这是一个属于演员的喜剧时代

孙德元

2012年的一部《人在囧途之泰囧》，以12.6亿元票房成为中国电影史上首部票房过10亿元的国产电影。随后几年的《港囧》《夏洛特烦恼》《捉妖记》《美人鱼》等喜剧电影或者具有喜剧因素的电影，不断地刷新票房纪录，喜剧成为中国电影市场最具票房号召力的电影类型之一已是不争事实。加之近几年各大卫视推出多档喜剧综艺类节目，如《欢乐喜剧人》《喜剧总动员》《笑傲江湖》等，不断引发收视热潮，可以说喜剧推动了“全民狂欢”的景象诞生。

毋容置疑，喜剧演员的表演为喜剧的蓬勃发展起到了至关重要的作用。演员的表演不仅承载着体现喜剧性叙事的功能，更是吸引观众欣赏喜剧的重要因素——许多观众就是冲着某一喜剧演员走进影院、走入剧场、打开电视，大家似乎迎来了一个属于演员的喜剧时代。然而，在繁荣背后也有许多不同的声音：有人认为喜剧作品良莠不齐的质量问题原因在于喜剧演员的创作素质和品行参差不齐；有人说演员表演起来简直是瞎胡闹，为了博人一笑而无底线，表演毫无价值和深刻意义；有人认为演喜剧没什么难的，也没什么高级的，只要贱、丑、怪，损别人贬自己就可以了……如此种种，足以反映喜剧演员游走于低俗与高雅之间。

我们是否对喜剧和喜剧演员的要求过高了？

喜剧，要俗，还是要雅？

俗和雅一直都是鉴别艺术品质的一个衡量标准。对于喜剧来说，中国古典文化中“善戏噱兮，不为虐兮”，强调喜剧要“哀而不怨，乐而不淫”，这就把喜剧纳入了社会伦理的范畴，从而要求喜剧要透过“乐”而体现“不淫”的价值。也就是说，你可以让我乐，但必须得让我觉得乐得有意义，这才是所谓的雅俗共赏。

道理大家都懂，但做起来却不是那么简单。喜剧表演艺术并不是一个容易驾驭的东西。鲁迅说过：喜剧就是把无价值的东西撕破给人看。这“无价值”本就是世间的俗。喜剧通常将喜剧性角色置于一种俗的困境，通过角色摆脱困境时的囧态、丑态从而让观众产生一种居高临下的雅的优越感，爆发出笑声。同时，喜剧演员则通常会运用“丑角化变形”的手法突出角色的样貌、肢体动作、面部表情、语言处理等方面的囧态和丑态，强化角色喜剧性的性格特征，自然成为雅的对立面——俗。

要在一个本就是俗的东西上融入雅的东西，喜剧演员都深谙其道，但有的只是简单地披上了雅的外衣，有的却在孜孜以求地追求雅的内核。无论如何，大家的目的都是一致的，那就是喜剧的本质——笑。离开了这一点，喜剧也就不成为喜剧。可悲的是，有些喜剧人陷入雅俗之间混沌不清，找不准自己创作的方向，既想满足俗，又想迎合雅，结果反而丢掉了喜剧的特质。

其实，无论追求大雅的“悲情内核”还是追求大俗的笑声，理解有深浅，方法有不同，不必死磕一条路。雅有雅人赏之，俗有俗人乐之，雅俗共赏也并非让所有人都喜欢，各取所需、各笑各的，也不失为一种和谐。

演员，是塑造角色，还是塑造自己？

让喜剧拥有独特的魅力，演员必须发挥应有的作用。角色艺术形象与演员个人形象之间的关系是矛盾统一的，演员在塑造角色时，角色也浸染着演员自身。陈佩斯说：喜剧就是用“我”的低姿态引起“你”的优越感。有的人认为，“我”就是演员所塑造出来的角色形象；而有的人认为，“我”就是演员本人。那么观众究竟看的是角色的“我”，还是演员的“我”呢？演员是要塑造角色的形象，还是要塑造自己的形象？这是一个很难回答的问题，也是一个现实的问题：没有具有足够吸引力的演员形象，就无法获得更多角色的机会；吸引力足够大又给演员定了型，限制了演员的发展。这是困扰很多演员的问题，尤其是喜剧演员。

一直以来，我们都认为演员的最高任务是塑造鲜明、生动的典型人物形象，俗话说就是演什么像什么。演员通过表演技巧，缩小与人物之间的距离，达到自身气质与角色气质的最大程度的接近。换句话说，就是演员要向角色靠拢。而在喜剧表演创作中，抑或近几年整个表演创作领域，这一最高任务却变得不那么肯定了。

在塑造角色的过程中，演员正是通过对外部造型、外部动作、人物语言、内部性格、情感变形等手段，使人物具有某种丑角化的形态逗人发笑。喜剧演员充分地放大自己的个人特质并注入角色的塑造，给角色贴上鲜明的个性标签。但是当下大量喜剧作品大多为了某一演员而量身定制角色，正是这种机械的克隆形象，让角色向演员靠拢。

那么，到底是让演员向角色靠拢塑造角色，还是让角色向演员靠拢塑造演员自己？这是一个表演艺术创作领域永恒的悖论。

喜剧演员陈佩斯自画像

或许在当下狂欢的浪潮中，演员们可以大胆地说：这是属于“我”的喜剧时代！只要依旧有观众喜欢自己，有市场需求，有票房有收视率，谁向谁靠拢又有什么关系？我即角色，角色即我。可当大众审美疲劳、狂欢退潮、演员自身形象没有诱惑力的时候，演员又该何去何从？

表演的艺术绝不仅仅是演员用来表现自我的舞台，演员的自我始终要为角色塑造服务。对于自己从事的这门职业是当做应季的商品，还是一门恒久的艺术创作，这一切都取决于演员自己的选择：是要“爱自己心中的艺术”，还是“爱艺术中的自己”。

（作者为中国传媒大学艺术学部表演专业副教授）

『一带一路』媒体传播联盟获响应

《丝路时间》栏目已覆盖四十多个国家

万　月

日前，“一带一路”媒体传播联盟主题日论坛活动在北京举行。百余名来自“一带一路”沿线政策研究机构、境内外媒体机构及政府部门的相关人士参与。

去年4月18日，国务院新闻办公室发起成立了“一带一路”媒体传播联盟，共有中国五洲传播中心、美国国家地理频道、探索频道、历史频道等17家媒体机构签署了“一带一路”媒体传播联盟倡议书，标志着联盟正式启动。此次由2017年北京国际电影节纪录单元、五洲传播中心与北京电视台纪实高清频道联合主办第二届“一带一路”主题日论坛活动，旨在深入挖掘“一带一路”媒体传播联盟为合作机构成员带来的文化商业潜力，建立共享传播平台，将沿线各国媒体间合作推向更高水平、更新层次。

“丝路电视跨国联播网”是联盟启动后的首个重点项目，《丝路时间》栏目在阿联酋发现阿拉伯频道、哈萨克斯坦STV电视台、吉尔吉斯斯坦德隆电视台、乌克兰国家电视台、匈牙利D1电视台、波兰Fokus电视台、坦桑尼亚国家电视台等21家境外主流电视媒体，以11种本土语言播出，覆盖40多个国家和地区的5亿多受众。

位于阿布扎比的发现阿拉伯频道市场部经理阿尔·穆巴拉克女士表示，中国和阿联酋是文化和历史非常丰富悠久的国家，希望为年轻一代带来更精彩的影视节目。她说：“我们国家收视率监测机构显示，《丝路时间》是在春节期间关注度最多的节目，赢得了上千万家庭的观看。”葡萄牙广播电视台的纪录片节目主编卡米洛·阿泽维多先生表示，“在当今世界，各种媒体相关项目必须实现跨国境、跨媒体。葡萄牙广播电视公司希望深化与中国在全球媒体大家庭中的关系，建立长久合作。”

来自葡萄牙国家广播电视台的卡米洛·阿泽维多在活动中发言

金鸡百花电影节将在呼和浩特举办

日前，第26届中国金鸡百花电影节执委会在京宣布，电影节将于今年9月13日至16日在内蒙古呼和浩特市举办，并正式揭晓电影节主题语、吉祥物、LOGO（标识）。

据介绍，本届电影节将举行电影节开幕式暨文艺晚会、电影艺术家走红毯仪式、中国电影金鸡奖颁奖典礼和中国电影金鸡奖提名者表彰仪式等4项主体活动；还将举行国产新片展、金鸡国际影展、港澳台影展、少数民族电影展、大师影展等主题影片展映以及中国电影高峰论坛、中国电影科技论坛、国际电影合作论坛等学术论坛。　　**（陈霄漪）**

两岸电影展台湾电影展举办

日前，由中国电影基金会、台湾两岸电影交流委员会及北京大学生电影节主办的第九届两岸电影展台湾电影展在北京举办。《爱情冻住了》《再见女儿》《心灵时钟》《德布西森林》《林北小舞》《只要我长大》《音乐家周蓝萍》等7部台湾影片在北京和河北保定展映，其中大部分由台湾的年轻导演和年轻演员完成，从不同的方面展现了台湾的现代生活和人文风貌。

此次电影展旨在扩大两岸电影的吸引力和影响力，加深观众对两岸电影作品的深入了解，推动电影人相互交流。作为台湾电影人代表团的代表，已经87岁高龄的台湾著名导演李行多年来为电影展的举办殚精竭虑。他表示，希望通过努力，让更多台湾年轻电影人有机会接触内地电影市场，认识到自己还有更加广阔的发展天地。　　**（郭　凯）**

家庭教育纪录片《镜子》引人思考

孩子是家庭的一面镜子，而家庭更是社会的一面镜子。由中央电视台社会与法频道出品的中国首部深度探讨家庭情感教育的纪录片《镜子》，通过客观冷静的真实纪录，呈现3个家庭的社会学样本，让人重新审视当今中国家庭面临的亲子关系等情感问题，给观众提供了充分的思考空间。

影片讲述的是3个家庭因孩子辍学而陷入困境，父母们无奈将孩子送入一所特殊学校接受“改造”，却意外地让自己接受了一次触及灵魂的启蒙教育。“问题孩子”的背后往往有一个问题家庭教育模式的存在。

北京国际电影节纪录单元评委、北京师范大学教授张同道说，“现在我们的很多纪录片提供的是巧克力，而《镜子》是一味中药，给人们提供镜鉴、给生命提供力量，让社会更加和谐，这是纪录片本身的责任。”　　**（小　苗）**

《深海利剑》揭开中国潜艇神秘面纱

诸葛鑫

《深海利剑》剧照

在眼下的影视剧市场，每年都会出现多部军旅题材的电视剧，但聚焦海军潜艇部队的电视剧却少之又少，因为潜艇部队一直是最神秘和隐蔽的部队，而潜艇内部则更为神秘复杂。由著名导演赵宝刚执导的大型电视连续剧《深海利剑》，将镜头对准潜艇部队，为观众揭开了潜艇的神秘面纱。

《深海利剑》是中国内地首部全面展示我国现代化海军实力与新时代潜艇兵真实生活的军旅题材电视剧，以当下年轻一代“90后”潜艇兵为主人公，讲述了我国海军为抵御外来潜艇的屡次侵犯，火速制定“T计划”召募精英人才，为正在研发的新型潜艇培育指挥型军官的故事。

为保证电视剧的品质，真实还原当代中国海军潜艇官兵的训练战斗与情感生活，《深海利剑》自2016年10月开拍以来，辗转大连、青岛、武汉、三亚、宁波、无锡等地取景拍摄，剧组300多人，导演、演员和工作人员都是全程跟随，从冬走到夏，每天坚持高强度的实拍。在青岛、三亚等地拍摄期间，赵宝刚导演带领全剧组克服潜艇内部狭窄、缺氧等艰苦拍摄条件，深入潜艇内部实景拍摄，并多次出海，启用驱护舰、直升机、无人机，力求全方位展现我国海军潜艇部队的实力，展现全体潜艇官兵昂扬的精神面貌，展现我国科技强军取得的重大成就。为了真实还原中国最新型潜艇的内部构造，这部剧还采用了“真实潜艇+场景搭建”的方式进行拍摄，斥资千万元在北京搭建了一艘潜艇，按照真实海军部队的“新型潜艇”进行还原，力求镜头呈现的场景真实而震撼。

据介绍，王阳、高旻睿、刘璐、金禹伯、徐洋等演员青春阳光、健康向上，同时又十分贴合剧中人物的形象设定，表演十分具有感染力。在《深海利剑》开拍之前，赵宝刚导演和所有演员一起围读剧本，并对新人演员的表现给予指导，所有新人演员在进组前都进行了军事训练，军事教官为他们特别制定每天的训练任务，以便他们能够掌握海军潜艇兵的基本技能。

据悉，电视剧《深海利剑》将在今年8月与观众见面，庆祝中国人民解放军建军90周年。

成龙动画守护孩子的梦境

王　慧

成龙和小演员夏天在一起

日前，著名影星成龙携自己监制的动画片《新成龙历险记》在京亮相。这部系列动画片将于今年暑假登陆国内荧屏，同时在海外多国发行。

17年前，美版《成龙历险记》因有着与成龙电影如出一辙的冒险喜剧风格，在美国Kids’WB华纳动画天地播出后，掀起了一股“成龙动画热”，被约60个国家引进播出。此次的《新成龙历险记》除了主人公Jackie依旧以成龙为原型打造，在动画风格、取材方面全面创新。该片故事以守护每个孩子的美梦为出发点，成龙真人也将在每集片头、片尾的“Jackie’s Tip”环节与观众见面。

成龙说，前不久机缘巧合看到一个德国小朋友还在看过去的成龙动画片，所以，“感觉我的动画也是可以做到全世界的”。他介绍，其实《新成龙历险记》的制作已经进行了多年，画了再改，改了再画，完全是中国制造，整个团队都是中国的；希望通过卡通“让更多的外国朋友知道中国文化，喜欢我们中国，到中国旅游”。

◎墙内看花

又一部“中仓电影”诞生

苗　春

好莱坞电影《速度与激情8》自4月14日起在中国内地上映，截至4月20日，已经取得超过18亿元人民币综合票房，远超北美电影市场，再次成为“中仓电影”，即以中国作为第一大票仓的外国影片。

两年前的2015年4月3日在中国公映的《速度与激情7》，以1.76亿美元的制片成本，在北美获得3.51亿美元票房，而中国票房最终达3.91亿美元（约24亿元人民币），超过了北美。两年后的今天，《速度与激情8》仍然和上一部一样，选择4月份在中国上映，或许正是希望重现上一部的火爆情况。有人预计，根据目前的势头，《速度与激情8》的中国票房不但有可能超越上一部，甚至有可能超越《美人鱼》创造的约33亿元人民币的中国电影市场最高票房。春节档之后低迷了一个时期的电影市场，仿佛被注射了一针强心剂，再度爆热，每天三四个亿的单片票房令影院工作人员心花怒放。但更多的中国电影人内心却五味杂陈。

近年来，“中仓电影”的数量逐年增加，如《环太平洋》《侏罗纪公园3D》《金蝉脱壳》《终结者：创世纪》《魔兽》《比利林恩的中场战事》《极限特工：终极回归》等。2016年又比2015年增加了一倍。其原因是中国市场体量不断增大，对外国大片的吸引力增强，而且政策上也向海外电影敞开怀抱，导致进口片的引进数量在增加；同时，好莱坞也不断在制作和发行中特意针对中国市场加入中国元素。中国电影家协会秘书长饶曙光说，很多中国电影人内心对《速度与激情8》如此之高的票房，是“羡慕嫉妒恨”的，一方面中国电影市场真的潜力无限甚至没有所谓“天花板”，另一方面快速增长的电影院及银幕却在“为他人做嫁衣裳”。

的确，对这种现象我们既应坦然面对，又要深入思考。分析这些“中仓电影”就可以发现，动作片占绝对优势，中国观众对外国大片的观影期待可以说仍停留在感官刺激阶段。北美观众对这个类型已经缺乏新鲜感，所以在其诞生地票房惨淡，这就更衬托出中国这个巨大票仓的潜力。

提高观众的观影素养和水平，是一个老生常谈的问题。未来，也许会有更多的外国电影成为“中仓电影”，但是归根结底，我们的国产电影仍然需要自新、自强，力争在本土市场上拥有更大的一席之地，而不是让我们的影院仅仅做外国大片尤其是爆米花电影的“提款机”。