

《印象西湖》

图书基本信息

书名：《印象西湖》

13位ISBN编号：9787534027543

10位ISBN编号：7534027543

出版时间：2009-1

出版社：浙江人美

作者：陈学章

页数：108

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《印象西湖》

内容概要

《印象西湖》主要内容：西湖，可以被认为国内最有知名度和文化感染力的风景名胜了。天下西湖三十有六，独有杭州西湖以其轻灵飘逸、淡妆浓抹集万般宠爱于一身。于是，一系列与西湖有关的历史事件、人文逸事应运而生……

《印象西湖》收录了数十幅西湖风景作品，希望更多的艺术家来关注西湖、宣传西湖、让更多的人了解西湖、热爱西湖，为西湖申遗锦上添花。让西湖走向世界，让世界了解杭州。

《印象西湖》

精彩短评

1、用那么好的纸。。。

1、第五部“印象”作品《印象大红袍》正式在武夷山公演了。如大家所料，一些“第一”看上去很美：全球首创的360度旋转观众席，世界第一座山水实景剧场，最长的舞台，绵延两公里的实景电影银幕，一枪又一枪的让人感觉到惊奇自然美的绚烂场景，这种山水演出形式也带给人一种全新的视觉观念。国内做演室外演出的，来看看或许能有所裨益。张艺谋放出话来，《印象大红袍》可算是中国的迪斯尼，不同的是，迪斯尼一直在复制，“我们是复制也是创新。”然而迪斯尼在各种趣味性的小细节上下足了功夫，《印象大红袍》除了大视觉，每次舞台转移到文戏上，细节软肋就暴露出来了。大段的独白像极了在公园草坪上演话剧，石头、梦境、500年相遇、香樟树等台词疑似琼瑶灵魂附体，本来淳朴的本地人组成的演员团队“端”的范儿太明显，那些动作姿势像极了小品，那些笑容像极了奥运会开幕式上礼仪姑娘们的标准笑容。虽然张艺谋大多是负责“印象铁三角”创意部分出谋划策，但给人最大的印象恐怕还是整场演出“非常张艺谋”。当然是媒体习惯上“大场面”的张艺谋。竹林、汉字等熟悉的符号目不暇接，千篇一律的人海战术一会像《十面埋伏》，一会像《英雄》。每次到古装部分，姑娘们的衣服都感觉是从《满城尽带黄金甲》里直接弄来的，非常汹涌澎湃。但是巨幕影像与现实场景结合的视觉虽然好看，整个演出却更像是一场纯粹炫技的实景秀，跟戏剧无关，跟矛盾冲突无关，跟艺术欣赏无关。当然，导演组还是赋予了《印象大红袍》一些人文性，比如从繁杂都市里人们生活很累的角度，说需要多放下心中烦念，多多休养生息。出发点似乎不错，可是整场围绕让人们放下杂念多多喝大红袍茶来叙述，怎么看都像是一场巨大的植入广告。或许本来就是一场广告演出。这可能会给《印象大红袍》的“迪斯尼”口碑之路横生出几丛荆棘，然而演出已然在进行，改进现行基础上的软件部分，才是亟需的。比如安全性问题必须改进，入场出场的通道几乎没有明显指示牌，无数观众出场时竟然需要跨越无数竹竿才能出去，并且现场严重缺少场灯，很多人摸黑进场。在沟壑水流拥杂的现场，这样极容易出意外。露天广场和旋转舞台演出，受天气影响很明显，如果下大雨，演出怎么进行，观众怎么欣赏，已买票的怎么退票等等，这些都应该明码公示。《印象大红袍》首演当晚，马云等一干商界大腕云集现场，演出还为此改了几句台词，极尽讨好之能事，这让人对酝酿已久的“印象”上市充满联想。“铁三角”都在说“印象”很赚钱，这让风景这边独好的中国市场看上去更奇葩，甚至《印象大红袍》首演前还有人拍卖出了一套416万元的纪念金票。但是1.5亿元的投资成本回收起来并不像“铁三角”说的那么容易，政府买单，旅游团绑定，铺天盖地制造口碑，怎么都好，只是希望不要打肿脸充胖子，刻意像演出里说的一样“我们很幸福”。这样的“幸福”让陈凯歌、冯小刚们也一拥而上加入到了“印象”的开发，可是跟无数当地人尤其是出租车司机聊天，却发现口碑远没有“印象”制造者们想象的那般完美，打造中国的迪斯尼，确实还有很长的路要走。然而无论怎么走，无论是“被动地”劳民伤财还是“主动地”为当地带来巨大效益，在保护环境、尊重市场和艺术规律的基础上运作是最重要的，将细节上的软件和人文情怀提高是最关键的。并且如果“铁三角”真的对“印钞导演”的称号充满骄傲和自信，那么能否公布下投入产出的账目，以堵住那些好事者的嘴巴，然后光明正大地来一个华丽丽滴转身。阿顺靠普剧厂Cdds-ily@163.com孙吉顺

《印象西湖》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com