

扶摇、欢乐颂五美要说阿拉伯语了

近年国产剧集组团出海,多部剧海外热播

近日,国产电视剧《欢乐颂》阿拉伯语版开播仪式在埃及首都开罗举行,这部42集的电视连续剧将于明年1月1日起,在埃及国家电视台第二频道播出,每天播出一集。

早在2015年,中国国际广播电台与埃及广播电视联盟签订了“中国剧场”栏目合作协议,至今已在埃及国家电视台第二频道播放多部中国电视剧,受到埃及观众的喜爱。埃及国家新闻委员会秘书长易卜拉欣·艾勒伊拉基表示:“近年来埃及与中国在广播电视领域的合作迅速发展,此前在埃及已经播出了《金太郎的幸福生活》《父母爱情》《北京青年》等中国电视剧。”

值得一提的是,“国剧出海”是这两年国内各大影视论坛的热点议题,不仅《生活启示录》《小别离》《鸡毛飞上天》等国内热播电视剧接连出海,就连《白夜追凶》《河神》《无证之罪》等高品质网络独播剧也被Netflix买下,在全球195个国家和地区播出。



著名文史学家虞云国郑州开讲:
关于宋朝的那些事儿

如果能穿越 最想回到仁宗时代的汴京

本报讯(记者 苏瑜)11月20日,上海师范大学教授,著名文史学家虞云国做客郑州松社书店,围绕其最新专著《南宋行暮:宋光宗宋宁宗时代》,为绿城读者剖析历史上的南宋是如何于“光宁时代”被“雨打风吹去”的。

古稀之年的虞云国幽默风趣,充满童心的话语时常流露出智慧的光辉。此次郑州之行,几场活动都非常受读者欢迎。他说,历史不能开药方,不是算命先生,但是至少某些方面可以给我们启示。所以还原更真实、更有趣味的历史就显得尤为重要。

据介绍,《南宋行暮:宋光宗宋宁宗时代》是一部以光宗、宁宗为传主的时代史,全面展示了南宋中期的政治社会问题,甫一面市便备受好评。

面对近年来的“历史热”“宫斗热”,虞云国指出历史有两个层面的功能,一个是学术前沿、学术研究,一是为大众普及。因此虞老十分反感戏说、夸大、改编历史的做法。

“历史必须与现实相符,后宫妃子是专制帝制的附属品,是封建帝制的肌瘤,她们大多一生凄凉、悲惨挣扎、并非情愿。所以我们不能把宫斗运用到现在的官场、职场上,这是不正常、不提倡的。”

虞云国告诉记者,“如果能穿越的话,我宁愿回到北宋开封,回到有包公、范仲淹的年代。因为北宋中期是最开明的时代,当时的文化也是空前的繁荣盛世,皇帝也厚待大臣。”

因为研究宋史,虞云国去的最多的城市是开封和杭州,谈及对开封的印象,他说,“开封的小宋城、清明上河园等把宋朝文化还原的很逼真,做到了雅俗共赏,既有史料依据又做到了生动有趣。”

河南省毛体书法研究会 举行毛体书法专场笔会

本报讯(记者 苏瑜)昨日,庆祝改革开放四十周年暨纪念毛主席诞辰125周年毛体书法专场笔会在郑州举办,王春峰、刘三民、孙立、李木森等来自河南省毛体书法研究会的数十位书法家和毛体书法爱好者汇聚一堂,挥毫泼墨。

活动现场,书法家紧紧围绕“庆祝改革开放四十周年和纪念毛主席诞辰125周年”这一主题进行创作,他们用饱含深情的笔墨,颂党恩、赞盛世,表达对祖国的无限热爱,对中国梦的坚定信念,展现了爱党、爱国的正能量和积极向上的良好精神风貌。

本次活动由河南省毛体书法研究会主办,绿建景观承办,共书写展出书法、绘画作品50余件。

政策与数据

多部国产剧 成海外“香饽饽”

近年来,《甄嬛传》《琅琊榜》《爱情公寓》《何以笙箫默》《伪装者》《盗墓笔记》等不同类型的国产剧,都成了海外市场的“香饽饽”。如《何以笙箫默》作为首部在韩国主流媒体MBC播出的中国内地都市偶像剧,播出时在韩国掀起热议。此外,《三生三世十里桃花》《锦绣未央》《微微一笑很倾城》等剧在美国视频网站Dramafever播放时,都进入了该网站点击量前五。

数据显示,近年我国电视剧的生产总量平均每年400至500部,出口总量维持在每年250部左右。其中,2016年中国电视剧出口总额比2015年增长了1/3,达到5.1亿元;2017年中国电视剧出口总额进一步增长,达到6.33亿元。2017年9月,广电总局下发《关于支持电视剧繁荣发展若干政策的通知》,明确表明支持优秀电视剧“走出去”:“积极开展影视领域国际交流与合作,加强电视剧国际合作,打造‘电视中国剧场’品牌。”

现象与困境 国剧抱团出海 提高“命中率”

这几年,不少国产剧在海外成了“网红剧”,例如,今年古装剧《扶摇》出海巴基斯坦后,就成了热播剧。《扶摇》还参加了在匈牙利召开的Napte布达佩斯电视节,顺势点燃欧洲、西亚观众的收看热情。这部剧在马来西亚、新加坡等国播出时同样反响不俗。值得一提的是,相比较时装剧,我国的古装剧在海外的认可度更高。

目前“国剧出海”目的地主要是发展中国家以及韩国、日本等文化背景相似的邻国,这些地区观众的接受度较高。但国产剧要想进军欧美主流市场,依然道阻且长。柠萌影业总裁苏晓曾表示:“美国电视剧市场相对封

闭,竞争也非常激烈,让他们买一部语言不通的中国电视剧,当然非常困难。”

现在国剧流行抱团出海,越来越多大型影视公司信息、资源共享,更有利于提高国剧出海的命中率。在越南、泰国等东南亚国家的影响力已初露锋芒。制片人侯鸿亮曾说:“大家齐心,一起解决遇到的问题,一起合作把内容做好,制作标准更加国际化,我相信中国故事将会在海外有更好的传播。”华策集团副总裁房迎则认为,现阶段应以学习为主:“我们得学习外国先进的理念和方法,我也相信把中国人自己的故事讲好了,才能真正走出去。”

交流与探索 “中国风”题材作品受欢迎

在上周举行的“文化创意与世界城市崛起2018环球盛事成都峰会”上,曾打造过《神雕侠侣》《射雕英雄传》《花千骨》等爆款剧集的慈文传媒董事长马中骏带来了名为《国剧出海——核心是中国故事世界表达》的主题演讲。马中骏说:“观众对电视剧文化的解读,实际上就是不同文化之间的博弈,在经过了文化的冲突和碰撞后,达到文化接受和文化认同。因此,当外来文化与自身文化相融,与自身价值观相符时,更容易被大家接受,从而获得心理上的认同。”

他以热播剧《楚乔传》为例,指出《楚乔

传》之所以能在海内外引发关注,正是因为它呈现了更为现代人所接受的价值观:“尊重个人的价值观,这种表达更具现代感,更为年轻人所接受。我认为故事被读懂,根本在于人心相通,文化有交互和共鸣,才能有效地传递信息、传递价值。”

而在今年的上海电视节上,马中骏曾详细谈过“国剧出海”话题。哪种题材最受“老外”喜爱呢?马中骏说:“第一,中国风的科幻题材;第二,当代的缉毒主题;第三,穿越类的题材。一般来说,国际市场对表现都市爱情的剧集需求不大。” 龚卫锋