

《悟空传》引发新“西游热”：“中国故事”如何讲好？

据新华社“西游热”再热——根据网络流行文学作品《悟空传》改编推出的同名电影7月13日起在全国公映,首日票房突破1亿元。一批借鉴“西游”的动漫新形象、新作品,日前也在上海举办的中国国际动漫游戏博览会上亮相。

不仅《西游记》被称为中国原创“超级IP(知识产权)”,《三国演义》《红楼梦》《水浒传》等古典名著也被二次、三次开发,相关概念的电影、电视剧、漫画、动画、网络文学等自改革开放以来集中涌现,近年来更趋于网络化传播。业内和受众关注这些代表中华优秀传统文化的古典作品,未来能否吸引更年轻的群体?能否历久弥新?

“西游”主题作品进入网络传播时代

从1986年版电视剧《西游记》创造超高收视率,到上世纪90年代香港电影《大话西游》系列走红,再到2015年3D动画大片《西游记之大圣归来》票房突破9亿元。在目前国内票房过

10亿元的电影中,有4部是近年新创作的“西游”主题作品。

与“网红”《悟空传》登上银幕有所巧合,企鹅影视在中国国际动漫游戏博览会期间发布的创作目录,专门提到了“不一样的西游”之动漫作品《西行记》。这将是一部根据热门香港连载漫画改编的“西游”新作。

受众年龄从“60后”“70后”,现在逐步转变为“90后”和2000年以后出生的群体,以“西游”为主题的作品也进入了网络传播时代。

一名网友在看了《悟空传》点映后留言:“很庆幸,这偏偏是最能戳中我心的孙悟空,居然哭了好几次。”

据“二次元”动漫社交平台哔哩哔哩网站的调查显示,“西游”“三国”两大古典主题被中外影视机构及网友自发改编成超过上万种网络衍生品,历久弥新,堪称网友“真爱”。

古典名著的“复兴”源于匠心

尽管《西游记》等古典名著的“粉丝”越来越年轻,收视和观影习

惯也变得越来越网络化,但老一辈艺术家兢兢业业投身文艺创作的匠心,才是打动不同年龄层次观众的关键。

以《西游记》为例,1986年版电视剧《西游记》是一座难以逾越的里程碑。再向前追溯,上海美术电影制片厂的动画电影《大闹天宫》也堪称经典,而更早版本的经典“西游”故事大多出现在中国传统戏曲舞台上。

据1986年版电视剧《西游记》中孙悟空的扮演者六小龄童回忆,他曾十余次拜访中国动画鼻祖、动画片《大闹天宫》的导演万籁天先生,讨教孙悟空角色的各种细节,并向京剧北派“猴王”李万春先生、中国武术界有新中国“猴王”美誉的肖应鹏先生请教。

《三国演义》《红楼梦》等在上世纪80年代也被相继改编登上电视荧屏,至今仍与《西游记》并列“重播次数最多的电视剧精品”。

前不久,总导演王扶林领衔的《红楼梦》剧组在京举行30年团圆

会,再度引发网友热议。大家公认,从剧本、表演、音乐,到造型、服饰、妆容等,每一位演职人员都做足了功课,以严谨的创作态度,齐心协力造就了1987版电视剧《红楼梦》这部经典。

“今天的网友习惯用‘燃’‘仙’等词汇来形容互联网平台上传播的古装经典形象,无论是动画,还是影视剧,国产原创作品如果从中华优秀传统文化中汲取养分,释放正能量,观众自然会跟进你的作品。”腾讯视频总编辑王娟说。

经典“中国故事”期待更多创造性转化

业内人士及学者认为,从优秀传统文化中挖掘经典“中国故事”,不能止于“西游”“红楼”等名著,更多的好故事有待进行系统性的创造性转化,进而实现创新性发展。

主持研发《秦时明月》系列动画的玄机科技董事长沈乐平认为,粗糙教条式的讲故事风格,会让不少青少年对传统文化感到陌生和疏离,只要方

法得当,以年青一代便于接受的叙事方式和传播途径,同样可以讲好“中国故事”。

以《秦时明月》为例,在10年间,这一动画系列已刻画了李斯、蒙恬、项羽、荆轲、韩非、陈胜、吴广等一批家喻户晓的古代人物,并以年轻受众容易接受的语言和想象力,赋予人物一定的时代精神,因此在海内外产生了一大批“秦时粉”。

《悟空传》原作者、以“今何在”笔名长期发表网络文学作品的曾雨告诉记者,从2000年初创作“天蓬”与“阿月”、“悟空”与“紫霞”等故事,到今天影片上映,已经过去了17年,受众群体发生了很大变化,但是“西游”主题创作本身“励志”“成长”等元素始终没有变。

时下,受众希望“西游”“三国”“水浒”等主题的影视和动漫创作继续求新求变。曾雨认为,基于优秀传统文化的创作可以进一步突破框框,做出更多接地气同时又是面向全球市场的新经典。

■许晓青 翟翔

国产动画“大耳朵图图”登上大银幕 反思当代家庭教育误区

据新华社 以我国当代原创动画形象“大耳朵图图”为主人公的动画电影《大耳朵图图之美食狂想曲》7月18日在上海首映。故事讲述了主人公“胡图图”参加小厨神大赛的奇遇记,以幽默的对白、欢快的场景折射当代家庭教育所面临的各种困境。

“大耳朵图图”动画形象诞生于2000年左右,由长期从事美术和动画设计的速泰熙、速达父女联袂创作了“图图”的原形。2004年起“图图”系列电视动画片在中央电视台播出,成为陪伴新一代青少年成长的本土原创动画形象。

“图图”角色设计者、年过七旬的速泰熙说,过去的动画电影一般以动物形象为主,人物形象则大多是“小英雄”。“图图”这个形象则有所不同,它诞生之初,就被“植入”了普通孩子的生活习惯和小缺点,形象和故事更加“接地气”,也因此受到欢迎。

“不能输在起跑线上”“每个孩子都要当冠军”“别人家的孩子,都是好孩子”这些家长经常讨论的热点话题,也巧妙穿插在《大耳朵图图之美食狂想曲》的故事情节中,引发

陪同孩子观看电影的家长反思。一位观众告诉记者,片中“图图妈”遇到的“校园攀比风”等现象,其实也是现在很多学生家长绕不开的“心结”,值得大家讨论和思考。

上影集团总裁任仲伦说,今年是上海美术电影制片厂60周年,“大耳朵图图”作为美影大家庭中的新秀登上电影银幕具有标志性意义。美影旗下一大批动画人物不仅代表“动画中国学派”的价值和审美,同时也契合中国社会发展和现实关怀,比如“没头脑和不高兴”“邋遢大王”等,“图图”也是这样一个个在轻松诙谐中寓教于乐的经典形象。

上海美术电影制片厂艺术总监、《大耳朵图图之美食狂想曲》导演速达表示,“图图”首次登上银幕,剧组在片中还专门制作多个场景,致敬上世纪60年代的美影经典动画《大闹天宫》,在音乐方面也精心设计,推出多首不同节奏的主题曲,吸引不同年龄段观众。

据悉,《大耳朵图图之美食狂想曲》除普通话版,还将推出上海方言版、广东方言版。该片将于7月28日起在全国公映。 ■许晓青



7月19日,河北省廊坊市开展“学传统民俗,度文化暑假”主题活动,孩子们在当地“非遗”传承人指导下,学习传统民俗知识,体验传统民俗工艺。图为在廊坊市广阳区新星里社区,“非遗”体验馆负责人向孩子们展示具有地方特色的传统工艺品。 ■新华社记者 王晓摄

国家文物局：健全非国有博物馆退出机制

据新华社 国家文物局近日出台《关于进一步推动非国有博物馆发展的意见》,提出要依法加强非国有博物馆内部管理,健全其退出机制,探索建立信息公开和信用档案制度。

非国有博物馆是我国博物馆体系的重要组成部分。意见指出,非国有博物馆设立应以永久性为目标,如因特殊原因确需终止的,不得向举办者、出资者或理事等分配剩余财产。剩余财产应当按照相关法律、法规和本馆章程的有关规定用于公益目的。非国有博物馆终止后的藏品应优先转让给宗旨相同或者相近的博物馆;没有宗旨相同或者相近博物馆接收的,应由省级文物主管部门主持转让给其他博物馆并向社会公告。

同时,各级文物主管部门、博物馆行业组织要将建立信息公开制度作为博物馆等级评定、运行评估、绩效考评、资金安排等的重要评价指标。非国有博物馆应按年度公布其年度报告,报告内容包括藏品情况、展览活动情况、资产管理使用情况和接受、使用捐赠、资助的有关情况等,主动接受社会监督。

意见特别强调,要探索由博物馆行业组织主导建立非国有博物馆信用档案制度,采集、记录非国有博物馆在藏品征集、陈列展览、观众接待、安全防范、商业经营活动等方面的信用情况,特别是要加强对失信行为和接受行政处罚信息的记录。信用记录与有关部门共享,定期向社会公开,并配套建立有关奖惩机制。 ■施雨岑

安徽“共享书店”：打造共享阅读生态圈

据新华社 只需缴纳99元押金,便可免费把书从书店带回家;10天内归还可享免费借阅,押金随时退还;3个月内读完12本可享退还押金的8%作为“阅读奖学金”……

7月16日,安徽新华发行集团旗下合肥三孝口书店以首创“共享书店”的身份正式亮相。这家书店一度走红网络,有着“全国最美书店”“全国首家O2O智慧书城”“中部地区首家24小时书店”等称号。

“‘共享书店’实现由买书到借书、把书店变成自家书房,由个人阅读到共享阅读的重大转变。”安徽新华发行集团董事长曹杰说,2017年,安徽新华发行集团依托旗下皖新传

媒的“阅+平台”推出“智慧书房”APP,首创“共享书店”新模式。

今后,读者走进书店,只需要用手机下载“智慧书房”APP,缴纳99元押金,就可把书带回家。读者每次可以借阅2本总定价不高于150元的图书,免费借阅时限为10天,只要按期归还,借阅次数不限,押金可随时退还。逾期每天收费1元,按书价封顶。

为鼓励阅读、传播阅读,书店推出“阅读奖学金”制度,用户每阅读一本书并按期归还就会有1块钱奖学金直接打入其“智慧书房”账户,3个月读12本书便可得到退还押金的8%作为奖励。

“近年来消费者阅读习惯和购买

方式发生巨大变化,我们相信未来所有的书店都会实现共享。”曹杰说,“共享书店”是基于对用户需求的分析和把握,依托实体书店的原有资源,通过运营模式的颠覆式变革,实现阅读服务的转型升级。

2014年6月至今,合肥三孝口书店客流约为700万人次。“共享书店”首批在安徽10家新华书店实体书店和校园书店同步试点。“我们的‘阅+线上平台’已经进驻包括喜马拉雅、学霸君、沪江网等100多家全国知名泛娱乐、自媒体、新媒体,未来还将推出更多理财产品、研学游产品等等,打造‘阅+生态圈’。”曹杰说。 ■刘美子