

让优质文艺直达基层 中国影协文艺志愿服务走进江苏靖江



本报讯(记者 姬政鹏)1月5日至6日,中国电影家协会文艺志愿服务品牌“电影人公益示范行”活动走进江苏靖江。其间举办了中国电影家协会志愿服务走进江苏靖江专场文艺演出、电影《决胜时刻》公益放映及映后交流、文艺志愿小分队赴靖江新时代造船股份有限公司演出、“东线第一帆”纪念馆调研、书画艺术交流等志愿活动,助力优秀文艺成果进基层、惠百姓。

其中,专场文艺演出在靖江体育中心举行。在江平、郭玮、刘雨辰、谢苑、刘瑜的主持下,刘劲、刘之冰、阎青妤、马德华、王伯昭、赵静、佟铁鑫、降央卓玛、苗阜、王声、王小玮等文艺工作者,与肖帮舞蹈团、靖江市小荧星艺术团、靖江市锡剧团、广州杂技团、江南大学舞蹈系等共同表演了歌曲《亲亲的茉莉花》《永恒的歌谣》《祝福祖国》《蝴蝶泉边》《婚誓》《九九艳阳天》《我们的生活充满阳光》、歌舞《中华全家福》、舞蹈《雄鹰舞》、情景快板《奋勇支前数靖江》、诗朗诵《扬帆逐浪向未来》、杂技《力与美》、相声《走进生活》等精彩节目,赢得台下观众的喝彩与掌声。

除了文艺演出,“电影人公益示

范行”一行还在靖江市新时代文明实践中心举办了电影《决胜时刻》公益放映交流活动,影片导演宁海强、演员刘劲、刘之冰与靖江观众交流影片的创作初衷与心得。这部讲述1949年中共中央进驻北京香山,在国共和谈破裂的千钧一发之际全力筹划新中国,再现共和国缔造者们运筹帷幄、筹建新中国决心与信心的影片,引发现场观众的热烈好评。

“电影中,细节动人。”电影播放结束后,有观众分享了观后感,“最打动我的有两处,一处是周恩来总理右臂因战争中负伤留下后遗症只能长期保持半垂的姿势,电影中,演员时刻保持这个姿势,令人动容。第二处是任弼时同志拉小提琴,电影闪回来时路上的光辉岁月,音乐悠扬,让人感动。”

刘之冰在交流中表示,重大革命历史题材影片的创作充满挑战和考验,需要演员通过对生活的理解、对史料的筛选、对人物反复的求真认知之后沉淀呈现,“能通过我的劳动和大家的集体创作,让这些历史人物鲜活地走向观众,让大家看到、听到、想到,同时增长对这段历史和这些伟人的认识,是一件非常有意义

的工作,我愿意为这个工作不断地努力探索下去。”

在新时代造船股份有限公司,文艺工作者们走进工人当中,热情开展慰问演出。活动现场,《大众电影》杂志社社长郑阳向江苏新时代造船有限公司赠送珍藏版《大众电影》杂志,并向企业免费赠刊一年。郑阳表示:“中国电影家协会‘电影人公益示范行’旨在引领文艺工作者深入群众,展示优秀文艺成果。传播推广优秀电影文化也是我们的使命,《大众电影》不仅记录着光影岁月,还是一本普及电影文化的刊物,希望能给江苏靖江的电影爱好者们带来更丰富的电影信息和知识。”

公益示范行期间,中国文联电影艺术中心常务副主任宋智勤以及书法家程度、画家王铁汉、表演艺术家王伯昭等还与当地文艺工作者和文艺爱好者进行了书画艺术交流。

此次“电影人公益示范行”活动由中国电影家协会、中共靖江市委、靖江市人民政府主办,中国文联电影艺术中心、江苏省电影家协会、中共靖江市委宣传部、靖江市文联、靖江市文化旅游局、靖江市融媒体中心承办。

“首届视听艺术大会暨青年视听创作与理论推优计划发布活动”南京举办

本报讯 近日,“首届视听艺术大会暨青年视听创作与理论推优计划发布活动”在南京举办。该计划将于2025年6月举办推优表彰活动,力图推出一批聚焦新时代文化思想的前沿视听理论研究成果,一批展现中华优秀传统文化和新时代风貌的视听作品。

本次活动由中国电视艺术家协会高等院校视听艺术委员会、南京艺术学院、江苏省电视艺术家协会和江苏省电影家协会联合主办,南京艺术学院戏剧与影视学院、南京市电影电视动漫艺术家协会和南京师范大学新闻与传播学院联合承办。

开幕式上,中国电视艺术家协会分党组成员、副秘书长董涛代表中国电视艺术家协会对大会的召开表示祝贺。董涛表示,习近平文化思想的形成,表明我们的历史自信、文化自信达到了新高度,为我们推进电视和网络视听艺术高质量发展指明了前进方向、提供了根本方法。本次大会将带来三个关于创新理念的思考:创新视听理论,深入学习习近平文化思想,开拓视听文艺理论的新度、深度;创新文艺评论,紧扣时代脉搏,以人民为中心;创新视听技术,以新技术推动中国视听艺术高质量发展。

南京市文联副主席李志平宣读了大会发布的青年视听创作与理论推优计划。该计划将于2025年1月启动,6月举办推优表彰活动,联合全国高校师生及有志于视听创作的青年人,以多种方式促进青年人才与学界、业界之间的交流互动,推动“大视听”理论的产、学、研、用四个层面深度融合,建设前沿视听创作与研究平台,力图推出一批聚焦新时代文化思想的前沿视听理论研究成果,一批展现中华优秀传统文化



和新时代风貌的视听作品。

中国电视艺术家协会高校视听艺术委员会会长丁亚平表示,近年来,视听艺术已经成为中国文化的重要载体,也在国际传播中扮演着愈来愈重要的角色。从人工智能的生成式影像到VR互动交流,从短视频的全球化扩展到虚拟现实技术的广泛应用,视听艺术在当代时代的表现形式与传播渠道正经历着前所未有的变革。本次大会顺应和呼应这一发展趋势,汇聚学界、业界的力量,共同探讨“大视听”格局下的中国故事、中国表达与中国价值。

江苏省文联党组成员、副主席、书记处书记刘轩明表示,本次大会为当代青年的文化创意提供展示平台,深化其理论认知,帮助其孵化个性化创意,在思想交流与艺术创作的合力中助力青年艺术家成长。江苏省影协和省视协将把加强文艺工作者思想政治引领和尊重艺术家创作个性统一起来,引导其以精品力作和身体力行担负起人类灵魂工程

师的光荣职责。此次活动将有力推动当代视听艺术的高质量发展,为讲好中国故事、促进文化强国建设作出积极贡献。

南京艺术学院党委常委、副校长张捷认为,本次大会紧扣“中国故事的视听表达与传播”这一重大主题,旨在深挖视听艺术的潜能,探寻讲述与传播中国故事的最优路径。本次大会一方面要深化、多元化对视听艺术的认知,另一方面要充分激发青年学者及创作者的创造力。南京艺术学院将与学界同仁共同努力,深化合作,全力加速构建“讲好中国故事”的活态体系。

《北京电影学院学报》主编吴冠平、《电影艺术》主编谭政、重庆大学美术学院常务副院长范倍、深圳大学戏剧影视学院院长刘辉、南京大学新闻传播学院执行院长张红军、南京师范大学新闻与传播学院教授刘永昶,以及国内影视学术期刊编辑以及国内百余影视专业青年学者参加活动。(杜思梦)

戏曲电影《河西村的故事》在广东大学校园展映

本报讯 戏曲电影故事片《河西村的故事》作为由中国世界电影学会、广州市非虚构影像创新发展中心主办,中国世界电影学会社会活动部承办的2024国产优秀影片展映的影片,日前相继在广东工业大学揭阳校区、广东城建学院华美校区展映。

这部以现代乡村振兴为题材的荆州花鼓戏戏曲电影故事片由华语系影视传媒机构、湖北省荆州花鼓戏剧院等联合出品,中共湖北省委宣传部、湖北省文化和旅游厅、湖北省文学艺术界联合会、中共潜江市委、潜江市后湖管理区、中共荆州市委宣传部、广东省电影家协会联合摄制;

周慧总编剧、苗炜基总导演,著名荆州花鼓戏表演艺术家胡新中、李春华及青年演员付潜芬、答沙、吴珍珍、叶开等主演。

该片改编自同名舞台剧目,以“虾稻共作”第一村潜江市熊口镇赵脑村的发展变革为原型,通过“三十年河东,四十年河西”的双关主题,展现了新时代、新农村、新农业、新农民的现实生活,为观众呈现了一幅生动的农村改革发展画卷。

广东工业大学揭阳校区对此次展映活动给予了高度重视,校方表示希望通过此类文化活动,不仅能为师生们带来一次难忘的文化体验,也为校园文化的繁荣发展注入了新的

活力。在展映现场,师生们被电影中的人物故事深深吸引,不少观众在观影后表示,电影让他们对中国农村的发展历程有了更深刻的认识,也让他们爱上了荆州花鼓戏的艺术形式。

在广东城建学院华美校区观影过程中,师生们被影片中细腻的情感刻画、动人的故事情节以及精湛的戏曲表演所打动,深刻感受到了传统文化的魅力和时代价值。观影结束后,许多师生纷纷表示,通过这部电影,他们对荆州花鼓戏这一传统艺术形式有了更加全面和深入的了解,也感受到了传统文化在现代社会中的独特魅力和无限可能。

(支乡)

影片如何进入春节黄金周之理性思考

■文/祁海

春节是一年中最大的影市“大蛋糕”,许多影片都争相涌入抢食。2025年的春节影市,已有六部影片定档,据说还有一些影片想挤进来。

每年春节黄金周的票房都是冰火两重天:有些非大制作的影片可赢取冠军(2024年)或亚军(2022年),但许多大片的上座率反而不如平时,甚至惨败。2022年,有一部新片在春节首映六天,票房仅收1754万元。2023年,有一部新片在春节上映两天就宣布撤档,节后也未能东山再起。

现在离今年春节还有二十多天,欲闯春节档的片方人士应抓紧最后这点时间,再慎重考虑一下是进是退?本文分析一些案例,对于如何以科学思维取代“赌一把”心理,或许有参考价值。

春节档与其它黄金档有何区别?

中国的节日有多个,其起源和演变都不相同,节日氛围就不相同。因此,广大民众在各个节日的文化消费心理会有差异。

中国的春节是起源于古代的传统民俗节日,以喜庆为主调,至今仍保留了三个有别于其它节庆的鲜明特色:一是特别强调全家团聚(因此才有亿万民众一齐返乡探亲的“春运”),二是特别讲求“吉利”,祈求安康,在这几天里尽可能回避悲痛哀伤的话题;三是特别热闹(如:千家万户放鞭炮烟花)。因此,春节若是上映喜庆色彩鲜明,大人小孩都爱看的影片,就会事半功倍,最受大众欢迎。

有人会说,《流浪地球》和《长津湖之水门桥》并不喜庆,前者描写人类突遇大灾难,后者表现了残酷战争,都是伤亡惨重,但这两部影片都是春节黄金周的票房冠军,何解?

我认为,这是因为有特殊的社大背景。2018年的中美贸易摩擦和2020年我国隆重纪念志愿军抗美援朝出国作战70周年,引发中国民众反对霸权,维护民族尊严的爱国热潮。《流浪地球》是中国第一次拍出高科技科幻大片,描写中国为人类作出重大贡献,《长津湖之水门桥》表现志愿军英烈舍身卫国。这两部影片与全国上下的社情民意产生强烈的共鸣共振,票房号召力大大提高。但这不是多见的特例,不能视为具有普遍意义的春节电影市场规律。

在春节上映的影片,假如大写流血牺牲或是悲剧情色彩浓厚,但又不另具某些特殊的优势,就与春节的喜庆气氛很不协调,大大降低观众的消费积极性。如2022年春节上映的《四海》,女主角和她的哥哥都死了,男主角参与违法活动也遭惨败。该片不是悲壮而是悲惨,充满哀伤无奈。许多网评认为过年看这种影片很“晦气”,该片首映六天只收4.74亿元。

因此,国产片如要进入春节黄金周,须掌握“非特例”的市场规律。具有“合家欢”卖点的影片,在春节上映有特别优势。2021年春节上市的《你好,李焕英》,并非大制作,首映六天的票房狂收27.21亿元!该片写了亲人的生离死别,但不显得凄惨压抑,母女亲情充满温

馨浪漫气息,许多情节具有活泼欢乐的喜剧色彩,因此,该片的基调不影响过年的气氛,还可以吸引两代女性观众。2024年春节长假的票房冠军是喜剧片《热辣滚烫》,该片写“减肥”,可吸引三代女性观众,首映六天的票房就高达22.94亿元。

《奇迹·笨小孩》首映六天的票房收6.69亿元,喜获2022年春节长假的票房季军,是因为其艺术构思精巧用“合并思维”进行嫁接。该片描写小青年景浩创业成功,并非只写励志。他最初办厂是为了赚钱给患

重病的年幼妹妹动手术。小妹妹也很纯洁可爱,关心哥哥。这种相依为命的骨肉之情十分动人。该片让两种不同类型的影片(励志片与亲情片)有机融合,既适宜年轻人观看,也适合父母带孩子观看。

2023年暑期档上映的《超能一家人》,招来一些批评,导致票房收3亿元就止步。该片若进春节档,上座率会高得多。该片描写某个平民家庭所有成员若聚在一起,就能产生一种神奇的超能力,可斗败强大的犯罪集团。一家人假如闹矛盾分手,超能力顿失,这就需要家庭成员互相理解,团结友爱。该片借助奇幻幽默的喜剧手法,普及“家和万事兴”的为人道理,虽不是精深之作,但健康有益,温馨热闹。暑期档影片的消费主力是看电影较挑剔的年轻化白领和中学生,《超能一家人》这类通俗娱乐片,他们瞧不上,但小孩特别喜欢。假如《超能一家人》在春节首映,其亮点就很鲜明,可吸引许多家长携低幼子女观看,让孩子开心,又可以教育孩子要重亲情。

观众若看中一部作品的亮点,对其缺点可以宽容。

看准行情方知该退还是该进?

许多在春节票房失利的影片,其实也是好电影,只是因为春节有其特殊性而且强片过多,使这些影片的优势在这个档期不能凸显,生不逢时。

2021年春节前夕,刘德华主演的《拆弹专家2》首映6天票房就收5.08亿元,不久之后,刘德华主演的又一部新片《人潮汹涌》挤进春节档,反而遇冷,首映6天只收1.51亿元。《人潮汹涌》的艺术质量高于其它春节档影片,论情节场面热闹和品牌效应不如“唐人街”,论合家欢的号召力不如“李焕英”,无法争取中老年观众。欲吸引年轻人,又被“李焕英”抢走大批女孩。《人潮汹涌》出品方一是了解观众在各种档期的消费要求有何差异,以为优质影片任何时候上映都能卖座。二是并非知己知彼,不善于收集分析竞争对手的情报信息,未能及早知悉春节档其它强片的优势与己作对比。

张艺谋执导的《狙击手》堪称精品,但在春节首映六天只收2.63亿元。这是因为该片与同期上映《长津湖之水门桥》相比,题材类似,都发生在冬季,环境、服装都一样,表面的同质化较明显。论火爆壮观的观赏快感以及明星效应,《狙击手》又不及《长津湖之水门桥》。更大的问题是:观众在一个喜庆假日看了

《长津湖之水门桥》,很难再承受第二部描写多人死亡的电影。

由此可见,不是任何影片都适合进入春节档。有些影片的出品方就很明智。2009年年底完成的古装奇幻爱情喜剧片《越光宝盒》,挺热闹有趣,曾打算在2010年春节上映。该片出品方经调研,发现这个春节档有不少强劲大片。《越光宝盒》投资仅有3500万元,主演并非一线明星,若在春节上映,会被众多强片压住。于是,该片出品方不赶春节档,直到3月18日才推出该片,在卖座片源青黄不接之际乘虚入市,于是物以稀为贵,该片立即打响,档期还可跨清明小长假,仅是国内票房就收获1.33亿元,此外还有境外的500万版权收入。

新片《好东西》《小小的我》《误杀3》抢在春节前首映,票房目前已分别收7.2亿元、5.9亿元、5.8亿元,高于往年春节的许多影片。回过头来看,前几年春节上映的《人潮汹涌》《刺杀小说家》《四海》《中国乒乓之绝地反击》《狙击手》,其实都可以另觅更对口的档期收获票房佳绩。

俗话说:此一时彼一时。观众的需求也有“季节性”,影片的市场价值会随之升降。我并非只会“劝退”,也会“劝进”。有些影片如果该进春节档,就要大胆前行,不惧风险,否则就会坐失良机。在这方面,《这个杀手不太冷静》出品方的过人胆识,值得学习。2022年1月13日,《长津湖之水门桥》出品方宣布定档大年初一。一些本来已确定进春节档的影片惧怕大片,赶快撤退。中低成本喜剧片《这个杀手不太冷静》却斗胆冲入这个春节档,预售票房并不火,但上市第二天,单日票房成绩就急升为第二名,该片在春节首映六天收13.91亿元。

该片的“杀手不太冷静”,但影片的出品方很冷静,作出了准确的市场预测,其依据是:春节放假多天,多数观众不可能在这样长的假期里只看一部电影,看完悲壮惊险的《长津湖之水门桥》,就需要看轻松搞笑的喜剧片调节一下,好比吃了煎炸食品就需要喝降火凉茶来调节,《这个杀手不太冷静》很符合春节档的喜庆气氛,此时上映反而比平时大大升值。该片是这个春节唯一的喜剧片,一枝独秀,没有同类影片与之竞争,全国观众对喜剧片的渴求热情会全部倾注到该片身上。该片与大片同期上映,看似冒险,其实是傍大片“借力”。这种排兵布阵的逆向思维,可谓胆大心细!

总之,许多影片在春节档失利,不是资金投入不够多,不是创作团队不够强,不是制作质量不够精,而是市场策划不当,造成决策失误,不少国产片演职员表出现的策划人,多是不懂影片的官员或老板,挂个空名,这些电影项目并没有建立真正的市场策划工序。其出品方舍得花重金聘请大明星、大导演、大作家,但舍不得花必要的经费请内行的策划专家为影片的产销决策把关和献计,导致盲目出战,出品方付出的巨额资金全部打水漂,因小失大啊!当国产片的市场策划成为一门受尊重的正规化专业之时,会有更多的中国电影在市场一飞冲天!