

《1921》:让今天的青年走近百年前的新青年

青春气息是《1921》的一个关键词。“奔赴”版海报中,平均年龄只有28岁的13位“一大代表”集体亮相。在上海街头的电车轨道上,意气风发的青年面朝东方冉冉升起的旭日展望、奔跑。虽姿态不一,但脸上写满自信与热血,因为他们胸怀的,都是改变旧中国的鸿鹄之志。

“我们的使命将将开始。”隔着铁窗,陈独秀与李达这样相互鼓励。从一根火柴,到星星之火;从东方破晓,到红旗漫卷。激昂旋律中,他们说:“这是中国历史的第一次,是无比珍贵的第一次,是激荡人心的第一次。”他们说:“开天辟地,从无到有,彻底改变中国的日子就要来了……”

4月13日,上海出品



电影《1921》首发“新生”版预告片和“奔赴”版海报。作为庆祝中国共产党成立100周年的重点影片,《1921》由黄建新监制兼导演、郑大圣联合导演,黄轩、袁文康、祖峰、窦骁、王仁君、张颂文、刘家祯、王俊凯、韩东君、刘昊然、张超、张云龙、胡先煦饰演13

位“一大代表”,陈坤、李晨、倪妮、王源、欧豪、俞灏明、王森、谷嘉诚、张若昀等亦分别承担重要角色。

黄建新表示,这将是一部以创新视角来回溯1921年的影片,既以类型片的方式解构故事,也提供前所未有的丰沛细节,“我们希望能让今天的年

轻人走近百年前的新青年”。

首发的预告片从一段对话切入,展现了在彼时黑暗时局下,人民生活水深火热、救亡图存迫在眉睫的历史背景。随着“五四运动”爆发、知识分子觉醒,由“南陈北李”递出的革命火种,被信仰马克思

主义的新青年们彻底点燃。他们将共同奔赴一个路途坎坷、但前途无比光明的新生的中国。据悉,《1921》的故事将由三条线索平行推进:欧洲反共势力对国际代表马林和尼克尔斯基的监视;日本警方对来沪日本共产党员的追踪;国内来自五湖四海、背景迥异的代表汇聚上海参与中国共产党第一次全国代表大会——风云变幻中,各种势力交错激荡。

黄建新曾打造过《建国大业》《建党伟业》《建军大业》三部曲。再次回溯建党那一年的风雷激荡,他说《1921》的一个创新之处,是第一次在大银幕上让观众走近更走进当时那些新青年的生活与精神世界。回首中国共产党的建党历程,中共一大的召开

以及13位代表的群像描摹,几乎是所有相关题材影片的必要内容。但囿于篇幅有限,过去的影片里未能充分展现出细节。黄建新说:“革命先辈们的名字在今天璀璨夺目,但当时的状态其实与现在的年轻人一样。比如毛泽东27岁满怀抱负从长沙来到上海,在洗衣房打工存钱准备出国留学;李达和王会悟新婚不久蜗居在十平方米不到的小屋里,志同道合共同奋斗。”《1921》中,这些平实而动人的细节都将与观众见面。

主创相信,正是有了充满烟火气的人物塑造、真实充沛的生活情感,才能让更多当代年轻人产生共鸣和激励,让更多年轻人真正理解“理想”与“信念”的意义。(据《文汇报》)

IP改编:“背靠大树好乘凉”的惰性心态不可有

◎ 娱论

最近,《大宋宫词》的高开低走引人关注,其核心主创本期望凭借20年前《大明宫词》的高口碑再度打造现象级作品,然而使其冲上热搜的却是一度暴跌至4.1的超低评分和网友的集体吐槽。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”,《大宋宫词》就是IP失灵的最新案例。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。以影视创作为例,从阿耐小说《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。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,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”,其本身并无对错之分,关键在于创作者对待原作的态度和改编原作的功力,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。

IP改编的关键在于转化,而转化的要义在于寻找到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。

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。比如,从热门游戏改编而来的电影《侍神令》,虽然有一众具有票房号召力的知名演员加盟,但仍然口碑扑街、票房惨淡,原因在于情节太过薄弱稀松。

在剧集方面,拥有《大明宫词》之前在观众中建构起的经典召唤与怀旧情结作为加持,《大宋宫词》本应再掀收视热潮,然而该剧却在故事讲述上出现了“崩塌”,不合板眼的叙事时常给人一种赶场的慌促感,有些戏过于传奇,还有一些戏缺乏节制。与之类似的是《欢乐颂2》,该剧有些失控的情节编织、话题效应导致的“贩卖焦虑”效果,在很大程度上损害了《欢乐颂》之前积累的口碑。

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,最终还是要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。(据《光明日报》)

电影《成都!成都!》在内蒙古签约启动

本报讯(北方新报正北方网记者 马丽侠) 近日,电影《成都!成都!》签约启动仪式在呼和浩特市举行,这也是中联影视辰大信心内蒙古分公司今年成立以来出品的第一部电影。

电影《成都!成都!》的总导演是陈晨,电影主要由3个故事组成,第一个故事发生在40年代的成都,第二个故事和汶川地震相关,第三个故事则是“带不走的只有你”,歌曲《成都》的演唱者赵雷也会友情客串。整部电影有泪点、有笑点、也有梦想和向往,而且赵本山、葛优等明星“大腕”也会友情客串。

“内蒙古的电影市场有待盘活,这只是我们出品的第一部电影,接下来我们还将拍摄内蒙古城市系列的电影,目前剧本已经准备好。”中联影视辰大信心内蒙古分公司相关负责人告诉记者。

◎ 搜娱

《山河令》戏服拍出22万多

4月10日,在优酷《山河令》服装道具拍卖中,主角温客行的一套红色戏服被粉丝以22.46万元拍下,收入将以“山河令全体粉丝”名义捐献给中华社会救助基金会“非遗保护”公益项目,支持手工艺传承,保护和传承非物质文化遗产。

《山河令》播出之后迅速走红,吸引大批粉丝疯狂追剧。片中制作优良的服装、道具也成为热门话题,优酷影视资产管理运营平台联动闲鱼组织拍卖。三天活动,围观超过百万人次,参与竞拍粉丝上千人,总共拍出13件拍品,包括主角服装、酒葫芦等道具,金额超过95万,创造同类拍卖历史纪录。

(据《北京青年报》)