

文化视点

脱贫攻坚电影用光影见证了彪炳史册的人间奇迹的诞生,为今后乡村振兴题材电影创作带来启示——

新表达新路径推动农村题材电影新发展

□□ 杨柳

2020年,我国脱贫攻坚取得了全面胜利。中国电影人将镜头聚焦这场历时8年、史无前例的艰苦“战役”,用光影见证了这一彪炳史册的人间奇迹的诞生,深情讲述了一个个真实鲜活、平凡而伟大的扶贫、脱贫故事。

日前,在2021中国农民丰收节第四届电影节开幕式现场,“脱贫攻坚主题电影推荐活动”公布了最终推荐的10部影片名单。作为脱贫攻坚电影集体亮相的高光时刻,代表中国电影人交出的一份关于时代之间的答卷,完成了时代赋予的使命,激发广大干部群众积极投身崭新的乡村振兴的伟大工程中。

创新乡土电影的表达

2016年,《幸福快车》拉开了脱贫攻坚电影的序幕,5年来,据不完全统计,全国立项备案、创作生产了近两百部脱贫攻坚电影。其中《我和我的家乡》《一点就到家》《十八洞村》等电影,获得了良好的口碑和票房,产生了广泛的影响力,实现了经济效益和社会效益的双丰收。

各级各类电影生产主体都积极投身脱贫攻坚这一历史壮举的光影见证中,既有国有制片厂和民营影视传媒公司或独立或联合制作的类型片和文艺片,也有各级政府牵头、影视公司承制的以宣传为主要诉求的主旋律影片。参与度之广泛,几乎涵盖了我国当前影视创作的主要力量,体现了我国当下影视创作的基本格局。

脱贫攻坚电影从生产内容上来说,主要聚焦于乡村叙事,延续了中国乡土电影的传统,但切入的角度、表现的维度、思想的深度、美学的风度,相比传统乡土电影,有了令人欣喜的创新和拓展。

一是新时代精神。贫困乡村如何走上致富道路,中国农民如何映射社会理想,“乡土中国”如何丰富自身的价值意蕴……这些更富时代感的命题,是脱贫攻坚电影紧跟国家政策、紧扣时代脉搏,超越传统乡土电影,在思想层面上着力思考的出发点,也是在影像层面上着力表达的落脚点。《十八洞村》源起于2013年习近平总书记在此首次提出“精准扶贫”重要思想。影片以真实故事为原型,不喊口号不做宣教,而是接地气地讲述了退伍军人杨英俊等贫困户在扶贫干部的帮扶下,因地制宜、填土造田的脱贫故事,生动体现了“上下同心、尽锐出战、精准务实、开拓创新、攻坚克难、不负人民”的脱贫攻坚精神。脱贫攻坚电影无不扎根中国大地,扎根人民群众,自觉以“时代画像、时代立传、时代明德”为皈依,有意识地将一村一地的脱贫经验和治理实践上升到国家发展的层面,共同描绘了新

时代新农村蓬勃发展的精神图谱。

二是新乡土主题。脱贫攻坚电影将一度边缘化的农村电影重新拉入到主流电影的阵营中,这和影片主题的创新息息相关。以中国影协推荐的10部“脱贫攻坚主题优秀电影”为例,这些影片将现代意义的价值观和主流意识形态编织进故事的肌理中。《我和我的家乡》探讨医疗、教育、交通、治沙、扶贫等农村发展极为关切的问题。《千顷澄碧的时代》创新性地引入“金融扶贫”概念,讲述扶贫干部带领兰考县人民奔小康的历程。《扶贫主任》以产业扶贫扶智,表现了基层扶贫干部努力工作和无私奉献的风范。《春天的约定》采用大学生的视角记录扶贫干部的日常。《我的父亲焦裕禄》从儿女的视角讲述焦裕禄可歌可泣的感人故事,两部影片小切口大情怀强代入,深化了英雄传记片的主题。《又是一年三月三》《伊水柴川》《后池新愚公》不约而同地聚焦交通问题,扶贫干部带领贫困户开山凿路,打通致富路,为群众办实事解决真问题。《青春作伴好还乡》和《一点就到家》以返乡青年为主角,追逐梦想,激情创业成了青春的主题。这些影片大多改编自真实人物故事和真实案例,对脱贫攻坚、乡村有效治理和农村未来发展进行深入思考,挖掘新时代“乡土中国”的文化意蕴和话语意义,阐释农村发展新理念,拓展了中国乡土电影的新主题。

三是新农人形象。在脱贫攻坚电影谱写的扶贫干部和乡村人物群像中,最令人眼前一亮的是“返乡青年”所代表的新一代农民形象。他们有的大学毕业后回乡担任村干部,在扶贫工作和家乡建设中挥洒青春激情,如《秀美人生》中的黄文秀、《青春作伴好还乡》中的管松江,不一样的奋斗和成长故事体现了新时代年轻人的崭新风貌和时代担当。有的回乡创业,在广阔农村寻找商机,救赎自我,实现自我的价值。如《一点就到家》中的三个年轻人,利用互联网思维创立乡村快递公司,运用新营销方式培植咖啡新品牌。这些年轻人用新观念新技术为家乡脱贫和新农村建设注入了新的活力,用热血和热情的青春语态塑造了影片的时代感和时代气息。

探索提高市场影响力新路径

《我和我的家乡》继《我和我的祖国》之后,以28.29亿元的高票房收获成功,示范了脱贫攻坚主旋律电影类型化的正确打开方式。《一点就到家》以3.12亿元的票房表明了中小成本的脱



《我和我的家乡》电影海报。

资料图

脱贫攻坚电影也能跑出市场黑马,收获高关注度。《十八洞村》以1.07亿元的成绩证明了现实主义美学风格的脱贫攻坚电影也能撬动市场。

合理融入类型片的元素和范式,遵循类型片的创作方法和规律,将高大上的国家宏大叙事转变成接地气的个人小故事,将严肃峻峻的政治话语转换成年轻人喜爱的轻松活泼的话语,是主旋律电影具有艺术表现力和市场影响力的基本策略。《我和我的家乡》和《一点就到家》均以喜剧类型完成脱贫攻坚的主题叙事,具有很强的观赏性和娱乐性。

《一点就到家》用青春励志喜剧的范式,讲述了三个有梦想肯实干的青年合伙人疯狂、荒诞的返乡创业历程,轻松幽默的台词巧妙地转化了政治话语,让观众在谐谑的笑声中思考在脱贫路上遇到的诸多现实问题。

《十八洞村》走出了一条文艺片融入主旋律的路径,其影像制作的精致度和视觉观赏性不输商业大片。在青山梯田、诗意田园、苗族古寨的外包装下,散发着泥土清香的脱贫故事,洋溢着现实主义芬芳的美学风格,满足了观众观影的审美需求和回归田园的情感需求。

脱贫攻坚电影的市场影响力不仅建立在坚实的内容生产基础上,在营销策略上更是匠心独运地打出了许多新玩法。2020年国庆档期的《我和我的家乡》《一点就到家》,在后疫情时代和链路营销时代的双重背景下,将线下的营销转往线上,充分利用互联网营销平台,打造链路营销生态矩阵,精准触达到目标观众。《我和我的家乡》推出“万店齐播”直播卖票活动,辐射范围稳居同档期榜首。在天猫万店齐发产品,极短时间内实现了全网超1亿人次的曝光量。与此同时,利用短视频宣传,联动平台技术能力,明星主创、平台用户等多方优势资源,创造出170亿次的超高话题播放量。

小成本影片在宣发费用投入不足的情况

下,尽量拓宽放映渠道,网络播出、社区放映、组织包场,利用长尾效应线上线下联动。《十八洞村》和《秀美人生》就这样踏踏实实走出了“小而美”的营销路线。

对乡村振兴电影的启示

不同的社会进程和历史阶段,不同的政策理念和时代主题构成了乡土电影不同的意义系统,乡村振兴电影接续脱贫攻坚电影而来,有着诸多的共同点和成功经验可资借鉴。站在新起点新形势新语境下的乡村振兴电影,可进一步创新表达,深化内涵,升华主题,升级制作。

数据表明,脱贫攻坚电影的主要观众群体下沉到了四线城市和乡镇。因此,熟悉和研究目标观众的观影趣味,精准卡位观众,始终坚持“以人民为中心”的创作导向至关重要。同时,也要注意整合电影生产优势资源与区域性具有特色的自然和人文资源,杜绝资源浪费型的同质化生产。要遵循电影艺术创作和传播规律,不管是类型化还是文艺化,都要将乡村振兴战略的落地附着在鲜活的人物和动人的故事上,用真实、真情满足目标观众的娱乐、审美需要。

在叙事策略和戏剧冲突设置上,要抓住乡村振兴阶段社会主要矛盾的变化,重新思考现代文明与农业文明、城市文明与乡村文明的关系,重新挖掘农业、农村、农民在新的历史发展阶段的价值内涵,真切关怀农民所思所想,真实表现乡土文明在现代文明的洗礼下所产生的巨大变化,尽可能地展示其丰富性和深度、广度。重新体验永恒的土地作为国人的根与魂所承载的情感意味,以及土地对三农发展的多层意义,将农村作为独具特色、表意繁复的空间主体融入“乡土中国”的叙事中,以此传承发展提升农耕文明,兴盛乡村文化,大幅度提高乡村振兴电影的表现力和影响力。

河南建业文旅 两项目入选首批国家级夜间文旅消费集聚区

□□ 农民日报·中国农网记者 范亚旭

近日,文化和旅游部确定并公布了第一批国家级夜间文化和旅游消费集聚区名单,全国各地的120个集聚区上榜。其中,包括郑州国际文化创意园在内的5家河南单位成功入选,建业文旅旗下的“只有河南·戏剧幻城”和电影小镇均布局在郑州国际文化创意区内。

“只有河南·戏剧幻城”凭借沉浸式戏

剧艺术和独特的“幻城”建筑等一系列创新出奇的文旅融合新形式,迅速吸引大批游客前来感受戏剧文化的魅力。与此同时,震撼人心的夯土墙投影秀、精彩绝伦的夜间演艺、美轮美奂的灯光效果,“只有河南·戏剧幻城”用独特的魅力点亮郑州国际文化创意园的夜经济。

同样位于郑州国际文化创意园内的建业电影小镇从本土文化和沉浸式电影场景出发,以电影主题演艺为核心,致力于打造集电影互

动游乐、电影文化体验、电影主题客栈、民俗和非遗体验等于一体的沉浸式电影潮玩地。自2019年开业以来,电影小镇累计接待游客近500万人次,经济社会带动效应逐步显现。据了解,国家级夜间文化和旅游消费集聚区是由文化和旅游部分批遴选,将建设200家以上具有典型示范和引领带动作用的国家级夜间文化和旅游消费集聚区。通过大力发展夜间文化和旅游经济,更好满足群众日益增长的美好生活需要。

山东嘉祥:打造群众喜闻乐见的宣讲品牌

□□ 李超

日前,山东省嘉祥县嘉祥街道呈祥社区新时代文明实践站内热闹非凡,“五老”红色故事宣讲团成员韩世全在“红心向党忆初心 百年征程新启航”志愿宣讲活动中为社区群众精彩讲党史,受到群众欢迎。近年来,嘉祥县将推进乡村振兴和

文明实践活动相结合,统筹整合各类资源,创新工作机制,扎实开展新时代文明实践站建设工作。该县以“五讲六进”百姓宣讲为契机,依托覆盖城乡的新时代文明实践中心(所、站),用群众喜闻乐见的方式,以润物无声、入心入脑,打造宣讲品牌。百姓宣讲用群众爱听的语言,把“书面语”变成“大白话”,打造了卧龙山街道“卧”开讲啦、嘉祥

街道“嘉”乡送“理”、大张楼镇“大”家讲等一批特色鲜明的宣讲品牌。据了解,嘉祥县搭建线上“云阵地”,利用“互联网+”铺开党史课堂,依托微信、抖音等线上平台开展党史微宣讲和惠民文化服务。通过线上学习、转发,拓宽宣讲覆盖面,真正实现“一人线上宣讲,万人线下共享”。

第二届“二十四节气文化作品设计大赛”圆满收官

□□ 农民日报·中国农网记者 周涵维

日前,由中国农业博物馆与北京市文物局联合主办的第二届“二十四节气文化作品设计大赛”决赛在京举行。中国农业博物馆将在今年12月召开的二十四节气保护传承年会上为240名获奖者颁奖。

举办“二十四节气文化作品设计大赛”是激发中华优秀传统文化创新创造活力最为生动鲜活的实践。二十四节气作为人类

非物质文化遗产,凝结着中华优秀传统文化与先民广博智慧,彰显着中国人的精神气质与民俗风尚,既是见人、见物、见生活的时间载体,也是中国人看世界、悟人生的智慧结晶。中国农业博物馆负责人表示,农博作为二十四节气保护传承牵头单位,有责任、有信心把蕴含在二十四节气中的文化基因保护好、传承好、运用好、发展好,通过举办“二十四节气文化作品设计大赛”等丰富多彩的活动,讲好中国农耕故事,弘扬中国精神、传

递中国声音,增强文化自信。据悉,本届“二十四节气文化作品设计大赛”报名参赛十分踊跃,共收到全国979人(团体)报送的作品8313件(套)。无论是参赛作品还是报送作品都远超上届,充分表明二十四节气作为中华优秀传统文化的典范,以其独特魅力仍然浸润着老百姓的生活,滋养着老百姓的精神,并越来越受到青年人的关注和热爱,也从另一个侧面反映出我国二十四节气保护传承工作卓有成效、成果丰硕。

江苏太仓 小小服务站 百姓的连心桥

为了更好地服务群众,江苏省太仓市发动一批懂政策、热心肠的老党员、老干部,形成一支能力强、素质高的信访代理员队伍,把村(社区)的信访服务站建设成了“一条龙服务、一揽子解决”的居民“生活驿站”,让老百姓把问题都解决在家门口。

今年7月,泰西村村民韩某的女儿考上了理想的大学,却因家中有老病号交不起学费,服务站接到求助后,牵线搭桥联系爱心人士解了韩家的燃眉之急。“把来访群众当家人,把群众来信当家书,把群众反映的问题当家事,把群众工作当事业。”泰西村党委书记吴莉芳表示,“老百姓有了困难和问题想到我们信访服务站,说明我们工作得到了认可。”

“这边有矛盾,那边有诉求,与其这样四处奔波、忙于救火,不如化被动为主动,就在村里设一个信访服务站,让父老乡亲们有问题立刻跟村里说,有啥事就托村委办。村里解决不了的,镇里和我们市信访局一起想办法。”太仓市信访局局长毛晓波介绍了在村里建服务站的初衷。于是,泰西村在党群服务中心开设了“信访服务站”,由已退休的老党员长期驻点服务站,通过村“两委”委员轮流值班、律师定点提供法律咨询、疑难问题由镇镇两级信访干部共同把脉会诊的方式,向村民们提供信访接待、法律咨询、信访代理、矛盾调解等一站式服务。 马玲玲 农民日报·中国农网记者 李文博

安徽肥西县官亭镇 “七老”文化服务活动唱响夕阳红

近年来,安徽省肥西县官亭镇以党建为抓手,以镇老年学校为平台,通过采取“政治理论学习、艺术专业培训、拓展文化阵地、开展民俗展演、传承特色曲目、发挥‘七老’余热”等举措,为基层文化繁荣发展注入活力。

“七老”就是老干部、老党员、老教师、老专家、老战士、老模范、老居民等老年人群,大家自愿参加该镇老龄委组建的“七老”志愿者服务队,积极参与文明创建、文艺演出、维护交通、为游客排忧解难、清扫公共场所卫生等志愿服务活动。目前,全镇共有300多人参加“七老”队伍,常年开展活动。

该镇老年学校先后创作了家乡小调歌伴舞《说唱新农村》、锣鼓曲《安全警钟常敲响》、肥西大鼓书《四老汉夸家乡好》、快板书《惠民政策暖民心》、现代声剧《普法员刘大叔》、平鼓说唱《生态官亭新辉煌》、现代戏曲《迟到的赔偿款》、民歌《生态肥西风光美》等自编自演的20多个讴歌新时代新生活的艺术曲目,被搬上了省、市、县、镇各类文艺宣传大舞台。他们还利用法定节日以及传统节日,在辖区的村(居、社区)文化广场开展巡回演出活动,宣传党的系列惠民政策,丰富广大群众的精神文化生活。 黄家宝 黄承存

山东冠县 党建引领助力基层送书画活动开展

“大爷,俺给您送对联来了。”近日,山东省冠县书法协会为崇文街道直隶村老党员高俊文送来“传承红色基因 凝聚民族力量”“人民有信仰 国家有力量”两副对联,读着对联上铿锵有力的字眼,有着74年党龄的高俊文老人颇为振奋。

冠县书法协会成立于20世纪80年代,目前有会员138人,年底将成立书法协会党支部。协会以党建为引领,在每年的重大节日均举办书画活动,用笔墨抒发情怀,歌颂伟大的祖国和伟大的党。在崇文街道党工委、办事处的大力支持下,冠县书法协会在崇文街道繁华地段设立书画室,每周为5-10名书法爱好者提供良好的学习环境并开展免费送字画活动。

今年,冠县书法协会已在全县开展书画活动30多次,免费为群众送字画3000多幅,其中为崇文街道西堤园、崔八里庄、马寨、孙疃等15个村的村民送对联600余副,为有效巩固拓展脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接提供精神动力,丰富了广大干部群众的文化生活。 崔海天 沙德顺



浙江省嘉兴市秀洲区王店镇以打造“五彩嘉兴”党员干部主题党日教学矩阵为契机,以党建引领将文旅资源开发、美丽乡村建设、绿色生态资源等有机结合,创新“情景式”“浸润式”“互动式”党性教育方式,引领党员干部赓续红色血脉,践行初心使命。图为生动的主题党日活动。 华风 摄



日前,在贵州省榕江县古州镇车民小学,侗族学生在演唱侗族琵琶歌。

今年秋季开学以来,榕江县积极落实“双减”政策,各中小学结合当地侗族、苗族、水族等民族学生的民族文化和民族传统体育项目兴趣爱好,充分挖掘并整合教育资源,利用大课间和课后服务等课外时间,开展内容丰富、形式多样的特色社团活动,既丰富学生校园生活,又促进学生健康成长。 李长华 摄



京郊半壁店村墙绘。

京郊半壁店村:墙绘成艺术打卡地

□□ 苏强 文/图

鹿踏祥云、蝴蝶起舞、鸟儿展翅、年画娃娃……一幅幅栩栩如生的墙绘作品藏身于北京市朝阳区高碑店乡半壁店村的西水南庄,不时引来附近村民、过行人驻足留影,昔日老旧脏乱的平房区正成为一处新兴艺术打卡地——“艺术半壁”。

11月26日至27日,半壁店村村委会和中央美术学院“艺术半壁”策划团队联手在西水南庄开展“共建美丽乡村,共享美好生活”村枝共建活动。在央美团队的引导下,村委会工作人员、村民、小朋友拿起画笔进行彩色涂鸦。最后,“艺术半壁图”“与冰雪共舞图”等一幅幅具有水南庄特色的画作跃然墙上。

一面面素墙“活”起来,原有旧貌换新颜。今年以来,高碑店乡党委、半壁店村党总支高度重视地区环境的改善。日前,在西水南庄共规划建设一期15个点位600平方米的墙体绘画,已完成冬奥主题、党建主题、老北京主题、民俗主题、鸟乐园等墙绘。正在绘画的一位中央美术学院画系研二学生介绍,创作前他们征集了村民意见,其中一位大妈说孩子们很喜欢海洋动物,由此他绘画的主题就定格于“海底世界”,面积约6平方米。画完后,大妈和孩子们都非常开心,还跑来帮递画笔、挤颜料,还让孩子们画了喜欢的小动物,提高了村民参与度。

负责该项目的央美学生赵子钰介绍,由于要在村民自家外墙上画,每天一出门都会看到,并伴随他们的日常生活,所以充分考虑村民意愿,提取元素进行艺术创作,提升村民对美的认识和美好生活的认可度,达到美育的目的。同时,在很多小点位还设计了一些年轻人喜欢的、具有打卡特性的内容。