



天天娱评

向世界讲好山东故事和中国文化

点赞!鲁版图书走向海外

“黑化”人物根底浅 让角色失去深度

师文静

如果说《甄嬛传》呈现的各种费尽心机的官斗技巧、善于“隐形伪装”的黑化人物,是想深刻地描绘后宫嫔妃的凄凉与无奈的话,《延禧攻略》则将“黑化”和官斗呈现得更直截了当,更血淋淋。后者中,黑化人物角色如走马灯一样纷纷出场,人性的阴暗和丑陋直接摆在台面上。

也许是意识到了黑化角色太多,《延禧攻略》有意识地让反派以不同方式、风格出场,以避免让观众出现审美疲劳。魏璎珞刚进宫就遇到了又蠢又坏的秀女锦绣,锦绣坏的出发点是嫉妒,做事损人不利己。开篇拿出这样一个不及格的黑化人物,算是先上一个冷盘。此后出现的黑化角色各有特色:嘉嫔黑化是自作聪明的后果,与高贵妃狼狈为奸,心机很重但并不聪明;高贵妃死后,观众发现这个角色令人唏嘘,童年悲惨又遭受继母虐待,所以其生存方式就是残忍;顺嫔本就蛇蝎心肠,六亲不认,连救自己的魏璎珞都一起陷害;尔晴背叛主人,背叛所有人,表现出了人性中最阴险、恶劣的一面;男反派袁春望为了欲望、私利,变成毁灭狂。最让人感觉不寒而栗的是太后钮祜禄氏,作恶隐形,还把作恶当作谈资与笑料。

该剧主角是魏璎珞,但这些多样性的黑化角色像一张大网一样,托起长达70集的剧。各类角色黑化后,呈现了与之前截然不同的个性,节奏感极强,又扣人心弦,确实让有些观众大呼过瘾,但这种只为展示人性恶的勾心斗角,在价值观念上表现出明显的低俗化倾向。

《甄嬛传》中,甄嬛、安陵容等人的黑化是一路铺垫而来的,还有些许向封建男权制发出的反抗。在后宫,单纯善良的甄嬛转变成腹黑女的过程中,对自由的向往、对爱情的追求起到了关键作用,但她最后失去了友情、爱情、快乐,只剩下令人胆寒的步步为营,让观众感受到了女性无助悲惨的抗争和主创的悲悯情怀,比较能触动观众心灵。

相对来说,《延禧攻略》很多黑化角色,尤其是一个个黑化的女性角色,他们黑化转折的出发点则是人性恶使然,没有将角色放在历史年代、宫廷制度制约以及不同立场派系纷争之中,个人及家庭恩怨和人性恶的袒露,让该剧局限于狭隘的勾心斗角。比坏比狠固然让有些观众看得爽,但有的人物黑化过程设置不走心,缺少情感积淀,为黑而黑让剧情经不起推敲,也让角色走向了狭隘。为争取自由而抗争而斗,与为了一己私利而斗,在立意上高下立现,缺少了历史的必然和人物的悲剧性,也让作品失去了深度。

本报讯(记者 倪自放)

第二十五届北京国际图书博览会26日闭幕,山东16家出版社携万余册精品出版物亮相这一国内最大的国际图书展览会,鲁版图书走向海外获各方点赞。

书博会期间,山东展团与俄罗斯、美国、英国、法国、德国、意大利等30余个国家和地区洽谈图书版权交易210项,签订图书版权输出协议70项,引进协议16项,合作出版5项,达成图书版权输出意向64项,引进意向55项,山东展团被北京国际图书博览会评为“优秀展商奖”。

向世界讲好山东故事,展示中国文化,成为山东展团在此次展会上的重要成果,一大批具有山东元素、中国影响的作品获得推广。其中,山东教育出版社《季羨林评传》英文版、印地文版新书发布会在书博会期间举行。《季羨林评传》是第一本全面、系统、深入研究和评价季羨林先生人生和学术的专著。目前该书已输出4个语种版权。

书博会期间,山东教育出版社出版的张炜经典作品《古船》波兰文版举行了版权输出签约仪式。山东人民出版社的

版权输出同样引人注目,《高山仰止——邓小平与现代中国》和《治道之要:社会矛盾十二讲》也成功举行了尼泊尔文版、希伯来文版、阿拉伯文版等版权输出签约仪式。

展会期间,青岛出版社举行了《中国——新长征(蒙古语)》《论语(中蒙互译)》新书首发式,《艺术家眼中的中国(挪威语)》版权签约仪式,以及《云冈石窟全集》数字版权输出签约仪式。《中国——新长征》一书在国内出版界首次采用“中方投资——外方编写——联合出版——外方全

球发行”的走出去模式,先后出版了中、英、阿多个语言版本。青岛出版社此次又历时一年多,将《中国——新长征(蒙古语)》呈现给蒙中两国读者。

除了人文社科类学术专著、文学作品等,儿童文学板块也是鲁版图书“走出去”的一大特色。明天出版社举办的“《庞婕蕾·风信子悦读坊》作品分享会暨阿拉伯语版权签约仪式”,以及“中国梦·山海经·童话心——《童话山海经》作品分享会暨萧袤作品越南文版权签约仪式”,也是此次展会鲁版图书走出去的重要成果。

2018年度十大金曲有几首你熟悉

别让音乐失去原创和多样性

近日,“2018亚洲新歌榜年度盛典”上公布的“年度十大金曲”歌单引来颇多争议:有听众对其中绝大多数歌曲表示不熟悉甚至没听过,更有悲观的听众认为榜单完全被包括TFBOYS、鹿晗等所谓的“流量歌手”占据,华语乐坛后继无人……而回看已经连续举办三年的“亚洲新歌榜年度盛典”奖项名单不难发现,流量歌手的存在感正逐年增强,华语乐坛似乎已经进入“流量时代”。

华语乐坛 进入“流量时代”

同“流量明星”一样,“流量歌手”是指那些粉丝数量多、对粉丝的影响力强进而拥有高商业价值的歌手。随着音乐媒介的发展,华语乐坛由传统的唱片工业体系时代过渡至电视选秀时代,再到如今的流量时代:粉丝也依次经历了在音像店前排队购买唱片,给电视机前喜爱的选秀歌手短信投票,到如今在网络上付费投票与下载的过程。同样是“你我本无缘,全靠我花钱”的模式,但时下歌手所在的运营平台与经济公司等对于听众的收割方式更为精妙,也更加多元化。就拿“2018亚洲新歌榜”的榜单计分规则来说,其有播放、分享与付费下载三种计分项,其中后两者的权重远高于播放;也就是说,除了花钱下载心仪歌手的歌曲之外,还需要尽可能地在社交媒体上发动攻势,以保证作品与歌手能获得更多潜在听众的关注,进而使潜在听众完成被吸引——播放——付费/分享的闭环。“亚洲新歌榜”并非个例,其他平台榜单的计算规则也颇为相似。

为了维持流量 许多歌手“不务正业”

音乐与影视、游戏等产业类似,也是一种“注意力经济”。因此,只有尽可能多地在各个渠道上增加曝光量,提升关注度,才有机会将这些曝光



的时间,转而去参与热搜话题炒作、综艺节目录制、广告代言、商业演出等与音乐作品本身相关性不强的活动;久而久之,歌手的业务能力必然下降。另一方面,由于音乐产业日益复杂化,绝大多数以盈利为最终目的的经纪公司运营平台采取的是偏保守的经营策略,即将资源重心偏向商业价值高的流量歌手身上,忽视了拥有强实力的新人歌手,致使其作品只能在逼仄的角落中吃灰。这种变相堵住新人向上流动的通路、阻碍乐坛新生力量发展的做法,也致使头部流量歌手缺乏提升自身业务能力的驱动力,进而形成了一种恶性循环。

流量当道 作品质量大幅下滑

上世纪最后十年到本世纪初十年可以说是华语乐坛的鼎盛时期,这一时期百花齐放:听众既可以欣赏到融合了R&B及英伦曲风的周杰伦,也对把昆曲与管弦乐结合的王力宏印象深刻,诸如方大同唱作能力强的歌手可以包办一张专辑中不同风格的作品,甚至去给其他歌手写歌、担任制作人,类似例子数见不鲜。如今,这种崇尚多元化、鼓励原创音乐的氛围不再,取而代之的是跟风借鉴、是模仿抄袭,是如流水线工厂一般的音乐制作。互联网上何种类型的音乐有人气、受欢迎,就大量产出同样类型的作品。前不久类似《学猫叫》等“魔性洗脑”类型的音乐在网络平台上爆火,市场上旋即出现了诸多风格相似的“神曲”,甚至还有流量平台鼓励这种模仿跟风的模式。从整个产业可持续发展的角度来看,流量虽是一剂猛药,但药效总有过去的一天,市场终将回归理性。因而,适当“拧一拧”华语乐坛的流量让其“缩水”,保持音乐作品的多样性与原创性,明显更有利于音乐产业自上而下的多元化与圈层化发展。(沈公子)

量与关注度转化成为作品收听次数、讨论度、数字唱片销量、代言费用等切切实实的效果数据。这也就造成了音乐作品与流量二者之间的关系倒置:曾经能为歌手带来高人气高话题

度,作为歌手立业之本的音乐作品,现如今却越来越不重要,成了歌手流量的附庸。正因如此,为了维持流量水平,许多歌手不得不牺牲相当多原本应当用于歌曲创作



更多精彩内容欢迎扫码订阅
壹点号属娱你观看。