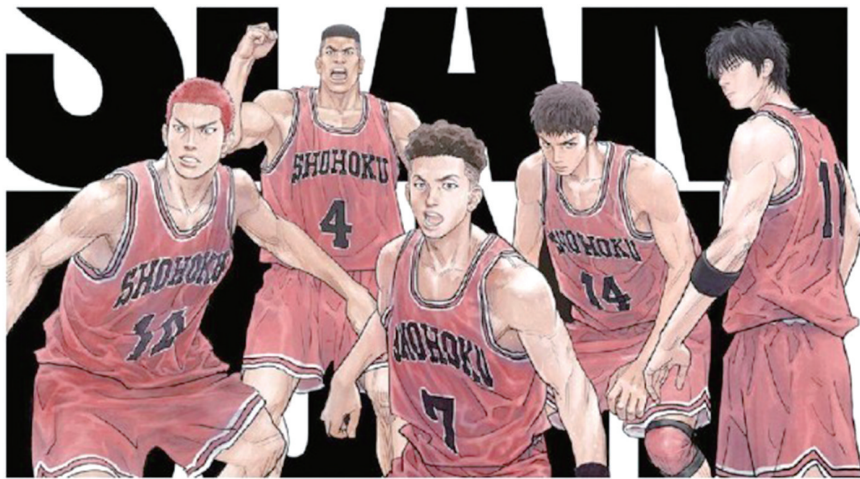


《灌篮高手》电影版上映

掀起“爷青回”观影热潮

《灌篮高手》电影版引发“爷青回”观影热潮。据第三方售票平台数据显示,《灌篮高手》点映及预售票房超过1亿元;首映的“零点场”票房超过1288万元,位居近三年里中国电影市场第二。

图片来源:网络



当主题曲《直到世界尽头》响起,“热血沸腾了,青春回来了。”据第三方售票平台数据显示,《灌篮高手》点映及预售票房超过1亿元;首映的“零点场”票房超过1288万元,位居近三年里中国电影市场第二。

从上个世纪九十年代开始伴随无数人青春岁月的《灌篮高手》电视动画版,最终也没能上演湘北篮球队与山王工业在全国大赛上的王者对决,让无数拥趸扼腕叹息二十余载。如今《灌篮高手》电影版引发“爷青回”观影热潮——据第三方数据平台的用户画像数据,打算观看《灌篮高手》的观众里:教育程度在本科及以上占85.5%;年龄段分布30—39岁观众占比49%、20—29岁观众占比30.5%。

不过,尽管“怀旧”的观众不少,但《灌篮高手》这部二十多年前的作品里的热血、团结、坚持不懈的精神,才是穿越时间的力量,也不断吸引着更年轻的观众为之心动。

在比赛的最后几秒,流川枫生平第一次将球传给了樱木花道,后者起跳、投篮、入篮——绝杀!银幕内外,全场沸腾。追过动画的人都明白,这两个“相爱相杀”的家伙能打成配合多么不易,二人胜利后相互击掌的镜头定格在无数人的脑海中。鲜明的人物性格是作品真正的灵魂,“顺境看赤木、逆境看流川、绝境看三井、奇迹看樱木、宫城看彩子”——《灌篮高手》粉丝口口相传的这句话,概括了湘北主力球员的个性和青春叙事的特征。他们有矛盾、有争执,也有着相互的关心帮助,以及团结奋战的态度。对手太强、领先太多,但是三井寿体力耗尽仍然不断投中让对方绝望的三分

球、樱木花道重重倒地救下了快出界的球……热血、超燃的故事情节也激励着许多《灌篮高手》的观众在此后的人生旅途中砥砺前行。

值得注意的是,《灌篮高手》不仅是一道文化大餐,也可以说是文化产品推动体育产业发展的一个经典案例,这部作品为原先冷门的日本篮球赛事培养了许多观众。甚至在中国,当年也有很多中小学生对这部动漫而爱上篮球,走进篮球场扮演樱木花道、流川枫、仙道彰等人气角色。等他们长大成人后,又有很多人去日本旅游时特意去神奈川县江之岛电车、江之岛站等《灌篮高手》中的经典场景拍照留念,推动了当地旅游和经济的发展。此外,《灌篮高手》不仅在东亚地区有极其庞大的粉丝群体,还形成日本对美国的反向文化输出:以NBA比赛以及球员为原型的《灌篮高手》,传到美国后影响了很多后来的球员,例如曾经多次入选NBA全明星球员的格里芬曾表示自己最像《灌篮高手》里的樱木花道。

尽管电视版的《灌篮高手》已经获得巨大成功,但井上雄彦仍然对电影版进行了内容和技术上的革新和升级。比如剧情从以樱木花道为主,转为以宫城良田为主;电影版的画面从3D转为2D,也为观众带来了独特的视觉体验。井上雄彦表示,尽管电影版和漫画版、电视动画版有着一样的根基,但有着更复杂的人际关系和人物成长,希望让观众们产生新的感受。可以看到,传统上强势的日本动漫,仍然在不断革故鼎新,也对中国动漫产业能否拿出讲好中国体育故事、弘扬中国体育精神的佳作,留了一道思考题。 据文汇报

让现实题材创作 发光发亮

近期,一批现实题材电视剧掀起观剧热潮,引发热烈反响。探究这些作品背后的创作共性,有助于我们深化认识,推动现实题材电视剧创作多出精品。

这些受到观众喜爱的作品,共性之一是以丰富细节造就真实质感,塑造真实人物,表达真实情感。为获得具有艺术能量的真实细节,主创人员扎扎实实地走进生活、体验生活。《大考》讲述了5个考生家庭在高考前200天的奋斗经历,主创团队查阅各类资料,走访20多所高中和大学,获得大量生动鲜活的素材;《县委大院》编剧王小枪在江西赣州大余县深扎6个月,几乎跑遍了县里的乡镇,与基层干部同吃同住。两部作品的情节和人物台词都贴近生活、冒着热气,让人身临其境。《山河锦绣》前10集呈现上世纪八九十年代我国中西部山村生活。为更好地还原故事场景,主创团队在陕西、河南、贵州等地多个村子实地采风,收获颇丰。剧中用年画、手电筒、自行车等物件营造了浓厚年代质感,让观众瞬间入戏。这启发我们:当生活细节足够扎实时,现实题材剧作的真实感就有了依托,赢得观众共鸣就有了基础。

共性之二是以专业技能精心打磨艺术效果。《山河锦绣》中的角色都说一口地道陕西方言,人物鲜活真实,情节代入感强;《我们这十年》由11个单元组成,每个单元虽只有4集,但通过较为出色的表演和剪辑,故事的起承转合得到完整表现,令人印象深刻。还有的作品在美术概念设计图和氛围渲染图上做足功课,严格据图拍摄,保证了全剧艺术风格的和谐统一。生活真实是艺术真实的基础,但仅有生活细节还不够,只有熟练运用专业技能,在编剧、导演、表演、摄影、剪辑等多个维度精益求精,才能拍出打动人的好作品。

共性之三是精心塑造具有时代感的典型人物。“典型人物所达到的高度,就是文艺作品的高度,也是时代的艺术高度。只有创作出典型人物,文艺作品才能有吸引力、感染力、生命力。”近期现实题材电视剧不仅在生活细节和艺术细节上精雕细刻,而且力图将更为广阔的社会生活和人生百态纳入作品、编织故事,体现出在塑造典型人物上的自觉追求。无论是《大考》里的一中校长王本中、《山河锦绣》里正直倔强的村支书赵书和,还是《我们这十年》里的人物群像,他们都来自现实生活,跃然荧屏,观众能够从中发现自己和身边人的影子,并从他们的奋斗人生中感受时代的巨大变迁和生活的百般滋味。

这些现实题材电视剧创作的有益经验值得总结。同时,观众对这些作品的肯定,也证明现实题材创作的前景无比广阔。期待创作者坚持精益求精,继续深入生活、扎根人民,不断提高艺术本领,拿出更多满足人民精神需求、增强人民精神力量的现实题材力作。 据人民日报

《长月烬明》让“花甲粉”人气大涨!

爆款剧集助推美食新消费



图片来源:网络

继《狂飙》带火猪脚面之后,爆款剧集再次成为美食新消费的助推器。4月18日,饿了么官微称:由《长月烬明》热剧带动,4月9日至17日,“花甲粉”搜索人次环比翻倍。

近期,仙侠剧《长月烬明》在优酷热播。剧中女主角是一位勇敢善良的“蚌族公主”,由于遭遇灭族危机引发观众共情。“桑酒别怕,蚌族在此!”网友纷纷秀出花甲、蛤蜊照片为角色助力,也带火了“花甲粉”外卖。除了让“花甲粉”人气大涨,《长月烬明》还带动网络热梗城市蚌埠再次走进公众视野。4月16日,在热心网友喊话下,蚌埠文旅局官方回应,即将举办美食节,邀请大家去做客。 据广州日报