

好莱坞是好莱坞,我们是我们



天天娱评

本报记者 倪自放

一直是热点的《战狼2》,在这个周末得到两个截然不同的评价。

一个是,《战狼2》8月19日在中国内地的总票房突破50亿元,并以超过1.4亿的观影人次,超过《泰坦尼克号》勇夺全球单一市场冠军。

另一声音是,《战狼2》在北美“票房惨淡”,没有几家影院放映,当地权威的电影票房排行根本没有收入《战狼2》的票房数据。这种声音由此质疑《战狼2》的票房数据。

其实,《战狼2》在中国影市的火爆,在北美影市的所谓“惨淡”,都是非常正常的现象,为

什么要用北美的标准或者好莱坞的标准来评价一部中国电影呢?好莱坞不是评价世界电影的标准,用好莱坞标准评价中国电影也非常可笑。

无独有偶,8月18日在中国宣传新片的法国传奇导演吕克·贝松,也毫不留情地直指好莱坞就是在做快餐,“我并不是批评《美国队长》,我觉得十年前也有很多杰出的好莱坞科幻大片,但近年来整体的创新已经消失了,现在无非是一个超级英雄跟另一个在打斗。我并不反对大家吃快餐,我只是反对一直只吃快餐。”吕克·贝松说,全世界不是只接受好莱坞一种模式的电影,美国是做超级英雄来宣传美国的意识形态,他们是最好的,他们要跟外星人战斗去保护地球,但如果只看超级英雄主题,我们的思维就可能枯竭。我们没有超能

力,我们都是普通人,但普通人也有英雄主义。

《战狼2》是英雄电影,但不是超人电影,这是《战狼2》和好莱坞电影的根本区别。作为一部工业电影作品,《战狼2》还有非常多的缺点,但即使《战狼2》在工业作品方面比目前更好,也无法顺利在北美更多的影院上映。在巴黎的影院可以看到八十多个不同国家的电影,这比好莱坞要丰富得多。同样,在中国的影院看到的电影来自很多国家,这是一种自信开放的文化状态。吕克·贝松就说,在美国很难看到本土文化之外的电影,好莱坞也并不真正喜欢舶来品,在美国,其他国家的电影可能要去很小的影院才有。所以,还处于成长中的中国电

影产业,大可不必用在北美的票房成绩来评价一部中国影片的成败。

《战狼2》不是一部完美的电影,但《战狼2》在这个暑期带来的“50亿冲击波”,还是给中国影市许多振奋。不可否认,在过去接近两年的时间里,中国影市处于低谷中,票房下滑,口碑扑街,电影公司倒闭,行业迎来艰难时期。《战狼2》是一个拐点,《战狼2》一部片的成绩超越了今年多部好莱坞大片票房总和,一方面证明中国观众还是认可好的内容,另一方面,“50亿”对好莱坞的心理冲击也是巨大的。

其实,好莱坞要习惯中国影市的“50亿”,也要习惯中国电影整体向好发展。于是,我们看到,这个周末除了《战狼2》的“50亿”,还有慰安妇题材的纪录电影《二十二》票房过1亿。从某个角度看,《二十二》票房过1亿的意义,不低于《战狼2》“50亿”的意义,这说明中国影市不只是认可娱乐大片如《战狼2》,更认可严肃电影如《二十二》。中国电影有自己的文化标准,好莱坞不是评价“战狼”的标准。

暑期档网剧青春片大热 反套路成为新“套路”

暑期档网剧大战即将落幕,日前,《青春最好时》上线开播,加上近日上线的《无心法师2》《颤抖吧,阿部!》,以及热播一段时间的《春风十里不如你》《河神》《双世宠妃》等,十分热闹。从目前多部网剧的网络点击量和评分、口碑来看,“反套路”的剧情加上搞笑、欢乐的元素,更容易受到年轻观众青睐。

青春校园题材大热

在暑期档多部网剧中,青春校园题材依然是大热。其中,领衔暑期档网剧的《春风十里不如你》表现最抢眼,周冬雨和张一山的表演获得不少好评。日前,另一部校园青春剧《青春最好时》正式上线。从首播来看,张雪迎干净不做作的演技收获一片赞美。

今年两部取自《鬼吹灯》这个大IP的网剧《鬼吹灯之黄皮子坟》《鬼吹灯之牧野诡事》表现尚佳。此外,《无心法师2》的

表现也不错。

“黑马”剧情脑洞大开

此外,今年还有几部网剧被视为“黑马”,让人欲罢不能。作为一部小成本制作,定位“甜宠”风的《双世宠妃》形成了一定的差异化,吸引了大量年轻人的关注。

《颤抖吧,阿部!》讲述了朵星战士阿部意外坠落地球,寄身于唐家庶女唐青叶身上,并与唐家长子唐青枫相爱相杀的故事。

谈到该剧的神转折和反套路,有网友认为,一般的古装剧套路,男主角都有一个拉风的出场。《颤抖吧,阿部!》中男主角出场表演的是胸口碎大石,瞬间让人笑闪了腰;跳寒潭时,男主角先脱了衣服,把衣服整整齐齐地叠好……有评论说剧中平均25秒就能出现一个令人捧腹的“梗”。就剧集目前的播放量和口碑来看,这种天马行空的反套路设置非常适合年轻人的追剧口味。(莫斯其格)

《双世宠妃》颇受网友的关注。

山东版贸会240余种图书版权签约 儿童类和传统文化类题材受宠

本报讯(记者 黄体军 范佳) 8月19日至20日在济南举行的中国·山东“一带一路”图书版权贸易洽谈会传出喜讯,本次版贸会上山东出版传媒股份有限公司所属出版单位共签订240余种图书的版权协议,其中输出220余种,引进20余种,12种数字产品签订版权输出协议,并签署2个战略合作协议;另有近40种图书达成版权合作意向。此次版贸会以“书香一带一路,文化交汇融通”为主题,得到

了国家新闻出版广电总局、山东省委宣传部的有力指导,有35个国家的96家国外出版机构和51家国内出版机构参会。

在版权输出方面,儿童图书和中国传统文化图书皆成为大赢家。仅明天出版社一家就与德国、澳大利亚、尼泊尔、阿联酋、越南等国家,就《曹文轩纯美绘本》《枫林渡》《秦文君温暖绘本》《沈石溪作品》《寻找鱼王》等49种图书现场签订版权输出协议。而在传统文化图书方面,山东教育出版社《文明基因·孝

诚爱》英语版,《儒家文化大众读本》越南语版,山东人民出版社“汉字画·话汉字”系列,山东画报出版社《山东汉画像石汇编》德语版,《中国民间孤本年画精萃·神圣仙佛》匈牙利语版,山东美术出版社《麒麟送子考索》《中国故事·妙品汉字》等5种图书英文版,均成功输出版权。在数字版权方面,山东电子音像出版社分别与马来西亚大将出版社、芬兰Sanoma集团签订了《论语的逻辑》、《中国汉画像石粹编》的版权输出协议。

围绕“书香一带一路,文化交汇融通”的主题,山东教育出版社还组织了一场“重头戏”——《重返全球与新丝绸之路》一书出版座谈会,邀请了中、印度、埃及、印度尼西亚等国家的著名研究学者围绕重返全球与新丝绸之路话题进行研讨。

版贸会上,由出版衍生的文创产品展示也成为一大亮点。像山东美术出版社“百年巨匠系列”的衍生品紫砂壶、笔筒,高仿艺术衍生品,鲁绣团扇,李百多

水彩画丝巾、图书,孔维克折扇,“艺术梧桐会”系列数位版画,《花开瑞年》手帐本;山东人民出版社的蔡志忠系列文创产品:马克杯,“饮中八仙”蔡志忠绘图手工精酿,《一日一禅·2017》(观音版)笔记本,《水墨心经·2017》挂历,《一日一读·2017》(最美古诗词)笔记本;山东科技出版社的《家门外的自然课》作者签名版插画,超轻黏土中国传统文化手工艺品;山东友谊出版社的《花草字传》丝巾等,均受到参会者好评。