

沪剧电影《雷雨》
拍摄现场

沪语

谈《雷雨》等相继擦亮沪语电影品牌

让影视拍出上海味道

根据经典沪剧《雷雨》改编的电影近日已悄然开机,主创团队集体亮相于上海国际电影节。上海沪剧院院长茅善玉表示,从沪剧《雷雨》走红到沪剧电影《雷雨》开机,沪剧人经过了半个多世纪的准备和等待。从沪剧电影《雷雨》到近期推出的沪语版电影《大李小李和老李》、沪语话剧《繁花》和同名沪语电影的筹拍,引发了人们对沪语影视文化的回望与热议……

沪剧“触电”有历史

沪语是中国三大方言之一,沪剧也是有影响的戏曲剧种。早在1937年,戏剧大师曹禺的经典名剧《雷雨》就被改编成沪剧。1959年,由著名沪剧表演艺术家丁是娥等一批沪剧界前辈再次改编上演,整部戏汇聚了丁派、石派、解派、邵派、王派、杨派、袁派等沪剧七大流派的创始人,演出轰动了整个上海滩,并被曹禺本人认为是最贴合他作品精神的一部《雷雨》。这次,上海新文化影业和中国剧协、上海沪剧院联手把沪剧《雷雨》搬上大银幕,意义不凡。

沪剧,是上海的本土剧种,也是最擅长表现现代都市题材的戏曲剧种,“西装旗袍戏”是其最具特色的一部分。上世纪五十年代,两部沪剧电影《星星之火》和《罗汉钱》先后搬上银幕,这让沪剧走出上海,走向全国,家喻户晓。上世纪八十年代初,沪剧更是首开荧屏先河,把上海明星周璇的遭遇拍摄成5集电视剧《璇子》,让茅善玉、徐俊、马莉莉等沪剧演员走进了千家万户。这次《雷雨》拍摄,可谓是影视与沪剧再度携手。

浓郁风情扑面来

打响上海文化品牌,沪语作为上海城市生活中最普遍的方言,也创造了许多经典作品。金宇澄获得茅盾文学奖的长篇小说《繁花》,就是用沪语写成的。搬上话剧舞台后,依然用沪语进行表演,体现出浓郁的上海风情。电影导演王家卫透露,新片《繁花》对白也将全部使用沪语,目前已进入筹拍阶段。上世纪九十年代,上海还拍摄过一系列沪语电视剧,其中有《孽债》《何需再回首》《夺子战争》等,播出时万人空巷,轰动一时。用沪语表演,让作品充满了城市特有的文化韵味。

为了完成谢晋导演的未竟遗愿,重现沪语方言喜剧魅力,上海国际电影节这次也推出了由众多沪上明星参与配音的《大李小李和老李》沪语版。谢晋导演1962年执导了喜剧片《大李小李和老李》,这部影片拍摄最初也以沪语进行,只是最后

成片时因成本有限,未能录制同期声,最后只得采用普通话进行录音,这成了当年中国电影史上的一大憾事。1963年,上影还拍摄了杨华生、绿杨、笑嘻嘻等主演的滑稽戏沪语电影《如此爹娘》。梳理这些沪语与影视的渊源关系,可见,影视对于助力上海本土文化的巨大影响力。

上海标识在增强

在不少上海艺术家看来,要体现上海风情,拍出上海味道,语言是很关键的一环。这也是近年来,一些影视片在表现上海题材、上海人物时,时常会夹杂一些沪语的原因,如电影《股疯》《海上花》《色戒》《花样年华》《红粉》等,都不同程度地运用了沪语。而近年来荧屏上红火过的海派情景喜剧《老娘舅》《开心公寓》《红茶坊》等系列,则完全离不开沪语。这就像沪剧、滑稽戏等本土文化艺术品种,一旦离开了沪语这一乡音基础,就难以生存并无法延续。著名笑星王汝刚认为,沪语是上海这座城市的母语,但如今上海有许多小孩都不会说上海话了,这就成了一大问题,久而久之,会危及上海本地的戏曲曲艺剧种。

值得欣慰的是,近年来,在社会多方大力呼吁下,保护上海方言,留住城市记忆,发展上海文化,已经成了人们的共识。用乡音留住乡愁,沪语文艺创作的环境逐渐宽松,沪语的艺术传承越来越被重视。因此,当观众相遇在影院,能够重新观赏沪语电影、电视剧,这不仅让人看到了影视对优秀传统文化的弘扬,看到了沪语这一乡音的基础在增强,更看到了上海文化品牌的标识度在提升。

俞亮鑫

众明星参与《大李小李和老李》配音

IP源头风向悄悄转变

获推荐优质IP:

现实主义题材超七成

本报讯(记者 徐翌晟)昨天,在上海世博中心举行的2018阅文集团IP生态大会上透露出消息,2017年,以IP为核心,游戏、动漫、文学、影视、电竞和视频等多元数字内容共融共生,发展迅速,相关产业创造超过5000亿元的核心产值,在数字经济中的比重已经超过了五分之一。获得重点推荐的优质IP中,现实主义题材超过了七成,并且正在自主研发一部能够代表文化自信、文化输出的现象级力作——《梨园计划》。

作为IP源头,网文最初以玄幻奇幻类IP成名起家,在网站发展过程中不断拓展新小说内容,涵盖了现实主义、青春校园、热血冒险、体育竞技、职场正剧等多种类型,在IP开发的不同环节共同对IP进行长线孵化,开发领域涉及动画、漫画、影视、游戏、音乐、舞台剧、综艺、衍生品等等多个行业。通过阅文的IP开发模式将更多优质IP塑造为具有影响力的中国民族IP。去年,阅文平台共有100余部作品进行IP授权改编,且改编作品屡创刷新收视高峰,累积全网观看量达880亿次。另外共有11部自制动漫开播,多部作品成为国漫新标杆。

正在开发中的《梨园计划》IP,将会从小说、漫画延伸到舞台剧、游戏等多个领域,全面展现京剧的艺术魅力。梅兰芳后人梅玮是个80后的动漫爱好者,他说:“随着京剧文化和IP生态化的结合,一定能演绎出新时代的京剧篇章,将京剧年轻化,重塑跨界新世纪的梨园之魂。”他说自己之所以对围棋产生浓厚的兴趣,就是因为看了一部动漫作品《棋魂》。“京剧作为国粹,应该用更加符合当代中国人的价值理念、用当代中国年轻人的审美观念方式去进一步传播和推广。”

涉足影视改编领域的负责人李茜茹接连发布了《CMFU学院》《兵者为王》《斗战狂潮》《神藏》等多个IP新片单。其中青春校园燃系竞技类作品《CMFU学院》系列作为阅文的首部自制影视剧,将打造成为青春正能量系列剧。反映中国特种兵成长的小说《兵者为王》,将打造成一部面向年轻受众的主旋律军事影视剧。科幻新作《斗战狂潮》,在主题乐园、衍生品乃至VR和AR方面发力。《神藏》吸引了刘德华成为共营合伙人,特地录制VCR表达对项目的关注,与梦造者合作的改编影视剧预计明年上半年开拍。

阅文集团版权负责人顾健宇推荐的《工业霸王》《星级大头条》等十一部精选的优质IP,题材横跨工业发展、科幻、谍战、都市职场、乡镇改革等多元种类,推荐的作品中超过七成来自现实主义题材,除了内容具有很强的代入感与认同感外,改编实操难度也较低,市场欢迎度较高。

未来,有中国特色的文化IP,将促进文化产业的生态化协同发展,建设产业发达、文化繁荣、价值广泛的数字文化中国。

中国歌手林宝

哈萨克斯坦获奖

本报讯(记者 吴翔)6月16日晚,为期两天的“阿斯塔纳之声”国际流行演唱大赛(音乐节)在哈萨克斯坦首都阿斯塔纳落幕。这次比赛吸引了来自20个国家的22组歌手唱将,竞争激烈。有着“丝路百灵”之称上海星外星旗下歌手林宝代表中国参赛,不负众望,获得第二名。

按照此次大赛的要求,所有选手在半决赛时必须用哈萨克语演唱一首关于阿斯塔纳的歌曲。林宝用了10天时间学习了一首哈萨克新歌——《致敬阿斯塔纳》,评委都误认为是一位哈萨克族母语的歌手在演唱。决赛中,面对一万多名观众,林宝选择了颇有挑战的奥斯卡英文名曲,惊艳了比赛现场,也打动了评委,获得第二名。

林宝的此次“阿斯塔纳之声”获奖,是中国流行音乐家更多站在国际舞台的证明,也让国外流行音乐界看到中国流行音乐家的实力和风采。

京东携各大品牌助力“上海品牌”发展

世界杯、父亲节、端午节,今年的“三节”齐聚之日也是京东“6·18”诞辰之日和一贯的年中促销之日。这一晚,风轻云淡潮涌水阔的黄浦江上,载着“京东618”巨型灯牌的10艘游轮如同巨龙一般迎风追月踏歌前行;这一晚,京东积极响应号召,携东方购物、可口可乐、光明、康师傅、联合利华等一众知名品牌共同启动了“京东无界618联盟”,一起助力“上海品牌”更好发展。

“热爱”之情盎然起

随着6月18日的到来,一场网上购物的狂欢也在京东网上迅速升温。统计数据显示,截至6月17日14点40分,京东全球年中618购物节累计下单金额就突破1199亿元,远超2017年6月1日0时至6月18日24时的累计下单金额。

6月18日晚上19:30,东方明珠准时开启“京东红”模式,亮起“京东618,点燃你的热爱”标语,点燃全上海人的热爱;与此同时,10艘载着“京东618”巨型灯牌的游轮也从外滩公园码头准时启航,开启京东年中购物狂欢。

京东数据显示,今年618全球年中购物节期间,上海市累计消费额在全国排名第二。其中80后用户是消费主力,其次是90后和70后,95后用户崛起速度飞快,新一代年轻人的力量已经凸显。

助力“上海品牌”建设

京东方面透露,为主动适应消费升级新趋势,已参与签署了“上海全球新品首发地”合作协议,以建设全球新品首发平台为引领,提升“上海购物”品牌的影响力。6月15日京东赫斯特媒体集团旗下杂志《ELLE DECORATION 家居廊》的无界零售赋能项目在上海首发,京东“京致集apartment STORE”生活美学无界零售快闪店也在环球港揭幕。

而京东自有品牌“京造”,也是顺应消费升级的趋势给用户带来了性价比更高的品质产品。京造与上海多家国际一流制造商进行合作,通过合作国际顶尖质检机构严把质量关,让消费者买得好、买得精、买放心。

京东方面透露,其上海一直推行“211”标准,即消费者在上午11点前下单,当天18点至20点可以收到;如果11点到下午3点下单,第二天上午11点前可以收到。为更好提升消费者的购物体验 and 尊贵服务需求,京东还不遗余力推出了“311”⁺——晚上21点到23点也可提供配送服务,以及“精准达”和“京尊达”服务。