只求半称心”的豁达、与亲友风雨同舟的笃定以及面对苦难与坎坷的举重若轻。我拍京味电视剧，必须把这些展现出来。这背后折射的是皇城根儿下的百姓看惯了风云变幻的释然和从容。当然，这种品质不受地域限制，不是北京独有，而是中华民族的传统美德，这也是全世界都接受、提倡的价值观。《正阳门下》等剧能走出国门、风行海外，有力地证明了这一点。

突出地域特色，不但与宣扬人类普遍的价值观念不冲突，还是增强文艺作品感染力、表现力的重要手段。从某种意义上讲，地域特色是否突出，是影视作品能否接地气的标准之一。如果一部讲述北京胡同和四合院里普通人故事的作品毫无北京特色，即使换到上海、天津、重庆，人物、故事、场景等依然适用，只能说作品

本身是虚浮的，没有真正深入生活。像《情满四合院》的故事，就具有鲜明的北京特色，否则整个故事都立不住。很多人喜欢看《情满四合院》，就是因为喜欢里面充盈的京味。

通过赞颂“傻气”弘扬正气

我深知，通过电视剧传递价值观一定不能生硬，必须接地气、有烟火气，而且真实可信。人心都是向善的，但生硬的、高高在上的价值灌输会令观众反感。因此，电视剧应该润物细无声地讲好百姓生活故事，潜移默化地传递正确的价值观。

我生在北京、长在北京，对北京人和北京人的生活很熟悉。对每个电视剧创作者来说，拍自己熟悉的生活，是最便捷的创作路径。当下中国的电视剧百花园里，

有地域特色的电视剧还不够多。我们应该进一步深入挖掘现实生活，体察和反映百姓冷暖，在弘扬地域文化风格的过程中，也要取其精华、去其糟粕。在我拍摄的京味电视剧中，许大茂、贺薛阳等人物都是突出的反面典型。

虽然这些年我执导了多部京味电视剧，也取得了不少成绩，但深感自己在京味文化的发掘方面还有很多工作要做。比如，我执导年代剧比较多，现代生活剧偏少；有些剧已经形成了一定的套路，应进行较大幅度的创新。未来我还会坚持个人风格，同时也会积极寻求新的突破。多创作充满浓郁京味的电视剧，依然是我主要的创作方向。最近我正在筹拍《情满簋街》《情满鼓楼》等京味作品，致力于将“情满”系列打造成更加闪亮的京味电视剧品牌。我还将在现代都市生活剧方面发力，涉足更多类型的电视剧创作，努力丰富自己的创作风格，打造更具变化、更加丰满的作品，满足观众多元的精神文化需求，传递更多正能量，为社会主义文化的大发展大繁荣和社会主义核心价值体系建设贡献自己的力量。

（作者为导演、北京电视艺术家协会副主席）



本报电（记者郑娜、赵珊）

3月21日下午，紧邻北京钟鼓楼的时间博物馆内，随着一支支“毛笔”轻触超高清大屏，一幅标记着中国不同地域的“青绿山水图”跃然而出。在充满仪式感的氛围中，在来自49个国家73位外交官的共同见证下，2023驻华外交官“发现中国之旅”正式启动。

启动仪式上，文化和旅游部发布2023“发现中国之旅”十大主题线路，推进旅游与科技、金融等领域相加相融，创新展示中国丰富的文化和旅游资源。中外嘉宾登上鼓楼参观“时间的故事”展览，在时间博物馆欣赏“发现中国之旅”数字图片展，并参观北京非遗展览。接下来，各国驻华外交官将走进广西、新疆、河南、河北、甘肃、福建、浙江、海南八省区，深入大江南北、踏访绿水青山，感受风土民情、感悟中华文化、感知时代中国。

文化和旅游部部长胡和平在致辞中表示，当今世界正经历百年变局，各国相互联系、相互依存、相互影响更加密切。当今中国，是充满生机活力的中国，也是紧密联系世界的中国。真诚希望与各国一道，深化文化和旅游交流合作，在合作中破解难题，在开放中创造机遇，在互利中共同进步，推动文化繁荣发展，助力文明交流互鉴。

驻华外交官“发现中国之旅”活动由文化和旅游部主办，自2021年首次举办以来，已有来自68个国家140余位外交官参与。今年的活动联合北京市及部分省市区文化和旅游厅（局）共同举办，世界旅游联盟、中国旅游集团、中国保利集团、中国银行、故宫博物院、京东方科技集团等机构积极参与，活动影响力进一步扩大。

礼赞爱与生命

本报记者 苗春

正在公映的影片《脐带》曾入围第35届东京国际电影节“亚洲未来”单元并获得第4届海南岛国际电影节最佳技术奖。这部影片也曾获得2020年度金鸡电影创投评委推荐项目和“中国好故事”优胜项目两项荣誉。

影片讲述了一个温暖的故事：在北京做音乐人的蒙古族小伙子回到家乡，带着罹患阿尔茨海默症的母亲从城市回到草原上生活。为了防止母亲走失，他用一根绳子把自己和母亲拴在两头。母亲年轻时曾经在一棵树下与父母合影，现在她心心念念要重新回到那棵树下。小伙子便骑上摩托车，载着母亲踏上寻找那棵树的旅程。母亲终于离开了，小伙子独自找到了那棵树……影片中儿子对母亲的看护，是陪伴的过程，也是送别的过程，其中呈现的母子深情、人对故乡的眷恋令人慨叹；草原上蒙古族人的代代相继、生生不息以及在更深层次上对人与自然的联系、对生和死的思索令人回味。

除了故事，影片的音乐和画面也都格外具有诗情画意，始终在进行着温情的诉说。镜头中，内蒙古大草原的湖光、天空、草场意境悠远，呼唤天地和心灵的蒙古族长调甚至草原上的各种声响，都是独具风情的天籁之音。在监制曹郁、姚晨的努力下，影片集结了强大的拍摄和制作班底，使这部低成本电影的视听品质和艺术表达更加出色。

影片导演、编剧乔雪是一个90后新人，出生在内蒙古，在国外留学时创作了这个剧本。这也是她与亲友离别后的创作。其中渗透了蒙古族人的生死观对她的影响，平静又具有感人的力量。这部用蒙古语讲故事的民族电影，使她与更多人产生了思想与情感的共鸣。

世界上许多国家已经进入老龄化社会，近年来中外影坛出现了不少以阿尔茨海默症患者为主角的优秀影片，如《依然爱丽丝》《困在时间里的父亲》《妈妈！》等。《脐带》的创作者直面当下社会的家庭关系、代际关系，表现出青年人面对患病的长辈时初期的惶恐失措和最后的勇敢坚定。男主人公对母亲、草原的养育之恩做了深情报答，也对蒙古族善良、坚韧的优秀品质进行了可贵传承。影片礼赞了爱与生命，真诚而饱满，带给观众新的情感体验和内心自省。



▲电影《脐带》剧照。

出品方供图

文艺创作谈

唱响乡村振兴的青春之歌

王萍萍

念进行销售，集合各自优势，修筑乡村品牌的全新产业化之路。

节目中8位年轻的乡村“品牌官”都具有深厚的乡村振兴情结和出众的品牌策划能力，在这次乡村振兴之旅中，他们尽情施展着自己的才华。面对节目的层层考核，他们有时需要深入生产现场实地考察，有时需要高强度头脑风暴，有时需要团队合作，有时又要单兵

作战……对他们来说，竞争不是主基调，助农逐梦才是他们的青春表达。

策划、制作、播出这样的节目，是媒体助力乡村振兴的缩影和写照。作为通达四海、连接万物的传播平台，媒体将镜头聚焦田间地头，既有利于讲好乡村振兴故事，又能使各地的风物广为人知。《生机勃勃的我们》讲述的是天津和甘肃两地的两好故事，在天津卫视和

甘肃卫视两地上星播出，同时也在腾讯视频、津云新媒体等网络播出平台播出。媒体“吹拉弹唱”着汇入了乡村振兴大潮：“吹”响宣传动员这声号角，“拉”紧农村稳定这根弦，“弹”奏和谐发展这首曲子，“唱”好文化繁荣这台戏。我们用切身体验展现大美乡村的建设与发展，忠实记录乡村振兴之路上的点点滴滴，用综艺节目为绿色、现代的新乡村唱响赞歌。一群敢想敢干且充满智慧的新青年也共同描绘出一幅生机勃勃、潜力无限的新时代“津甘山海情”。

（作者系《生机勃勃的我们》节目总制片人）

近年来，天津不仅投入财政帮扶资金支持东西部协作，还派出大批优秀干部长期挂职，并通过技能扶贫、消费扶贫、产业扶贫等多种方式，助力甘肃部分贫困地区脱贫摘帽。依托天津与甘肃两省市结对帮扶实际，国内首部东西部协作和支援合作大型综艺节目《生机勃勃的我们》由天津卫视联播国家乡村振兴局、天津市委宣传部等共同打造，通过综艺这种百姓喜闻乐见的形式和海选“品牌官”这个小切口，把镜头对准乡村好物，以甘肃当地优质物产为原材料，以天津成熟的产业链要素进行深加工，以互联网大厂先进的品牌运营理