

纪念改革开放30年“潮动中原”系列报道之二十四

一部儿童剧和一场席卷全国的快乐风暴

本报记者 余英茂

核心提示

9月10日,一场清新怡人的秋雨降临郑州,记者来到位于西郊的《快乐星球》拍摄基地,有幸目睹并亲历了这个被亿万青少年狂热追捧的快乐策源地。

变幻莫测的灯光,悠长深邃的“时光隧道”,视觉冲击力极强的金属操控台,呈现在记者面前的是一个光怪陆离的科幻世界。风靡全国的儿童科幻剧《快乐星球》,就是在这里拍摄制作的。

见到导演张惠民时,他正在专注地看着表演训练的录影资料,《快乐星球》第四部的小演员们将从这里诞生。

“家有三斗粮,不当孩子王”。可张惠民这个孩子王却一路乐此不疲的当了下来,用他自己的话说就是:“用我的不快乐为那么多孩子带来快乐,太值了。”

“3亿儿童,嗷嗷待哺”

文化体制改革中,最早投放市场的国产电视剧,每年都有大量类型多样、情感真挚的优秀作品涌现,但这百花齐放的局面中,却有着不容忽视的缺失。

张惠民说:“1978年至今,内地拍摄、播出儿童电视剧只有500多部,平均每年仅20部。中国文联副主席仲呈祥曾经用这8个字概括这个现状:‘3亿儿童,嗷嗷待哺’,儿童剧的数量极少,这是其一。”

国产儿童剧如此匮乏,以至于每逢暑期档,电视台都要用86版《西游记》来满足孩子们的收视需求。可是一条20年也未能走完的“取经路”,怎能满足新时期3亿少年儿童的需求?

“其二,儿童剧往往不儿童,许多儿童剧用的是成人视角,成人思维,是板起面孔来讲道理,孩子们接受不了过于沉重的成人元素。电视艺术首先是艺术,要让孩子情感上接受,肯看,然后在看的过程中悄悄把道理过渡给他们。如果孩子连看都不愿意看,道理再多也就没有意义了。所以,为数不多的少儿剧,也是有其名而无其实。”张惠民不无遗憾地说。

分别于1988年和1992年播出的优秀儿童剧《霹雳贝贝》和《小龙人》,也曾给一代孩子的童年留下了美好的回忆。但是,这些片子却很快销声匿迹,淹没在大量日本与美国的卡通狂潮中。相比较国外的《机器猫》《猫和老鼠》等剧集的长盛不衰,国产儿童剧似乎只能昙花一现。

张惠民说:“其三,国产儿童剧往往后继乏力,这是值得我们深思的现象。作品本身是一种依托,在作品获得成功的基础上,一定要将其做成一个固定的文化品牌,这样咱们的作品,才能有更长久的竞争力。我希望拍出更多

真正属于中国孩子的作品来,这正是我们这个团队在做的事情。”

抱着这样的信念,经过3年漫长艰苦的拍摄,2004年,我国首部大型科幻儿童电视剧《快乐星球》,终于横空出世,继而引发了一场席卷全国且持久强烈的“快乐风暴”。

仲呈祥先生在《快乐星球》第二部中央电视台首播新闻发布会上讲话时,称此剧“满足了3亿儿童对优秀电视艺术的精神追求和文化追求”,是一部“顺应时代需求而产生的作品”。

包括即将投拍的第四部,《快乐星球》迄今已经有200余集,一部儿童剧能形成如此规模且后劲十足,在国内前无古人。难怪《中国教育报》撰文称此剧是“国产儿童电视剧迷局中的一场‘盛宴’”,是“一个奇迹”。

“用快乐生产快乐”

记者在《快乐星球》拍摄基地见到了一块醒目的标语牌,上面写着“用快乐生产快乐,用制度打造精品,向3亿儿童奉献快乐。”

提起创作之初对于快乐理念的定位,张惠民感触颇深:“因为这部片子是给少年儿童看的,究竟提供给孩子们一个怎样的快乐理念,这是首要问题。”

为此,张惠民特地从北京请来仲呈祥和李准两位专家,与编剧组座谈,最终明确提出:这部戏,是要宣扬为别人奉献,为别人创造快乐才是真正的快乐这一创作命题。

确定了“快乐”的理念,下一个要解决的就是传达方式。说教容易引起孩子的逆反,如果传达方式不当,起到反效果,反而把一个好的理念给糟塌了。

“怎样才能吸引儿童?居高临下的教育,肯定是不行的,俯下身来听他们说些什么,这也不够,蹲下来和他们一起看世界,只是转换了一个视角而已,而我们要做的,就是回到童年。”

2002年严冬,演员选定,充满童话和科幻气息的“快乐星球”,开始了营造构建过程。儿童题材的影片,有着很多难以想象的困



张惠民在跟小演员说戏

难,“生产快乐”的过程,却充满着酸甜苦辣。

张惠民说:“比如,为了不耽误小演员的学习,必须在暑期档赶进度,大人吃点苦没什么,孩子们也得跟着凌晨4点就爬起来,背着包排队等车,那样子着实令人心疼。”

《快乐星球》采取的是同期录音,所以现场要保持绝对安静,更别说开风扇了。在温度达到40度的教室里拍摄,小演员和剧组工作人员都遭了不少罪,第一部扮演“胖哥”的王新博捂出的痱子,愣是一个暑假都没下去。

每看到小演员们为拍摄付出艰辛的劳动,张惠民都心痛不已:“这些小演员是用自己的‘不快乐’,用超出自己年龄和超负荷的劳动为别的同龄小朋友带来快乐。”

虽然拍摄过程是辛苦的,但小演员们却获得了前所未有的成长机遇,拍摄之初飞扬跋扈,曾用烟灰缸“偷袭”导演的“胖哥”王新博稳重了不少。“金刚”贺双彬等动不动就上演“全武行”的调皮鬼也变得礼貌大方。家长对家里“小皇帝”、“小公主”的变化感到又惊又喜,《快乐星球》寓教于乐的功能,首先在小演员身上得到了印证。

2004年儿童节,尚在后期制作中的《快乐星球》要迎来第一次考验。与建新街小学的同学零距离接触,接受小观众的评价。

“这代孩子接触面,阅读量都很大,又看惯了外国动画,说实话,最初的时候我心里还真有点忐忑。”

希望能早日看到第二部的播出。

人气旺盛的贴吧里,孩子们真挚表白道:“你已经把快乐的种子种在了我们的心田,成人之时,我们将亦不忘这曾经快乐,亦不忘一个叫《快乐星球》的电视剧改变了我们的人生。”

还有很多怀着感激之情的家长带着孩子到剧组拜访,《快乐星球》为他们孩子的成长过程带来了快乐和知识。

一次,北京奥委会筹委会的一位同志带着11岁的孩子找到了剧组,双手递上名片,动情地说:“张导,我和孩子他妈都拜托您了,让这个孩子跟《快乐星球》一起成长。”

张惠民疑惑了:“这地方郑州本地人都难找,您是怎么找到这来的?”

北京客人诚恳地笑了:“我们一家3口都是《快乐星球》的忠实崇拜者,那还能找不到这地方么?”

这样感人的事情还有很多,剧组把快乐播撒到全国,而全国孩子和家长的认同和支持,也为剧组带来了无限的快乐。

张惠民对记者重复了那句在很多场合都讲过的话:“孩子的快乐,就是我的快乐,一生中我一定坚持做好这件事。”

“我对产业化充满信心”

2007年6月7日,中共中央政治局常委李

长春在河南省委书记徐光春、省长李成玉、郑州市委书记王文超陪同下,专程来到《快乐星球》拍摄基地,了解《快乐星球》的拍摄、发展情况。

中共中央政治局委员、书记处书记、中宣部部长刘云山在剧组研讨时提出:“你们应该有这种雄心壮志,在这个基础上做大做强,把这个戏做成产业。”

领导的关怀使得张惠民深受鼓舞,更加坚定了在文化产业背景下,将《快乐星球》做成品牌的信心。

在国外,少儿影视剧的收入75%来自相关产品的开发,票房收入仅占25%。为什么中国的儿童剧做不到国外的那样长盛不衰?其原因之一,就是没有搞好产业化。

此前,国内影视作品并没有任何产业化经验,《快乐星球》对国内影视剧最有启示意义的,其实还是它的一个整体推进自身良性发展的产业链条。

早在2004年,《快乐星球》剧组就与北京外语与教学研究出版社合作出版了《快乐星球》同名系列小说和漫画,一上市即受到少年儿童追捧,销售量一度超过《哈利·波特》,位居全国5万多个少儿图书品种销量第二名。

2005年9月,由郑州小樱桃卡通公司出版发行的《快乐星球》第一部剧照图书一套26本上市,至2006年12月底,该书已发行近200万册,创下了中国图书市场上的奇迹。

以文化带动产业,以经济促进文化,党的十七大,给文化创新产业带了全新的机遇,张惠民对于《快乐星球》的产业化也充满了信心。

他说:“在各级领导的关注下,《快乐星球》品牌化进程正在稳步加快。目前,一个产业化开发格局已经形成:我们称之为‘固本开源’,‘固本’就是巩固核心产品,也就是电视剧《快乐星球》本身;‘开源’就是充分利用电视剧的辐射力,构建一个儿童产品体系,将‘快乐星球’打造成全国知名品牌,形成电视剧、电视栏目、图书、音像等相互结合、相互推动的多元化发展格局。”

张惠民还透露,一个大型的《快乐星球》文化产业园已列入发展计划,这个文化园区除了拍摄儿童科幻剧以外,还包括与之相对应的影视学校、儿童游戏产品、儿童文具类产品、儿童饮食类产品、儿童服装类以及儿童玩具类产品的开发。这个产业园区可以为少儿提供全方位的一站式服务,并且将成为一个全国大型的儿童科幻片拍摄基地。

我们有理由相信,这个园区在不久的将来,会成为全国亿万少年儿童为之神往的“快乐根据地”,对郑州、对河南的发展都将起到不可估量的推动作用。

新闻时评

国庆不该只有假日经济

又一个长假过去。拍落游玩的尘土,整理假日的心情,今天起,人们开始回归常态的工作、生活与学习之中。但回归的,又岂止是悠长假期中的民众?更急迫的,恐怕还是节庆本身。

曾几何时,国庆就与“黄金周”画上等号。“假日经济”之下,交通、旅游、餐饮、娱乐各路商家,吹起“掘金”集结号。今年,“五一”长假取消,国庆节的“含金量”更为各路商家看好。

利用节日的机会旅游、消费、狂欢,或者在家好好休息,应算是国庆节放假应有的意义。不过,当上述内容充斥着国庆节的各种场所,当越来越多的人感叹“出游怕人多、在家嫌无聊”时,当记者随机调查的市民“十一假期计划”,发现无一入活动与“国家历史”有关,很多孩子甚至不知新中国国庆史时,我们不得不重新打量国庆所理应承担的人文意义与精神内涵……

设立国庆节的重要目的,正是希望民众能了解国家历史,凝聚国人信念,希望对革命先贤有所缅怀,对胜利有所纪念,对历史学会追忆。我们看到,国庆前两天,9月29日,国务院举行了北京奥运会残奥会总结表彰大会;10月1日,党和国家领导人又出席了首都各界向人民英雄纪念碑敬献花篮的仪式;再加上神七跨出的具有历史性的一步,这样的安排,显然是对国庆59周年的最好纪念,也是最鲜活的一次爱国主义教育。

可惜,这个国庆,很多地方呈现的,依旧是一个经济与商业味儿浓郁的国庆。

中国的节日,有着丰富的文化内涵和精神内核。荡漾着亲情的春节,寄托着哀思的清明,散发着浪漫的七夕,倡导着敬老的重阳……每一个节日都有各自的主题与“表情”。国庆节无疑是一个特殊的节日,它肃穆而欢庆,厚重而热烈。这样的日子,正是培养爱国精神和昂扬民族情怀的最好时机。

去年,政府尊重民意,把中华民族五千年文化积淀的传统节日——元宵、清明、端午、中秋列为国家法定节假日,多少人为此额手称庆,因为这小小小的背后,人们看到的,是政府表达的那种文化传承的自觉张扬,更是许多地方乐于通过各种适应时代和民众需求的配套主题活动,提升传统节日的文化内涵与节日价值的有益探索。这也让人们看到国庆回归纪念日的内在需要与可能途径。

当然,与商家们积极主动的各种策略措施相较,这样的纪念活动,形式上还较为单一。如果说,10年来,“黄金周”成功地从经济上对国庆节加以包装,现在,到了特别需要从人文角度去再“包装”国庆的时候了。也许我们应该像全力抓“假日经济”一样,去认真发掘“文化节庆”。因为,如果国庆节只是一个“黄金周”、“旅游周”、“休闲周”,于节庆而言,会因失去文化内核而干瘪;于大众而言,会产生“鸡肋感”,长假的存废之争就永无定论;于国家而言,是一种记忆精神的失落。

希望下一个国庆长假,孩子们不会只知“黄金”不知“国庆”历史了……

吴焰

跑步健身与国庆献礼何干

由教育部、国家体育总局、共青团中央联合开展的“全国亿万学生阳光体育冬季长跑活动”将于10月26日正式启动。在10月26日至明年4月30日的半年时间里,全国学生将坚持每天长跑。江苏省小学五六年级的学生每天跑1000米,初中生1500米,高中及以上2000米。

北京奥运之后,全民健身的呼声一直在持续。在此我们不会怀疑教育部出台长跑规定的初衷——增强学生体质。因为之前想要强壮一代人,只需要每天一杯奶。现在把奶粉加在三聚氰胺里,增强体质重任自然落在跑步上了。

原本一个简单而又良好的出发点,加上“冬季长跑总里程以60公里为基数,象征新中国成立60周年”这个修饰句,使得这项规定的出台多少有点暧昧不清。跑步健身与国庆献礼何干?如此上纲上线的规定,不得不让人猜测国庆增加一年,长跑基数增加一公里。按照出台的规定,“学生在活动中的表现,将记入中小学生学习成长记录、素质报告书或档案”,这不是明显把一个增强体质健身的活动变成素质的攀比与应试考核吗?照“跑的里程多素质就高,没完成60公里的素质就差”的逻辑,那慧娜的素质应该比刘翔的高多了。

增强体质不是靠一项长跑就能够解决的,如何养成锻炼身体的习惯和靠什么保证锻炼的质量这才是关键。更重要的是如何让学生从书山题海的课本中解放出来,在兴趣的指引下,自觉地参与体育运动。

不过话说回来,或许教育部出台长跑规定原本就是为了给国庆60周年献礼,增强体质只是一个赠品而已。如若这样,透过国庆这一放大镜,原本一个小小的跑步陡然高大,或许也很有中国特色。

马想斌

银行卡告别免费时代 由谁来反垄断

10月8日,国内仅有的提供免费服务的东方卡也将开始收费。银行借记卡、存折全部取消免费服务的同时,一向免费的银行信用卡短信通知也开始收费了。交通银行已从去年起开始对信用卡及持卡人开始征收服务费用,从而成为国内首张对短信服务进行收费的信用卡。(10月5日《南方都市报》)

新京报评论说“银行卡全面收费违背契约精神”,这是有道理的。银行在发放银行卡时,与用户之间建立了契约关系,如果银行单方面更改合同违背契约,那么,用户就能追究银行毁约之责。收费可以,但必须走程序正义之路,通过必要的协商,通过听证,或者通过缓冲期到充分告知义务,单方面的收费服务,违背了公平契约精神。但是,契约原则显然不能担当经济生活唯一法律调节者的重任。

在我国,只有4家国有商业银行,另外点缀着几家股份制银行及若干家城市银行,总体格局是有国有银行垄断经营,客户选择相当有限。于是,占有多数客户的4家国有商业银行,依托自身市场强势,将本应由自身承担的各项费用转嫁给消费者;而占有少量市场份额的小银行,则须承担更大的经济压力,越来越大的收支落差必将导致这些“免费”小银行难以维系,逐渐放弃其以往的免费策略。长此以往,大小银行必将联合起来,出台更多的收费政策,形成对消费者的价格垄断同盟。

在一个充分发育的银行业体系内,某些银行对客户的服务收取一定费用,必定另有银行以不收费相对抗”。当一家银行的服务要价太高时,有的客户愿意留下来,有的客户则选择别的银行作为合作伙伴。价值规律作为市场的杠杆,它不断地调节银行、客户、资金的配置关系,平衡银行与客户之间的利益分配。当没有免费,只有收费时,当没有市场,只有垄断时,消费者只是砧板上的鱼肉;在不得不承受高成本的,所谓国际水平收费的同时,却远没有享受到真正的国际水平的服务。

历经14年打磨、素有“经济宪法”之称的中国《反垄断法》,8月1日起正式实施。在银行卡告别免费时代、进入垄断时代的今天,政府部门不仅要启动民法中的契约原则以维护消费者的权益,更需要通过《反垄断法》的全面介入以实现经济自由民主地发展。

刘义昆



再也不想听美国老太的故事了

美国国会众议院3日投票通过了经过修改的大规模金融救援方案,总统布什当日签署了总额达7000亿美元的金融救援方案,但他同时表示,即使如此,美国经济仍然面临“严重挑战”。据悉,修改后的金融救援方案增加了一些新内容,其中主要是为企业和中产阶级减税等。

资料显示,美国的金融危机缘于此前无限度扩张的消费和透支欲望。据介绍,目前美国抵押贷款市场规模约14.3万亿美元,其中非商业性住房抵押贷款及证券化产品大约有10.9万亿美元。这让人想起了前些年在国内流传颇广的一个故事。

故事说,一位美国老太和一位中国老太在天堂相遇,美国老太说,升入天堂

终于还清了享用了一生的房子的贷款;中国老太说,升入天堂前终于用一生的积蓄买了一套房。就是这样一则故事,改变了许多中国人的住房消费观念,使贷款买房不断升温。

现在,美国老太的故事像肥皂泡一样破灭了,不仅如此,这场金融危机还波及到其他一些国家。因此,包括中国在内的许多国家的消费者,恐怕再也不想听这个故事了,因为从某种程度上说,这不过是资本市场的一个消费陷阱罢了。

资料显示,我国进出口总值超过了GDP的60%,属于偏外向型的经济模式。换言之,以前美国人的借钱消费在一定程度上促进了“中国制造”的繁荣,现在在美国借钱过日子的人大幅减少,“中国制造”势必会受到影响。因此,中国经济下一步该如何发展,是我们现在必须考虑的问题。或许有人会重提重点拉动内需,以弥补外需的疲软,但笔者认为,拉动内需首先要涵养民间财富,再者,需要以减税、减费等措施,来维护私营企业的健康发展,并以此来促进就业、增加劳动收入,并最终稳定内需。

总之,美国金融危机给我们的一个重要启示:提前消费理念和无限度的透支可能会影响国家的经济发展,甚至影响金融安全。前车之覆,后车之鉴,现在,我们应该重塑符合中国国情的消费观念了。

燕农