

周星驰出品短剧 观众期待提高“含星量”

近日,由周星驰出品的短剧《金猪玉叶》上线后受到关注,网友热评:“6分钟的第一集并没有太多‘星味’!”让不少对该剧寄予厚望的粉丝颇为遗憾。记者此前采访该剧导演马史,他说:“如果观众有心的话,24集可以找出100多处我们在致敬的地方。”近日,该片第二集上线,网友发现很多“周星驰”埋在剧集中。

揭开“杀猪盘”诈骗真相

《金猪玉叶》第一季共有24集,每集时长约5分钟。该剧以网络诈骗案为背景,讲述了实习律师叶小莱联手主播朱浩揭开“杀猪盘”诈骗真相,挽救姐姐叶小茵并找到自己职业道路的故事。男女主角“追凶”途中的一系列经历,串联起充满人间真情的小人物故事,于幽默戏谑中展现人生百态。《金猪玉叶》讨论了“杀猪盘”、职场不公等多种社会议题,剧中对追求正义、惩治“杀猪盘”的描绘,也为故事赋予了更多现实意义。

《金猪玉叶》作为首部公路题材的短视频平台精品短剧,融入了东北话、脱口秀等喜剧元素,是一次喜剧短剧的创作创新。但网友反映第一集的表现平平,除了徐志胜出演的部分较为亮眼外,剧集并没有太多“星味”。

剧中100多处致敬周星驰

北青报记者此前曾采访该剧监制易小星。谈及出品人周星驰,他直言:“剧中有很多致敬星爷的部分,比如说男主角菜刀上有一个logo,上面写的是东北第一刀,这个其实是致敬星爷《国产凌凌漆》里的造型和有一把菜刀,巧妙地将杀猪盘与杀猪的联系到了一起。”

5日上线的第二集中,很多元素都来自周星驰

经典电影,导演马史介绍:“包括《喜剧之王》的墙面设计、墙壁上的那些公仔、男主家中的摆设等等,很多元素都来自周星驰。第三集惊悚喜剧的方式和《回魂夜》是接近的效果,包括音乐和镜头语言。如果观众有心的话,24集可以找出100多处我们在致敬的地方。”

对于网友批评该剧“含星量”不足,监制易小星5日回应:“有些观众有误解。我在一些评论中看到,有些观众一看没有周星驰本人出演就直接打了差评。实际上周星驰除了是一位优秀的演员之外,也是一个优秀的导演和出品人。能够理解老粉丝想看到星爷出演的心情,因为我也很想。但是确实,每个人在不同阶段,想做的事情不一样。星爷在这个短剧中,隐藏在幕后严格把控品质 and 风格。这就是他现阶段想做的事情。”

周星驰指导后期剪辑等工作

《金猪玉叶》为抖音精品剧场IP“九五二七剧场”的首部作品。该剧场由平台与周星驰联合开发运营,直接面向用户内容创作。作为“九五二七剧场”的发起人,周星驰希望鼓励更多青年人在短剧这一新格式下创新尝试,产出好作品回馈粉丝。周星驰本次担任《金猪玉叶》出品人,在人物、剧情设定和后期剪辑等方面指导创作。易小星表示:“说实话,我尽力了,我对得起星爷了。”

周星驰以怎样的方式进行指导?易小星坦言:“我和星爷每次通话都会一两个小时。他对于剧本、人物都会有自己的想法,他会细致关注到每个层面,比如一集粗剪出来之后,他会说这个能不能更好玩一点,再极致一点,或者节奏更快一点。”

对短剧这一新内容形态,主创团队认为其流行背后必有特定的社会思潮。随着现代生活节奏



图片来源:网络

加快,观众内容消费的习惯也在改变,等电梯、等地铁时用5分钟看一集短剧,不失为一种使压力舒缓的方式。

从创作者的角度,易小星希望能迎头赶上这股潮流,“不管是星爷也好,还是我也好,我觉得我们都认同这个观点,要尽量去满足观众日益增长的精神文化需求。”对于首次试水短剧的结果,易小星提到,短剧是一个新兴事物,“这是一次愉快的冒险,冒险的过程一定会付出汗水、付出泪水,无论结果如何,都应该享受这个冒险的过程。”

来源:北京青年报

总产值破2200亿元 中国动画长大了

近日,第二十届中国国际动漫节在杭州圆满落幕。环顾整个中国动画产业,总产值已突破2200亿元的市场规模,年播超过200部的产量,亿级的用户群体,凸显我国已成为世界第一大动画生产国。

1922年,由万氏兄弟制作的第一部动画广告片《舒振东华文打字机》上映,拉开了中国动画百年历史的序幕。20世纪中期,上海美术电影制片厂等主要的动画创作阵地,在“探民族风格之路”的创作主张中产出了诸多经典国产美术片,成为“中国动画学派”的标志。此后,由于种种原因,加之受到日本动画、美国迪士尼动画等国外产品的冲击,中国动画一度陷入低谷。

如果说前几年的《西游记之大圣归来》《大鱼海棠》《白蛇:缘起》《哪吒之魔童降世》等作品在赓续中国民族风格的基础上凭借其优秀的创作水准获得了票房与口碑的双赢,迎来了中国动画破茧成蝶的新时期,那么2023年以《长安三万里》《熊出没·伴我“熊芯”》为代表的两部票房超过10亿元的动画电影真正实现了中国动画的继往开来。

春节档的《熊出没·伴我“熊芯”》是该系列第11部大电影,既在故事上满足了儿童的需

求,又建构起属于成年受众的隐喻式表意体系。这是其成为全年龄化、合家欢品牌的关键。历史动画电影《长安三万里》以安史之乱爆发后的长安城为背景,讲述了诗人高适、李白、杜甫等人的生平和诗歌。作为该团队“新文化”系列的首部作品,其宗旨是讲述历史中的闪光人物和经典故事,影片通过真实化、世俗化的讲述方式,让历史人物在银幕上成为可以被感知、被共情的存在。

相关数据显示,2023年新上映动画电影数量为62部,同比增加34.78%,其中国产动画37部,外国动画25部。累计票房79.98亿元,在总票房中占比达14.56%。简要分析2023年中国动画的创作特征便可发现,这些动画作品都力图突破以往动画片低龄化的刻板印象,完成由“儿童向”至“全年龄向”动画的转型,它们越来越接近真人故事电影的创作方法,使中国动画在突破传统的基础上由“中国动画学派”衍生出“新动画中国学派”。

这里的“新动画”首先便指视听技术上的创新,三维技术的使用从根本上改变了早期上影厂美术片的创作方式,从平面向立体、从写实向写意的画面塑造,向真正的动画电影靠拢;其次便是对动画电影类型的创新,虽然中

国古典文学、神话故事、民间传说等为动画创作提供了丰富的素材,但体现民族风格与中国价值观念的呈现不能局限于这些传统题材,而是应在文化传承中结合当下观众的审美进行影像语言建构方式的转变。

2015年的《西游记之大圣归来》以新的表现方式开启了国产动画的新时代,2019年的《哪吒之魔童降世》证明了中国动画发展的逐步向好与中国动画导演的实力,2023年《长安三万里》与《深海》则打破了中国动画遭遇创作瓶颈、固守不变的观点,它们以对历史题材的新挖掘与对现实生活的新表现书写出独属于中国动画的魅力。《深海》是一部以抑郁症儿童的视角对“生命意义”展开探讨的影片,开创了中国水墨三维动画模式的先例,虽然故事情节略显单薄,但最终凭借绚丽的特效技术获得了观众的认可。

“新动画中国学派”的出现,是在保留原有“中国动画学派”民族风格与审美经验基础上对国产动漫守正创新的生动表达,我们能够在这些动画作品中清楚地看到当代艺术工作者对文化语境与观众审美的准确把握,是在对中华优秀传统文化的新阐释、新再现中,让世界观众看到中国动画的新气象、新发展,以此铸就中国动画的新辉煌。

来源:光明日报