

青春片浪潮汹涌

本报实习记者 罗 群

近日,影坛刮起了青春风。电视剧《何以笙箫默》余温尚存,同名电影版便紧随其后,定档“五一”。同时,青春题材电影《万物生长》、《左耳》也将同档期上映。

如果把青春片界定为以年轻人的爱情、生活为主要故事内容的作品,那么从2011年的《失恋33天》开始,青春片便在近年的电影市场上一鸣惊人;后来的《那些年我们一起追过的女孩》、《致我们终将逝去的青春》、《匆匆那年》、《同桌的你》……这些影片关注校园生活,从内容题材上属于更加典型的青春片。“如果再见不能红着眼,是否还能红着脸”,那些来自电影中的故事、人物、风景、音乐、总会不期然触动心灵。

青春题材电影大多有着高颜值的演员阵容、青青校园的悲欢离合、初入职场的心智转变和略带惆怅的怀旧风情,许多都收获了不错的票房。《同桌的你》、《匆匆那年》等片的票房都轻松破亿元。然而,青春片在票房飘红的同时,口碑却褒贬参半,甚至受到不少质疑和诟病,使得青春片成为一个广受关注的话题。

时代符号唤起当年记忆

动画片《灌篮高手》、曾经风靡一时的早冰场、电视剧《还珠格格》的主题曲,《匆匆那年》中的种种时代符号纵然切入得稍显生硬,但还是成功地让人联想起“80后”的中学时代。

用当年的流行元素点缀影片的时代感,这一招在众多青春片中都可见到。如果说这些元素在《匆匆那年》中还是偏向小情调和软着陆,电影《同桌的你》则似乎更青睐大事件:中国驻南联盟大使馆被炸、美国9·11事件、抗击非典等应有尽有。

不少论者指出,当下国产青春片去历史化、去时空化特点明显,故事内核与时代、社会、与具体的地点、场域联系并不密切,以致其营造的怀旧情绪中缺少沉甸甸的况味而显得轻飘。但无论如何,这些过去时代流行元素在影片中的复现至少让观众从视觉上感到亲切,也成为突出影片年代感的利器——那些曾经流行的东西是酝酿怀旧气氛必不可少的一部分。

艺术·镜头

中国纪录片2014年亮点频现

本报讯 (实习记者罗群)4月14日,“中国纪录片研究中心2014年纪录片产业数据权威发布”在京举行。数据显示,中国纪录片在2014年亮点频现。

发布活动现场,中国纪录片研究中心分别联合尼尔森网联、北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司成立的纪录片产业数据中心和纪录片新媒体数据中心正式揭牌,来自三方的嘉宾用数据描述纪录片在过去一年的整体状况。

据统计,2014年中国纪录片播出总量达73267小时,与2013年相比增幅近一倍,专家称这与去年电视领域相关政

策以及上海纪实频道和北京纪实频道的上星有关。目前,各平台的纪录片播出已形成大时段、模块化、大主题、伴随式等特点。

随着纪录片播出频率的增加,其受众也在发生改变。纪录片的收视群体曾出现中老龄化的趋势。2014年,45至64岁的观众仍是纪录片的稳定收视群体,而15岁至34岁的观众成为纪录片收视新主力。专家分析,这与纪录片的艺术观赏性日益增强有关。目前,历史类、悬疑类、民生类题材的纪录片最受青睐。

戈达尔7部力作将亮相“上影节”

本报讯 (实习记者罗群)记者近日从上海国际电影节组委会获悉,第18届上海国际电影节将推出“未完成的电影史——戈达尔作品回顾展”,展映《电影史》、《周末》、《法外之徒》、《精疲力竭》、《阿尔法城》、《轻蔑》、《狂人皮埃罗》7部戈达尔的经典作品。

戈达尔是法国新浪潮电影奠基人,他以技术上的破坏与创新让人目瞪口呆,堪称电影史上最伟大的导演之一。

上海国际电影节此次推出“戈达尔作品回顾展”是中国内地第一次全景式展映戈达尔各个创作时期的影片,除了

“小梦露”动画形象现身中国



本报讯 (记者张婷)4月9日,“小梦露”动画形象发布会在京举行。

美国著名影星玛丽莲·梦露以其标志性的金发、美人痣、红唇以及勇敢个性,成为好莱坞优雅女性形象的代表。“小梦露”即玛丽莲·梦露的动画形象,将以一系列3D/CGI动画形式在观众眼前复活和重塑玛丽莲·梦露经典形象,其内容、形式多样,观众可以在电影、电视、电子游戏、手机应用程序、音乐等领域发现“小梦露”的身影,这一形象旨在鼓励现代社会的女孩建立与保持自信,勇于追逐梦想。

该活动由DMG印纪娱乐传媒股份有限公司携手Authentic Brands Group, LLC(ABG)共同举办。



青春片都是小清新,《万物生长》是一部‘虎狼大片’。”难怪有网友感叹:“电影里的青春太重口!”

低投入、高回报引片方青睐

不论对青春片的艺术水平如何评价,它们的大量涌现以及在票房上的成功已经是不争的事实。同时,与青春片相关的艺术作品,比如《致我们终将逝去的青春》、《匆匆那年》等电影主题曲也非常受欢迎。近日,即将上映的电影《左耳》的主题曲现身网络,短时间内就在微博上收获颇高的转载量,看来青春片的热度丝毫未减。

“青春片的情调紧扣着怀旧这一人类普遍情感。当然,青春片的走红跟观众的消费能力和消费习惯有关。目前,中国主流观影人群是二十多岁的年轻人,他们会对讲述自己青春岁月的故事很感兴趣。如果拍一部表现‘50后’青春时代故事的作品,票房估计不会好。”知名影评人周黎明说。

专家称,青春片大多是中小成本影片,然而票房回报率却很高,从已有例子来看,市场风险相当低。成本低又好卖的产品,自然会有一个个厂家竞相生产。

另类青春显露社会症候

二三十岁的观众已不是小孩子,他们的消费趋于理性,青春片的宣传力度又不及商业大片那么大,其传播很大程度上靠口碑。因此不难推断:青春片除了另类、刺激的躁动青春,也一定有着

一些切中心灵的东西存在。

“纵然近来国产青春片‘校园+职场’的叙事模式稍显单调、苍白和同质化,但它们的准确确地表达了年轻人对社会、人生的真实看法,这一点容易引起观众的共鸣,也流露出当今社会的某种症候。”中国艺术研究院电影电视艺术研究所副研究员张慧瑜说。

《小时代》系列电影屡获金扫帚奖,被认为是艺术上很不成功的作品,但是其中显示出的青年一代对社会的理解——这是一个个人与社会脱节的时代,个人甚至像灰尘一般,充满无助和无力感——却很真切。张慧瑜认为,前些年上映的电影《老男孩》在一众青春片中很有代表性,人一踏出校园,还没来得及成长为男人,就已经老了,“老男孩”代表了一类外表成熟但是内心稚嫩、脆弱的典型形象;再比如《致我们终将逝去的青春》和《匆匆那年》,都是人一毕业几乎立刻就变得世故,立刻就开始怀旧,影片的这种处理值得玩味。“早年的青春题材电影中会有叛逆的年轻人的青春题材电影中会有叛逆的年轻人的反抗社会等情节,纵然失败甚至牺牲,主人公的理想是明确而坚定的。我们看韩剧、日剧中,也常常出现超越世俗、超越生死的爱情或友谊。而在近几年的国产青春片中,主人公的选择和作为被物质社会挤压,变得很现实,这种年轻一代对社会的感知和反应不能说不真实,社会环境没有给年轻人提供足够强的主体感、安全感和畅爽,实现青春理想的空间,这或许是青春片最让在社会上打拼的年轻人感同身受之处,也是青春片引发的最令人深思的问题。”张慧瑜说。

艺术·视野

创新,让“主旋律”更好“听”

徐大文

既体现着九儿的爱国主义精神,又体现着她的勤劳勇敢。这样塑造的人物就更加立体,故事也更好看。

在叙事风格转变的同时,主旋律电视剧对主人公的塑造更为生活化,从日常性中体现作品所要彰显的民族精神。如《历史转折中的邓小平》描述了1976年至1984年的邓小平所经历的历史事件,但打破了传统的历史宏大叙事视角,从单向宣扬英雄的伟大功绩转变为在多维情境中展现历史人物的真实生活。

主旋律电视剧自然要张扬时代精神,但具体如何张扬,则是个需要探讨的艺术问题。口号式的呐喊呼号艺术表现力不足,主旋律电视剧在寻求更为有效、好看的方式。

这首先体现在电视剧情节的设置上。如近期在各大卫视热播的电视剧《平凡的世界》中,尤勇扮演的田福军是那个理想迷茫时代目光长远的改革者。他顺应时代发展潮流支持改革,实事求是,在当时落后保守的心态大大不同。在受到周围人质疑时,他有责任、有担当,带领人们摆脱贫困,使人“从吃黑面馍变成吃白面馍”。这正是他顺应潮流、勇于改革的结果。

主旋律电视剧日益偏爱平民化叙事视角传达以人为本的理念。以往主旋律作品的创作者往往把主要人物放置在很神圣的高度,而对人物内在心理却表现不到位,使得人物失去了自身应有的内在精神而变得空洞。在《中国地》中,编剧赵冬苓就采用平民化的叙事视角,把人物当做真正意



《北平无战事》剧照

义上的平常人来写,写出了人物的世俗生活和情感。该剧从老百姓赵老嘎的平民视角出发,表现赵老嘎从山头一霸到带领全家、全村以及广大民众浴血奋战、抗击日寇的故事,对英雄人物世俗化而非神圣化、大众化而非精英化、日常化而非脱俗化的刻画非常立体。

中国传统文化中和谐的原则及追求真善美的审美情趣,满足了受众善恶分明的道德需求,契合了广大观众追求真善美的情感诉求,也影响着当今主旋律电视剧的创作。如近期在央视一套播出的《别让我看见》讲述了一群素不相识的见义勇为志愿者,为了

维护社会正义与犯罪分子展开一场智力和勇气的较量,最后犯罪分子均得到应有的下场,正义得以宣扬。

主旋律电视剧为了寻求突破,也在尝试着类型叙事元素的混搭创作。如即将于今年播出的、由经典谍战剧《暗算》原班人马出演的电视剧《风筝》,就打破了传统谍战剧中特工抓特务、窃取情报、破译密码等智力游戏,加入更多的人性元素,角色被设置在巨大的时间跨度和跌宕的命运转折的双重考验下,拥有更加精准的时代感,把爱情、幽默、悬疑、智斗及信仰等元素融为一体,切合了时下受众多元化的审美接受心理。

明星助阵

系列公益电影《大自然在说话》放映

本报讯 (记者张婷)面对越来越恶劣的地球环境,已经存在了逾45亿年的大自然再也不堪忍受,它会对人类说些什么?7部系列公益影片《大自然在说话》告诉你答案。该片于4月8日起,每周一部,与中国观众见面。

系列公益影片《大自然在说话》自2014年在美国上映以来,获得公众的持续青睐。该系列影片以大自然元素为第一人称,与人类展开对话,不仅为人类提供建议,也倡导人类通过改变自己的行为关爱环境,保护我们赖以生存的自然资源。

“大自然不需要人类,人类需要大自然”,《大自然在说话》系列公益影片的宣传口号别具一格。该系列影片由苹果公司的广告奇才李·克劳提出创意并组织团队制作,获得了包括茱莉亚·罗伯茨、哈里森·福特、凯文·史派西等多位好莱坞知名演员的支持,这些演员还加盟英文版配音。

该影片中文版的配音阵容也非常强大。其中,蒋雯丽承担了“大自然母亲”的角色,姜文代表“海洋”说话,“雨林”由葛优担纲,周迅化身“水”,“红木”由濮存昕来呈现,陈建斌用声音扮演“土地”,汤唯代表“花”发声。

谈到配音感受,蒋雯丽感慨良多,她认为“大自然母亲”热爱人类,和地球上所有母亲一样对孩子有期许。回到生活中的环保许可,她表示平时会注意节约用水、用纸,并叮嘱自己的孩子也这么做。“我们都渴望拥有一个健康且繁荣的远方,为了人类和地球上所有生命的长远利益,全社会都应持久地关心和珍爱大自然。”

常年热心公益事业的濮存昕建议大家保护树木、森林,并借用了俄国剧作家契诃夫作品中的台词,表达了对环境保护的期望:“当我走过那些由我挽救回来的农民的森林,或者当我听见我亲手栽种的那些小树沙沙地响着,我可就意识到气候是有点被我掌握了,而千百年以后,如果人类真能更幸福一点,那么,我自己也总算有这么一点点小小的功劳吧。”

发起此次系列公益影片项目的保护国际基金会成立于1987年,在全世界30多个国家开展自然保护工作,于2002年开始在中国开展项目。随着全球化进程的加快,自然生态系统正日益遭受严重破坏,保护国际基金会认为,单靠全球自然保护工作者的力量还远远不够。《大自然在说话》系列公益影片是对全人类发出的邀请,邀请人类倾听大自然的所知所见,分享它的恐惧与希望,还有它为人类提出的建议。“事实很简单,我们需要水,需要食物,需要矿产。但是,我们必须在获取的同时避免伤害。我们需要确保目前地球上的70亿人口都能够健康,而未来的90亿人口可以继续繁荣。”保护国际基金会的创始人、主席兼总裁彼得·塞利格曼说。

