



北京晨报

文娱新闻

主编/张天
编辑/冯 遐
美编/耿 争
校对/李 世

二〇〇八年四月八日 星期二

【文娱快讯】

首届寿山石篆刻展开幕

晨报讯(记者 和璐)中国首届寿山石篆刻艺术展于4月6日在中华世纪坛举行,该展览将持续十天。此展约有近百名全国篆刻名家参展,参展作品全为寿山石。据介绍,中华世纪坛将提供两千多米的展线展示这次展览。主题厅展示当今一流篆刻家用寿山石刻制的老子《道德经》警句及孔子《论语》警句。《中国第一届寿山石篆刻艺术展作品集》届时由文物出版社出版发行。展览于2008年5月还将赴日本等地巡回展出。

票通演艺看板

★《迪士尼舞台剧——三大经典童话》
时间:7月15日至20日
地点:北京展览馆剧场
票价:380/280/180/120元

★东方神起北京演唱会
时间:6月13日
地点:丰台体育中心
票价:2008/1280/880/680/480/280元

★皇家粮仓爵士良宵——意大利爵士周末
时间:4月10日
地点:皇家粮仓
票价:5880(VIP)/980/780/580元

★时代佳艺爵士乐系列——“意大利爵士周末”闭幕音乐会
时间:4月12日
地点:北京大学百周年纪念讲堂
票价:20/30/40/50/60/80/100/120/150(VIP)

★“迎奥运”金奖杂技节目展演暨第七届中国杂技金菊奖第二次全国杂技比赛
时间:4月12至15日(15日为颁奖晚会)
地点:北京展览馆剧场
票价:480/380/280/180/100/80/50元

★“迎奥运”金奖杂技节目展演暨第七届中国杂技金菊奖第二次全国杂技比赛
时间:4月10至13日
地点:保利剧院
票价:380/320/260/180/120/80元

★情定中国——《神秘园》2008北京音乐会
时间:5月2日
地点:人民大会堂
票价:1280/980/680/480/280/180元

套票:1600元(980x2),1200元(680x2)
★Allen's Dance Party@beijing2008 苏醒·2008舞动北京音乐会



时间:4月25日
地点:北京展览馆剧场
票价:1680(VIP)、880、580、380、280、180元
★大型情境杂技《Splendid,一品一三绝》
时间:7月4日至8月31日
地点:保利剧院
票价:80/180/380/680/1280元

中演票务通 PiaoWuTong.com 24小时资讯售票热线 64068888 400-818-3333



《离歌》将小明星陈意涵和选秀“宝玉”车籍捆绑起来为书拍摄平面照。

包装挂钩娱乐 明星促进销量

图书娱乐范儿成新宠

现象 新书上市 娱乐先行 观点 形式是表 内容是里

新作未上市 先打娱乐牌

知名青春文学作家饶雪漫即将推出长篇小说新作《离歌》。而在新书上市之前,将首先推出《离歌》主题曲MV,由韩寒执导、胡歌演唱。为了寻找MV女主角,即小说女主角马卓,出版方贝格图书公司已在今年年初全国征选女主角。据介绍,消息发出不到一个月,报名人数已经过万。而安妮宝贝在去年出版新作《素年时锦》时,和索尼、BMG合作推出了有声图书,主题曲由丁薇演唱。郭敬明也曾推出音乐小说《迷藏》。近日出版的《小牲口》一书也由著名导演高希希拍摄成国内首部电视小说。

图书的选题、内容向娱乐靠拢早已司空见惯。现在,出版界在对新书进行宣传策划时,经常邀请一些无关书籍的大小明星参与图书周边产品的开发,专家将之称为“娱乐范儿”。书模、图书MV、电视小说、明星代言渐趋成为吸引读者的新花招。对此,出版方、专家、读者各执一词。

出版方: 新颖手段能吸引眼球

《走啊,走啊,心动》的出版方北京宏泰恒信文化传播有限公司总经理连慧称,书模、图书MV、电视小说等近年来刚刚兴起,但会在两年之内大行其道。面对国内目前每年出版几十万种新书的情况,运作方式、宣传手段的翻新,让一本书在书海中更容易被接受、更容易去传播太重要了。“读者如果翻都不愿意去翻,书怎么可能会有销量?”但连慧同时表示,书籍毕竟不同于传统娱乐,不能是看过就忘、看过就扔的东西,种种创新的手段只是吸引读者由浅及里地去阅读,关键还是要文字能打动读者的心,书有了口碑,最终才能畅销。

明星做书模促进销售量

除了音像产品外,饶雪漫早已开始“书模”的尝试,即在书中插入俊俏的少男少女拍摄的情景插画。其新书《离歌》也推出了“平面大片”,扮演马卓的是来自台湾的陈意涵,她在热播剧《奋斗》中饰演灵珊一角。男主角车籍则是“红楼梦中人”宝玉组的二选。 “图书娱乐化”的手段,也促进了她作品的销量,其去年10月上市的《甜酸》,面世两个月销量就达到40万册。“书模”目前越来越多地为图书出版采用,上周末体操名将刘璇男友、“好男儿”成都三强王弢推出的新书《走啊,走啊,心动》中,刘璇也当了一把“书模”,为该书拍摄了16幅情景插画。

专家: 图书“娱乐范儿”要有度

著名文学评论家白烨对记者表示,图书借以引人和赢人的,主要是书的内容,形式上的适度包装是可以的,但不能过度包装,喧宾夺主。目前这种现象主要流行于面向青少年读者的青春类读物,青少年是青春文学最大和最忠实的读者,因此,想方设法地招徕他们,以种种类似外送“礼物”的方式,增加吸引点,加大

学术经典也找名人代言

北京出版社联合人民网文化频道近日正在为《经典诵读》丛书寻找明星代言人。列出徐静蕾、于丹、易中天、杨澜、金庸、海岩、濮存昕、韩寒等明星人物,让网友通过投票评选“谁是最有文化魅力的明星”,选取最适合代言“经典诵读”的人。该书其实是精选亚里士多德、黑格尔等一批影响世界的西方思想巨人的学术经典,包括《资本论》、《社会契约论》等20部,由高校博士进行梳理、解读,推荐给普通读者。据北京出版社该项目负责人蒋威介绍,书的内容是深厚的,但考虑到传统的“签名售书”、“找家报纸发点消息”的宣传方式已经很难打动读者,所以才想到这样一种“娱乐化”的宣传方式。

读者:花哨包装下更要有“干货”

一位年轻白领对记者称,图书进行周边产品的开发以及宣传营销的创新,有些创意还是不错的。但关键是在包装下有没有“干货”,如果仅仅流于形式,自己肯定不会购买。一般自己买书前会向朋友咨询,买朋友看过推荐的书。而不会仅仅冲着名人的参与去盲目购买,毕竟买书而不是买明星的写真集。有时候甚至觉得明星可能是炒作的噱头,反而会更加认真的考虑一下这本书是否值得购买。

《天朝 1900》彩排 舞台感弱 影视味浓

晨报讯(记者 和璐)国家话剧院的大戏《天朝 1900》前晚在中戏剧场首次带妆连排。虽然该剧的演员阵容超强,包括陈建斌、倪大红、冯宪珍、雷恪生等,舞美也相当考究,但导演尹力对全剧的处理显得舞台感偏弱、影视味儿较浓。该剧讲述了100年前中国被列强瓜分的一段历史,因题材重大、演员超强而备受关注。记者前晚在现场看到150多名演员分散在剧场的各个角落,化妆师忙得不可开交,拥有如此数量演员的话剧组也创了“国话”的历史之最。此外,该剧舞美相当考究,用了很多古董道具来表现老北京的生活细节,诸如皇帝的龙椅、太和殿的匾额、雕花的木床,还有天桥耍把式的、摆摊卖艺的、遛鸟的、叫卖的,仿佛是白描的一幅晚清画卷。这些都是凭借影视作品扬名的尹力导演的强项,一切都力求仿真。



不过,厚重的长木条把舞台空间分割成了若干立体三维的小格子,让观众视线非常散乱,很容易分散观众的注意力。演员的表演把晚清遗老遗少的骄傲与无处处理的尴尬,每个小段落都让观众印象深刻,但遗憾的是导演尹力的手法不是舞台剧的,而是影视片断的处理,全剧就像一颗颗散落的珍珠,而没有一根绳子把它们串起来,让观众看不到戏剧应有的起伏跌宕。

《大奥》引发日剧风潮

晨报讯(记者 冯遐)日剧《大奥》日前正在湖南卫视热播,据央视索福瑞的相关数据显示,《大奥》最新的收视排名位居全国同时段电视节目第二,有专家称,日剧有望再度卷土重来,再度被观众喜爱。据了解,《大奥》在日本播出时,收视也曾创下奇迹,但挑剔的日本观众在一边收看的同时也批评《大奥》,说它内容太过血腥、气氛阴暗压抑、演员相貌平平、情节散乱拖沓等不足之处。由于中、日文化本身的差异,也由于《大奥》是一部日本历史剧,考虑到国内观众的收视习惯,湖南卫视在播出时就把第一集春日局杀死自己丈夫小妾的画面删除,并精简了部分拖沓的剧情。



情。《大奥》讲的是后宫女人之间的勾心斗角,但里面不乏一些喜剧元素。剧中有一个在厨房工作的奥女,她把享受美食作为人生最高的享乐,表演夸张搞笑,很得观众的喜爱。

成龙出席公益活动

晨报讯 昨日,由中国儿童少年基金会主办的“呼唤·把爱心奉献给孩子——童看奥运 共享光明”大型系列公益活动启动仪式在北京人民大会堂举行。著名演员成龙出席仪式,并鼓励弱视儿童的孩子,孩子们还送给成龙一幅画做为生日礼物。据了解,弱视是儿童眼科常见病,发病率为5%,中国目前有大约1200万弱视儿童。 蔡代征文并摄

