《江湖儿女》今起公映，有评论认为该片串联起贾樟柯过往20年作品的诸多细节

是向过往作品致敬，还是构建贾樟柯的电影世界

■本报首席记者 王彦

今天，贾樟柯最新作品《江湖儿女》正式公映。

早在今年初法国《电影手册》发布的“年度最期待电影”专题里，《江湖儿女》就榜上有名。影片后来在戛纳电影节入围主竞赛单元，主演赵涛一度还是最佳女主角的热门人选。加之导演在网络上抛出创作自述，以及在京沪等地相继举行的点映场，凡此种种早已拂去影片的神秘气息。甚至，网络评分提前一天就亮出8分，对于一部新作，何其罕见。

诸多先期评论里，“一贯的现实主义”“不变的民间视角”“江湖有义，儿女情长”等频频出现。最特别的属这句，“新片串联起了‘贾樟柯电影宇宙’”。因角色名重叠，更因为矿泉水瓶、歌舞厅、煤矿小镇、通俗歌曲这些意向反复现身，在一些提前观影的影迷看来，仿佛是向导演自己过往作品的致敬。

所有这些，都让该片还没有正式公映，就吸引了足够的关注。

贾樟柯最新作品《江湖儿女》今天正式公映。图为影片剧照。

“江湖”就是人际关系，也许每个人都在其中

故事的主线很清晰：赵涛和廖凡饰演巧巧和斌哥，他们在17年的时间跨度里有场爱情。贾樟柯描述：“一对男女，年轻时，男的说，我是江湖中人，女的说我不是。人到中年，他俩的回答是相反的。是什么样的原因，让他们做出这样一种相反的自我认定？我想讲的就是这样一个故事。”

在赵涛眼中，电影也可说是“巧巧的成长史”。“斌哥将巧巧带进了江湖，但最后留在江湖的只有巧巧，她从一个女孩变成了强悍的女人。”而斌哥则是一个内心充满矛盾的人物，“他过去直到现在都想做江湖义气的人，但天意弄人，又迫使他成为某种背叛者”。

在贾樟柯看来，所谓“闯江湖”不是空间意义上的，而是人的意义上的。“我所认为的江湖，就是那种复杂的人际关系。”所以，不论是十多岁的孩子还是人到中年，每个人都在自己的江湖里面——当然也包括他自己。所以他请来徐峥、刁亦男、张译、张一白、董子健等一众专业演员，因为这些面孔都是他的同行好朋友，联想到自己的“江湖”时，他们的形象便自然浮现。

在清醒的回溯中，记录下时间无情的痕迹

上海点映场结束后的互动环节，面对影迷提问，贾樟柯说自己“还是从汾阳走出来的小贾。”电影里，随着男女主角的情感经历展开，依旧是贾氏电影里弥漫的小镇生活情绪。清华大学教授尹鸿说：“贾樟柯对于中国基层社会生活的观察力、表现力，在当今导演中独一无二，准确、细腻、有力。”

显见的，是以旧物到时间里找准坐标。迪厅、关公像、麻将馆、流行歌、绿皮火车，能唤醒观众脑海里关于21世纪初的小镇回忆；而网络直播、手机导航、微信等场景的出现，暗示着时间线已经延展到了我们生活的当下。

电影跨越2001年到2018年，这17年，不仅是巧巧与斌哥的爱恨情仇，也是导演个人沉沉浮浮的心路历程。关于自己从山西汾阳走到北京的往事，贾樟柯总是乐于分享。比如他对迪厅的深刻印象，“93、94年，我还在北京电影学院读书，几乎每周六我都去跳，甚至一夜要换三个迪厅，那时身体里好像有无穷无尽的力量”。直到现在，他仍保留着一手霹雳舞“擦玻璃”的绝活。而电影里那一盆“五湖四海酒”——在搪瓷盆里倒进九种白酒掺着喝，也是出自导演少年时的经历。“我十八九岁时就这样喝酒，九种酒寓意五湖四海，倒进一个脸盆就是你中有我我中有你，再没了距离感。”

这样的感情投射到电影里，便是因意外而入狱五年的巧巧出狱之后，一路寻去，发现那段感情里只有她独自守在原地，斌哥在新地方有了新女友、新生活。她果断放下了。某一刻她已意识到，自己的痴，其实是对于那段喝“五湖四海酒”、在迪厅里忘记红尘的痴。

若真有什么“贾樟柯电影宇宙”，那么“人和时间”才是——回放他之前的影片，那些形形色色的片中人，又何尝不是困在时间里的面孔。人和人之间的情谊在时间的洪流里，被摧毁，被重塑。而导演所做的，就是在清醒的回溯中，记录下时间无情的痕迹。

胡歌生日拒绝粉丝 为什么大家都点赞

吴钰

昨天是演员胡歌的生日。他在生日前发布微博，声明拒绝“生日应援”，获得200多万转发和几十万点赞。

所谓“应援”，指的是粉丝帮自家明星造势。明星在生日节庆、大小活动出场时，拥趸组织献礼“应援”，已经逐渐成为演艺圈的风气。比如之前某少年偶像团体成员生日，其粉丝租下纽约时代广场、上海外滩、好莱坞地标建筑的广告屏，高调播放生日祝福和宣传照片。而在“造势”的不断升级中，飞机、邮轮、公交车、地铁站里印刷的海报头像已无法满足粉丝们别出心裁的愿望，以偶像名字命名小行星、买下专属英伦玫瑰庄园的疯狂行为不一而足。

或许公众很难理解，粉丝为何要为遥不可及的明星费尽心力，筹集经费物资“虚张声势”。实际上，这些令人瞠目结舌的“应援”背后，都离不开职业团队的操控。在粉丝经济的影响下，粉丝数量直接关系到明星所能获得的广告、影视等资源。粉丝掏空口袋“应援”在公众看来太过疯狂，却让明星的商业价值水涨船高。有粉丝特意为某选秀节目出道的偶像统计了其代言产品及封面杂志的销量，短短一个多月销售额破亿。非理性的“应援”购买固然让舆论产生质疑，但广告商发现了“冤大头”的购买力，争相找上门来。

曾有明星经纪人直言：“公司的一切目的都是为了更好地去做粉丝经济，更好地实现流量变现。”多方配合炒作之下，有组织的粉丝经济体量增长，明星本人、广告商、粉丝组织管理者都能从中分一杯羹。粉丝的一己之力根本够不上越来越高的“应援”门槛，追星的分工变得越来越专业：有售卖行程和私人信息的黄牛，贩售明星照片与周边产品的“站姐”，缴纳会费就能安排签名合影的后援会组织……定制灯牌、荧光棒等应援物更是价格不菲。而明星往往也会默认粉丝们加入组织“团结起来”，甚至由工作室在背后指导粉丝如何“应援”，为其事业发展添砖加瓦。于是不少明星团队为了炒作，主动与职业“粉头”合作，通过后援会放出明星的行踪和活动信息，方便粉丝追星“应援”，提高曝光度。一些后援会甚至开始排挤理智克制的粉丝，将粉丝的喜爱直接与金钱支援画上等号。

但明星的价值，究竟应该如何衡量？事实上，真正拥有知名度和公众影响力的艺人，并不需要粉丝用“应援”证明他的实力。胡歌等不少实力派演员、歌手都曾一再重申立场，拒绝粉丝送礼物、造声势。从某种程度上说，粉丝参与数据造假、高调“应援”、买空代言产品来示爱的行为，不仅堕入了消费主义的陷阱，也证明了偶像的“无能”：无法凭自身实力和作品获得广告商与制片人的青睐。

拒绝看似一本万利的“应援”，引导粉丝保持理智和分寸，是艺人拒绝与流量捆绑的一种自我修养，也有利于长期职业道路发展。“应援”活动中的集资筹款，不少都游走在法律边缘，缺乏有效监管。与明星团队关系密切的“后援会”频频失火，也会殃及明星本人。不久前，某热播剧男主角就因后援会集资巨款“应援”，却只准备了“特产点心”而遭遇铺天盖地的质疑。在后援会晒出账目后，粉丝仍不罢休，指出礼物与发票造假、账单日期不对等诸多猫腻。明星声誉受损，也无法发声指责自己的粉丝组织，只能自吞苦果。

在这种情况下，明星的言行引导，对粉丝回归理智、乃至构建健康的粉丝文化尤为重要。

庆祝改革开放40周年摄影节和美术作品展同时在中华艺术宫揭幕

在光影和线条中，与上海这40年回首相遇

■本报记者 李婷

昨天上午，图遇时代·上海改革开放40年——2018上海国际摄影节和庆祝改革开放四十周年上海美术作品展同时在中华艺术宫开幕，让人们在光影和线条中，与上海这40年回首相遇。

40年改革开放的画面里，不仅有宏伟的建设工程、恢弘的全景、发达的科技、优美的环境，也有普通百姓家庭的柴米油盐、悲欢离合。创作者以他们的情感，留下了一幅幅生动、感人、质朴和美妙的画面

一张张相片，犹如穿越时间的窗口，为人们重新打开了往昔的岁月

走进图遇时代·上海改革开放40年——2018上海国际摄影节的展厅，迎面是一幅21米长的大尺幅照片。它记录了浦江两岸沐浴在霞光下，云蒸霞蔚、高楼林立的万千气象。拍摄者采用无人机在250米的空中航拍，用70多张高清晰照片拼接而成，给人带来视觉盛宴。

展览分为“今日上海”“时光隧道”“时代万象”“明日更美好”四大篇章，共展出摄影作品879幅。一张张相片，犹如一道道穿越时间的窗口，为人们重新打开了往昔的岁月：1982年3月，市百一店重新启用了自动扶梯，吸引了很多市民专程来体验“上上下下”的感受。1990年3月，上海私人电话开放登记第一天，市民在四川北路邮政大楼旁彻夜排队。2009年2月25日，外白渡桥经过十个月的“体检”和“整形”后“回家”。2010年5月1日上午8时54分，随着启动装置上的三个环和金色钥匙转动，会场上方大型电子显示屏上呈现的世博园大门缓缓打开。2013年9月29日，中国（上海）自由贸易试验区正式成立……

40年改革开放的画面里，不仅有宏伟的建设工程、恢弘的全景、发达的科技、优美的环境，也有普通百姓家庭的柴米油盐、悲欢离合。摄影人以他们的情感，用相机留下了一幅幅生动、感人、质朴和美妙的画面。上世纪80年代末，移动电话“大哥大”出现在上海街头，成为时髦的象征。1992年凤凰牌女款自行车的手绘大海报上写着：“独立，从掌握一辆凤凰车开始”，令人不禁莞尔。每周日清晨，对旧版书情有独钟的人们汇聚在“文庙旧书集市”上，卖书、看书、讨价还价，场面甚是热闹。

▲历史照片“老虎灶泡水”。
▶徐文华创作于1979年的油画《晨》。 （均主办方供图）

除了众多具有历史感的照片，“老虎灶泡水筹”“公交月票缴款证”“定粮票”等改革开放以来与上海人民生活息息相关的老物件和场景也出现在了展览上。“你看，这就是以前结婚时必备的家具‘36只脚’，我记得我结婚那会是480元买齐一套”“这个是九吋的黑白电视，别看它一点点小，30多年前谁家有一台那是不得了”……在充满情感回忆的视觉空间里，人们找回了一段段“光阴的故事”。

展览期间，上海原王开、人民、万象、康明、梅兰照相馆的人像摄影师还将现场为市民拍摄结婚纪念照，让观众亲身体验上海经典人像摄影的魅力。

90余幅美术作品，多角度生动记录40年来的腾飞巨变

改革开放的号角，不仅引领了经济、社会的高速发展，上海的美术创作也步入了一个姹紫嫣红、前所未有的发展时期。庆祝改革开放四十周年上海美术作品展将40年艺术创造中最重要的一批作品汇聚起来，向时代致敬。

展览以“红色文化”“海派文化”“江南文化”为陈列主线，亮相的90余件作品，大多是全国美展、上海美展、青年美展的优秀获奖作品或画家的代表作，涵盖油画、国画、版画、雕塑、水彩、水粉等多个门类，具象、抽象、意象等多元并存。

展厅中，一幅创作于1979年的油画《晨》很是引人关注，它出自画家徐文华笔下，描绘了一位20岁出头的少女着急地等待图书馆开门的身影。当时，刚刚恢复高考，徐文华在经过南京西路黄陂北路路口的上海图书馆时发现，很多青年男女一早便等候在门口，希望能在阅览室里占得一个看书的座位，那求知若渴的生动场景，深深地打动了艺术家。“这不正反映时代的‘苏醒’吗？”徐文华拿起画笔记录了这灵感一刻。《晨》创作出来后被选送到北京参加全国美展，一举夺得银奖。该画作赢得了广泛共鸣，至今在美术界影响深远。业界专家指出，他画的不仅仅是一个个体，而是整个民族自强不息、顽强奋进的精神。

由邱瑞敏与石奇人、马宏道共同创作的《畅想浦江》，以浦东的高楼大厦为背景，夜色中灿烂的灯光展示着改革开放的辉煌成就。邱瑞敏曾在接受采访时透露，这件作品打了好几次草稿。一开始画的是室内，但觉得体现不出上海的面貌，“后来我们想到从船上可以看到浦东开发开放之后的变化，有东方明珠、南浦大桥等具体形象可以表现，一下就有了灵感”。

费永明扬帮古书画修复艺术展在沪举行

揭开古书画“起死回生”的奥秘

本报讯 （记者**张立行**）在当下古书画修复人才缺乏的背景下，日前在上海图书馆举行的“妙造自然——费永明扬帮古书画修复艺术展”，揭开了古书画“起死回生”的奥秘。展览不仅吸引了众多收藏家、艺术家的关注，也引起了不少前来观摩的文博专家的浓厚兴趣。

作为中国非物质文化遗产的重要组成部分，扬帮装裱又被称为扬州帮装裱，肇始于明代中晚期的扬州，特别是随着明代扬州周嘉胄《装潢志》刊行，使得装裱业成为支撑中国书画发展的重要支柱。与苏帮装裱不同，扬帮装裱历来以“仿古装池”为其显著特点，也就是说，扬帮装裱擅长揭裱古画，其最核心的看家本领就是修旧如旧，不管古代旧字画多么破碎不堪，一经扬帮装裱，顿时起死回生，天衣无缝。上世纪三四十年代间，由于上海成为全国的经济、文化和收藏消费重镇，出现了空前的艺术收藏高峰，书画装裱业也同步进入鼎盛时期。据记载，仅1942年，上海的书画装裱店就有100余家，以苏、扬两帮为主，规模较大，还有本帮、广帮等装裱帮派也间杂其中，涌现出一批装裱业的名家高手，以扬帮最为著名，如潘德华、马老五、周龙昌等。

费永明是已故的当代扬帮装裱大家严桂荣的学生。严桂荣曾拜潘德华为师，专攻古旧书画修复。数十年间修复唐、宋、元、明、清代书画精品数千件。其中，曾为上海博物馆精心修复国家特级、一级、二级文物300多件，包括镇馆之宝、晋王羲之墨迹《上虞帖》唐摹本、明代宫廷画作《岳阳楼》等，亦曾主持修复北京故宫博物院北宋名画《柳雁图》等。费永明作为深得严桂荣装裱艺术精髓的嫡传弟子，牢记师父严桂荣的教示：“老祖宗传下来的手艺，以工序论，一幅画至少需十几道工序，绝不可偷工减料，粗制滥造，因为装裱事关中国文化的传承。在装裱师手里出了纰漏，书画的寿命就要大打折扣，那就上对不起祖宗，下对不起子孙。”师父辞世后，师母将其生前所用之装裱工具，悉数赠予费永明，以示扬帮手艺的传承。

在此次展览中，费永明特设“师门姻缘”单元，展示其跟随严桂荣学艺与钻研的相关物件，其中包括严桂荣所用扬帮装裱工具、严桂荣的艺术作品等，再现了海上扬帮装裱传承之路。此外，展览重点呈现了经费永明之手所修复的部分法书名画作品。其间，不仅有唐《大般若波罗密多经卷》、宋《查元方书丁氏像赞》、《新安朱氏世系图》，也有明末清初《各家书法八页》、清金农《梅花图卷》、张裕钊赠端方《四屏条》、包世臣《七言对联》，还有朱屺瞻《林泉清集图》、徐阶信札卷、万寿祺《班昭见吕太后轴》、陆抑非等合作《丈二大幅》等。这些扬帮装裱作品，融入了费永明对中国书画装裱的独到理解和感触，也是扬帮书画装裱艺术的最新成果。展览在展示扬帮书画修复成果的同时，还展出了与古代书画装裱业相关的纸、锦、绫、玉轴以及画框等历代实物。这些珍贵而罕见的藏品，由费永明多年收集而来。

海外视点

经费不够应付制作开销，年轻观众流失严重

“BBC出品必属精品”神话要破了？

据外媒报道，BBC总裁托尼·霍尔日前在伦敦举行的皇家电视协会会议上表示，电视制作成本不断上升，BBC要花更多的钱，才能保住地位。

霍尔直截了当地说“我们需要寻求更多资金”，并表示额外的资金“可能出自各种来源”。这意味着，英国政府拨给BBC的年度经费已经不够应付制作节目开销，霍尔希望BBC能被允许自主筹措资金。

霍尔表示：“我们从来没有讨论过，多少资金是合适的。”他认为，目前BBC拥有的资源已经无法支持未来全方位的可持续发展，优质剧集的制作越来越昂贵，要保持“BBC出品必属精品”的神话，必须在技术和其他领域下重金。

“BBC的使命和以前一样重要。”霍尔说，“但我们发现现有资源已经无法实现这一目标。”随着电视特效、服装、道具越来越精美，BBC“只求保住地位，也要花更多的钱”。

霍尔强调美国技术巨头、流媒体及其背后的资金实力，带来了严峻的竞争，BBC必须进行改革。“BBC专注于制作英国人的节目，而Netflix和亚马逊等美国巨头不会关注这些，他们正在寻找对全球产生重大影响的事件（进行影视改编）。”

“媒体环境日益全球化，越来越由少数拥有强大金融实力和创意科技的美国巨头主导。”霍尔忧心，BBC英国年轻观众流失严重。

据BBC去年第四季度的调查数据显示，英国15岁至34岁的听众每周使用音乐流媒体的时间，已经超过了收听BBC电台节目的时间；16岁至24岁的年轻人每周看Netflix的时间，也超过收看BBC电视节目的时长。

BBC长期以来都是英国的电视和广播电台无可争议的垄断巨头，并以电视节目制作精美、“财大气粗”著称。但面对Netflix、亚马逊等美国公司的强势竞争，年轻一代口味的挑剔，BBC也撑不住面子，开始“哭穷”了。

（本报记者吴钰编译）