

元旦假期电影市场总票房超12亿

电影观众偏爱现实主义题材



票房:《前任3》后来居上,连续三天位列单日票房冠军

今年“元旦档”电影市场由《前任3:再见前任》《妖铃铃》《二代妖精之今生有幸》《解忧杂货店》四部新片领跑。而《妖猫传》《寻梦环游记》等片则在众多新片的“围攻”之下依然表现强势。

四部新片中,由田羽生执导,韩庚、郑恺等主演的都市爱情喜剧《前任3》在上映首日排片量不占优势的情况下后来居上,上映第二日上午就轻松破亿,更连续三天将单日电影票房冠军收入囊中,截至记者发稿时,上映4天的《前任3》总票房已超过4亿元。

根据猫眼电影数据显示,元旦三天假期电影市场总票房超12亿,相比去年元旦报收6.6亿票房上涨约1倍左右。其中,反映都市人爱情观的现实题材电影《前任3:再见前任》收获票房、口碑双冠,凭借接地气的故事受到热捧。

陈可辛监制、吴君如首次担任导演的《妖铃铃》总票房紧随其后。该片以喜剧类型及强大的演员阵容在上映首日拿下票房、排片双第一,但随后几天因口碑出现争议,逐渐被《前任3》超越。

此外,另外两部新片——刘亦菲、冯绍峰主演的《二代妖精》,集结董子健、迪丽热巴、王俊凯的暖心治愈之作《解忧杂货店》则分别位列四部新片票房的三、四位。

口碑:有笑有泪才能引发观众共鸣  
今年元旦档新片类型各异,但现实主义题材明显更受欢迎。

作为“前任”系列的最终章,《前任3》讲述韩庚饰演的孟云和郑恺饰演的余飞各自的感情都受到了严峻的考验,对于分手男女矛盾的写实刻画非常生动,故事有笑有泪,台词金句频出,成功引发不少年轻观众共鸣。

在猫眼、淘票票两大平台,该片分别获得9.2、9.0的超高评分。不少观众认为,影片轻

松幽默,故事足够接地气,不失为一部假期解压佳作。有观众表示,在国产电影中,讲分手后爱情的片子不多,能够将当代年轻人的生活描写细致、折射出这一代人爱情观的片子更少;“而‘前任’系列在剧本上算是花了不少心思。”

吴君如的首部导演处女作《妖铃铃》融合了惊悚加喜剧两种元素,然而,这种尝试却遭遇观众的两极口碑。在猫眼、淘票票两大平台仅获得6.0、7.4的观众评分,成为四部新片垫底。喜欢的观众认为:“各种熟悉的桥段让人回味无穷”“笑得我眼泪都出来了。”而不喜欢的观众则吐槽表现手法过度老派:“居然还停留在上世纪80年代的一惊一乍的搞笑级别。太尴尬!”

另外两部主打奇幻题材的影片《二代妖精》和《解忧杂货店》则在市场遇冷。前者令不少观众看完大呼“质量比想象中好太多”,然而,这一题材在市场并不是大热,最终市场表现未达预期;后者被多数网友认为故事平淡无奇,节奏冗长缓慢,无法展现小说精髓。

据《广州日报》

“单口喜剧”类脱口秀的本土化之路

2017年是“单口喜剧”类脱口秀在我国崛起的元年。根据国家新闻出版广电总局监管中心发布的《2017网络原创节目发展分析报告》,脱口秀类节目以47.69%的支持率位列最受欢迎的网综节目类型第四名,其中腾讯视频出品的《吐槽大会》和《脱口秀大会》在全年17档脱口秀类节目中脱颖而出,流量均超10亿,第二季目前上线4期也均单期破亿,节目中所涉及的话题和金句也一次次掀起网络的舆论热点。

严格来说,这两档节目均属于“单口喜剧”类脱口秀。它的特征是:“一个人、一支麦”为其基本形式,笑话和段子为其表演内容,引人发笑为其终极目的,引发深思为其精神内核。这是一种源自欧美的表演艺术形式,在我国的发展时间不长,且多小范围地流行于线下,也曾在我国电视荧屏上少量出现,但一直处于不温不火的状态。直到2017年《吐槽大会》和《脱口秀大会》的相继成功才让更多业内人士看到了该类型节目在我国成长的春天。

我国《吐槽大会》的原型是美国的《喜剧中心吐槽大会》(Comedy Central Roast),该节目在一定程度上彰显其本国的社会、文化和人文观念底色。具体到我国的语境中,我们在积极地对“单口喜剧”类脱口秀进行创造性转化和创新性发展的同时,也要意识到在创作中所遭遇的“水土不服”之感,这就需要我们结合其所处的历史时期、具体国情进行辩证地分析。就该类型节目而言,在具体实操和受众反馈中,有三道壁垒需要我们面壁思之,并寻找破壁之法:

第一,接受壁垒——从“叙事喜剧”到“逻辑喜剧”的跨界接受障碍。喜剧小品和相声是我国喜闻乐见的两种喜剧节目类型,二者皆遵循严密的叙事逻辑和结构,是典型的“叙事喜剧”。喜剧小品在结构上遵循传统的“三一律”原则,叙事上具备“起、承、转、合”的特点,演员要在有限的叙事时空内完成对人物的塑造。而相声多为单线索叙事,叙事视角打破了喜剧小品“角色视角”的限制,演员和角色之间可以“跳出跳出”。但“单口喜剧”类脱口秀则是“逻辑喜剧”,该类型节目在内容上言简意赅,叙事的基本形态为笑话或段子,而笑话和笑话、段子和段子之间也无需任何联系,表演者在表演中自成逻辑,演员需养成个人的风格标签。从其基本的笑话或段子的结构来看,分为铺垫和笑点,铺垫为一条故事线,而笑点为

另一条故事线,二者之间的矛盾,或曰不符合预期(铺垫)的意外(笑点)直接引人发笑。基于不同的创作要求和理念,“叙事喜剧”具备强戏剧张力和叙事结构性,而“逻辑喜剧”则弱化戏剧张力和叙事结构,强调笑话和段子的逻辑性。这种截然不同的喜剧模式如何能够在我国传统的喜剧类节目中获得突围,赢得受众的认同和理解则成为了难题。

第二,尺度壁垒——对“冒犯”精神的理解差异。“单口喜剧”类脱口秀中,个人崇拜被消解,取而代之的是对“冒犯”精神进行赋形,而这也构成了当下大众文化审美转向的一个维度。冒犯是一系列言语和行为的集合,如:批评与嘲讽等。基于中国传统文化视野,这些言语和行为并不完全符合中国传统文化中的处世之道。“单口喜剧”类脱口秀在表演中试图建立一套大众所能接受快乐文本,表演者通过讽刺、揶揄的语言将精英以及社会中约定俗成的传统价值观念中的弊病、丑陋适当表达,并在其中制造出符合大众心理诉求的表达,并制造出了社会性的快乐。这正激发了大众自省自省的批判意识,也将源自社会和生活的压力得以消解。但在当下的群言时代,一方面是对受众娱乐诉求的满足,另一方面是张弛有度的表演,这二者之间需要有机平衡把握。

第三,创作壁垒——对个人风格及内容取材的严苛要求。在具体的创作实操中,有两方面难题需要攻克。其一,表演者个人风格的确立。喜剧小品和相声在形式上先声夺人,在叙事内容和结构上富于张力。但“单口喜剧”类脱口秀轻舞台形式、弱结构关联、强内容逻辑的属性要求演员在表演时需对自身的风格和标签进行强化辨识,一旦表演者在形成了稳定和显著的创作个性后,观众便可在其表演中迅

速地依据其性格特点、情感倾向和审美旨趣产生情感投射,理解表演内容。“风格即人”是对“单口喜剧”类脱口秀表演者最基本的要求。其二,以现实生活为支点的内容创作对创作者提出了严苛的要求。“单口喜剧”类脱口秀的内容基础和背景是公众所处的生存空间,在某种技巧性的创作中,表演者对生活中的观点和话题观点进行主观地、幽默地表达,技巧的核心即在于不吝惜将私人话题展现,并将私人生活与公众经验相融合。此时,单口喜剧的表演者是在“人间戏台”之上扮演着展现人间故事的讲述者之“角色”。但其难点即在于如何能够源源不断地从生活中汲取创作的灵感,捕捉创作的素材。在风格化的要求下,表演者要完成符合个人特色的表演更是难上加难。所以,对创作者来说,如何确立风格并持续长久地创作是创作者需要面临的难题。

无论是从产业布局还是从节目生产的角度,《吐槽大会》、《脱口秀大会》这类“单口喜剧”类脱口秀的本土化发展仅处于初期。而我我国如今的媒介环境,多元文化交融并举,“单口喜剧”类脱口秀在我国本土的出现,正是呼应了时代的变化,暗合受众的诉求:一方面为我国的繁荣助力,一方面更是为个体自觉、自省提供了话语空间,提倡受众进行有观点、有态度的良性思考。我们适时地总结经验,发现问题,是要从根源上保证其健康地成长,“面壁”是为了“破壁”,助力该类型节目提升现有的格局,超越在认识上的误区,以达到更新的境界。 据《北京晨报》



《琅琊榜2》

黄晓明表演意外获赞

“一卷风云琅琊榜,囊尽天下奇英才”,2015年,主打“家国情怀”与“宫廷权谋”的《琅琊榜》横空出世,一跃成为当年国产剧的巅峰之作。2017年底,顶着“续集”与“黄晓明”两大标签的《琅琊榜之风起长林》(以下简称《风起长林》)在一片叫衰声中,登陆北京卫视和东方卫视周播剧场,并在爱奇艺同步播出。原本坐等吐槽的网友,却在开播当日画风突变,刷屏的“意外”、“感动”、“初心回归”、“真诚”等评价,既是对《风起长林》的肯定,也是对黄晓明演技的意外欣喜。

演技逐渐被放大、被发酵讨论的今天,被贴上“霸道总裁”、“邪魅狂狷”标签的黄晓明,似乎再难在演技上赢得口碑。然而,无论是《大汉天子》中少不经事、意气风发的帝王刘彻,还是《风声》中心狠手辣、不择手段的反派武田,抑或《中国合伙人》中草根逆袭的成东青,都曾是观众公认的荧屏经典。如今,凭借对幼弟怜爱,对妻子情深,低调隐忍、刚柔并济的萧平章一角,黄晓明终于再次靠演技获得了大众的认可。铁粉们在泪目感慨“他还是个演员”,而黄晓明则深情回复道:抱歉,让你久等了。

据《北京晨报》



贾樟柯新书《贾想2》新年问世

知名导演贾樟柯的2008-2016电影手记《贾想2》,在辞旧迎新中欣然问世。用贾樟柯的话说就是:八年岁月,几页薄纸。我所处的时代,满是无法阻挡的文化,拿起摄影机拍摄这颠覆塌陷的变化,或许是我的天命。我想用电影去面对,无论哪一个时代,所有人都要经历的那些不可回避的艰难时刻。

贾樟柯的《贾想1》已于2009年出版,记录的是他的1996-2008年的电影岁月。如今他再次送出一个“贾想”,满满都是他对过去八年电影艺术时光的记忆。沉入大地,或飞向天空,贾樟柯导演继续在他的电影艺术之路上慷慨前行。 据《北京青年报》



中国儿艺经典儿童剧有了“小小代言人”

近日,中国儿艺以一场“跨年剧汇暨2018‘小小代言人’颁奖礼”结束了2017年。中国儿艺多部经典作品中的优秀青年演员与34位2018“小小代言人”同台展示,孩子们以自己的方式走近戏剧。据悉,2018“小小代言人”评选活动在去年线上投票的基础上,特设线下展示环节,让孩子们全面展现自身风采,最终34位小朋友脱颖而出,成为中国儿艺2018“小小代言人”。颁奖礼现场“小小代言人”们陆续登台,携手中国儿艺的演员为观众呈现了9个精彩节目。“小小代言人”还将成为第八届中国儿童戏剧节的小小志愿者,与中国儿艺携手将儿童剧的魅力传递给更多的孩子。 据《北京青年报》