



张艺谋： 让世界看到中国人的样子

古稀之年的张艺谋去年凭借《满江红》和《坚如磐石》分别夺得春节档和国庆档的票房冠军后，今年春节他又推出了电影新作《第二十条》。身先士卒为电影做宣传的他表示，求新求变是自己一直以来追求的目标。

电影主题跟百姓息息相关

的性格。”张艺谋认为，正是这种不撞南墙不回头的固执和坚持，产生了强烈的戏剧性和心理冲击力，故事就会有意思。

《第二十条》在一定程度上延续了这两部作品的风格。影片名取自《刑法》第二十条规定，聚焦“正当防卫”这一热议法条，讲述了基层青年检察官韩明（雷佳音 饰）、吕玲玲（高叶 饰）顶住重重阻力，追根溯源还原案件真

相，只为守护公平正义底线的故事。

在张艺谋看来，作为国内第一部以“正当防卫”为题材的影片，故事涉及的公平正义，跟老百姓的生活息息相关，“中国传统文化的深厚底蕴，让每个中国人的本性中有追求公平公正的朴素认知”。正如片中一句台词说的，“我们判的不是案子，而是别人的人生”，而这正是电影想要表达的主题。

用喜剧形式包装严肃话题

《第二十条》里张艺谋尝试将喜剧与严肃的法律议题结合起来，他说：“一方面是因为春节档的需要，另一方面也是希望能够创新出有一定风格化的东西。我想让观众的情绪像坐过山车一样来回起伏，再代入现实主义，让大家能共情。”

之所以这样做，源自张艺谋在艺术

表达上的创新精神。虽然《第二十条》涉及凶杀、打架、跳楼等案件，但观众看片时却有笑出声的时刻。其中有一场戏，韩明约同事、前女友吕玲玲在一家体验室谈话，韩明戴上眼部按摩仪躺在椅子上，看不见对方。碰巧妻子李茂娟看到了他们的举动，误以为两人旧情未了，趁着吕玲玲中间出去接电话，自

己偷偷躺在丈夫身边，于是上演了一场让人捧腹的对话。

至于创新的成败，张艺谋拥有一个良好的心态：“创新是很冒险的，要想不断地创新，最大问题是不能太爱惜自己的羽毛，不能做过多的自我人设。我的电影风格五花八门，这可能也是我的天性使然。”

“讲好中国故事”是心中梦想

张艺谋笑称，自己是天生的“劳碌命”，就是喜欢不停地工作。“如果几天没有事做，就会觉得于心不安。”

他至今依然珍藏着年轻时买的第一台海鸥牌照相机，那是上世纪七十年代初他在咸阳国棉八厂当工人时省吃俭用花了180多元买来的。为了拍出好照片，他曾十几次徒步上山华拍摄取景。直到现在，这台相机依然被张艺谋在重要时刻拿出来招待朋友，比如在

《满江红》的编剧陈宇生日时，他特意用这台老相机为他拍照留念。

几十年来，张艺谋在艺术的道路上创新求变。为了保持健康的身体，他每天只吃一顿饭，快走五公里，风雨无阻，他旺盛的精力让很多青年演员都自叹不如。“当导演，我是活到老学到老”，这是张艺谋常常挂在嘴边的一句话。

虽然中国电影市场越来越繁荣，但张艺谋依然有着清醒的认识，“我们

的电影在世界上的影响力还是不够的，这跟我们大国的身份不太匹配。相比‘讲出中国故事’，‘讲好中国故事’更难。通过电影的方式，让世界看到中国人是什么样子，是我心中的梦想。”张艺谋说，“拍一部好电影很难，我希望自己能做得更好。如果每个人都能做得好一点，中国电影整体就会好一点。”

王金跃

10年总票房超过70亿元 “熊出没”凭什么？

截至2月21日零时，春节档上映的动画电影《熊出没·逆转时空》票房已突破16亿元。从2014年至2024年，《熊出没》系列一共创作出了10部电影，总票房超过70亿元，稳居国产动画电影首位。面对国际动画巨头，这个看上去有些“土”的国产原创IP是如何把路越走越宽的？这匹黑马，对于文化产业创新又有哪些有益启示？

《熊出没》的主体故事并不复杂，它用夸张的卡通手法讲述了光头强与森林保护者熊大、熊二之间的搞笑对决，是一个保卫家园、完成梦想的励志故事。截至目前，《熊出没》动画版已播出18部共1066集，深受小朋友欢迎。但难得的是，这个IP已经逐渐从低幼动画拓展到电影、文创、游乐园等多个产业领域。

《熊出没》系列电影的成功，首先离不开“守正”。从第一部到第十部，角色在不断成长，主题在不断变化，电影情节和故事梗概各不相同，但是欢乐、亲情、友情、家庭和爱等内核始终没变，熊大熊二和光头强的“铁三角”人物关系没有变。主角们传递的正能量，是家长愿意让孩子们“追剧”的重要原因。

创新，是《熊出没》系列电影成功的另一主要原因。10年间，熊大、熊二和光头强陪伴无数观众成长的同时，其自身也在成长。每一年，创作者都能创作出体现时代特色的新故事。比如，又懒又馋的熊二，蜕变成了大英雄；“绞尽脑汁”伐木为生的光头强，有时摇身一变成了森林导游，有时是奔波在高楼大厦间的上班族。光头强的造型越来越好，熊大、熊二的毛发越来越真实，体现出国产动画技术的不断精进。

此外，《熊出没》系列电影还在不断平衡成年观众和儿童观众的审美需求，既让儿童看得懂，也给成年人留下了足够的思考空间。2023年，27%的成年观众自发走进影院观看该系列电影。现在的《熊出没》已经不仅仅是适



合春节假期的“合家欢电影”，其受众圈层也在不断扩大。

拍好一部电影不难，但要持续10年拍好一系列电影，在我国影视界并不多见。《熊出没》的成功，生动诠释了何为“十年磨一剑”，也给国内影视行业的发展提供了另一种借鉴和参考。同时，它的成功也让我们相信，坚守阵地、持续深耕，前方就会是星辰大海。

据新华社

话语

尊重电影 从拒绝屏摄开始



文明观影，拒绝屏摄。图据新华社

春节档票房再创新高，让从业者对今年的电影市场充满信心。但在网络上，却意外爆发了一场论战。歌手薛之谦在社交平台发布观看《飞驰人生2》时的屏摄照片（注：用手机拍摄的电影画面），引起全网热议。

支持薛之谦的人（大多是他的粉丝）认为此举没有什么不妥，是在为电影做宣传。但董润年、邵艺辉、路阳等电影人则发文表示，屏摄是不文明行为。

近年来，国家版权局、广电总局、央视电影频道等陆续牵头，发起众多反对屏摄的倡议，并制作了院线贴片公益广告，但效果甚微。此次屏摄事件的讨论中，甚至有网友狡辩称，法律只是禁止“录音和摄像”，并不禁止拍照。

导演贾樟柯写过一段话：“我愿意静静地凝视，中断我们的只有下一个镜头、下一次凝视。”如今，中断观众在影厅里凝视的，是突然响起的快门声和爆闪的闪光灯。

一些屏摄的观众表示，这么做是希望给自己留个纪念，看完电影后发个朋友圈刷刷存在感，并不会涉及到商业用途。

今年春节档冠军《热辣滚烫》放映到高潮剧情时，当贾玲成功瘦身50公斤并出现在大银幕上，很多观众会在惊讶赞叹的同时，拿起手机拍摄记录下那一刻，追逐一下话题热点。“让别人知道我看过”——这也是观影这种文化行为给其带来的“文化收益”。

对于电影宣发公司来说，屏摄这样的行为也让他们感到矛盾。一方面，业内人士自然知道这样做不妥；另一方面，带照片（特别是影片画面）的宣传，或许也是最直接的“自来水”式宣传，能够发挥更大的营销作用。

可是，如果这样的屏摄行为不被阻止，甚至被认定为影片做正面宣传，那就突破了基本的底线，各种匪夷所思的事情都会出现。比如今年的春节档，电影院盗录现象再次沉渣泛起；有人在影厅开直播，全网同步直播院线电影；有人还去柏林电影节现场屏摄电影，堂而皇之发在朋友圈里。

有网友说，今年春节档，电影《第二十条》讲述的是关于“正当防卫”法条背后的公理人情，张艺谋导演应该再拍一部影片来普法：究竟什么是知识产权？该如何保护知识产权？

中国电影经过多年的曲折发展，逐渐走入了以内容为王的佳境，并得到了越来越多观众的认可和喜爱。优秀的电影，应该在电影院观看，无论是片方还是影院，都应该站在屏摄的对立面，坚决制止这一行为。作为观众，也应该文明观影、尊重电影创作者，增强法治意识——从拒绝屏摄开始。

一位业内人士表示，在电影放映中途举起手机拍照或录像的这种行为不但损害其他观影人的权益，也损害了自己的利益——起码在屏摄那一刻，我们肯定是无法百分之百享受电影的。

让我们更多地用眼睛和耳朵，而不是手机来感受电影的美妙吧。 据《杭州日报》