

莫言新作《我们的荆轲》首印20万册

本报讯 莫言获诺奖后出版的首部新作品《我们的荆轲》剧本,昨天首批印出100本,在北京精品博维公司楼下的专有小书店里销售,卖光即止。而大批量上市要等到下周。

“我们现在唯一能做的事情就是加紧赶印,我们知道读者已经等急了。”精品博维宣传总监陈望治昨天对本报说。

《我们的荆轲》首印高达20万册。陈望治对本报记者坦言,在莫言10月11日获诺奖之前,《我们的荆轲》首印数定的是5万册,诺奖一宣布,他们就决定翻4倍。“首印20万册,已经到了名家长篇小说的一般印量。但是获得茅盾文学奖都能大幅提升一本书的销量,更不要说是获得诺贝尔文学奖了。莫言这次获奖是中国文坛的一个盛事啊!20万册我相信很快就会销售。”陈望治说。

获奖之后,莫言其他作品的印量也大幅度飙升。在《我们的荆轲》之后,精品博维还将推出莫言个人文集,包括11部长篇、3部中篇、3部短篇以及1本论文集、1本散文集,共计20本。陈望治透露,计划莫言小说一部起印就50万册到100万册。而本2009年莫言的《蛙》出版时,这部小说的首印数只有区区10万册。(来源:上海青年报)

易中天为中庸正名 称中庸是我们民族独有智慧

本报讯 日前,厦门大学教授易中天登上东南大学人文大讲坛,以“中庸的原则”为题畅谈中国智慧。

易中天在对话中批判国人礼仪缺失,旧事重提“韩方之争”不讲道理、只讲站队,批评大学教育专业教育“害人”,以至于建议设立“诺贝尔脑残奖”,但最后的解决之道是中庸之道,即既不走极端,也不唱高调,睿智的风格引发学子追捧。

在易中天看来,“中庸”这个词被大家妖魔化,成为“无所作为,不求进取,不讲原则”的代名词,充满误解。所谓中庸,是我们民族独有的智慧,就是不走极端,不唱高调。比如“以德报怨”是一种道德境界,但孔子并不赞同,“在他看来,大多数人做不到,做不到就不能作为道德标准提出来。做不到的结果是所有人都作假。伪君子就是被道德高标培养出来的,毫不利己,专门利人,只有极个别别人能做到。”(来源:扬子晚报)

麦家开书店“麦家理想谷”

书店+咖啡馆+写作营

本报讯 开书店一直是麦家的心愿。10月17日,他终于梦想成真——一家名为“麦家理想谷”的书店在富阳正式启动。

“书店+咖啡馆+写作营,这就是麦家理想谷。”麦家说。

“在一楼,可以看看书喝喝咖啡。二楼给文学爱好者提供了空间,还供住宿。”麦家希望“理想谷”不仅是一家书店,而且是一个同时具备创作封闭性和思想流动性的交流据点和交友栖居地。确切地说,麦家理想谷,应该是“书店综合体”。

在家里封闭写作七八年的麦家,也很想通过理想谷交些朋友,“我觉得作家在酒店写作是最好的,孤独的时候,可以去大厅坐坐,和五湖四海的人聊聊天。想写作的时候,回房间把门一关,谁也打扰不到你。”麦家说,他最近五年的作品,都是在酒店完成的,“在家里写作,手机关了座机关了,座机关了还有人上门来找你。”麦家说,理想谷就是这样一个地方。(来源:钱江晚报)

署名被侵犯 原作随意改 电影编剧成弱势群体

近年来,有关编剧遭遇不公待遇的新闻,时有听闻,在影视产业链中,编剧似乎每每沦为弱势一方。与电视编剧相比,目前,电影编剧的处境可能更加糟糕。本报记者专访了多位知名编剧,几乎每个人都满腹怨气,自言都有上当受骗的经历。在中国电影产业蓬勃发展的宏大环境下,作为影视生产的重要一环,编剧何以变成了弱势群体?

署名被侵犯

近年来,编剧署名位置已发生很大改变,基本排在制片人、主演等之后。在电影海报上,编剧的署名更被边缘化了。最近上映的古装片《铜雀台》编剧汪海林发现,自己的名字位于海报的角落,不仔细看压根儿看不见。相比之下,导演的署名越来越突出,“某某导演作品”的字样跃然在银幕和海报的显著位置。

此外,目前有很多电影,编剧署名时都会出现几个人并列的情形,而真正的编剧只有一位,其他署名都是导演或者制片人。“有的导演参与写剧本,署名编剧没问题。但有的导演只是改了几百字,或者跟编剧讨论了一下想法,署名编剧就不厚道。”知名编剧张海帆说,这类导演就是想多占坑,文字、影像的名利全都占着。这还不算,有的编剧甚至连署名的机会都被导演剥夺了。“我写过一个电影剧本,结果,影片只有导演的署名,还拿了奖,恶心死我了!”编剧余飞愤愤地说。

“有好多大导演,不署编剧名字时,还拍过好几部,一旦惦记署名编剧,就基本完蛋了。”“编剧余飞感慨。

除了署名权常被侵犯,编剧创作的剧本也经常导演改得面目全非。“常听导演抱怨没有好剧本,但编剧写了剧本,有



还是导演牛(漫画)

多少导演按这个剧本去拍?在这个行业里恐怕连5%都不到。”余飞抱怨,很多导演并不真正需要编剧的才智,只是想利用编剧为自己服务。比如《赤壁》,就曾把国内一线编剧用了个遍,芦苇、邹静之都参与过编剧,但剧本都以不符合导演吴宇森的想法为名被否决,最后,吴宇森还是采用了自己写的本子。

张海帆的小说《大魔术师》卖给导演尔冬升,最后拍成了电影,但今年影片上映后,张海帆很不满意:“尔冬升以前电影走的是现实主义路子,跟我的风格一样,我很信任他。没想到他改得太多,把一部正剧改成了闹剧。我挺后悔卖给他的!”据

他介绍,国内很多影片为了商业目的,经常额外加一些激情戏,编剧直到看了片子才知道剧本给偷偷改了。

编剧被牵着走

现在,电影圈内流行的生产模式是,制片人先找导演,导演有了自己的想法,再找编剧写本子。这跟电视剧的生产模式不一样,电视剧一般是投资人先找编剧,剧本写得差不多了再找导演。“电影圈这种做法导致制片人受制于导演,一切成败依赖于导演,实际上是导演中心制的体现。”汪海林指出,导演主抓整个电影项目,肯定会干涉编剧创作,在这种情况下

李可染《白毛女》孤品估价千万 行家称难得一见

本报讯 徐悲鸿、张大千、齐白石、吴作人等一批中国现代顶尖艺术大师的画作真迹,日前现身湖北美术学院美术馆的《读画楼藏品展》。其中,中国画大师李可染的人物画《白毛女》,被行家称为难得一见的名家“孤品”,其市场价值估价逾千万元。

“读画楼”为北京一家著名的艺术品收藏机构,此次由湖北美术学院举办的结束了海南采风之行,“唱响海南”全国著名词曲作家采风团成员今天上午踏上了返程之旅。过去一周的时间里,词曲创作名家们近距离感受了哩哩美、儋州调声、崖州民歌等多种海南民间音乐形式,实地感受了海南近年来建设发展的成就,并首次踏上了三沙市。

词曲家们表示,虽然多次来过海南,但此行对海南及海南的本土音乐感到十分震撼,对海南有了一个全新的认识,并对海南民间音乐的发展提出了自己的建议和意见。

重新认识海南之美

在临高新盈港的渔排上,听着美妙的哩哩美渔歌,词曲家们难掩兴奋之情。中国流行音乐学会副主席、《超越梦想》《从头再来》等歌曲的曲作者王晓峰认为,哩哩美渔歌的旋律十分上口,符合现代人们欣赏音乐的习惯,具有很高的参考价值,此次为海南创作将会尝试把哩哩美的元素融入到自己的作品中。

《读画楼藏品展》,展出了该机构数十年来征集、收藏的70余幅书画精品佳作,皆出自中国现代名家之手。

本次展览最大亮点,当属已故著名画家李可染的一幅特殊画作——《白毛女》,它表现的是歌剧《白毛女》中杨白劳除夕夜为喜儿扎红头绳的生动场景,画中人物栩栩如生,非常传神。作者在画上方用毛笔

“唱响海南”全国著名词曲作家海南采风团建言——以好作品抒写大美海南

在儋州,动感的调声演唱形式吸引了音乐家们的参与,不仅现场学唱了几句,还认真地用电子设备记录下了现场的延长场景。著名音乐制作人孟文豪告诉记者,儋州调声不但旋律优美,在演唱上还十分具有节奏感,听了之后感觉十分震撼,对海南有了一个全新的认识。

孟文豪说,海南的最大特点就是国际化,此行也亲眼看到了海南的诸多国际化元素,自己的作品除了吸收海南本土音乐元素之外,还将突出这种时尚化、国际化的特点,给作品赋予一种流行、轻快,能够被更多人喜欢的风格。

“海南的本土音乐非常有魅力。”著名词作家《走向复兴》的词作者李维福坦言,这是第一次如此全面接触海南的民间音

乐,感觉十分受启发。李维福表示,印象中的海南非常遥远,而此行的实际感受却是,海南很现代、很亲近,要用自己的作品告诉世人海南不再遥远。基于这样的感受,他的作品《人在海南》已经完成了歌词的创作。

建言海南民间音乐

无论是哩哩美渔歌、还是儋州调声,虽已被列入非物质文化遗产,但流行范围却十分有限,在“走出去”上遇到了很大的问题,其传承人也为中老年人,年轻一代的兴趣并不浓厚,面临着民间艺术传承“断层”的危险。

对于海南的民间音乐,音乐家们在采风中发现了这样的问题,并对海南民间音乐的发展和传承提出了建议。中国音协副

下,编剧很难发挥自己真实的水平。

“《三枪拍案惊奇》就是导演要求编剧这么写的。导演太自我膨胀,硬要插手编剧创作。”汪海林说,实际上,很多导演一旦有了点名气就会越来越膨胀,把整部电影都看成是导演一个人的,对编剧极不尊重。

遭遇“霸王条款”

在与制片人、制片公司打交道时,编剧也屡有上当的经历。“现在,能拉到钱就能当制片人。”苏健感叹。然而,制片人要想拉到资金,手头一定要有项目,这就需要编剧,这时,制片人会很热情地叫一声“老师”,请编剧喝茶吃饭,显得格外客气。而一旦剧本写好,交给制片人或制片公司,马上就不再有人理睬编剧了。

最让编剧们气愤的是,制片公司往往会有“改到制片方满意为止”的霸王条款,编剧们表示,这一条款相当主观,没有任何客观的参照标准,基本上就是片方说了算,而且往往成为他们拖欠稿费的一个借口。

写电影剧本不划算

在编剧们看来,写一部电影剧本拿几十万,往往要耗费很多精力,而写一集电视剧也能拿到几十万,且电视剧写起来轻松得多。

“不是我们不愿意写电影剧本,而是每一次触电,几乎都给编剧留下心理创伤。”苏健无奈地说,自己最近完成了三个电影剧本,不打算再交给导演,而是计划明年自己当导演。“你辛辛苦苦写了十几万字,被人拍成一部大烂片,你有成就感吗?还不如自己做导演,或能保证剧本的完整性。”(来源:北京日报)

济南百米文化墙 错别字频现

本报讯 “百余米的文化墙看起来挺气派的,但展板上的‘幸福生活’却错写为‘幸福福生活’,这也太‘没文化’了。”市民张先生反映。记者现场数了一下,道路西侧的展板共有46个,均出现了把“幸福”写成“幸福福”的问题。记者看到,每个展板的右下角均印着“创建文明城市”,落款为“东风街道办事处”。

记者拨通了历城区东风街道办事处的办公电话,工作人员告诉记者,文化墙主要由该街道办城管科负责。记者随后又拨通了城管科的电话,工作人员表示,将尽快更换新展板。(来源:济南时报)

颐和园乐寿堂 部分木柱损坏

本报讯 为保护台阶和方便残疾游客通行,颐和园乐寿堂东西两侧连廊与配殿间出入口的台阶上都铺了软质地垫,台阶旁还加设了无障碍坡道,而离坡道最近的部分木柱子根部却损坏严重,让人感到非常惋惜。颐和园管理处文物部一位工作人员表示,这些外部设施对于木质柱子多少会有一些影响,不过问题不是很大。“连廊的绿色柱子应该已经不是最早的原物了,因为仅建国后颐和园就进行过多次大修,连廊柱子很可能早被更换过了,这种小柱子如果坏了再换起来也很容易。”(来源:北京青年报)

第六届海南消费文化节暨海南首届城市生活展

时间:2013年1月11日至13日 地点:海口会展中心 主办:海南日报报业集团 承办:海南日报报业集团广告中心 海南国语广告有限公司 全程推广:海南国语广告有限公司

首届海南城市生活展亮相消费文化节

▲ 一节:全岛消费文化狂欢季华丽升级 ▲ 一展:首届海南城市生活展盛装登场 ▲ 一卡:海南首张跨行业消费打折卡全岛热派

消费文化节:全岛年终消费文化狂欢 20 多项系列活动 Let's go!

为提升海南国际旅游岛消费文化氛围,提升企业品牌影响力,优惠广大市民,2006年,海南日报报业集团倾力立体媒体资源,强势推出消费文化节品牌。历经六年,海南消费文化节已成长为

为强势媒体搭台,岛内外知名品牌企业唱戏,全岛市民热切响应的海南年终消费文化盛事。仅2011年,就有一百余商家响应海南日报报业集团号召集结于消费文化节,百万市民参与其中并从

中获益。据消费文化节组委会负责人介绍,2012年,第六届消费文化节将是历经六年磨厉的一次怒放,本届消费文化节不论是在规模、品质和品牌影响力方面都将实

现质的飞跃。本届消费文化节将突破性引入“异业合作”模式,推出“首届海南城市生活展”和海南首张跨行业消费打折卡两大主题活动。活动期间,海南日报报业集团

将启动旗下“六报二网”新闻资源,强势出击,全程跟进报道。“时时享优惠,周周有精彩,月月有惊喜”该负责人透露,本次消费文化节可以用“精彩纷呈”来形容,因为除主题活动

之外,本届消费文化节还计划推出品牌餐饮美食周、名品折扣购物周、家私家具优惠季、唱响狂欢季等20多项系列消费文化活动,活动期间,消费者将享受到超值的购物优惠体验和服务。

城市生活展:百余品牌商家集结 品牌 Show 品质购

“首届海南城市生活展”是本届消费文化节推出的重头戏。“首届海南城市生活展”以消费文化为主题,涵盖吃、穿、住、行、游、娱、购等市民生活的方方面面,也是海南唯一以消费文化为主题的大型展会。该活动将承担起吸引市民

跨行业消费打折卡:一卡在手 全岛优惠共享

游客、服务海南商家的重要角色,通过“首届海南城市生活展”不仅能够充分展示海南本土的商家、企业创造展示自身产品、形象的窗口,更能够为岛外知名品牌、商家进驻海南市场,创造最理想、最适宜的宣传平台。

就能享受到商家最直接的优惠政策,而商家也可以通过消费者实现口碑传播。这也正是多年来,主办方对消费文化节所倡导的推动和谐共赢消费活动

理念的践行。“借助海南消费文化节的品牌知名度及岛内影响力,同时充分利用海南日报报业集团的媒体传播力和号召力,相信本届

消费文化节联商家享受相应折扣和优惠政策。

据活动组委会负责人介绍,拥有百万受众,为回报读者,本届消费文化节将推出首张跨行业消费打折卡,持卡者可以在消

消费文化节必将成为 服务市民,服务商家,服务海南国际旅游岛“活动初衷”

该活动负责人表示,目前各项工作已经进入全面推进阶段,敬请关注。

消费文化节必将成为 服务市民,服务商家,服务海南国际旅游岛“活动初衷”

该活动负责人表示,目前各项工作已经进入全面推进阶段,敬请关注。