



天天娱评

《亮剑》第三版即将播出的消息一出,就被亮剑迷骂作烂剧:战争场面不在了,手套也是纯白的了,打仗时和打完仗后衣服都是一样的整洁,发型一点没有乱,算得上是神剧了吧!回望经典剧,还有多少没被翻拍?一而再再而三的翻拍,早就伤了观众的心。

又一部经典被糟蹋了



《亮剑》中的李云龙形象成为经典。



《亮剑》第三版的人物形象受到观众吐槽。

本报记者 张莹

由李幼斌、张光北、何政军主演的《亮剑》2005年播出时掀起收视狂潮,成为有口皆碑的军旅经典电视剧,剧中的李云龙更是圈粉无数,被称作中国的巴顿将军。该剧无论从取景、演员,还是剧情、服装、音乐,都是一部不可多得的精品之作。那些经典台词,那些鲜活的人物,至今被“亮剑迷”津津乐道:“狭路相逢,勇者胜”“面对强大的对手,明知不敌,也要应对挑战,即使倒下,也要成为一座山,一道岭”“一个军人,可以在肉搏战中被敌人砍掉脑袋,但他绝不可以被侮辱,军人可以去死,但绝不能失去尊严”……不知多少观众被感动被激励,在心中给《亮剑》保留永恒的美好印记。

本人也是一枚“亮剑迷”,不知道看过多少遍,只要电视台播出必看,每一个角色都是那么经典:李云龙不失粗莽的英雄气概,赵刚在勇武儒雅中成为李云龙的左膀右臂,智勇双全深明大义的楚云飞与李云

龙惺惺相惜,沉着而不失霸气的孔捷、丁伟,质朴勇敢又有点小狡猾的和尚,赤胆忠心的段鹏,乃至冷酷的山本一木……专业的演技让《亮剑》中的角色成为这些演员身上永远抹不去的符号,该剧也成为无法超越的作品。就像87版的《红楼梦》,陈晓旭和欧阳奋强的名字已经被林黛玉、贾宝玉替代了30年。

让人伤心的是总有人试图蹭经典的热度,美其名曰“再续经典”。《亮剑》作为经典剧目也未能逃过翻拍的命运。几年前《亮剑》已经被翻拍了一次,《亮剑2》中李云龙的扮演者换做黄志忠,他是演技派,其热血和霸气都不输李幼斌,但仍然不被观众认可和接受,该剧从口碑到影响力也都反响平平,毕竟,人们心中的李云龙、楚云飞经典形象再难颠覆。《亮剑》拍第三版了,标语是“青春亮剑,热血传奇”,配着几个抹着油彩发型丝毫不乱的小鲜肉,这是要把《亮剑》变成青春偶像剧的节奏?

这版《亮剑》光看剧名就不太正

常,《亮剑之雷霆战将》,感觉像在拍武侠剧,又像在拍玄幻剧,似乎还和手游沾点血缘关系,演员呢,大多数都是《三生三世十里桃花》里的,最神奇的是里面还有吴昕,脑补她活跃在真人秀里秀恩爱,在电视剧里装痴卖傻,那么《亮剑3》会安排她一个什么角色?这哪是“再续经典”?是要拍成流量剧的节奏!两相比较,难怪观众没等看就称《亮剑3》是烂片,把经典剧生生改成青春偶像剧,是对“亮剑”这个有力量有血性的词的伤害,麻烦你改成《我的霸道大兵》《团长爱上我》之类的好吗?

在我看来,翻拍经典,有多少真正的是为了致敬?说白了,就是顶着经典的光环,走捷径挣快钱。就拿《亮剑3》来说吧,剧本改改就行,演员不需要很贵的,因为“亮剑”这两个字就足够吸引眼球,加上青春偶像剧的外套,反正不愁播出,管你是利用经典还是糟蹋经典!看着“上海滩”既视感的“亮剑3”海报,不禁要替观众喊一句:放过经典吧!

齐鲁晚报广告中心服务电话

广告中心客户部: 85196552 85196557 85196150 85196192
设计部: 85196177 85196155
财务部: 0531-85196569
拓展部: 0531-85196866(主任室)
85196299 85196137 85196138 85196139
省内代理部: 82608360 82963199
省外代理部: 82616688 82616800
汽车工作室: 85196006 房产编辑室: 85196627
都市消费编辑室: 85196368
旅游编辑室: 85196613 财金编辑室: 85196316
健康编辑室: 85196381 教育编辑室: 85196190
地方广告部: 82966343 85196050
分类广告部: 85196199 85196184(传真)
地址: 济南市泺源大街2号 邮编: 250014

快速获取国家承认本科学历 一年制高端自考 教育部注册 学信网可查 15552518888 山东大学柴老师 诚邀银行、保险等单位洽谈合作	食品饮料生产企业诚招合作伙伴或转让 工厂概况:工厂占地135亩,厂房面积2万平方米 拥有瓶装水及乳饮料生产线8条,年生产能力6万吨,可达产值5亿元。 ①寻找想在食品饮料行业发展的有实力合作伙伴共同发展,具体合作方法可协商。②转让 地址:山东省德州市平原县开发区 电话: 18815077019 联系人:潘先生	公告声明 父亲张振兴,身份证号码370825196403120077,母亲王学荣,身份证号码370825196712043044,2001年6月21号在兖州矿务局总院生一女张甲乙的出生证明遗失特此声明出生证明作废
电子厂寻合作 电子线圈外发加工,适合家庭妇女, 需办小型加工厂 电话: 0537 - 4256555		
专业快速清欠 不成功不收费 15168828913		
敬告读者: 发布挂失、公告等广告,请务必拨打本报分类广告版面上的订版电话0531-85196204、85196234、85196352,由本报业务人员办理或通过本报授权的分类广告代理点办理,核实行点真伪请拨打本报电话0531-85196199确认。切勿轻信网上办理、400开头的电话等非官方渠道。如未按照上述要求办理刊登事宜造成的损失,本报概不负责。		

戏演不好还推卸责任 真是打自己的脸

日前,第三届中国电影新力量论坛于杭州举行。本次会集了中国导演贾樟柯、林超贤、吴京、徐峥,演员黄晓明、黄轩、杨颖、周冬雨等百余位电影人。遗憾的是,在某些明星的发言中,不但看不到在今天影视生产乱象中对自己的反思,反而能看到他们对别人振振有词的指摘。

“流量明星”发言难掩空洞

座谈会上,最受关注的依然是参会的演员。而由于许多年轻演员没有足够拿出手的代表作,或者曾经身陷行业负面新闻,讨论起“演技”也受到了质疑。

影视生产规模及票房总量在不断攀升,但作品质量并没有同步增长。虽说烂片的账不能完全算在演员身上,但在今天高度工业化、商品化的影视生产过程中,他们常常是穿起每一个点的线索。资本话语权的膨胀不断挤压创作环节的非物质成本,一方面,坚持艺术创作标准的导演及编剧话语权收缩,博弈空间有限;另一方面,完全服从资本要求的导演及编剧常常让渡艺术创作标准。因为资本高度快速的变现回报诉求与艺术创作的诸多原则是存在一定矛盾的,很多时候唯有成功地将演员不断商品化,才有可能达成资本诉求。这样一来,两个后果便是剧本及其创作环节的弱化以及演员与作品的分离。

从这个意义上来说,今天影视行业生产的诸多弊病是结构性的,但也正因为结构性的弊病不会自动变好,才更需要强调从业者的行动与信念。可惜这一点在今天是比较缺乏的,这能够在前两天举行的第三届中国电影新力量论坛的部分发言中得到佐证——凡是那些作品不突出,但曝光率很高的明星发言都难掩空洞。

指摘别人,就是逃避责任

更遗憾的是,在某些明星的发言中,不但看不到在今天影视生产乱象中对自己的反思,反而能看到他们对别人振振有词的指摘。剧本粗糙、导演放水,各种明示暗示烂片的锅不背,总之把自己撇得干干净净。但撇清哪有那么容易,几乎每天都上微博热搜,热搜的话题永远与作品无关;一边是满世界的机场街拍,一边是满屏幕的抠像轧戏;有时间谈情说爱,有时间参与综艺,却没时间琢磨演技……讲得出剧本粗糙、导演放水,却问不出为什么这样的团队会偏偏盯上跟你合作?

可能有人会说,流量明星的诞生也充满了无奈,因为今天“不靠作品就走红”的另一面是“只靠作品就无法走红”。而作为演员,如果无法走红就意味着没有出路。然而现实果真如此吗?虽然今天资本的强势逻辑在不断地与专业主义争夺对演员价值的衡量,但“争夺”的存在本身就意味着“流量明星”并不是演员的唯一选择。总有这样一批演员,不上热搜,也不上封面,既不代言广告,也不参与各类综艺,你只能在影视作品中看见他们,他们的每一次亮相都能给你不同的惊艳。他们靠脸吃饭,因为他们的脸上有戏;他们又不靠脸吃饭,因为他们的身体有魂。他们并不都是默默无闻,但他们只在专业场域绽放。

(据新京报)