

让农民看到更多好电影

林莉丽



上图：河南舞钢第二高级中学校园公益电影放映现场。 本文作者供图
右图：郭建华与放映机。 郭建华供图

国产新片《外太空的莫扎特》走进浙江宁波乡村进行公益放映，很多当地的孩子看到了暑假里的第一部院线大片。

从2012年的《人再囧途之泰囧》算起，十年来，越来越多新片、大片提速甚至同步进入公益电影放映市场。

与城市主流院线影片密度大、上映周期短的特点不同，公益放映具有不受档期约束、放映场所丰富、能够支撑长线放映等特点。但是，由于单片、单次放映的收益相对较低等原因，起初的农村公益放映并不被商业大片重视，一些影片甚至放弃了这部分市场。

随着市场成熟度的不断提高，在制片方和发行方的共同努力下，一些在城市院线票房和口碑俱佳的新片、大片开始尝试下线后第一时间进入农村市场。以2013年为例，2012年年度票房冠军《人再囧途之泰囧》在主流院线下档就登陆农村电影订购平台，《西游·降魔篇》《十二生肖》等则在城市院线下档一周内登陆农村电影订购平台，农民及时看到国产大片的愿望得以实现。据统计，2012年至今，《人再囧途之泰囧》《战狼2》《红海行动》《流浪地球》等300余部城市票房过亿影片先后进入农村电影订购平台。

“我还记得放映《烈火中永生》《柳堡的故事》《英雄儿女》《闪闪的红星》和近年来一些国产新片时，观众们期盼的心情和激动的表情。当年在农村连续放映时，我常常来不及吃饭，乡亲们会给我塞一把家乡的花生。看着乡亲们跟着银幕上的人物一起哭、一起笑，就是我最幸福的时刻。”郭建华说。

自制作品对接需求

以农村流动放映为主的公益电影放映具有区域消费特点明显、人口结构差异性显著等特征，有的主流院线上映的影片并不符合农村公益市场的消费习惯。为此，部分院线结合农村市场的消费特点，相应推出自制作品摄制和发行业务，精准对接辖区观众多元化、多层次的消费需求。

山东新农村院线拍摄了《现代农村生活环境治理》、吕剧电影《幸福公寓的笑声》《家长理不短》等20多部影片，打造了“山东新农村出品”品牌；河南周口新农村院线把当地传统文化与现代科技有机结合，创作了“农家系列”豫剧电影《农家媳妇》和《农家嫂子》，贴近

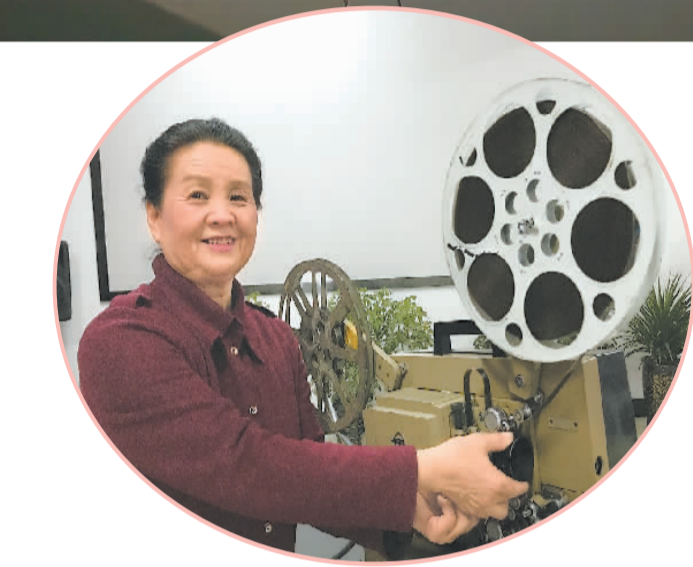
加速进入农村市场

今年7月底，上映刚刚两周的



陕西蓝田公益电影放映现场。

本文作者供图



生活、贴近群众的风格受到市场欢迎；湖南拍摄了经典花鼓戏数字电影《五女拜寿》，探索出一条投资少、生产周期短、发行快、收益大的公益电影拍摄之路。据统计，目前平台可供订购影片已经涵盖京剧、豫剧、黄梅戏、花鼓戏、秦腔、越剧、陇剧等20余个剧种。

今年，郭建华所在的祥符区电影公司在完成既定放映任务的同时，特别增加了科教片的放映数量。她说：“富裕了的农民不缺米、不缺粮，他们最关心的就是生产致富的信息和技术。拍摄、放映农民需要、喜欢的科教片，将科学知识更好地融入农村基层文化推广之中，是我的责任与目标。”她还曾参与故事片《放映路上》、戏曲片《电影儿女》、科教片《咱家花生好收成》等影片的创作。《电影儿女》在美国洛杉矶举行的2014年世界民族电影节上荣获最佳音乐片奖，《放映路上》放映场次已突破10万场。

转至室内优化升级

农村电影放映优化升级的关键是从“看得见”向“看得好”过渡，主要措施是实现从室外向室内转移。但是建设独立的放映场所，前期投资大，后期运营成本高，公益放映无法实现资源的充分利用和可持续经营。在公益放映片源供应充足、市场订购稳定、放映标准提升的前提下，如何结合自身实际，探索农村电影放映优化升级的新路径？一些农村院线不断采取新举措，打造了从室外向室内过渡的轻资产、可复制模式。

陕西西安世纪长安院线将公益电影放映融入新时代文明实践中心建设，室内设放映室，室外安装全自动银幕架，打通室内、室外，实现互补放映，既能满足人民群众的精神文化需求，也化解了新建独立场馆的前期资金和后期运营压力。截至目前，西安累计建成固定银幕架132面，固定银幕架115个，全自动固定银幕架放映点19个。

“这事儿，好着呢！”在陕西蓝田新时代文明实践中心的放映厅里，谈起蓝田公益电影放映从室外向室内转移前后的变化，放映员和电影观众异口同声地叫好。在实践中心门口的广场上，立着一块7米宽、一分钟就能完成升降的全自动银幕架。有了它，“挂幕”“接电”这两项放映过程中最耗时、费力的工作被简化成安全、快捷的一键式操作。

“看电影不必东奔西跑，新时代文明实践站方便又周到！”在蓝田汤峪镇的村级实践站，观众可以看到这样的标语：在蓝田美丽宜居示范村塔塔村，古朴大方的文化礼堂保留了八仙桌、长条凳、石头墙等具有地域特色的设计，相约在文化大礼堂看电影、吃年夜饭已经成了村里的新民俗。

从放电影的年轻姑娘变成放电影的老太太，郭建华几十年来一直关注农村观影条件的改善，积极建言献策，推动农村流动放映优化升级，促进农村电影放映由室外向室

内转移，建设乡镇电影院和村固定电影放映场所，让农民一年四季都能看上好电影。

今年4月，位于贵州省黔东南苗族侗族自治州兴义市万屯镇佐舍村的公益电影固定放映点顺利通过评审验收。作为全州首个村级公益电影固定放映点，这里有一间面积为80平方米，最多可容纳60名观众的放映室，服务全村14组、800多户、3500多人，包含汉族、苗族、布依族、彝族群众。北京世纪东方数字电影院线有限公司的技术工程师初勇一边根据疫情防控政策要求做好疫情防控，一边为这个固定放映点进行设备的安装调试，最终保证了固定放映点顺利验收。

覆盖多种放映场所

十年来，公益电影内涵不断扩大，惠及范围不断拓展，公益电影放映覆盖农村、校园、社区、养老院等多种放映场所。

山东省日照市东港区放映员王祥的工作，是从早上8点开始在养老院筹备放映，到晚上10点社区放映结束才下班。放映久了，王祥更了解不同场景下的观众口味，比如去养老院放映，他会带老年人喜欢的健康类科教片《有关关节病的预防与治疗》和亲情孝道题材影片《家长理不短》等。

王祥从事的“送电影进福利机构、社区广场”公益电影放映活动是山东省电影局会同省财政厅、省民政厅、省残联联合开展的免费公益电影放映的一部分，自2015年启动至今，始终致力于丰富特殊群体的精神文化生活。

“一边吃一边看，吃着感受关爱，看着更加欢乐，传承的是孝亲敬老的传统文化”。今年中秋节，青岛、威海、日照的公益电影放映小分队来到各自辖区的敬老院开展“迎中秋 送温暖”活动。放映员专门选择了戏曲片、喜剧片等老人能看懂、喜欢看的影片，还为老人带去了月饼、水果、牛奶，让他们在感受幸福满满的节日氛围的同时，充分享受公益电影文化大餐。

校园放映是公益放映的重要组成部分。江西、陕西、河南、湖南、安徽、湖北、广西等多地先后出台政策，支持校园公益电影放映。其中，陕西励志校园数字院线作为全国唯一的中小学影视教育省级服务单位，自2010年起，将350余部优秀的爱国主义电影、儿童电影送进全省1.1万余所中小学校，累计放映55万余场，观看学生近亿人次。

点播自己最想看电影，自行选择放映时间……随着进入公益电影市场的片源越来越丰富、固定放映点越来越多，观众的观影积极性和交互性也越来越高。9月20日，在浙江义乌分水塘村陈望道故居，农村电影放映数字化改革省级应用“浙影通”开始全省贯通使用，将形成电影的选、接、派、评闭环链条，把观影选择权、话语权、评价权交给群众，让农村群众“看到、看好电影”，展现了公益电影更加美好的前景。

关注重大主题电视剧

本报记者 苗春

充满烟火气息

在《唐宫夜宴》单元中，以陈冉、易文艳为代表的文艺工作者从中华优秀传统文化中寻找灵感，打造出爆款舞蹈；在《热爱》单元中，年轻汉族教练张雷远赴新疆一所乡村中学任教，发掘各民族学生的足球天赋，改变了他们的命运，他的人生也被这群少年改变；在《沙漠之光》单元中，中国建设者陈宇远赴北非，同当地人民携手共建绿色清洁能源基地，也点亮了民心相通、共同发展之灯……讲述这些动人故事的电视剧《我们这十年》正在热播。加上最近播出的《大山的儿女》《麓山之歌》《运河边的人们》《大考》等，重大主题电视剧不断引发海内外观众热切关注。

这些剧讲述了接地气、有温度、有共鸣的中国故事，用百姓视角的“凡人心”，写平凡生活的“烟火气”。《我们这十年》从生活中来、到生活中去，全剧精炼生动，洋溢鲜活隽永的人间情味。《运河边的人们》围绕大运河污染治理、生态保护、申报世遗等核心事件，串联起政府部门、企业村镇、普通百姓，触达广泛人群及其日常生活，描绘出一幅新时代的“大运河图”。《大山的儿女》在讲述黄文秀先进事迹时，将英雄的一系列行为、实践合理化、生活化，例如她选择回到百坭村成为一名基层公务员，缘于她也曾受到社会爱心人士资助；剧中也表现了黄文秀作为普通青年女性，初到百坭村与当地发生冲突时的委屈和得知父亲患癌时情绪失控等，表现了英雄人物的真实情感。

呈现时代风貌

这些剧从十年成就呈现中国新貌，从十年奋斗之人感受的角度描绘发展变化，完成了“我们”书写、书写“我们”的时代画卷。《我们这十年》汇聚4000多名剧组工作人员，包括40多位国内优秀导演、编剧和演员，从从严治党到扫黑除恶、从民族团结到乡村振兴、从科技自强到海外援建，以11个单元剧展现了当下中国社会和民生活的方方面面。《春风又绿江南岸》《大山的儿女》讲述了基层干部带领群众脱贫攻坚、进行农村改革的故事，弘扬了“群众利益至上”的理念；《麓山之歌》以工人、科研工作者、企业家之间的互动，勾勒出一个时代的横切面，生动描摹了技术与人、技术与国家的关系。

加速海外传播

《我们这十年》在选剧策划阶段就谋划进行海外传播的新尝试和新突破。目前这部剧已经翻译成英语、越南语、法语、阿拉伯语、西班牙语、泰语、俄语、印尼语等20多种语言，将在海外20多个频道播出，覆盖200多个国家和地区。

《大考》已通过爱奇艺国际站、IQIYI APP及IQ.COM在海外191个国家和地区同步上线，还在香港、澳门以及马来西亚、文莱、柬埔寨、日本、澳大利亚、新西兰等国家的电视台及网络平台播放。



《我们这十年》之《沙漠之光》单元剧照。

图片来自网络

好声音

▶演员做好了，对人民、对国家有贡献了，被称为艺术家，也叫“灵魂工程师”。我们要珍惜“演员”这两个字，演员的名气是沾了角色的光，作品才是演员的立身之本。我现在虽然身体有困难，吐字不太清楚，但我不甘心，赶上这么好的时代，这么好的环境，我还想再演几年，再演几个角色，“把最好的精神食粮奉献给人民”。

——中国文联副主席、“最美奋斗者”“改革先锋”称号获得者李雪健谈珍惜“演员”身份

▶我们的历史文化记载中，素有“观众是衣食父母”“观众是神仙”等尊重、适应受众的观念。艺谚“不隔语，不隔音，更要紧的是不隔心”可以做这样的诠释：观众与演员不是主仆关系，演员不要把观众当作上帝来崇拜；也不是师生关系，演员也不能把观众当作自己心爱的亲友，在演出过程中既适应观众的审美心理，又提高观众的审美趣味，把观众当作合作者，整个演出过程是“我”与“你”十分默契的共同创造的过程。

——山东省曲协名誉主席孙立生谈演员与观众的关系

▶一直以来，中国美术教育承担着经典传承、文化创新和社会服务的使命。如今，美术教育的供求关系、外部需求、国际国内竞争环境及资源条件等，都发生了明显变化。专业美术教育应与时俱进，让社会服务这一使命从“配角”成为“主角”。满足大众对艺术“打破围墙”的期待，需要学院派的专业教育打通更多的社会化通道，以全新的无界限理念，更积极地介入城市生态。尤其随着数字化转型，通过家庭、学校、社会教育相结合的方式，让社会美育更多地以润物细无声的方式浸润大众生活。

——上海大学上海美术学院副院长李超谈美术教育的社会服务

▶目前，我国民族乐器产业在面临新冠肺炎疫情的背景下，仍保持正常生产，这一方面基于中国国际地位不断提高，中国人口结构更新以及中等收入群体增长，对民族乐器市场的需求有所扩大；另一方面，目前我国消费者对乐器品质、服务质量的要求越来越高，民族乐器生产企业越来越注重文化营销、品牌建设，不断加大研发投入，这些都是促使民族乐器生产保持稳定增长的原因。

——上海民族乐器一厂有限公司常务副总经理周力谈民族乐器产业发展

(苗春整理)