滋味醇厚的“乡土菜”

陈鸥帆

在岁尾年初的荧屏盛宴中，相比众多活色生香的时尚剧、古装剧，朴拙无华的《老农民》就像一道乡土菜，简直可以说是土得“掉渣儿”。但它却以史诗性的故事设计和丰富醇厚的意义蕴藉，吸引了人们的关注，成功引领国人重履祖辈或父辈们的足迹，与老农民们同呼吸，共命运，心连心。

《老农民》从1948年土改农民分得土地开篇，到2008年农民明确了土地承包权和多种承包经营权落幕，以山东一隅村落和一村农民为代表，融汇了中国农村60年的沧桑变幻，描绘了中国农民60年的风雨行程，堪称史诗力作。该剧几乎囊括了与农村土地和农民命运有关的全部重大历史事件：土改、人民公社、大跃进、三年困难时期、“文革”中割资本主义尾巴等。与此相对应，除了具有传奇色彩的主人公牛大胆和他的欢喜冤家马仁礼之外，《老农民》涉及的人物也从地市、县城到公社、乡村，数量非常之多，其中仅麦香村四代人，有名有姓、有生活细节的农民就多达十几个，容纳了广阔复杂的社会历史生活。但老农民们并没有“迷失”在这种宏大的故事建构中，情节的铺陈始终围绕麦香村几代农民的亲情、爱情、友情、乡情、激情为核心展开，使得观众在丰富的情感体验中重新审视历史、发现农民；而且，剧中人物性格也并没有被历史事件过程所淹没，而是在历史事件与情感发展的交织中凸显出不同个性，所以在主人公之外，我们仿佛翻开了一本性格鲜明的农民相册：二爷爷洞明世事，仿似半仙；杨三驴子又愚又倔又记仇，女儿杨灯儿却爽快敞亮了一辈子；牛有道尊严有失不肯苟活；赵有田窝囊狭隘但心疼媳妇儿……可以说，《老农民》的故事架构与情节设置既展示了风云莫测的外部世界，又生动地刻画了人物的性格情感，实现了宏大叙事与私人叙事的统一。

《老农民》的主人公是没有文化、半生饿肚子的农民群体，剧中也没有什么大场面支撑，但是观众还是能够深深感受到该剧所拥有的恢宏气度和深沉意味。事实上，并不是所有号称大制作的影视剧都能传达出这种“史诗味儿”，《老农民》在这方面能够胜出的关键在于它所表现的是一个寻根性主题，即农民与土地的关系。剧中，农民们的喜怒哀乐，甚至生存还是死亡，其根源几乎都在自身和土地之间的关系上。青年时代的牛大胆就因为没有地没余粮，借了发霉麦子来提亲而引起恋人父亲恼火，从而引发了两家斗狠，丧父、失恋，一生情路坎坷；而其他农民的婚丧嫁娶、生儿育女也都与土地的得到与失去、庄稼丰收与否紧密相连。《老农民》几乎每一集剧中也都会出现土地，它默默无闻，却孕育无限生机；无遮无挡，能承受日月风雨。它是生养农民的母亲，也是农民魂归之所，它承载着农民生存艰辛的集体记忆，也是农民胸怀与情感世界的外化写照。农民们受各种外来力量压迫的时候，就像土地一样任由踩踏却始终隐忍；一旦春暖，他们也会像土地一样焕发出蓬勃的生命力，通过劳动创造美好生活。土地的性格就是农民的性格：主人公牛大胆的直率中，有着面朝黄土背朝天所养成的单纯和倔强；他的胸怀和眼光中糅合着土地的厚道、宽广和几分走不出那片老土地的保守。剧中最有温暖与希望的段落就是牛大胆在黄澄澄的麦田中行走、守望。农民、土地，天人合一，农民不再是卑微的草民，而是拥有伟力的自然之子。《老农民》作为农民史诗的强大的气场正来源于此。

3D电影 你依然爱它吗？

本报记者　苗　春

根据时光网的资料，上周中国内地电影市场共有大大小小45部电影排映，其中3D电影共10部，包括国产的8部和好莱坞的两部。虽然3D电影的数量没有占据压倒优势，但是去掉那些只零星排映一两场的，可以发现，真正的国产大片几乎均为3D格式，中国电影拍摄3D格式的热情依然远高于好莱坞。

2010年初，好莱坞3D电影《阿凡达》的上映带给中国观众的震撼令许多人至今记忆犹新，该片在中国内地的总票房也超过了15亿元人民币。1998年，好莱坞大片《泰坦尼克号》在中国市场取得3.6亿元人民币的总票房，而时隔14年后的2012年，该片的3D版在中国市场狂收票房超过10亿元。不差钱的中国电影人也表现出对3D的热爱，或者直接拿价格非常昂贵的3D摄影机拍3D电影，即使资金不那么充裕的也要花千八百万元将2D转制成3D。这种风气至今仍然盛行。

观众对3D电影热情依旧吗？

北京和颂世纪文化传播有限公司总经理唐雪薇认为，随着观众越来越成熟，对电影的品质要求也越来越专业，3D已经越来越不再是一种噱头。“我们可以明显看到，《阿凡达》之后的那段时间，一提3D就会引发很多关注，但现在观众已经学会用质疑的态度去看待3D电影。”

据不完全统计，2014年，已经公映的国产电影有近30部采用了3D格式，加上每年引进的好莱坞20部高格式影片，市面上平均每个月都有好几部3D电影在放映。普通观众不仅不再觉得3D视效新鲜好玩，而且出现了不少对观影体验的不满和抱怨，比如质疑3D电影明显比2D高出一大截的票价是不是物有所值，抱怨戴3D眼镜头晕不适，怀疑3D眼镜的卫生情况，指责3D电影不适合小朋友观看等。那种对3D电影一味好奇，对观影效果大喜过望的情景一去不复返了。

能证明观众对3D热情逐渐消歇的还不乏新事例：近来，前些年公映的华语经典影片《一代宗师》、《功夫》先后转制成3D复映，而且补充了新料，但票房均不尽如人意。《一代宗师3D》上映半个月票房收入6000多万元，而《功夫3D》上映近10天，票房仍在1000多万元徘徊难进。从2D转制为3D，光转制费就需要近千万元，再加上宣发费用，也许这些老电影做的并不是赚钱的生意。电影新媒体推广专业人士余柯儿认为，“基本算是打平吧。”

究竟为什么要拍那么多3D电影？

据一些媒体报道，近年来，3D潮在好莱坞已经有些退缩。那为什么在我国还是大家蜂拥而上？唐雪薇指出，“简单地从电影票售价来说，3D电影票肯定要比普通电影票贵很多，为了能在票房上取得更大的收益，越来越多的片方选择3D这种昂贵的放映方式是很正常的。”余柯儿也认为，“行业内大家都默认3D电影在同档期内，尤其是大片，排了3D场次，无形中会挤占2D排场，提升票价，影院收入同样得到提升。所以即使前期是2D拍摄，后期也会转制成3D，转制费最高可能花费几千万，但是最后在票房和排片上会得到弥补。”

一些业内人士也表示，国家有关部门鼓励国产3D电影的创作，根据每部电影的票房给予相应的补贴，如果票房达到5亿元，获得的奖励将达千万元。这对3D国产电影的出现是一个有力的促进。

另外，相比海外通常科幻题材才拍成3D格式而言，国产电影几乎任何题材、任何类型都可能拍成3D，武侠、战争、喜剧、警匪、灾难、惊悚、爱情、喜剧甚至音乐歌舞等，都没有例外地曾经尝试过这种高科技。以至于近年来，如果哪部中高成本的制作没打算跟风制作3D版本，大家都会讶异。

但由于转制的技术水平或者受原片拍摄时有关条件限制，公认的国产3D电影成功之作，大概只有徐克的《狄仁杰之神都龙王》和《智取威虎山》等，数量并不多。其余大多是作为噱头使用，或者仅仅“为了3D而3D”，只为赚取票房。《一代宗师3D》的出品方博纳影业有关负责人曾经透露，此番之所以改成3D，就是因为导演王家卫对2D版本的票房不满意，觉得还可以再上层楼。结果，3D版本推出后，粉丝一片叫好，票房却不知道王家卫是否满意。有媒体评价此现象说：“仅仅贩卖情怀是不够的。”

总之，这几部老电影转制3D没有取得轰动的电影票房，可能与它们不是初次上映有关，另外一个原因，唐雪薇一言以蔽之：“它们的经典程度还无法与《泰坦尼克号》相提并论”。

电影好不好与是不是3D无关

余柯儿高度评价徐克在3D技术方面在国内的领先地位。徐克从2011年拍摄《龙门飞甲》开始，就着力研究在实景拍摄中如何运用3D技术，为此专门成立了一家3D公司。徐克在《狄仁杰之神都龙王》里利用3D技术制造的奇特诡谲的大场面和神怪故事，成为影片获得高票房的决定性因素；他执导的仍在热映的《智取威虎山3D》，以高科技辅助，拍摄出我军英雄在冰天雪地中与匪徒斗智斗勇的英雄故事，营造了好莱坞大片的气势，联接了几代人的共同记忆。

徐克说，3D是为电影内容服务的技术，华语电影人也可以有自己的3D。无疑，华语电影正在数字电影、立体电影的道路上发展，现代电影应充分体现科技和艺术结合的魅力。但是，电影的品质到底好不好，并不完全取决于是3D还是2D。美国电影导演克里斯托弗·诺兰拍出过《蝙蝠侠》这种气势恢宏的英雄片，也拍出了在全球引发热议的科幻片《星际穿越》，他坚持用胶片拍摄，不用3D，甚至极少使用 CG 技术。唐雪薇说，历史上那些经典电影，很多都不是3D的，甚至不是彩色的。“因此，不应该简单地把3D和电影品质勾连起来。3D只是种电影格式，电影好不好看的决定因素里，在我看来是没有‘是不是3D’这一项的。”

一部『五零后』的『致青春』

韩业庭

“50后”一代人，是如何伴随着共和国的历史共同成长的？他们经历了怎样的岁月？走过了哪些历程？电视剧《生命中的好日子》即将在央视播出。它以大时代、大事件为背景，以男主人公跨越几十年的情感婚姻为主线，讲述黄志忠饰演的韩墨池和马境饰演的钟思存、吴越饰演的柔嘉三人几十年的感情纠葛与个人奋斗史。故事从1977年讲起，涉及到恢复高考、知青回城、下海创业等诸多鲜明的历史节点，堪称一部“50后”的“致青春”。除了宏大的时代背景，该剧还包含了上世纪70年代三角恋情、80年代家族恩怨、90年代现代商战等各种丰富精彩的故事看点。

当下，以“中国梦”为主题的影视作品众多，但不少作品总是难以摆脱标签化、形式化、脸谱化的藩篱。如何让“中国梦”的思想内涵以生动具象的方式走进人们心中，是电视工作者一直在思考的问题。可喜的是，这部由幸福蓝海影视文化集团股份有限公司和润禾文化传媒有限公司联合出品的电视剧，在“中国梦”的文艺表达上，进行了一次成功而大胆的尝试。该剧走出了传统的类型化创作套路，通过20年中一个家庭的变迁和几个主人公命运的沉浮，成功缩写了一部当代中国的断代史。业内人士指出，该剧的成功创作不仅是“中国梦”题材影视剧创作的一大突破，也标志着中国电视剧现实主义创作传统的回归。

中国文艺评论家协会名誉主席李准用一句话概括了他对《生命中的好日子》的理解：“中国梦”的众人画卷和精神赞歌。该剧把国富民强的民族梦想与老百姓过上好日子的个体梦想有机结合在一起，并通过打动人心的故事呈现出来，从而让“中国梦”的内涵要义如春风化雨般地走进观众内心。可以说，该剧为“中国梦”的艺术表达积累了成功经验，对同类型影视剧的创作具有启示意义。全剧围绕主人公探索与追求、寻梦与圆梦展开，在这个过程中，多少恩怨情仇、多少世事沧桑，随着悠悠时光的流转，最终都化为对生活的感恩和祝福。《生命中的好日子》形象地反映出只有推动时代前进，只有在追求和实现新的梦想中，才能走出个人和家庭的历史恩怨，才能走出历史的沉重。剧作在讴歌梦想的同时，也尖锐地指出欲望是把双刃剑，揭露出市场经济条件下的种种不道德，这对当下生活具有警示意义。

《生命中的好日子》剧照

音乐剧中国化走向深加工

杨镝霏

日前，由新绎文化引进并出品的百老汇音乐剧《森林诱惑》在解放军歌剧院突破80场演出，并以即将突破100场的空前演出规模，开创国内音乐剧市场单剧演出场次的最高纪录。该剧除了引进为《阿凡达》、《地心引力》提供视觉艺术及技术的团队外，其豪华的舞台装置和纷繁复杂的机关令观众印象深刻，360度可旋转式立体主舞台也让人拍案叫绝。

《森林诱惑》由美国“概念音乐剧之父”斯蒂芬·桑德海姆与编剧詹姆斯·拉派恩根据格林童话改编而成，讲述一对渴望拥有孩子的面包师夫妇，为了解除女巫诅咒走进森林发生的事，并串联起了《杰克与魔豆》《灰姑娘》《小红帽》《长发公主》4篇脍炙人口的故事。

据音乐剧爱好者介绍，作曲人斯蒂芬·桑德海姆号称美国音乐剧的“票房毒药”，他的创作始终坚持艺术性，打乱时间上的线性叙述。尽管他的歌没有朗朗上口的旋律，故事情节也并非靠悬念取胜，但是却能传达出社会的阴暗面，直抵人性深处，特立独行于美国叙事音乐剧的主流之外。

在这里，小红帽是爱过大灰狼的、灰姑娘是故意把水晶鞋丢下的“心机女”、王子虽然还是骑着白马的王子却没有和公主幸福地生活在一起……剧情的反转，形成彻底的颠覆，但颠覆得直戳现代人空虚、欲念、逃避等种种人性劣根的痛点，颠覆得让儿时的童话仿佛如同我们每个人的成长写照。正如观剧后观众的评价：“儿时的童话过期了，现在的童话，都是给大人们看的。《森林诱惑》是召唤了我们儿时那些熟悉的童话伙伴，上演我们身边的现实故事。”

《森林诱惑》剧照

来看过这部剧的观众们都表示对繁杂的舞台布景印象深刻，幽蓝色调为主的灯光烘托出森林黑暗骇人的气氛，两侧的“森林边缘”在灯光的闪烁下神秘而充满诱惑，新概念数字视觉打造的巨人在转身的那一刻栩栩如生，杰克的豆藤在现场如同施展魔法般蔓延直上，灰姑娘的小鸟也在叽叽喳喳地欢快飞翔。值得一提的是，舞台中心的主场景设置极为巧妙，各个人物的情绪都能在这里找到归宿，面包师的悲哀，小红帽的天真，杰克的喜悦，女巫的疯狂都能在神秘的“山”上得到充分释放。

《森林诱惑》一剧的中文版在改编和引入市场的过程中，并非一帆风顺。专注于将音乐剧本土化的新绎文化发展有限公司总经理、《森林诱惑》制作总监李晓菲坦言，这部音乐剧本身定位就与《猫》这类的商业剧有所区别，引进的初衷就是希望能够引起观众们的思考。但她表示对票房有信心，因为全剧在编写过程中加入了更多中国元素，让剧本身更符合中国国情和观众的口味，比如，百老汇的原版并没有复杂的布景，这是团队为吸引观众进行的一次尝试。此外，这次更多地加入本土改良的创新元素，在剧情、唱词优化方面，舞美、服饰设计方面都精益求精，营销运作也更接地气。

从事音乐剧幕后工作的一位业内人士表示，国内能将灯光、舞美、翻译、演技、乐曲都做到顶尖水平的音乐剧很少，《森林诱惑》这样的作品出现本身就是一件值得高兴的事。这部音乐剧台词翻译巧妙，多首歌曲采用意译的方式，消弭了中西文化差异造成的隔阂感，让中国观众喜闻乐见。但可能正因为投入较大，市场宣传力度不够。“在当下中国音乐剧走向本土精加工之时，希望能培育出和百老汇一样的观众群，也希望能有更好的宣传渠道让该剧、让音乐剧这种艺术形式更广为人知。”

卓越游戏将好莱坞《第七子》改编同名手游

2015年开年的好莱坞引进大片《第七子》目前正在热映。日前，国内著名的综合性手机游戏平台卓越游戏宣布，正式与电影出品方好莱坞传奇影业合作，打造同名手机游戏，于今年3月上线。魔幻巨制《第七子》改编自英国作家约瑟夫·德拉尼畅销系列小说《最后的学徒》，是世界公认的继《哈利波特》系列后，最具世界级影响力的又一部幻想文学作品，已在世界20多个国家和地区出版。卓越游戏CFO周玮称：“我们非常看好这个方向的合作，在未来的发展中还会有更多密切深入的合作。《第七子》与《我叫MT》将成为卓越游戏的左膀右臂。”　（冬　莉）

《邻居也疯狂》“吵”出欢喜冤家

由中央电视台、万达影视传媒有限公司、鄂尔多斯红彤彤影视传媒有限公司、北京快乐视线影视文化有限公司联合出品的30集电视连续剧《邻居也疯狂》，1月21日在中央电视台电视剧频道首播。这部爆笑喜剧以北京胡同里刘秀凤、李大龙两家长达数十年的“邻里之战”为主线，讲述两家三代人之间斩不断理还乱的“爱恨情仇”，凸显了都市邻里之间“吵”不散的温情。该剧由俞钟执导，马广源编剧，刘莉莉、杜源、黄明、张佳宁、房子斌等主演。　（文　依）