

“换口味”背后有哪些隐情?《舌尖3》主创回应质疑: 明知创新是冒险,也要一搏

换上新主创团队的《舌尖上的中国》第三季延续了高话题性、高收视率:章丘铁锅迅速脱销、煎饼果子排起长队……都说明节目的影响力之大。不过,《舌尖3》的口碑却受到质疑,有不少声音认为这一季“熟悉的配方,却不再是相同的味道”。

“换口味”的背后,有哪些隐情呢?昨日主创团队进行了回应:我们希望呈现食物是怎么做的,再把背后附着的东西挖掘和呈现出来。

本报记者 师文静

“闲篇”未脱离美食 第三季有其内在逻辑

《舌尖3》在题材创新方面下了功夫,器具、宴席、食养和融合等主题,都是之前的纪录片和节目在美食领域里没有触碰过的。而正是这些之前节目中没有的内容,让有些观众无所适从,认为节目主题离“美食”较远,没有直奔食物,没有让观众看饿。

“我是来看美食的,怎么被种草买了锅?”第一集“器”播出后,不少网友如此评论。打头阵播出与食物有关的锅、刀、灶等器皿器具,出乎很多人意料。该集导演骆永红表示,“器具”放在第一集,是因为食物再精美,也离不开灶,离不开锅,离不开食器、盛器。就比如说铁锅,它的意义不仅体现在成就了鲁菜,还体现在因有铁锅才有了“炒”,而“炒”在中国烹饪史上有极其重要的地位。

第二集“香”,以介绍“小吃”为主,但有观众认为,有的小吃制作者在本地不够出名,不具有代表性。针对这个问题,该集导演黄鹤称,他带着团队用8个月的时间去了20个城市,接触136个人物,调研及拍摄了120种小吃,精挑细选才将云南的稀豆粉,四川麻辣烫、凉糕,河南的胡辣汤,天津的煎饼果子等展现在大家眼前,“小吃”并不是随便选取的。“小吃对于每个人而言,是儿时的记忆,是对故乡的思念,选择一种小吃的背后是要表达对味道的坚守,对技艺的传承,还有顺应时代的活力。希望《舌尖3》能表达中国的地大物博和中国人的智慧。”

“养”一集中,呈现了中国养生的一年四季,不过有观众认为,过度强调了食物对养生的作用,其中的“中药口红”被认为是“闲篇”;在“宴”一集中拿出长篇幅讲一个武术家,同样被认为太过“闲篇”。对此,总导演刘鸿彦坦言,从创作难度上来讲“养”这一集是最难的,需要有个“度”的把握和十分严谨的态度。“这一集又特别能体现中国人的智慧和理念,其背后倡导的是一种健康的生活方式,健康的饮食习惯,体现了中国人的哲学观和价值观。”刘鸿彦称,第三季之所以做这样的结构和呈现,其实是有内在的思考、逻辑和表达体系的,“大家都说中国的饮食文化博大精深,到底,是什么?”

我们希望呈现食物是怎么做的,再把背后附着的东西挖掘和呈现出来。”

绝不模仿前两季 不突破观众更不满意

由于前两季带来的现象级传播效果,时隔4年才面世的《舌尖3》免不了被拿来与前两季进行对比。出于思维惯性和审美惯性,难免有观众对第三季的表达方式、拍摄对象的选择有看法。

对于网友的“挑错”和纪录片中呈现的“硬伤”,主创团队并没有给出详细的解释。比如,“宴”中,讲述园林家石放苦寻“太湖之冠”花鲈不着,以家养鲈鱼替代,但节目中出

镜的却是美国引进的大口黑鲈,肉质上差了几个级别;“养”一集中展现石屏药膳,出镜的“石仙桃清蒸鳊鱼”被专家指出绝对不可能是鳊鱼。加上一些解说词的互相矛盾等硬伤,让《舌尖3》的口碑下降了不少。

对第三季的表达方式、拍摄对象的选择等,《舌尖3》主创团队回应称:若导演组一开始追求的就是“相同的味道”,那大可模仿第一季来制作,这无疑是最简单省力的办法,风险也是最低的。“在明知创新是冒险的情况下,导演组还是决定冒险一搏。就算冒险,也要对美食文化的创新表达进行探索。”

主创认为,《舌尖》第一季播出时,全国仅有40到50档美食栏目,而现在有400到500档美食栏目活跃在荧屏,还有“寻味”系列、“味道”系列、“一城一味”系列等几乎覆盖每一个省市的美食纪录片。美食纪录片的市场环境已不可同日而语。第三季如果没有更多的创新,突破和发展,观众也不会满足。

其实通过《舌尖3》播出的内容观众也能感受到,在呈现令人馋涎欲滴的美食的基础上,节目增加了美食的文化感和历史感。并在这方面做了很大努力。比如,为了呈现泡菜的悠久历史,创作团队曾为一棵白菜到扬州去了四五趟,还找到农业大学专门研究农史、蔬菜史的专家,辗转多地查资料,只为搞清楚白菜从北方到南方是怎么演变的、中国白菜是怎么传到韩国的。总导演刘鸿彦称:“美食背后的文化和文明,才是《舌尖上的中国》系列的根和魂。第三季不仅诠释中国的美食和人,也尝试去理解其所根植的文化沃土与时代的流转。”

奥斯卡提名电影 仅两片票房过亿

本报讯 在获得本届奥斯卡最佳影片提名的9部电影中,《逃出绝命镇》和《敦刻尔克》的票房收入可谓“两骑绝尘”,其他7部影片难以望其项背。

环球影业出品的《逃出绝命镇》,上映于2017年2月,全球总票房为2.55亿美元;华纳兄弟公司推出的《敦刻尔克》于2017年7月登陆大银幕,美国国内票房收入1.88亿美元,全球票房为5.26亿美元。

然而除了这两部影片,其余7部影片在票房方面可谓一片愁云惨雾。

由史蒂文·斯皮尔伯格执导,梅丽尔·斯特里普和汤姆·汉克斯主演的《华盛顿邮报》美国国内票房收入6720万美元,在7部影片中表现最佳。

由乔·怀特执导,加里·奥德曼主演的《至暗时刻》,美国国内票房4878万美元,《至暗时刻》获得了6项奥斯卡提名。

接下来是格蕾塔·葛韦格的导演处女作《伯德小姐》,美国国内票房收入4369万美元。《伯德小姐》获得了5项奥斯卡提名。

由马丁·麦克唐纳编剧并执导的《三块广告牌》美国本土票房收入4177万美元。《三块广告牌》共获得7项奥斯卡提名。

由墨西哥导演吉尔莫·德尔·托罗执导的奇幻爱情电影《水形物语》票房收入3000万美元。《水形物语》获得了13项提名,是本届奥斯卡获得提名最多的影片。

《请以你的名字呼唤我》目前票房为1283万美元。《霓裳魅影》的票房仅为1416万美元。

(苏良)



更多精彩内容
欢迎扫码
订阅壹点
号属娱你
观看。

2018年第13届中国北方文化产品交易会

红木实木家具展 · 工艺品收藏品展 · 国际珠宝展

节后首展 来淘好货

齐鲁晚报

济南电视台
JINAN TELEVISION STATION

天一会展

展览面积2万平方米,数十万终端买家数据库,展前展中全媒体宣传,现场交易额屡创新高

时间:3月9日—12日 / 地点:济南舜耕国际会展中心 / 招商热线:18264109671