

轴线定律

元素

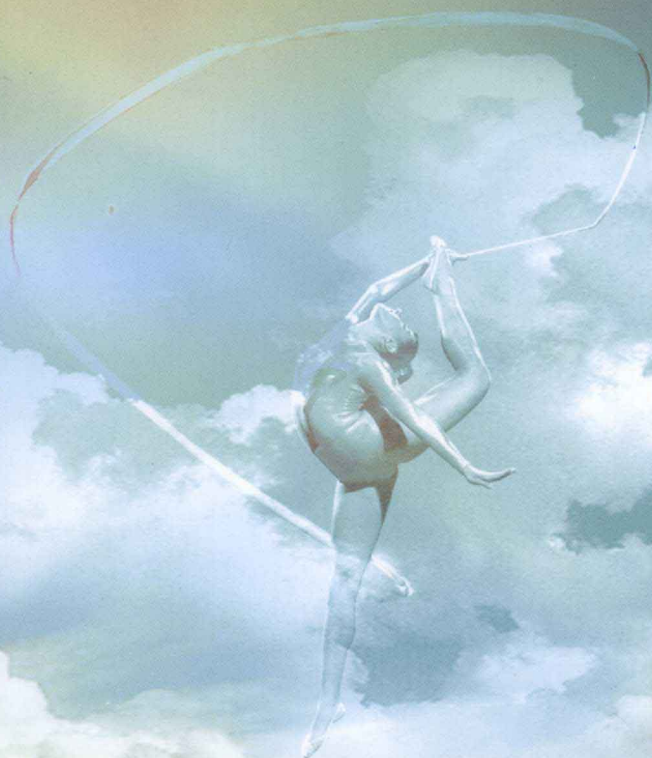
中外影视画面

角度 造型艺术 赏析

色彩

孙泽华 著

构图



中国传媒大学出版社

中外影视画面

造型艺术赏析

孙泽华 著



中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中外影视画面造型艺术赏析/孙泽华著. —北京:中国传媒大学出版社, 2010. 1

ISBN 978-7-81127-826-2

I. ①中… II. 孙… III. ①电影—摄影构图—鉴赏—世界
②电视—摄影构图—鉴赏—世界 IV. J93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 223525 号

中外影视画面造型艺术赏析

作 者 孙泽华
策 划 文 馥
责任编辑 董媛婷 欧丽娜
责任印制 曹 辉
封面设计 天字行工作室
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)
社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真: 65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司
开 本 787×1092mm 1/16
印 张 16.5
版 次 2010 年 11 月第 1 版 2010 年 11 月第 1 次印刷

书 号 978-7-81127-826-2/J·826 定 价 48.00 元(附光盘一张)

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

前言

众所周知,当前大学毕业生的就业形势不容乐观,因此各高校在课程的设置上都开始逐渐朝着实用性的方向进行倾斜。拿笔者所在的中国传媒大学媒体管理学院来说,院领导就果断地取消了诸如大学物理一类的课程,取而代之的是面向大部分专业学生的影视造型艺术等实用性技能课。现在,影视画面造型艺术的课程已经走进了中国传媒大学各学科学生的课堂,但是要想找到一本合适的教材却很不容易。尽管影视画面造型艺术方面的教材并不少,但大多数都是在千篇一律地叙述大致相似的理论知识,并没有列举具体影视剧中的实例来进行论证。就算是有个别举例的地方,也不过是泛泛地说:某某影片中的某个情节的表现就是如此等,根本没有论述清楚画面中具体是怎么设计并演绎的,也没有讲明这样设计的优点以及现实意义都是什么,更没有使用画面截图来进行演示说明,因而在学生的理解与掌握上存在着很大的局限性。还有的教材在举例时列举的竟是某部纪录片,甚至于《东方时空》《焦点访谈》等的某期节目中个别镜头,说它们如何如何。如此这般的例子举与不举大概区别不大,先不论读者们看过没看过教材中举的那期节目,就算是曾经看过,又有谁会对某个新闻节目中的个别镜头产生印象呢?

本教材针对以往教材中的缺憾进行了改进,在讲述画面造型艺术领域每项知识的同时,尽量多应用影视剧里的典型实例加以论证。力争做到图文并茂,深入浅出、言简意赅地把一些枯燥的理论知识用形象生动的视觉语言描述清楚,使学生能够举一反三,达到事半功倍的效果。

本教材中所引用的例子,都是笔者在长期的教学工作中精心挑选的典型实例,绝大多数都选自中外著名的电影片段。这其中要么是一些在世界影坛上声名显赫的影片,要么就是近年来新上映的优秀中外佳作,另外一小部分则是选自一些世界优秀广告和有相当影响力的电视剧。笔者的用意是让读者在掌握相关理论知识的前提下,尽情去领略艺术大师们的精髓,力争在今后的影视艺术领域中都能有所作为。

本教材可说是集知识性与趣味性于一身,既可作为教材来进行课堂教学之用,又可作为业余课外读物来丰富读者的文化生活之需。

当然,由于笔者的水平所限,书中的不当或错误之处在所难免,这点还望读者能够及时予以批评指正,本人将万分感谢。

作者

2009年11月30日



前 言 /1

第一章 概 述 /1

- 一、影视画面中所包含的内容 /1
- 二、当前影视画面中存在的不足 /4
- 三、涉及有关影视作品具体内容的注意事项 /10

第二章 形象元素 /14

- 一、叙事 /14
- 二、表意 /16

第三章 景 别 /25

- 一、远景 /25
- 二、全景 /27
- 三、中景 /29
- 四、近景 /31
- 五、特写 /31

第四章 拍摄角度 /38

- 一、拍摄高度 /38
- 二、拍摄方向 /45

第五章 光线与影调 /61

一、提供照度 /61

二、造型任务 /63

三、突出主体 /76

四、表达气氛 /78

第六章 色 彩 /85

一、色彩基础 /85

二、色彩的感情 /87

三、怎样在画面中运用色彩来表达感情 /103

第七章 构图表现技法 /122

一、位置法 /122

二、面积法 /132

三、线条的运用 /139

第八章 运动摄影(上) /151

第一节 摇镜头 /151

一、摇镜头的表现功能 /151

二、摇镜头的技术要求 /166

第二节 移镜头 /167

一、移镜头的表现功能 /168

二、移镜头的技术要求 /187

第三节 推镜头 /188

一、推镜头的表现功能 /189

二、推镜头的技术要求 /200

第四节 拉镜头 /200

一、拉镜头的表现功能 /201

二、拉镜头的技术要求 /213

第九章 运动摄影(下) /215

第一节 其他一些特殊的运动镜头 /215

一、转 /215

二、虚 /219

三、晃 /225

四、甩 /227

五、慢 /230

六、切 /238

第二节 轴线定律 /243

一、怎样遵守轴线定律 /243

二、克服越轴画面的几种方法 /251

结 束 语 /258

第一章 概述

影视艺术是一种以视觉形象作为主要传达内容的艺术形式。而影视画面则是影视艺术作品中最基本的组成单位,也是影视画面造型语言的基本元素。

影视画面的造型工作,就是指在一定的画幅格式中,经过筛选、组织对象,然后将对象有机地组织安排在画框中,以便准确、鲜明地表达画面内容,并建立具有视觉美感的画面形式。它是通过摄影(像)的技术与艺术手段来共同完成的,因此影视摄影(像)的过程,既是一项专业技术的活动,同时还是一个艺术创作的过程。对于技术方面而言,摄影(像)所涉及的问题主要包括画面曝光是否适度,调焦是否准确等。而对于艺术创作来说,相对于技术领域而言则要复杂得多,因为它需要综合运用构图、用光、色彩、拍摄角度等艺术手段,以便能够表达创作者的创作意图,深刻塑造人物形象,准确地揭示作品主题等。

本书所要探讨的就是有关影视摄影(像)在艺术创作中所涉及的一些问题,而那些纯粹摄影(像)技术上的问题则不在本书涉及知识的范畴之内。另外,本书以后章节中所说的摄影,指的都是影视作品中活动影像的摄影,图片摄影也不在本书的讨论之中。还有就是由于电视摄像与电影摄影在艺术创作领域的差别并不大,甚至可以说是一脉相承的——因为电视艺术本身就是从电影艺术中发展而来的,电视艺术在很大程度上都是借鉴了电影艺术的经验,因此二者在通常的造型创作规律上也都具有相同或相似之处——所以为了在以后的章节中论述问题时简洁明了,当不做特殊说明时,我们一般统一使用“摄影”一词,就不再特意强调“摄像”了。

一、影视画面中所包含的内容

我们在探讨影视画面造型艺术之前,首先要弄清楚的是,一个影视画面中应该包含有哪些必要的基本内容,这样才能在下面的学习中做到有的放矢、不打无准备之仗。

通常情况下,在每个影视画面中都应涉及以下基本内容——

1. 形象元素

这是完成拍摄工作最先要被考虑的一个问题。它是指为了拍摄一个能够表达某项具体意义的特定画面,我们应选择用来完成拍摄任务的目标实体(被摄对象)。这个问题是一切影视画面制作的第一步,是基础中的基础。这一步做不好,以后的一切努力都可能是无用之功,因此对之必须格外注意。

2. 景别

景别问题其实就是指被摄主体在画面中所占比例的大小问题。早先的舞台艺术是没有景别这么一说的,我们看到的在台上表演的演员与生活中的人物同样大小,舞台上场景空间的大小也不会发生改变。观众在台下的某个位置上看到台上的一切景物的范围都是恒定不变的。后来有了电影后,早期所拍摄的电影画面也同样没有景别之分,那时的拍摄活动就是简单地把摄影机架到台下乐队指挥的位置上,然后对着舞台拍摄,仅仅是把舞台上的真实景物原封不动地搬到银幕上而已。

后来随着电影艺术的发展,画面的构图形式才逐渐变得丰富起来,也才有了景别之分。影视作品通过各种景别的穿插组合,全方位地展现被摄主体的各种风貌,其效果当然是远非一个固定景别所能比拟的。

3. 拍摄角度

同一个形象元素,如果拍摄时采取的拍摄角度不同,对于事物的造型状态以及所能表达的具体意义来说都会是不同的。

例如,我们每一个人都会有某个或几个最佳视觉角度,从这些角度去拍摄这个人物的肖像效果就会比较好。因此,当某个文化公司打算包装某个艺人时,第一步基本上都是先找出这个艺人的一些最佳视觉角度,以便在今后的广告宣传上尽量都以这个最佳角度展示给公众。

另外,拍摄角度的运用往往还带有拍摄者明显的感情因素。特别是在对于人物形象褒贬的刻画方面,我们可以通过拍摄角度的不同,把某个人物拍得很高大,或把某个人物拍得很渺小,借以充分体现创作者强烈的爱憎情感。

4. 光线

视觉感受是人类感知外部世界的重要途径。据统计,人类获得的对外部世界的认识有大约 90% 是通过视觉得来的。而人对周围事物的视觉感受实际上就是人眼对光线的感受。世界上任何自身不发光的物体都是把投射到自己身上的光线反射进入眼,我们才能看到它们的。因此光线的运用对于事物的造型任务来说是极其重要的因素。它不仅仅为被摄对象提供了合适的照明,使电影胶片或电视摄像机的光电转换装置获得准确的曝光量,更重要的是,通过处理光线的照度强弱、明暗反差、投射方向等因素,来达到刻画被摄主体重要性、阐明人物的内心活动、营造并渲染某种环境气氛等目的。

5. 影调(明暗)

影调问题事实上就是个画面明暗的问题。它主要发挥两个方面的功效:一是表现被摄体自身的性质,二是表达拍摄者对被摄体的态度与情感。

就第一个方面来说,如果画面中展现的是一个活泼可爱的儿童、一个正值豆蔻妙龄的青春少女,或者是一位白衣天使等时,往往运用高反差的亮色调较为恰当;但如果画面展现的

是一位暮年的老人,或人物的职业是煤矿工人等,则采用低反差的暗色调较为合适。

就第二个方面来说,如果画面中展现的是一个正面人物、英雄人物时,往往应选择高调画面来刻画,体现出一种弘扬与赞颂;但如果展现给观众的是一个反面角色、一个十恶不赦的坏蛋,则往往选择低调画面来刻画为妥,体现出一种贬低与谴责。

6. 色彩

我们身边的世界是一个五彩斑斓的世界,其中任何一个事物都会拥有某种特定的颜色。即便是同一个造型物体(形象元素),如果它被赋予不同的颜色,给人的感受也可能会截然不同。因此,色彩同样是影视艺术造型的一个重要表现手段。它要求我们必须处理好被摄对象的色别、饱和度、冷暖关系等因素以及由此产生的色调与情绪等方面的特定含义。

另外,色彩还能表达不同的含义。世界上各个国家、民族的不同,对于色彩的理解也会不同。例如,黄色在中国人的心目中是高贵的象征,自古只有帝王才有资格享用;而在日本,黄色则被看成是幸福、美好的象征,是人人都有权利去追求的。还有,中国人十分偏爱红色,往往把它视为正义的化身。比如我们把代表着先进阶级利益的人民军队称为红军,把解放区称为红色政权等。同时,红色在中国人眼中还是吉祥、幸福的象征。中国人办喜事时的新房、新人身上的服装往往都是红色的。但在西方,红色可就不代表什么好东西了。西方人不仅认为它是暴力的象征,而且还视它为情色、下流、肮脏的象征。例如他们常把那种令人不齿的场所称为“红灯区”。

因此,色彩的运用在影视画面造型艺术中的地位是不可忽视的。

7. 画面长度

影视画面和照片比较,最大的不同就是照片只是一个空间的艺术,我们从照片上不仅可以看到景象的宽和高,同时也能看到景象拥有的近大远小的纵深感,因此说照片是一种三维的艺术。

然而影视画面除了具有照片所拥有的空间三维的造型因素外,还额外拥有一个时间因素,因而影视画面被认为是一种四维的艺术。这里所说的第四维就是指的时间因素,也就是指影视画面的长度,或者说是指一个镜头的长度。具体来说,就是指在拍摄一个特定画面时,摄影机从开机到关机之间所持续的时间长度。

因此,影视艺术既是空间的艺术,也是时间的艺术,是时间与空间相结合的一种造型艺术形式。

8. 运动摄影

影视画面的造型离不开运动,所谓的运动摄影就是指摄影机的机身是在不停的运动中进行的拍摄。当今的影视画面中,除了播报新闻的播音员画面、某些特写镜头以及某些表现特定情节的画面外,90%以上的画面都是运用各种运动摄影形式拍摄而成的。因此,运动摄影也将是我们这本教材中内容最为丰富的一个章节,也是我们学习有关影视造型艺术课程

的重中之重。

二、当前影视画面中存在的不足

现如今,影视艺术已经成为了广大人民群众重要的精神食粮。无论是纪实片、广告片,还是故事片,都无一例外地在传播知识、引导舆论、提供娱乐等方面发挥着极其重要的作用。但遗憾的是,当今影视作品中的败笔比比皆是,由此引起了广大观众强烈的不满。因此,我们在探讨影视画面造型问题时,也同时需要了解当前影视画面中都存在哪些不足之处,这样在以后进行实际拍摄时,才能更好地发挥画面造型艺术的长处,有效规避它的欠缺之处,以求把新颖、优秀的影视作品奉献在观众面前。

下面,我们就针对当前影视作品中普遍存在的一些问题来进行适当的剖析。

1. 画面表达的意思不明确

当下电视屏幕上有关画面与之想要表达的意义不符的例子真可谓是数不胜数。我们以一个国内广告为例来说明这一点。曾有过这样一则广告:一个男人扛着个箱子在旷野上狂奔,后面有众多警察在穷追不舍。这时画面上长时间地以特写镜头展示逃跑的男人那穿着皮鞋的一双脚,只见这双脚跨过障碍、翻过高山、涉过大河……看到这儿,您可能会猜想这一定是一个关于皮鞋的广告。然而再往下看则出乎所有观众的意料,那个男人逃进了山中的一个小木屋,他关好屋门后立即把扛着的箱子藏到了床底下。随后尾随而至的警察破门而入,生擒了那个男人。这时其中一个警察拉出了床下的箱子并当场打开,里面装的是满满一箱子某种牌子的手表。原来这是个关于手表的广告,是在向世人表明这种牌子的手表好,都能让小偷给惦记上。

这就是一个典型的画面表达意思不明确的例子,画面上既有高山又有大河的,想必拍这个广告也着实花费了编导、演员们的不少力气。只可惜所拍的画面与广告想表达的主题思想严重背离,再辛苦不也是白搭?

作为对比,我们来看看国外的一则关于手表的优秀广告:一架停在机场上的民航客机正在办理旅客登机,这时一位男性旅客走到机舱内自己的位置上刚刚坐好,突然感到一道耀眼的亮光晃了一下自己的眼睛。男乘客随即望过去,只见在斜对面的座位上正坐着位年轻美貌的女郎,只见她那白皙、纤细的玉腕上戴着一款亮晶晶、光闪闪的手表。刚才晃了男乘客眼的亮光,原来就是手表明亮的表蒙子反射出的光线。有谁不想和如此美貌的女郎坐在一起旅行呢?于是那男子就想起身坐到女郎身边去,可就在他刚站起身来之际,另外一个男子比他更快,一下就奔过去坐到了女郎旁边的空位子上。这位男子十分的无奈,只得沮丧地又重新坐回到了自己的位子上。

这个广告向人们表达的主题很明确,也是在说这种牌子的手表好,女郎只要戴着它,到哪儿都能吸引住男子的眼球,成为众多男子瞩目的焦点。

国外的广告画面中没有高山大河,也没有翻山越岭,只要在一架飞机的机舱中便可轻易

地拍摄完成。

两个关于手表的广告,一中一外,谁优谁劣,观众们一看就会一目了然。

2. 节奏拖沓沉闷

现在的电视连续剧,动辄四五十集,但多数的内容都是极其空洞、贫乏的。有人把当今的一些肥皂剧比喻为蜗牛在爬,第一集只露出个蜗牛触角,到第五集才刚露出个脑袋,等到了第十集,还是依旧没有整个露出蜗牛壳来。

要说当前最为热门的注水剧莫过于《我的团长我的团》了,一部原本只有 25 集的电视剧愣是给生生地抻成了 43 集的大部头。剧中本应一两句话便可交代清楚的一件事,只见交谈双方你一言、我一语讲了大半天也没涉及关键主题。这种耍嘴皮子的注水剧大大地折磨了观众的神经,让观众们都到了忍无可忍的地步,以致此剧刚放到十几集就已经是恶评如潮了。到后来,连本剧的导演康红雷都不得不承认此剧的剧情属严重注水之列。

还有,当前的电视剧领域又掀起了一股翻拍、扩拍风,似乎把一个不足两个小时的电影改编成一部几十集的电视剧是一种时髦。然而把一小碗三鲜汤回炉做成一大锅汤水,除了往里面大大地注水外还能有什么精彩篇章?近年来由电影扩编而成的电视剧,无论是先前的《搭错车》《小兵张嘎》《这里的黎明静悄悄》《和你在一起》……还是近期刚刚推出不久的《羊城暗哨》《蓝色档案》,哪个不是在东拼西凑、无病呻吟?不客气地说,到目前为止,还没有一部好过当年原版电影的。

探究注水剧泛滥的原因所在,归根到底还是一个“利”字当头。从电视剧主创人员的角度来讲,如果在每集单价不变的情况下,总集数的增多就意味着创收的增多。还拿《我的团长我的团》来说,借着前期《士兵突击》普遍受到好评的春风,《我的团长我的团》单集首轮播出时竟卖出了一百万元一集的天价。结果,因价格太高,单独某一家电视台根本无力支付,最后只得由四家卫视和一家地面电视台来联合购买。这就不难理解剧情注水的动机了:25 集能卖多少钱? 43 集又能卖多少钱? 只可惜此剧的质量和它开出的价码并不成正比。再从电视台的角度讲,播出 40 集以下的电视剧很难吸引广告商的加盟(在港台地区更是如此)。但是不管怎么说,我们的编创人员或电视台相关领导也应该保持发展的眼光吧?一部节奏拖沓沉闷、闪回过多、台词过贫、完全不能保证收视率的电视剧,最终损害的只能是编创人员和电视台自己的名声。就算是此剧一时赚了个沟满壕平,那以后呢?要知道世上谁人都是吃亏上当就一次,以后还有谁再去为拍摄了注水剧的编创人员投资?有哪位广告商还会在专门播放注水剧的电视台做广告?

千万别把自己辛辛苦苦拍成的电视剧变成一道最后的晚餐!

至今我们仍不时地回味起当年的 8 集电视剧《过把瘾》,因为它剧情紧凑,每一集都有剧情冲突,毫无半点废话。只可惜现在像那样的精品电视剧实在是太少了。

针对目前注水剧充斥荧屏的现象,我们欣喜地看到中央电视台终于下决心要拿注水剧开刀了。2009 年 5 月 26 日,央视影视部主任汪国辉透露,广电总局电视剧司已向央视口头

传达了三点意见:不能播出 30 集以上的电视剧,不能播出已播出过的电视剧的续集,要慎重对待经典改编翻拍剧。此次央视的三点建议是值得肯定的,应该给予掌声鼓励。但愿此项规定今后的落实不要令我们失望。

3. 画面及其语言和所要表达的主题牵强附会,缺乏内在的联系

俗话说得好,卖什么就得吆喝什么!如果让你打狗,你却反而骂鸡,二者之间八竿子都打不着,那除了给世人平添笑柄,又有何功勋可言?

大伙想必都记得这样一则广告吧,画面一开始呈现出的是一张大科学家爱因斯坦的肖像,同时有话外音道:“爱因斯坦大脑思维活跃”,但是紧接着画面和解说便陡然一转:“飞鹤奶粉……”到此时观众才得知原来这是则推销奶粉的广告,只是大伙纳闷的是这和爱因斯坦有何牵连?是爱因斯坦因为吃了飞鹤奶粉才成为一代科学巨匠呢?还是我们这些凡夫俗子只要吃了飞鹤奶粉就能和爱因斯坦比智商呢?

因此,这则广告的那句“爱因斯坦大脑思维活跃”被广大网友评为了 2007 年度最差电视广告语,真是贻笑大方。

4. 画面不够话来凑,缺少其表现自身意义的实质性内容

我们探讨的影视艺术,归根到底是一种视觉鉴赏艺术,是要靠具有可视性的画面来支撑起大半个“河山”的。纵然是有文字说明和语音旁白,那也只能是起到“画龙点睛”的作用,绝不可以仅靠文字和语音来填充了事,否则那还叫什么影视艺术!

关于这一点,最为典型的反面例子就要说 2008 年春节期间在全国多家电视台的黄金时段播出的一则著名毛纺品牌“恒源祥”的电视广告了。在长达一分钟的播出时间内,屏幕上只有北京奥运会会徽和恒源祥商标组成的一幅静止不动的画面,可广告语则由一个男声不厌其烦地重复念出“恒源祥,北京奥运会赞助商”。然后就是用童声依次将十二生肖叫了个遍,从鼠鼠鼠直至猪猪猪。广大电视观众乍一看此广告,多数人都以为是自家电视机坏了,好半天才缓过神来。如此单调乏味的创意以及高密度的重复播出在电视上一亮相,便遭到了全社会的炮轰,人们普遍认为此则广告比早些年那些“国优”“部优”等劣质广告更招人反感,也比时下的脑白金广告更让人崩溃,简直就是对广大电视观众的一种精神折磨,都到了令人无法忍受的地步。

其实屏幕上类似“恒源祥”这样的恶俗广告近年来始终就没断过,只不过这次“恒源祥”达到了登峰造极的地步。试问企业花巨资打造电视广告的目的是什么?还不是为了提高企业社会上的知名度,吸引广大电视观众的眼球,以便使他们在日后的消费活动中能够极大地关注本产品。现如今,这则如此恶俗的“恒源祥”广告倒是真符合了提升企业知名度的要求。不过,这知名度也分为好坏两个方向:“不流芳千古,就遗臭万年”。新浪网随后在 4 万多网友中进行了调查,结果显示有将近 90% 的人对这则广告的内容表示反感,近 80% 的人认为这样的广告对厂家的产品品牌有极大的损害。更有 70% 以上的人直接表示看到这则广告后绝对不会再去购买“恒源祥”的产品。

但愿我们的荧屏上别再出现类似的画面了,那样我们的电视观众也会少受些精神上的煎熬。

5. 形式与内容的关系颠倒

影视艺术发展到今天,大量的高科技技术被应用到了影视作品中,使今天的影视艺术极其丰富多彩。那些以前根本无法拍摄的惊险、刺激场面如今都能被逼真地呈现在观众眼前。但不管怎么说,再先进的技术也只是拍摄技巧的一种表现手段,是属于形式方面的范畴,而形式永远都是为影片的内容服务的。观众看影视作品看的是什么?就是要看我们的作品给观众讲的一个个精彩诱人的故事。如果这个故事是被高科技的拍摄手段来展现的,则能起到锦上添花的功效。因此影视作品的内容才是第一位的,高科技的表现形式永远是第二位的。这个顺序是绝不能搞颠倒的!

但是很遗憾,这个极其简单的道理,当前的中国电影导演,特别是那些所谓的“中国头号大导演”们却认不清,近年来拍摄的几部冲击奥斯卡大奖的武侠片,都无一例外地落入了形式与内容颠倒的怪圈之中。

张艺谋导演不愧是学摄影出身的,他拍的电影一会儿是清晨两个男人在桂林山水的薄雾中打斗,一会儿又是两个红衣女子在一片金黄色的落叶中打斗。老实说,他拍的画面在气势和美感上并不输给国外大牌导演之作,但除了打斗画面外,没有给观众们留下太多内心的触动。把这样的电影当成风光片来看倒也罢了,可用这样的电影去冲击奥斯卡最佳外语故事片大奖,获奖几率并不高。

6. 创作灵感极其匮乏,缺乏挖掘与创新意识

2008年3月,在北京召开的两会上,著名作家二月河提出这样一项议案:呼吁政府部门制定为作家免除税收的政策,借以激励广大作家们的创作激情,好为社会公众多多提供优秀的原创精神食粮。

为什么二月河会有如此举动呢?原因就是在今日的中国,无论是在文学创作方面还是影视艺术领域,实在是太缺少新颖、独特的优秀作品了。

还拿影视艺术领域来说,只一个方面就能说明当代中国导演的创作灵感有多么的贫乏。现在的银屏上不仅翻拍成风,甚至连我们的一些名牌大导演们都到了实在是找不到创作灵感的地步了。他们竟把一些已被世人拍得够多的《哈姆雷特》《雷雨》等经典翻出来修改一下,就妄图以此问鼎令他们魂牵梦萦的奥斯卡大奖了。殊不知世界上谁人爱吃回锅的剩饭?这样被人都嚼透、品够了的“残羹剩饭”又焉能获奖!

但是中国的导演们对于自己的失败不仅不好好闭门反省,相反却在公开场合大声抱怨收入过少,感到待遇不公平。惹得有人在一位大导演发了上述牢骚后,便一针见血地指出:要是再拍一部“晚饭”(《夜宴》)那样的电影,你将会挣得更少!

另外,香港大导演吴宇森又耗费巨资拍摄了电影《赤壁》。诚然,中国历史上的赤壁大战乃是中国古代军事史上以少胜多的光辉战役,它的直接结果就是开创了其后中国历史 70 多

年三分天下的政治局面。从历史学的角度来看,它在中国历史进程上的地位是举足轻重的。但不管怎么说,赤壁大战的故事在中国早已是家喻户晓、妇孺皆知的了;在艺术领域,无论是小说、评书,还是舞台戏曲、影视艺术等,对它的演义都是最充分的,它早就不是什么新鲜题材了。现在再来拍《赤壁》,无论它的演员阵容如何强大、画面表现手法如何精湛,它的剧情也将无法再唤起广大观众的兴趣。国内观众坐在影院里观看《赤壁》,除了给电影挑硬伤、找错误外,笔者已经想不出还能做些什么。如此作品当然也绝不可能获得什么高度的评价,到头来只能是引来一片指责之声。

难道我们博大精深的华夏文化就真的没有好的题材可挖掘了吗?当然不是!就拿历史上的著名战役来说吧,一代伟人毛泽东在他的军事著作中总结出的我中华战争史上以少胜多的著名战役就有六个之多。我们只列举其中发生在东晋与前秦两个政权之间的淝水之战。这场爆发于赤壁大战 175 年之后的大战,无论其战争规模,还是在中国历史发展进程中所起的重要意义,都是赤壁大战根本无法相比的。那是在公元 383 年,北方强大的氏族政权建立的前秦帝国以武力统一了黄河流域。野心勃勃的前秦皇帝苻坚于当年的 7 月间亲率 90 万大军南下,妄图一举荡平东晋,一统天下。东晋政权在丞相谢安叔侄的统领下,仅以 8 万人马奋起迎战。最终东晋以少胜多,取得了这场大战的全面胜利。如今我们耳熟能详的成语“风声鹤唳”“草木皆兵”的典故都是出自这场大战之中。这场战役在战争规模上,远远超过了赤壁大战二十几万人的规模;而论其具有的历史意义,更非赤壁大战能够相提并论的。赤壁大战终归是汉族地主阶级之间爆发的一场内战,说直白了不过是汉族人内部的一场窝里斗;淝水之战则不然,那可是汉族人民和北方少数民族之间的一场关乎民族存亡的生死之战。如果东晋战败,那么中国历史将向何处发展,还有没有今天的汉族都将是个未知数。正因为此,中国传媒大学在进行研究生招生时的文史类综合考试,唯独把“淝水之战”包含在了考试大纲之中。

可是至今为止,我们的银屏上还没有一部作品去涉及这场规模空前、意义重大的战争,怎能不叫人扼腕叹息。

近年来,连外国人都对中国文化的丰富“矿藏”一次又一次地进行了“中为洋用”的挖掘与开发,而且每一次都获得了极大的成就。一个木兰替父从军的故事不是让他们看得如醉如痴吗?一个中国末代封建帝王被改造成一个自食其力的新社会公民的传奇经历,照样令他们赞叹不已。美国好莱坞的电影《功夫熊猫》更是横扫全球影坛,淋漓尽致地把两个典型的中国元素“功夫”与“熊猫”完美地结合在了一起,令全世界的观众都叹为观止。

对于人物传记类题材,大家一定都还记得前些年的外国电影《勇敢的心》,其中表现出的苏格兰英雄面对外族入侵时的勇敢不屈,让全世界观众都对苏格兰民族刮目相看。其实类似这样的悲剧英雄在我们中国数不胜数。如果我们也来拍摄英雄史诗片或者人物传记片的话,只稍加列举就能有岳飞、文天祥、史可法等多人入选,他们无一例外地都是在面对外族的入侵时,领导本民族人民奋起抵抗,最后为民族的利益而抛头颅、洒热血。他们的丰功伟绩想必哪个都不会在苏格兰英雄之下。

而在抗日烽火中涌现出的可歌可泣的民族英雄更是不计其数,笔者认为在抗战的正面战场上最突出的英雄莫过于谱写了极其壮烈辉煌一页的戴安澜将军了。遥想 1942 年初,日军进入缅甸,企图切断我国唯一的国际通道——滇缅公路。是年 3 月,戴安澜将军奉命率 200 师入缅作战,给日本侵略者以沉重打击。后由于同盟国英军的一翼溃退,导致缅甸战场全线崩溃,戴安澜将军率领的 200 师陷入了日军的重兵包围之中。在这危急时刻,200 师全体官兵同仇敌忾、立志誓死要回归祖国的怀抱。他们在戴将军的率领下,向着祖国的方向一连突破敌人五道封锁线。然而在突破最后一道封锁线时,戴将军不幸身负重伤,躺在担架上坚持指挥部队进入野人山。因当时正值雨季,又因缺医少药,将军的伤势转重,经八天伤痛折磨后,年仅 38 岁他自知不支。他要部下将其扶起,深情地向着北方——祖国的方向凝视片刻后壮烈殉国,最终是将士们用担架把他们敬爱的师长的遗骨抬回了祖国境内。戴将军殉国后,国共双方都为之召开了隆重的追悼会,两党领导人均亲书挽诗、挽词、挽联,以悼念这位堪称“域外死忠第一人”的戴安澜将军。1956 年 9 月 21 日,中华人民共和国中央人民政府内务部追认戴安澜将军为革命烈士。10 月 3 日,毛泽东主席向戴安澜的遗属颁发了“革命牺牲军人家属光荣纪念证”。

要拍这样的电影,要场面有场面、要情节有情节,其中更少不了很多特技镜头的渲染与烘托。我们试想,这样的电影一旦拍成,能不令观众感动吗?能不为外国人所青睐吗?可为什么就是没有人拍呢?为什么我们的导演尽是拍些《十面埋伏》《无极》《夜宴》等这样浮躁空洞、杜撰矫情、毫无思想内涵的无聊电影呢?

2010 年,好莱坞恢弘巨作《阿凡达》以泰山压顶之势席卷世界影坛。在国内,《阿凡达》的人气更是到了一票难求的地步。走出影院的观众们在由衷赞叹詹姆斯·卡梅隆那超凡脱俗的想象力的同时,也在不由自主地悲叹着:“中国导演一百年也拍不出这样的片子!”

是呀,想想如今与《阿凡达》同场竞技的那部可怜兮兮的国产片《孔子》,难怪有人这样写道:“这是一个神来的隐喻,当美国人为人类创造出一个未来世界时,中国只能拿两千多年前的至圣先师迎战!”

笔者认为这个问题真值得我们好好反思!

7. 题材内容上的一窝蜂

当前我们的编导们不仅是在创作灵感上极其匮乏,还有一个不足之处就是盛行“跟风”。看到别人的某个题材获得了成功后,便争先恐后地以其马首是瞻。

李安的一部《卧虎藏龙》,是第一部成功打入欧美市场的当代中国武侠功夫片。于是乎,它一夜之间便成了国内导演们的指路明灯。接下来,《英雄》《十面埋伏》《无极》《满城尽带黄金甲》等便相继出台,好不热闹。

其实,国内的大导演们热拍武侠剧的动机也是可以理解的,有的导演见李安拍了部《卧虎藏龙》荣获了奥斯卡大奖,这令他们感到眼热,同时也有些不服气的心态。有人认为自己拍的武侠片应该更为精彩,更能赢得老外的垂青,也就更应该获得奥斯卡大奖。可他们不知