

《楚乔传》热播的启示：

正确理解主流价值和文化创新

●白瀛 卢南峰

今夏热播的古装剧《楚乔传》已经收官，成为又一部现象级电视剧，同时引发专家热议：它的成功原因何在？能给创作者什么启示？今天观众需要怎样的影视作品？

借古装外壳传递现代意识

《楚乔传》讲述了发生在西魏的一段传奇故事，在战乱中沦为奴隶的少女楚乔一步步成长为心怀苍生的巾帼将军。

中国电影家协会秘书长饶曙光说，该剧围绕少女楚乔从奴隶到将军的人生经历，将中国古代传统的传奇叙事发挥到了极致。

除了传奇叙事，《楚乔传》还承袭了现当代武侠小说和武侠电影的传统，融合了青春偶像剧、谍战剧的类型特点，在风格上借鉴了艺术摄影和动漫的表达方式，如中国电影艺术评论委员会评论员刑戈所说，“这是古装的瓶装了现代的酒”。

在思想内涵上，《楚乔传》也借古装的外壳传递了现代意识。与之前风靡一时的后宫剧不同，主角的地位上升不靠攀附权贵，而是一段独立女性的奋斗史。

中国文艺评论家协会主席仲呈祥说：“她承载了一种当代人所要张扬的价值观，包括女性的自立意识，以及困难中要有信仰，要坚定地活下去的精神。”

专家指出，《楚乔传》的价值取向与当今的许多主流价值相契合，比如崇尚正义、追求平等、心怀善良、坚持真爱，

以及主张废奴与停止战争。《楚乔传》之所以受到热捧，会讲故事与“三观正”是两个重要的因素。

不能狭隘理解主流价值

2017年，《楚乔传》并不是第一部引发社会热议的电视剧。

反腐剧《人民的名义》引发全社会讨论，远远超出电视剧的范围；都市情感剧《我的前半生》与《欢乐颂2》表现当代都市青年的生活状态，引发许多人共鸣；《我的1997》描绘了香港回归前20多年的岁月变迁，带着观众回顾时代发展；《楚乔传》则是青春偶像剧和IP改编剧中的翘楚。

“这反映了我们这个社会的丰富性、多样性，反映了社会文化百花齐放的繁荣。”清华大学影视传播研究中心主任尹鸿说。

在这样的境况下，如何兼顾市场与文化、老少观众、新老题材，如何处理多元发展与主流价值之间的关系，都是摆在电视剧创作者面前的问题。专家认为，《楚乔传》提供了一些借鉴意义。

仲呈祥表示，在中国进行文艺创作，不管什么题材，都应从特殊视角出发，或强或弱地弘扬主旋律精神。从这个意义上来说，《楚乔传》正确的价值导向是值得赞扬的。

“我们怎么能够把体现主流价值的、拥有丰富历史文化思想内涵的剧，也做得风生水起，让市场、观众和评论界都



1.jpg

有话说，都怦然心动？我觉得《楚乔传》的尝试值得一提。”中国电视艺术家协会副主席李京盛说。

文化创新要出新也要坚守

“我们秉承的基本原则是为观众奉献一部正能量的、热血青春的、有自己价值观的、有情怀的作品，同时希望它又好看，让大家寓教于乐从中获益。”《楚乔传》出品方慈文传媒董事长马中骏说。

马中骏是影视制作行业的资深从业者，出品、制作各类影视剧作近百部，至今仍致力于电视剧的题材选择和风格挖掘。

专家指出，面对市场、观众、播出渠道等种种变化，《楚乔传》对影视产业进行了全方位的思考与创新，在题材选择和表达手法上贴近年轻人和互联网用户，做电视剧的同时推出网剧和游戏，通过新媒体进行海外传播，影响扩及俄罗斯、日本、美国等地，同时对周播制、网台联动等播出方式进行了尝试。

“文化是一个创意产业。你老，如果老在固守上，那是没有出路的；你新，如果新在没有经验和根基上，也是没有出路的。”李京盛说，文化创新的真谛是既致力于出新出奇，又坚守出精品的理念。

演等思维培训到配音、布景、摄影、形体等技能训练，尝试“变被动观影为主动创造”。

张同道说，儿童电影教育首先是激发儿童的创意思维，让孩子从ABCD的选项思维转变为创意思维，从自身经验出发编织天马行空的故事。“孩子们被激发之后会灵光闪耀，有些创意是成年人想不到的，虽然零碎，但非常珍贵。我们引导孩子把零碎的创意发展为一个相对完整的故事。”

其次，他希望通过拍摄电影培养孩子的行动力。“一个不能实现的创意只是理论狂欢。因此，孩子们要把构思的故事拍出来，拍摄过程中不断修改自己的创意，最终自己把故事落实到镜头上。”

此外，他认为，拍摄电影还能培养孩子的团队意识，摆脱以自我为中心的认知。

“儿童电影教育不仅是用电影教育儿童，更是用电影启发儿童智慧，激发儿童创意思维。”张同道说，“儿童电影教育的重要性不在于电影行业，而在于电影带给儿童的全面成长与健康发展。”

《汉字风云会》

感受汉字的温度

●刘迪

事实上，《汉字风云会》每期节目中的常用易错汉字、生活用字和好词，是递进式出现的，关正文团队在设计时也煞费苦心。按照他的说法，汉语之美，在于细腻的表意能力，但几十年不断向下通俗化的汉语，让常用字词的范围非常窄小，“对于博大精深的汉语来讲，这就是暴殄天物。”

直指提笔忘字，暴露书写盲区

脑中有印象，拿起笔却忘了怎么写，这样的情形，在我们当下的生活中司空见惯。直指提笔忘字，确实是《汉字风云会》最直接的观照。在中国社科院语言研究所刘祥柏研究员看来，提笔忘字犹如大脑失忆或歌唱失声，是正常能力的不正常退化，“最常见的情形是认识字形，但是一时忘了怎么写，或者对写出的字形没有把握。还有一种常见的提笔忘字是对字词把握不准确，常用词语中的字究竟该写哪一个，提起笔来就犯了难。”

重在学习，汉字属于全民

同为关正文出品的《中国汉字听写大



《汉字风云会》节目现场

会》，堪称近年文化类节目的发端之作。不同的是，《汉字风云会》的参赛者从过去的初中二年级降到了小学五年级，题目难度全面降低。这样做是基于节目组“成人普遍写不过5年级的孩子”的调查结果。

关正文感慨，成人书写水平普遍低于小学五年级的孩子，但大多数人却对此无动于衷不思进取，还好意思沉溺于追星娱乐，这是个体的悲哀，也是群体的悲哀。

电视节目研究者鲍楠说，这档节目重在学习而非比赛，有意淡化了以往类似节目“请听题”“你准备好了吗”等格式化的台词，把观众对“激烈对决”“孰胜孰败”的关注，引导到了一个知识点上。正如关正文所言，节目中孩子的听写比赛只是形式，“我们希望这个节目能再次成为全国人民一年一度温习书写的仪式。”

国产动画片遇冷

今年暑期档共上映10余部动画电影，然而只有好莱坞作品《神偷奶爸3》取得超过10亿元票房表现亮眼，国产动画电影中并没有出现可以比肩前两年《西游记之大圣归来》《大鱼海棠》的爆款作品。

今夏的国产动画片展现出了题材多元化、受众差异化的特点。带有实验性质的“成人向”动画《大护法》引发多元化解读；《十万个冷笑话2》主打“二次元”群体，把小众文化带上大银幕；《阿唐奇遇》取材中国传统茶文化……动画电影的诸多尝试与创新为市场带来了不少亮色。

遗憾的是，虽然创作上有所突破，大部分国产动画片在这个暑期档的市场表现却令人遗憾。《大护法》在网络上引发热议，票房最终没能破亿；《豆福传》不惜重金邀请国际知名团队参与制作，然而1500余万元的票房与业界期待形成巨大落差；而《牧野传奇》的票房甚至不足10万元。

不过，暑期档末尾上映的《十万个冷笑话2》和《赛尔号大电影6：圣者无敌》从上映之初就表现不俗，展现出强大的票房收割力，前者票房已过亿，后者过亿也指日可待。

尹鸿分析，国产动画票房遇冷背后有两方面原因：质量过硬的作品仍然不多，创作需要长时间的积淀，并非邀请国际团队就能解决问题；另一方面，观众的成熟也对作品提出了更高的要求。

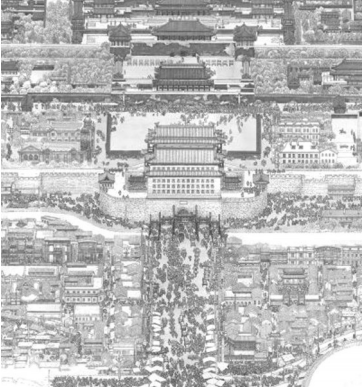
历时5年多:19幅“大画”描绘古今北京壮阔历史

●李放

由北京市文史研究馆主办的北京重大历史题材美术作品展览日前在中国美术馆开幕。北京市文史研究馆组织文史专家和书画名家历时5年多创作而成的19幅“大画”，描绘了古今北京的壮阔历史。

此次展览展出的19幅大型绘画作品，包括10幅大型人物画，这些画作将古都北京化作宏大舞台，通过金、元、明、清和新中国定都北京的10个重大历史事件，再现了历史的波澜壮阔；8幅大型山水画延续了传统山水组画中春、夏、秋、冬四季和东、南、西、北四方的外在组合形式，彰显了北京之所以能够成为历代都城的独特区域位置；大型风俗画《清末民初北京万象图》，则以全景视角俯瞰巨变中的古城。

据了解，担负创作任务的主创画家有多届全国美展金奖得



《清末民初北京万象图》(局部)

主，也有著名艺术研究机构的掌门人，旨在宣传和弘扬底蕴深厚的北京历史文化，为全国文化中心建设服务。

又到九月开学时，全国不少小学的语文课都和这个暑期一档热播的文化节目《汉字风云会》产生了联系：北京市东城区黑芝麻胡同小学的第一堂语文课，100多名学生集体跟随《汉字风云会》的题目听写；同样的场景，也出现在连云港市苍梧小学的语文课堂上。

浙江卫视播出的听写节目《汉字风云会》，在刚结束的暑假成了不少孩子的“刚需”：每周一个多小时，在全程欢笑中，孩子们对着电视机，铺开纸，拿起笔听写，校正10多个常用易错汉字，学习10多个生活用字，拓展20个好词。透过荧屏，汉字的温度，传递在孩子们稍显稚嫩的笔画勾勒间。

“孩子们看没看，开学有差异”

7月中旬《汉字风云会》刚开播时，节目总导演关正文不曾想到，节目会变成大家口中“电视上有趣的语文课”，不少孩子习惯了每周四晚上9点40守在电视机前听写。

关正文曾一手打造《中国汉字听写大会》《见字如面》等文化节目，在他看来，很多家长不让孩子看电视看网综，但是他们会和孩子们一起看这个节目，节目又刚好是在暑期播出，非常适合全家一起边看边学。

节目播出后，一位语文老师给关正文发的微信，验证了他的判断。这位老师直言，字词教学是语文教学中最难解决的老问题，

2017暑期档盘点：

观影人次同比增26.7% 市场与观众渐趋成熟

●白瀛 方沁茗

粉丝电影号召力下降

电影局的数据显示，今年暑期档国产电影票房108.02亿元，占比66%，同比上升约15个百分点；前10名榜单上，国产电影有5部，票房占比67.4%，同比上升17.5个百分点。

票房榜单上，《战狼2》以55.09亿元遥遥领先，《变形金刚5：最后的骑士》《神偷奶爸3》分别以15.51亿元、10.37亿元占据二三位。

整个暑期档，《战狼2》无疑是最大赢家：自7月27日上映以来，先是以近3.6亿元刷新中国电影史单日票房纪录，随后创造了最快破7亿元、8亿元、9亿元、10亿元的票房纪录，至8月7日票房超过34亿元，打破了《美人鱼》2016年创造的中国影史票房纪录。

另一方面，粉丝电影的影响力明显下降。《三

生三世十里桃花》虽有刘亦菲和杨幂护航，5.34亿元票房距10亿元预期仍有较大差距。

清华大学影视传播研究中心主任尹鸿认为，中国电影市场在保持稳态增长，虽然上半年市场比较压抑，但《战狼2》的出现成功释放了大量的消费需求；与此同时，粉丝电影的号召力下降，说明观众越来越成熟，对产品的要求也会越来越高。

纪录片成新亮点

今年暑期档国产影片类型丰富、风格多样，演员阵容也不再是清一色的偶像明星。

战争片《建军大业》、古装片《绣春刀2：修罗战场》、警匪片《杀破狼·贪狼》、犯罪悬疑片《心理罪》、奇幻片《悟空传》、青春片《闪光少女》、动画片《大护法》、纪录片《二十二》……今年暑期上映的

众多影片涵盖了众多题材类型，为观众提供了多元的选择。

值得一提的是，今年暑期档有《重返·狼群》《地球：神奇的一天》《二十二》3部纪录片上映，尽管市场反应与商业大片仍有差距，但其良好票房和口碑再次提醒了观众对纪录片的热情。

其中最受关注的莫过于慰安妇题材纪录片《二十二》，从最初仅1.5%的低排片率，到网络上各路明星、网友共同呼吁支持，最后成功逆袭，截至8月31日以1.69亿元成为国产纪录片票房冠军，也成为暑期档一个新亮点。

北京师范大学纪录片中心主任张同道说，《二十二》的成功对纪录片的发展是一个很好的启示，说明观众除了关注电影带来的娱乐刺激之外，也开始关注电影的内涵和文化。他认为，近两年市场逐渐细分，未来将有更多纪录片进入院线。

我来说两句

做到最好，你就是英雄

●刘汉俊