

倪大红等演技派“翻红”

偶像派正在被替代?

调侃自己“人不红所以才叫大红”的倪大红,凭借《都挺好》中“苏大强”一角,入围今年上海电视节白玉兰最佳男主角奖的角逐;去年因《我的前半生》中“薛甄珠”一角拿下白玉兰最佳女配角奖的许娣,是凭借喜感丈母娘一角的出色演绎,让观众记住了她的姓名。这两位常年躲在角色背后的演技派,经历的正是典型的“翻红”轨迹。

“翻红”是近年网络影视行业的高频词。顾名思义,常年不红的演员突然因为一部作品名气陡升。与“蹿红”不同,能够“翻红”的往往是一些人生阅历与演出经验相对丰富的中生代演员。

从前两年流量偶像一夜“蹿红”,到近年演技派“翻红”成了流量新贵,这恰恰显示出影视剧领域对演员乃至剧集专业品质追求的回归。在业内人士看来,大量中生代演员凭借一个个充满生活质感的角色走红,与现实主义创作精神的走强有很大的关系。而这分品质精神的追求,也在潜移默化间,改变了青年演员的成长晋升路径。

“演技适配度”

比“流量数据”更重要

“偶像派演员因自带流量受到广告商与网络平台的青睐,但是这类演员的角色局限很大。他们可以与带有梦幻色彩的校园偶像剧、古装偶像剧相得益彰,却很难演好接地气的现实主义题材。”慈文传媒创始人马中骏分析,影视圈“重心”从偶像派向演技派回调,与现实主义题材的走强有很大的关系,近年来形成网络传播效应的佳作,有许多是生活抓地感强的作品。

不难发现,让演技派“翻红”的角色,往往在生活质感极强,承载着喜悦、无奈与纠结等不同的情感层次。表演者如若没有一定的生活阅历,缺乏扎实的演技支撑,很难让角色“立”起来。最近,演员王劲松凭借在《破冰行动》中对多面反派林耀东细腻的演绎,收获一片叫好。一场戏里,林耀东与儿子话别,剧本中,父子两人只有淡淡几句对白,王劲松却加了一段为儿子将衣扣一颗颗扣好的动作,这一幕让林耀东的形象变得更为鲜活立体。王劲松说,这个即兴细节其实来自对生活的观察,原来,在他小时候,不善言辞却心思细腻的父亲,总会抽空来到托儿所,根据天气为他增减衣服。这份来自生活的细腻感动,通过精准的演技,被传递到剧集之中。

对于更多想要把内容做好的原创剧集来说,演员的“演技适配度”无疑比“流量数据”更为重要。前几年,不少自带流量的年轻演员被炒成了“稀缺资源”,他们的天价片酬严重挤压了导演、编剧、摄影、服化、美



术、特效等诸多环节的投入,而稚嫩的演技又不足以支撑起剧集的看点,最终导致剧集流量在口碑滑坡中沦陷。

《白夜追凶》的导演五百曾坦言,当年之所以选择事业跌入谷底的潘粤明出演男主角,正是看中了他的演技的宽度。最终,这位演员一人分饰两角的精彩演绎,不但没有辜负剧集的整体品质,还成了播出后的最大亮点,演员本人也因为这个角色迎来事业新的高峰。

让演技成为更多年轻演员“晋级”成长的路径

“让更专业的人站到行业的中心位置,是一种正常的产业价值回归,而这种回归不光让演技派获益,对于青年演员的发展也有良性的作用。”在网络剧导演白一骢看

来,市场摒弃了对颜值与流量的盲目崇拜,其实为初入行业的青年人摆正心态、磨砺演技提供了空间。

“偶像派”在影视市场最火爆的那几年里,就曾有一位知名导演表达过一些年轻演员被“错位”的尴尬:他们中的一些人是真的努力,也真的想演好作品,但是缺乏最基础的演技训练与舞台经验,在无人指导的赶工环境中,又要担负起整部剧集里最复杂最吃重的角色,很多人因此在片场变得无所适从。

在当下一批品质剧集中,拉开主要演员年龄梯度,合理分配戏份的搭档模式形成了“带教”格局。网络剧《沙海》采用了双男主阵容,长期活跃于大银幕,表演经验丰富的秦昊,与90后演员吴磊搭档。沉稳气场与青春活力之间碰撞出火花;网络剧《黄金瞳》中,李立群、韩童生等演技派的加盟,为偶像派张艺兴的角色演绎增添了参照与底气;《破冰行动》中模特出身的90后新人演员黄景瑜,则更为幸运地与吴刚、王劲松、任达华、张晞临等演技派同台合作,借着“高配”正剧积累演出经验,探索向实力派的转型。

可以看到的是,荧屏将更多注意力投向演技的同时,并没有将“偶像”“明星”逼至角落,反而为他们的成长提供了一种可能。让合适的人演合适的角色,让表演和流量形成正相关,恰恰是电视剧市场理性回归的表现,毕竟,内容和品质赢得的才是有价值的流量。

本报综合消息



中丹艺术家携手打造《小美人鱼》

由中国儿童艺术剧院联手丹麦艺术家根据安徒生童话《海的女儿》改编的儿童剧《小美人鱼》,将于7月6日第九届中国儿童戏剧节开幕当日首演,开启小朋友们的暑期艺术之旅。

《海的女儿》是安徒生最优美和脍炙人口的童话之一,通过讲述小美人鱼对爱情、灵魂、理想的追求,塑造了一个善良纯洁、坚强且具有奉献精神经典童话形象。

丹麦戏剧中心首席执行官兼董事执行顾问亨利·科勒表示,“在遵循原著的基础上,我们希望让中国儿童看到一个原汁原味的《小美人鱼》的故事。在丹麦,我们不避讳给孩子们讲述悲伤的故事,但是希望通过我们轻松的演绎,让每一个小朋友都能感受到爱与希望。在不久之后,我们也将再在丹麦创排中国版的‘小美人鱼’——《东海人鱼》的故事。希望通过两国艺术家的交流合作,让两国儿童更多地接触到优秀的戏剧艺术。”

为了将这部耳熟能详的童话作品进行更好地诠释,亨利·科勒找到了丹麦艺术家托基尔·林德贝格担任此次《小美人鱼》的编剧和导演,与中国儿童艺术剧院优秀青年导演毛尔南共同执导该剧。托基尔·林德贝格是丹麦著名的导演、演员,他参与创作的作品多达百余部,许多作品都在全国乃至世界巡回演出。

该剧的中方导演是曾执导《三个和尚》《木又寸》《小布头奇遇记》等儿童剧的中国儿童艺术剧院优秀青年导演毛尔南,他表示:“安徒生的悲剧力量推动着人类走向更加光明的温暖,这种力量比喜剧的力量来得更加强烈。”

本报综合消息



《未来机器城》暑期上映

由阿里巴巴影业集团、万达影视传媒有限公司出品的动画电影《未来机器城》宣布定档7月26日。该片去年就被流媒体巨头网飞斥巨资购入海外版权,并成为该公司史上成交价最高的动画电影。电影动人的情感线以及精良的动画场面,也使其在海外频频获奖。

在《未来机器城》呈现的未来世界中,机器人已经遍布人类生活的各个角落。叛逆足球少女苏小麦在机缘巧合下与机器人7723相遇,在“有福我享有难你当”的暖心陪伴下,苏小麦的内心也经历了从对机器人深恶痛绝到对7723敞开心扉的变化,两人渐渐成为彼此的依靠。但好景不长,7723不得不面临令人揪心的选择——因内存不足而必须在保护小麦的武器和与小麦的美好回忆中二选一,这个选择也是故事走向的重要转折点。

据悉,《未来机器城》荣获2019年第66届美国音效剪辑协会金卷轴奖最佳动画片声音编辑,以及在儿童影视业内最具权威的奖项之一“Kidscreen Awards”中,获得2019年最佳动画和最佳设计奖。

除此之外,《未来机器城》与《无敌破坏王2:大闹互联网》、《超人总动员2》、《蜘蛛侠:平行宇宙》等世界顶级动画电影一同提名第46届安妮奖,安妮奖被称为“动画界的奥斯卡”,在国际上的水准不言而喻。 本报综合消息

好作品长啥样?

小切口,大情怀,正能量

在互联网的助推下,电视节目已经成为全民谈资、网络热搜,在议题设置、舆论引导、树立文化自信中起到重要作用。如何抒写时代,讴歌人民,是当下电视人必须着重思考的议题。

今年上海电视节首场白玉兰论坛将主题确立为“光影七十年·荧屏新时代”。在10日的论坛现场,“讴歌时代”成为业内人士口中的高频词。文艺作品如何讴歌时代,体现人民的获得感与幸福感?这个问题并没有标准答案,倒是业内人士口中一批鲜活的作品,成了极有意义的行业参考案例。

主旋律题材的选题广度正在拓展

展现历史进程与百姓中国梦的主旋律题材,被业内人士视为近年国产影视行业的大势。大国崛起的时代背景,民族复兴的历史视角,再加上新中国成立70周年、建党100周年等重大节点的接踵而至,给予了主旋律题材丰沛的故事土壤。

好作品有哪些共性?“小切口,大情怀,正能量”的特质异常突出。正在播出的《我的真朋友》以房产中介的角度,观察社会百态;高口碑网剧《独家记忆》用一段“学霸”之间的爱情,展现大学校园的悸动与奋斗;《爱情的边疆》以一段中苏跨国恋,展现父辈的青春史诗;《那些年,我们正年轻》以充满私人温度的成长叙事,打开中国的航天发展史;改编自广东“雷霆扫毒”行动的《破冰行动》,则为观众带来真实的震撼以及对

英雄的敬意;在从重流量到重质量、重爽感到重现实的行业“调焦”中,主旋律作品的题材宽度与表达深度都在延展。

细腻的视角与品质的呈现,拓宽了主旋律题材的选题范围,也让这一类型更具“受众亲和力”,进一步成为市场刚需。“新的时代,给予我们新的机遇与使命,电视人如果不抓住时代的大主题,就会被市场淘汰。”华策影视集团创始人赵依芳说。为了把握市场的大趋势,华策甚至专门于一年前成立了“大剧研发中心”,专注于孵化主旋律题材作品。而这位经验丰富的电视人在论坛现场提前“剧透”的新作品中,主旋律题材的选题范围还在进一步拓宽。中国首部展现公益救援题材的剧集《追光者》;描绘小康生活新画卷的《八零九零》;以古田会议为背景的《绝境铸剑》;全景式反映新中国外交战线英雄事迹的《外交风云》等作品,都出现在了华策的“计划片单”上。

在创新中回归文化、文艺品质

“没有流量明星、没有现成IP,却长期保持同时段收视第一的成绩,并且代表中国节目走上戛纳电视节的主舞台。”在论坛现场,业内人士口中一档电视节目,颠覆了市场对“爆款”的通常认知,引发关注。今年初登上东方卫视的《闪亮的名字》跳出传统英雄模范人物题材的创作模式,将实地采访与场景式演绎相结合,用电影化的



表现手法再现英雄事迹。综艺、纪实、微电影等表现形式,被熔于一炉,服务于英雄故事的真实、生动表达。随着节目收视率的节节攀升,环保卫士杰桑·索南达杰、“两弹一星”元勋郭永怀、“种子猎人”钟扬等时代英雄的名字、故事与精神,进入千家万户,带给观众真挚的感动。

令人动容的英雄故事之外,被创意带到传播浪尖的还有传统文化与文创产业。去年底在网络平台、卫视频道皆取得好成绩的《上新了·故宫》,便是电视人口中的经典案例。节目不但带观众前往故宫的神秘区域探宝,揭秘一出发生在故宫的温情故事,还联手设计师,每期展示一个引领潮流的文创衍生品。节目以新颖的理念,让故宫中承载的传统文化“活”起来,真正进入观众的生活。令人欣喜的是,这股文化浪潮还将继续,平台方透露,《上新了·故宫》今年将推出第二季,与之相携而来的,还有《我在颐和园等你》《遇见天坛》《长城》等一系列弘扬中华传统文化的品质节目。

在业内人士看来,用创新的方式,讲好无愧于时代的生动故事,其背后恰恰展现出创作者对创作初心、对文化、文艺品质的回归。

本报综合消息