

《大江大河》“以小见大”回望改革开放最初十年

“金字招牌”“处女座团队”“行业良心”……有了这些词的加持,正午阳光出品的每部剧都值得期待。由孔笙执导,侯鸿亮担任制片人,王凯、杨烁、董子健主演的电视剧《大江大河》将于 12 月 10 日在北京卫视和东方卫视开播,并同步登陆腾讯、优酷和爱奇艺。该剧以宋运辉(王凯饰)、雷东宝(杨烁饰)、杨巡(董子健饰)为代表的三个时代先行者,乘改革浪潮御风而行的探索与沉浮为主线,勾勒出一幅 1978 年后中国经济变革的时代图景,再现了中国改革开放初期的峥嵘岁月。在昨日北京举行的看片会上,无论是演员的表演,还是极具年代质感的服化道、场景等均收获媒体的一致好评。孔笙导演接受采访时也表示,服化道方面的确是这次拍摄中遇到的最大困难,大到主要场景,小到一个道具或一件衣服,都必须让观众感到“就是那个年代”。

服化道精准还原上世纪 80 年代

《大江大河》的故事是从历史转折的 1978 年开始,深度揭示了历史转型时期平凡人物命运的剧作,编织出了一个改革开放初期工人、农民、知识分子、个体户、政府官员相互交织的社会网络。

在业界和观众眼中,孔笙就是精品的保障。围读剧本、细抠演技这些自不必说,《大江大河》此番在美术方面再次沿袭了团队一贯的“处女座”作风,在历时 4 个多月的精心拍摄中,剧组辗转数十个地点取景搭建实景,美术费用超出正常电视剧的两倍,力求还原上世纪 80 年代古朴自然的真实风貌。筹备初期,孔笙就带着主创团队四处堪景,跑了很多地方,寻找现成的化工厂取景地。最终确定在安徽马鞍山的原因是这里有现成的化工厂,孔笙解释说:“一般化工厂都会在钢厂里,所以我们找到有钢厂的地方,自然而然就能找到合适的化工厂。”外景地选择好,主创团队开始动手在外景地搭建剧中所需要的小雷家村等实景,孔笙表示,“《大江大河》小说中的场景现在很难找到,所以剧中所出现的农村场景基本都是我们自己搭建的。”

侯鸿亮用“和自己过去拍的不一样,和别人拍的不一样”来形容该剧,“《大江大河》的创作,不仅仅是我们对于团队 20 多年现实题材创作经验的一次总结,也是我们这些改革开放的同龄人对于这个时代最深切的感同身受。”

王凯遭遇体重年龄双重考验

1977 年,高考恢复。王凯饰演的宋运辉便是抓住高考机遇的万千考生之一,凭借自身的聪慧与奋进,成为一个矢志前行的逐梦人。正如王凯所说,“在宋运辉的身上,是时代的投射与缩影。”剧中,宋运辉有个总爱推眼镜的细节,这也是王凯在揣摩人物后特别设计的,“他(宋运辉)两耳不闻天下事,全部心思都放在书本中,除了基本的生活起居外,他所有的时间都在学习。这个动作很能凸显他废寝忘食的‘学究’气质。”

制片人侯鸿亮曾告诫王凯,要做好演完宋运辉“掉粉”的准备。宋运辉与王凯之前的荧屏形象的确差别很大,他既不像《琅琊榜》中的萧景琰一样生在帝王家,也不像《伪装者》的明诚般儒雅倜傥。他出身底层,因为家庭成就是“黑五类”而受排挤,因为吃不饱饭长得又黑又瘦像颗“豆芽菜”。为达到很多老照片中那个年代的人都是“瘦到喂腮”的效果,王凯成功减重,让体貌更贴近角色。

除了体重,王凯遭遇的另一个挑战就是年龄跨度。“从 18 岁开始演起,压力还是蛮大的。”导演孔笙的建议是,“把你内心最干净、最淳朴、最没有污染的那一面拿出来,那你就和这个角色很贴合了。”王凯透露,自己将角色的年龄感藏在细节中,期待着大家的发现。

据人民网



刷票闹剧太荒诞

某平台做了一项年度评选活动,名为“2018 票选你喜爱的作家”,本来少有人关注,却因两位网红参选者的网宣官微发起打榜投票行动,刺激了另外一些争强好胜候选者,评选活动变成一场刷票游戏。

自打有了“互联网投票”,使得“投票”变得更加简单快捷之后,“投票”的神圣性就几乎荡然无存,尤其是文娱圈的投票,近些年被刷票赤裸裸地绑架。候选的人拉票越卖力,投票的人刷票手段越高明,就使得这项活动显得越荒诞,“网络投票”约等于笑话。

看看这个“2018 票选你喜爱的作家”的候选人名单,有莫言、麦家这样的严肃作家,有江南、唐家三少这样的网络作家,有反裤衩阵地、陆琪这样的情感作家,当然还有被网友称为“低配版郭敬明”的沈肯尼、沈煜伦,另外还有数位网名诸如“大风刮过 dfgg”的作家。

但凡对作家、文学、写作还抱有一

些期望与认知底线的人,都会对这样的年度票选置之一笑。但在网红作家以及他们的粉丝看来,平台提供了一个不容错过、不可放弃的机会,他们既不会因为与莫言这样获得过诺贝尔文学奖的作家并肩候选而羞惭,也不会因为票数远远领先于莫言而脸红。

粉丝刷榜所谓的“正当”,即合理利用规则,所谓的“正义”,即“胜者即是正义”,至于用什么手段取得的胜利,他们并不在乎。在了解真相的网友看来,刷榜制造的排名不过是个笑话,根本不把它当真。但对于粉丝们来说,他们虽然也知道自己刷出来的数据是假的,却沉溺其中,宛若他们的偶像真的成了巨星。

粉丝把偶像高高举起,也不是为了偶像的利益,更多是为了找到自己的价值。而将自身价值建立在一个可望而不可即的偶像身上,空虚感的产生是不可避免的,填补这种空虚感的唯一办法,就是彻底失去理性思维与

独立判断,成为群体的附庸,把群体的喧嚣当成个人肌肉力量的展现。

当下正在中国互联网上流行的“刷票理论”,计算机、手机、刷票软件均提供硬件与技术支持,加上时间、精力以及上不封顶的金钱投入,“一人可顶一万人”,缔造一名虚假的“文学英雄”“音乐巨人”,只需要几个“粉丝头”“群主”在群内振臂一呼就可实现。

发展到今天,打开朋友圈与微信群,家长为孩子拉票,各行业为评选优秀人物、优秀员工拉票,学校老师拉票等层出不穷,参与各种评选的人为了排名变化而发动认识与不认识的人去投票。一时间,人们的投票热情超过了过去时代的总和。但拉票、刷票并没有给人带来公平与公正,只会加重人们投机取巧的心理。

估计短时间内,刷票不仅不会消失,刷票盛景仍然会时不时地出现在公众视野。但这样的闹剧,平心而论,真的有害无益。

据《人民日报》

《我们一起走过》:一部纪录片,打开网民集体记忆

一部正在热播的纪录片,将用 9 天、630 分钟、107 个改革故事,勾连历史与现实,让改革开放 40 年的宏伟画卷生动呈现出来。

从 12 月 2 日起,由中共中央宣传部、中央广播电视总台联合制作的 18 集大型电视纪录片《我们一起走过——致敬改革开放 40 周年》每天播出两集。该片在电视上热播的同时,也在网络上开始走红。

纪录片在网络视频平台上热播。截至 12 月 5 日 16 时,芒果 TV 上第一集视频播放量超过 16 万次。在腾讯视频、爱奇艺等平台上,也有大量网友点播观看。截至 12 月 5 日 16 时,新浪微博上话题“我们一起走过”阅读量超过 3725 万。

纪录片通过普通人的小故事,串联起波澜壮阔的改革开放历史,在网络上引发共鸣。

12 月 3 日,新华社官方微博“新华视点”发布了一则长约 1 分钟的纪录片宣传视频。截至 12 月 5 日 16 时,

该发布获得了 9.5 万次的浏览量。

网友“最后却”说:“这部纪录片值得大家去看,每一个人都应该了解祖国是如何一步一步强大起来的。”网友“秀恩爱的宝宝”留言:“应该多一些这样的纪录片,铭记历史、展望未来。”

还有网媒对纪录片内容进行了梳理总结。

12 月 3 日,“国家民委”微信公众号发表题为《电视纪录片〈我们一起走过——致敬改革开放 40 周年〉播出……每一帧都是感动》的文章,该文以动画的形式回顾了纪录片第一集《弄潮儿向涛头立》中的亮点内容,带领读者重温那些曾经走过的改革开放之路。

网友“平安是福”感叹道:“再看一次还是心潮澎湃,改革开放 40 年来祖国发生了翻天覆地的变化,期待下一个 40 年!”

12 月 4 日,腾讯新闻客户端发表文章《纪录片〈我们一起走过〉播出:重温改革开放 40 年难忘瞬间》,文章对前 4 集的主要内容分别进行了概括总

结。

网友“ShengYF”留言:“我们真的应该不断回顾改革开放 40 年的辉煌成就,总结经验教训,争取在今后的发展建设中取得更多成果。”

改革开放 40 年的不凡成就,极大激发了网友的民族自豪感和爱国热情。

12 月 4 日,搜狐新闻客户端发表文章《40 年,我们一起走过》,文中细数了自改革开放以来中国在不同领域取得的显著成就,“经济实力迅猛增强”“民生福祉大幅提升”“国际影响力不断扩大”,同时表达了对未来发展的信心,“只要我们以‘百姓期待什么,改革就推进什么’为导向……中华民族必将以更加强大、更加自信的形象屹立于世界民族之林。”

网友“史国梁”评论说:“改革开放 40 年的成就有目共睹,人民的生活越来越好,中国在世界上的地位日益提高,中华民族的复兴终会实现。”

网友“小毛头”感叹说:“改革开放 40 年,成就辉煌,为腾飞复兴的中华民族点赞!我爱你,中国!”

据新华网