



IP 改编：“背靠大树好乘凉”的惰性心态不可有

在IP思维的作用下,有些创作者难免产生“拉大旗作虎皮”“背靠大树好乘凉”的惰性心态和投机念头,试图完全依赖先前成功作品的光环来达到聚人气、出爆款的目的,导致不少根据IP改编的作品有流量无质量,严重偏离观众的心理预期。因此,用粗制滥造的作品来透支IP凝聚起来的“群众基础”得不偿失。近年来,在文艺创作中,“搭IP顺风车”的创作思维盛行,但IP并非文艺作品的“护身符”。我们不妨借此来审视与反思一下当前的IP创作模式。

以正确的“扬弃观”进行“有灵魂的改编”

作为一个哲学概念,“扬弃”指的是一方面继承和发扬旧事物内部积极、合理的因素,另一方面抛弃和否定旧事物内部消极的、丧失必然性的因素,是发扬与抛弃的统一。在IP改编过程中,正确合理的扬弃观是确保创作成功的基础和前提。以影视创作为例,原作的精神主题、故事脉络、人物特质等本质的内核元素应被保留并弘扬,而那些不适宜用影像表现、不符合视听传播规律的部分则应被删减或舍弃。阿耐小说《大江东去》衍生出的电视剧《大江大河》

《大江大河2》,便在精神和故事层面都从原作中巧妙萃取出了思想主脉与艺术精华,并把改革艰难性的现实逻辑合理转化成了戏剧创造逻辑,既成就了剧作自身的品牌效应,也让观众在剧中人物的艰辛和梦想中读懂了“国之大者”。

然而,有些IP改编却由于此方面的处理失当而受到不同程度的非议。改编自作家亦舒20世纪80年代描写香港社会的同名小说的电视剧《流金岁月》,只是简单移植了原著中的地域和时代背景,导致社会情境与文化内涵相互抵牾、年代氛围错乱不清,削弱了作品对现实生活的参与感和介入性。同样,改编自同名原著的新版电视剧《鹿鼎记》也未把原著的精神肌理恰适地植入其中。老版《鹿鼎记》既是一出引人发笑的喜剧,也是一部“掩卷悲从中来”的正剧,寄寓了对当时社会体制和国民性的深刻批判,而新版《鹿鼎记》却沦为一场夸张的闹剧,观众无法在浮夸的观感中体悟到历史的纵深幽微、封建王朝的腐朽没落以及在浮世绘中拼命挣扎的个体命运。此外,新版《鹿鼎记》还将原著中的人生况味置换为苦情剧的怨和惨,几位主要人物的性格气质也在剧中被颠覆和模糊,与观众的心理预期严重错位。

IP不是影视创作生产的“护身符”与“万能药”,成功的关键在于创作者是否能够认准并抓住原作的“黄金内核”,是否能够把握好凸显什么、隐匿什么,是否能够将正确的扬弃观充分到位地贯彻到作品的创造与打磨之中。只有在这些方面清醒理性、有所作为,才可能用“有灵魂的改编”征服观众。

用不同语言的“深层对话”打通转化路径

由于开发源头可能是小说、动漫、游戏乃至歌曲,剧集的IP改编通常面临着不同载体和语言的有机转化问题。因此,改编者需要谙熟不同艺术品类的话语属性与创作逻辑,通过精巧地道的影像语言表达,把原作的主题内蕴、风格调性不打折扣地渗入作品,原汁原味地呈现出来。

改编自陈彦同名小说的电视剧《装台》,便在此方面给创作者带来启示:一方面,剧作沿袭了小说的平民气质,让观众被那种扑面而来的醇厚市井风味深深吸引;另一方面,镜头下的陕西美食、地域风物、非物质文化遗产,人物口中的方言俚语等,都充分遵循了影像叙事规律,从而带来

视听冲击力和感染力。

表演作为影像作品塑造人物的一种特殊方式成为双刃剑,表演的优劣在很大程度上决定着IP改编作品的品质高下。近年来,大量改编自网络小说的古装剧存在表演通病,很多“有流量无质量”的偶像型演员虽然能瞬间带火一部剧,却难以通过人物传达出更加准确、更加深刻的作品内涵,从而把本应体现影像审美优势的元素变为拉低剧集品质的短板。

IP改编的关键在于转化,而转化的要义在于寻找两种乃至多种表达话语体系的通联密码与对话路径。这种通联和对话一定是深层而非浅表的,应当触达普遍性的价值观与人性,秉持高包容度的大艺术观,尊重审美的本质性规律。从同名舞台小品衍生出的电影《你好,李焕英》,便是在沿用原作核心创意的基础上,将主题意蕴进行了更具深度和广度的挖掘,在小品和电影之间建立起深层艺术联系,最终成为在审美价值和社会影响方面衍生之作超越原作的典型案例。

把“讲好故事”作为平衡口碑与市场的法宝

不论原创还是根据IP进行改

编,讲好故事都是打造文艺精品的不二法门。尤其在IP思维的作用下,有些创作者难免产生“拉大旗作虎皮”“背靠大树好乘凉”的惰性心态和投机念头,试图完全依赖先前成功作品的光环效应来达到聚人气、出爆款的目的,而在讲故事方面消极懈怠。这种对影视作品最根本的艺术属性的漠视,必然导致观众不买账。

“找准选题、讲好故事、拍出精品”,是影视创作生产的铁律。故事性是影视艺术的第一特征。倘若故事讲不好,即便有珠玉在前,仍然无济于事。因此,影视作品必须在尊重“讲故事”规律的前提下进行改编与创造,也必须在此基础上把握好继承与舍弃、创意与实操、内容与形式、引领与满足、历史与当下、共性与个性等诸多对立统一的关系,若打破这一事关根本的“规矩”则很难实现口碑与收视的平衡共生。IP思维在当下影视创作生产中依旧大有市场,但要想用好IP思维,最终还是落实到如何讲好故事上。对于创作者而言,最应警惕的就是“重IP轻故事”的舍本逐末之举。如果以一个粗制滥造的故事为代价来透支IP所凝聚起的“群众基础”,无疑得不偿失。

(《光明日报》闫伟)

光泽泡粉

王建成

“来碗泡粉,加肉丝的,不要太辣……”“好嘞——”清晨,在闽北小城光泽,路边的小吃店中不时传出这样的对话,那么自然、亲切。泡粉就是将煮好的粉干泡进汤里。许多小城人的一天正是由一碗泡粉开启的。

泡粉店的生意异常辛苦,每天后半夜就要起来准备清晨开门用的粉干。先烧好大锅开水,然后将当地产的大捆粉干下到锅里,当地出产的优质稻谷制成的粉干自然好吃。待水烧开,再用大木铲不停地上下翻搅,将粉干煮到软硬适中的程度,用大大的竹爪篱捞起,再按二两左右的分量,盘卷成团,一一放在竹筛上备用。

好粉要好汤。一碗美味泡粉的关键在汤。汤有红烧瘦肉汤、牛肉汤、牛杂汤、大小肠汤等种类,要分别烧好一大锅备用。至于清炖排骨汤、猪肚汤、猪肝汤、鸡汤、鸭汤等品类,则用炖罐摆放在大锅里。这些汤的佐料不同,制作的方法也不同,香辣麻咸,风味各异。备好了汤后,客人来时只要取一团盘好的粉干,焯煮片刻,即可捞起入碗,然后根据客人的口味选择不同的汤料来配,再撒上备好的酸菜、榨菜等小料,不过几分钟,一碗热腾腾的泡粉就端到了客人面前。

食客一筷子下去,捞起粉干,长而不断,入口润滑,肉汤香浓可口,令人食欲大开。

其实泡粉是光泽民间的一种传统小吃。过去,以大米为主食的当地人,家家都会备些粉干。来了客人,泡上一碗粉干,放上肉丝或蛋等,就是一道待客的佳肴。若碰到家里有事,来帮忙的人多,用这泡粉当点心,每人一大碗,便捷、好吃又饱肚。

如今的小城人,生活节奏逐渐加快,早上没时间做饭,泡粉自然成为早餐首选项。光泽沿街遍布泡粉店,每天早上都坐满了食客。

美味的泡粉,不仅点缀着本地人的寻常日子,也是离家在外的光泽人最留恋的家乡味道。我的女儿大学毕业后在外地生活十多年,每次回家,顿顿早餐都要吃泡粉。她说:“怎么也吃不厌,这家乡的泡粉啊!”她在外地生活,也曾多次尝试自己煮泡粉吃,但味道远没有家乡的地道。

“来碗泡粉……”“好嘞——”走在清晨的街头,耳边时不时响起食客与泡粉店主之间热络的招呼声。一碗泡粉,留给人们不仅仅是舌尖上的美味,更有浓得化不开的乡情。

食坊闲话



草原私语

林凉摄

数字时代的文化生活要热度更要美誉度

任飞帆

近日,微博热搜上一个小女孩在菜市场跳芭蕾舞的话题引起人们关注。人们好奇地打开这则微博,发现信息来自最近播出的一部网络纪录片《小小少年》。该片第一集讲述了一个云南乡村小女孩根据视频自学舞蹈、勇敢追梦的动人故事。

在数字时代,通过微博热搜了解当下最热门的文艺术作品已经不是新鲜事。热搜,顾名思义,是通过计算用户搜索信息的行为进行的热度排行。该排行以话题为载体,通过阅读次数、讨论次数和原创人数三个指标进行加权计算,再经过搜索热度、话题因子、互动因子的三重考量,自动生成话题热度星级和实时热度排行。相关报告显示,新浪微博用户群体中90后、00后二者总占比接近80%,他们对热点的关注主要集中在影视剧、综艺等领域。在2020年微博热搜盘点中,电视剧《三十而已》、电影《送你一朵小红花》、综艺《乐队的夏天》《乘风破浪的姐姐》等文艺作品榜上有名。影视剧和综艺等文艺作品因内容的丰富性与

话题的热度,深受“热搜”青睐。从策划到播映,从演员选择到剧情走向,通过时机恰当的议题设置,热搜成为文艺作品前期宣传推广的重要手段。当作品播映时,根据重点内容不断提炼热门话题,能够继续与观众产生情感联系,增加用户黏性。

数字时代改变了信息传播的单向度,受众不仅是信息接受者,同时也是发布者、传播者。当一部文艺作品中的话题成功登上“热搜榜”,再被网友以强大的参与能力助推,讨论不断聚合、放大,其传播效果往往会呈现出几何级数的增长,让文艺作品受到极大关注。特别是在社交属性很强的微博平台,很多热搜中的话题都是通过网友的关注讨论和优势意见扩散产生的。加之网络世界中,文字、表情包、图片、视频等丰富的表达形式,让互动内容生动有趣,网友们参与其中,乐此不疲。不仅如此,一些优质的小众文艺作品也可以通过网友“自来水”推荐宣传,登上“热搜”,走进大众视野,成为“爆款”。例如前文提到的作品

《小小少年》,其题材内容都比较“冷门”。但通过热搜中的“菜市场”“芭蕾”“9岁女孩”等几个富有反差的词语,迅速引起人们注意。而热搜话题中文字、图片、视频的细致描述,让网友接触到这样一部充满温情和趣味的纪录片,进而认识了设计制造机器人的中学生、痴迷于昆虫世界的小男孩、选择转行职业电竞选手的乒乓球冠军……这些因热爱而坚定的小小少年们深深打动了万千网友,勾起他们记忆中最美好的童年。网友们自发创建“你的职业是你的兴趣吗”“选择梦想还是听从父母安排”等更具深度的热搜话题,引发更多关注和讨论。

以“热搜”为门径让更多观众关注作品本无可厚非,但有些文艺作品越来越陷入“热搜化”的套路当中。有的话题设置强行贴靠社会热点,内容和作品关系不大;有的话题仅仅是没有营养的花边和夺人眼球的噱头,有低俗媚俗的倾向;有的作品通过“购买”手段占据热搜榜单,浪费公共资源和人们有限的注意力。

另外,一些文艺作品在创作时就精准“计算”出什么样的剧情能火,怎样的角色设定能引发热议,却并没有建立在合理的故事逻辑和人物情境之上,作品令人失望。热门话题仅仅是作品的素材线索和切入点。一部好的文艺作品在敏锐捕捉社会关切的同时,更要依循创作规律,完成主题表达,以细腻的艺术手法、鲜活具体的故事情节和人物刻画,让观众感受到生活的真实和质感,这才是文艺作品回应社会关切的应有之义。

飙升的“热度”固然能带来人们的关注和一时的光环,但空有其表、缺乏内蕴的作品来得快去得也快。唯有笃定恒心、倾注心血,才能创作出有热度、更有美誉度的精品佳作,长久地留在人们的记忆中。



2021全国家庭亲子阅读主题活动在京举办

新华社北京4月18日电 第26个“世界读书日”到来之际,“书香飘万家——颂百年风华 传红色基因”2021全国家庭亲子阅读主题活动18日在北京丰台宛平城举行。全国妇联主席沈跃跃向家庭代表赠送红色书籍,为亲子阅读巾帼志愿服务小分队代表授旗,并和少年儿童及家长一起走进中国人民抗日战争纪念馆参观学习。

活动现场面向家庭推荐了百余部红色经典书籍,导读《红岩》《写给青少年的党史》等红色书目,诵读《红船,从南湖起航》等红色经典。活动同时联动上海、浙江嘉兴、江西井冈山、贵州遵义、陕西延安、河北西柏坡等地同步开展,动员广大家庭学党史、感党恩,让红色基因和红色家风代代相传。

据悉,主题活动将推荐百部优秀书目、讲好百名人民英雄故事、推出百个短视频、推广百篇活动案例。

“为人民起舞”艺术周将启

新华社北京4月18日电(周玮 袁晨)中国歌舞剧院携手北京市演出有限责任公司等启动“为人民起舞”艺术周,从2021年7月人民到2022年4月,舞剧《李白》《昭君出塞》《孔子》将在北京、上海、郑州、青岛、济南、天津、沈阳等20个城市巡演。

据介绍,“为人民起舞”以舞剧演出为核心,由“舞之魂”“舞之道”“舞之梦”“舞之爱”四大板块构成,就地开展丰富多样的线上线下文化系列活动。

“舞之魂”由舞剧《李白》《孔子》《昭君出塞》组成,精选中国歌舞剧院优秀传统文化主题舞剧,大力弘扬优秀传统文化,滋养新时代美好生活。其中,《孔子》《李白》将带乐队进行全国巡演,采用交响乐团现场演奏,让观众在家门口体味现场艺术演出带来的震撼。

艺术周期间还将开展“舞之爱”公益互动互助活动,主办方将组织艺术家进山区、进社区,通过表演及指导等不同形式贡献文艺力量;“舞之道”理论研讨交流活动将围绕当地人文、历史特色,在各地开展舞蹈艺术与城市生活主题的文化对话论坛;“舞之梦”艺术成长计划将以快闪、艺术课堂、小舞迷幕后独家探班等活动,为孩子们种下艺术梦想。

听障青少年走进紫禁城 感受文化遗产地之美

新华社北京4月18日电(记者 施雨岑)4月18日是国际古迹遗址日。由国家文物局指导,中国古迹遗址保护协会、故宫博物院、中国听力语言康复研究中心18日联合举办了2021年度国际古迹遗址日活动——“我在故宫画彩画——听障青少年走进文化遗产地”活动。15名听力障碍青少年在故宫博物院专家的带领下,学习古建筑彩画知识,亲手绘制彩画图样,感受文化遗产地特有的魅力。

在活动现场,孩子们学习了文物保护知识,充分发挥自己的想象力,绘制出了宝珠吉祥草、灵芝纹等各式各样的彩画样式,并制作成钥匙链留作纪念。

“我国始终致力于让每个公民获得平等的文化权利,人人都能够接触、参与和解读文化遗产,这些权利不会因为人的年龄、性别、收入、职业而有所差异。”国家文物局副局长宋新潮说。

故宫博物院院长王旭东希望,这次故宫之旅能让孩子们感受到彩画之美,发现文化遗产之美,进而创造美好生活。他鼓励孩子们接触、学习和传承祖国的优秀传统文化,茁壮成长,通过多彩的遗产,迎接多彩的未来。