

《芝麻胡同》在口碑和热度高开低走中收官

神仙演技为何只撑起半部好剧

■本报首席记者 王彦

55集电视剧《芝麻胡同》上周六收官。比起开播时的高热度、高分评价,说再见时,其口碑和讨论度双双回落。

关于该剧,网上有条“评价鄙视链”:刘蓓、何冰等人的神仙演技、嘎嘣脆的京味儿台词、有里儿又有面儿的老北京氛围、说不清是奇情抑或浮世绘的剧情、有的演员不到位的台词和妆容……观众眼里,谁是谁,哪里欠了火候,一目了然。最终,这部有望成为“老北京文化担当”的《芝麻胡同》,只是停在了“半部好剧之上、一部好剧未竟”处,未能比肩《大宅门》等先前的京味经典。

从浮生万象到家之本源,演技大赏叫人舍不得倍速观看

有实力派演员坐镇主演,又有拍过《正阳门下》等口碑剧的刘家成导演掌镜,《芝麻胡同》开播时备受好评。故事从1947年的老字号酱菜铺沁芳居切入,透过掌柜严振声一家的酸甜苦辣,回望老北京百姓生活的30年变迁。剧中还原的老北京风情,呈现的大杂院生活场景、充满质感的酱菜制作老手艺、以及在历史变革下的民族商业一隅,都让人瞧得见历史厚度,也感受到制作方的诚意。

当然,若在一众优点里举行观众投票,刘蓓、何冰、毕彦君、海一天等人的演技最得人心。事实上,说《芝麻胡同》铺开了目前国产剧的一次“演技大赏”也不为过。何冰近年荧屏形象,经由《情满四合院》和《白鹿原》已走入了观众的免检通道。一个嘴角坏笑眼底真诚的傻柱,一个简单又复杂的反派鹿子霖,“刚抛脸”“投胎式演技”都可见大众的认可度。到了沁芳居严振声这儿,他形变神也变,演活了一个有情有义又有点怂、胸怀大志也懂小不忍则乱大谋的酱菜铺掌柜。

何冰稳,刘蓓予人太多惊喜。她演绎的林翠卿心高气傲了一辈子,本与严振声是少年夫妻老来伴,不想,中年时杀出了牧春花。二女一夫从乱世走进新中国,由稀里糊涂涂不清的账到重新安身立命以亲缘相处,外部世界的斗转星移、严家大院的劫波渡尽,都在刘蓓的戏里看透风景,真正是一个女人演出了一个世道。最具挑战的林翠卿“被离婚”那段,绝食的她带着骨子里的傲;躺床上独自饮泣的她心如死灰;被抢救回来,她是娇嗔并痴;同老翁求情,则是软而不服;最后心底做了决断,把服侍已久的宝翔喊进屋,一眼春色、一句“酒壮怂人胆”,活色生香的画面却看得人心酸。

借用剧中台词,“翠卿就像长在严家大院的一棵树,连着根,扎着肉”,刘蓓也是《芝麻胡同》里饱满到了极致的人物。她松弛的表演下,从浮生万象到家之本源淋漓尽致,演技大赏如今习惯“倍速观看”的网民不舍得快进。

妆容不敢老、人生太如戏,有些表达与时代审美隔层纱

近尾声时,沁芳居里最资深的把式孔老痴一次失误致千斤粮食付诸东流,老匠人在自责中离世。他弥留之际,弹幕上满屏相似内容值得思量,“这么多年,就见孔老痴一人老去”。作为跨度从1947年到1978年的剧集,“时间”可能是《芝麻胡同》的坎儿。

第一道坎儿在表象。悠悠岁月,雨雪风霜,普通人难以幸免。于剧中的牧春花,20岁的娇、30岁的义、40岁时懂世故却不世故、50岁后见过天地心底宽,不一样的心迹自当投射出不一样的面相。尤其是她的人生经历还夹着乱世世害、生离死别,不说眼神里的内涵,单是脸庞上几条褶皱,鬓间抽了多少青丝,都是可以指向成败的细节。略微可惜,女演员不敢“化丑化老”,一丝不苟的口红让漂亮了一辈子的牧春花,很难漂亮地融入时间长流,与岁月共沧桑。

第二道与时间有关的坎儿在于叙事。1947年到1978年,新旧社会交替下的人生际遇、人性本质,既是剧作的迷人之处,也可能是最大难处。举个例子,1950年代,旧社会遗留而来的一女二夫不得不破,由此引发的连串戏剧冲突,落在历尽风霜的老一辈眼里,多数能激起几分唏嘘怅惘;但于现世安稳中出生的80后乃至网生一代,他们对“乱世浮生”“戏如人生”的共情,可能远不及对“女性追求婚姻自由”“酱菜把式专注非遗手艺”那般推崇。创作端与受众端的“时间差”,让剧集得到的评价莫衷一是。

上海师范大学副教授赵宜认为,时至今日,“时代情绪”“时代审美”已是电视剧创作者不得不考虑的因素,“如何做好叙事的取舍,如何在历史的故事里写出人性的尊严、光辉、良知与悲悯,如何用符合时代情绪的主流价值观来讲述故事,显得越发重要了”。



《芝麻胡同》剧照。

上海启动建设首批双千兆应用示范区

(上接第一版)在岳阳医院,上海电信将提供包括远程医疗、5G 医疗机器人在内的医疗整体解决方案,并构建“专属云+私有云”混合云平台,向院方提供性能成熟、产品丰富的专属医疗云云。在陆家嘴,上海电信将率先完成 5G 覆盖,为区域内金融企业提供高速“双千兆”服务,并与上海证券交易所等机构深入合作,探索 5G 在金融行业的应用,共同研究可部署、可推广的创新业务模式。

上海电信总经理马益民表示,将积极投身上海新一代信息基础设施建设,比照国际最高标准、最好水平,全力将上海建设成为世界级信息基础设施标杆城市。记者获悉,截至目前,上海电信已全面实现端到端“万兆到楼,千兆到户”,全市 2 万个小区、1000 万户家庭实现千兆全覆盖,规模全球第一。今年 1 月 25 日,在与虹桥商务区共同打造“首个 5G 示范商务区”的基础上,上海电信启动第一批 5G 核心网、承载网、业务平台、MEC 及规模化的 5G 基站建设。同时,随着网络建设速度的加快,上海电信积极探索“双千兆”网络与工业互联网、智慧城市等产业融合应用业务,通过固网千兆超高速宽带和高速率、广连接、低时延 5G 移动网络的融合,聚焦经济发展、城区治理、民生服务、金融创新、智能制造、人工智能等重点领域,并着力推动新技术在相关产业应用落地。



由于动画片中的不少场景都取自真实场景,动漫迷争相跟着《夏目友人帐》去旅游。(资料图片)

动画《夏目友人帐》带火一个日本小城,引发业内关注

乡间车站、中学门口成网红,“在场体验”撬动影视旅游“有机更新”

■本报记者 张祯希

近期上映的日本动画电影《夏目友人帐》,遇上了《绿皮书》与《惊奇队长》的夹击,依旧拿下过亿票房,跻身内地日本引进动画票房前十。

票房之外,更令业界瞩目的还要算这部动画对“文旅结合”的有益实践。《夏目友人帐》最初以漫画的形式连载,2008年,改编自漫画的同名季播动画开播,一火就是十年,可谓日本动画的大IP。有趣的是,动画片的故事虽然是虚拟的,但场景都是真实的。自从动画播出以来,作为取景地的日本熊本县吉市便成了国际动漫迷争相前往的打卡圣地。

十年间,旅游产业与动漫元素为这座人口仅三万多人的小城带来活力。动画中深受观众喜爱的三花猫“喵老师”成了各家旅馆、小店中经常出现的形象。当地出租车公司、各类旅游网站,还根据动画片中的一幕幕经典场景,规划出了各色“取景点”最佳拍摄路线。

越来越多看似平平的乡间车站、学校门口,都成了网红。“对青年人来说,旅游已不止于游山玩水,更重要的是文化体验:最佳旅游目的地不光要提供异质体验的新颖感,更要能激发某种私人的体验与情怀”。在上海交通大学媒体与传播学院副院长李康化看来,“圣地巡礼”的流行体现出IP旅游的巨大市场空间。

这样的风尚,也将“如何有机开发文化旅游目的地”“如何让文化元素与当地场景进行自然对话”等问题摆上台前。

体验性消费替代目的性消费,一个车站、一座小桥皆有可能成爆款

手拿一张印有动漫作品经典场景的明信片,在取景地拍一张与明信片内场景视角相同的照片。类似的旅游照,在不少自由行网站上流行。跟着动漫影视去旅游,也被业界冠以“圣地巡礼”之称;动漫爱好者出于考据精神,前往取景地进行爱慕,并且制定出参观路线,让后来者据此参观。

文创学者分析,在“世界美景搜索便可得”的互联网时代,“目的性消费”已逐渐向“体验性消费”转变,小到一个小车站、一座小桥、一方路口,大到一座城市,种种场景里包含的文化价值与私人情怀,比纯粹的自然风光更能让青年一代“迈开腿”。

作为动漫文化高度发达的国家,日本动漫与旅游业的融合成绩惊人。央视财经频道近期公布了这样一组数据:在日本全国因动画取景地而成为旅游景点的地区约有5000处,这些地区每年由动漫粉丝带来的旅游经济效益超过500亿日元,约合人民币30亿元。

与人吉市一样,因动漫作品成为新晋网红、爆款景点的还有不少。日本动画电影《你的名字。》热映,便让日本飞驒市迅速走红。日媒报道显示,这部动画上映后,为取景地之一的飞驒带来了185亿日元旅游收入。来自世界各地的动漫迷,来到这个古朴小城寻找动画中的场景。位于日本镰仓的高校前站至今仍是风靡世界的网红景点,每天有大量游客聚集到铁道口留影,试图还原20年前风靡一时的《灌篮高手》中的经典场景。

除了拍照留念之外,不少观众也效仿起了剧中人的举动。根据漫画改编的日剧《东京爱情故事》是几代人心中的经典。剧中一幕,莉香在完治的家乡爱媛县,把白手帕系在栏杆上,以表对这段爱的终结。这一幕让取景点“梅津寺站”成了剧迷争相打卡的“爱情站台”,据说,站台上时常可见剧迷效仿莉香系上的爱情白手帕。

IP旅游:为游客而“新造”景点,不如用艺术介入当地居民的生活

人口不多,又比较偏远的日本小城,因为动漫作品与动漫形象人气大涨,给现下十分火爆的IP旅游开发带来不小启示。“这些小城并非走红于刻意的商业开发,而是得益于大众文艺作品挖掘出了其本身的独特人文特质。更可贵的是,在成

为网红景点后,这些目的地始终没有进行大刀阔斧的商业开发,而是最大程度上保留地方特色。”李康化指出,这些小城的走红,带给IP旅游开发的最大启示是——保留地方人文特色的“有机更新”,比针对游客而来的商业开发更有意义。

就拿被《你的名字。》带火的飞驒为例,动画电影中出现的老旧公交车站以及售卖当地小吃“五平饼”的老字号店铺,都是真实存在的。在动画片走红之后,那个原本已被废弃的公交车站,又恢复了运行;生意更上一层楼的“五平饼”店家,摆出了更多座位让粉丝如影片中的人物一样坐着吃饼留念。这样的开发,为游客的参观提供了更好的体验,但受益更多的其实是当地居民。

事实上,为游客而“造”,不如为当地居民的生活、当地的文化艺术氛围而“造”,已经成为日本一些偏乡小镇进行“创生”的共识。李康化介绍,由于经济欠发达,青年人大量外流,日本早前就开启了针对偏乡地区的“地方创生”政策,用“艺术干预”的方式开拓文化旅游事业便是一大举措。其中最典型的案例当属濑户内国际艺术节。这个致力于振兴乡村文化与岛屿文化的艺术节,邀请了大量国内外艺术家,就地取材,进行艺术创作。与当地风貌融合的艺术创作,不但与当地人的生活相得益彰,也因为不可复制、不可移植的“在场性”,吸引了大量国际游客前去打卡。

海外视点

■本报记者 卫中

北京时间昨天凌晨1点,苹果公司召开了一年一度的春季发布会。这家一直以生产手机、电脑为主的制造商,却对新的硬件产品只字未提,反而把发布会的“C位”留给了几项全新的服务类产品,其态度之严肃、投资手笔之大显示出“ALL IN”文化娱乐领域的决心。以前的苹果产品只是为第三方内容生产商提供销售平台,现在它要自己下场了。

苹果公司发布的几项服务类产品中,News+相当于一个新闻聚合平台,虽然内容仍由各家媒体提供,但是经过苹果公司的优化排版以及算法分类后,将对用户进行个性化推送。目前News+已经聚合了如《纽约客》《华尔街日报》《大西洋月刊》

苹果宣布进军影视生产,文娱产业新玩家入场

《Bon Appétit》《体育画报》《名利场》《连线》等知名媒体。

在影视娱乐方面苹果的动作就要大得多,Apple TV将对美国主流的有线电视平台进行整合。以往观众的痛点在于喜欢的多部剧集分散在不同有线电视或视频网站平台,导致不得不购买多家会员。但在Apple TV下,只需要一次付费就能收看多家平台的内容。

更显得野心勃勃的产品是昨天发布会上的重磅戏Apple TV+——苹果公司宣布将投资影视剧制作,脱口秀明星奥普拉·温弗瑞、导演史蒂文·斯皮尔伯格、影视明星瑞茜·威瑟斯彭和珍妮佛·安妮斯顿等现身

发布会,为苹果公司站台。据悉,苹果公司已经在影视剧制作以及版权收购方面投入超过20亿美元,虽然这个投资手笔已经不小,但对手持2600亿美元现金的苹果公司来说还有很大提升空间。

目前在全球范围内,游戏产业规模已经远远超过影视产业,苹果自然不会忽视这块市场。事实上,iOS已经成为全球最大的游戏平台,在此基础上苹果将打造Apple Arcade平台,区别于以往的每个游戏单独购买,将来苹果用户可以通过支付月租的形式无限畅玩所有游戏。多家知名游戏开发商宣布将为Apple Arcade平台打造独占游戏。

值得一提的是,苹果强调新闻、影视、游戏的兴趣推荐算法仅在用户的手机、电脑设备上本地生成,不会有任何资料上传到网络,这让许多担心隐私的用户略感安心。

经过这次发布会,苹果正式涉足文化娱乐内容生产,今后恐怕不能单纯以传统硬件厂商的眼光来看待它。苹果是目前世界上现金最充沛的公司,还坐拥数量庞大的习惯为内容付费的用户群体,更有成熟的iTunes平台作为依托,条件得天独厚,将来人们会看到更多苹果公司出品的影视剧和游戏,它几乎注定会成为文化娱乐内容的大制作商。

《汉语大词典》第二版新增内容将达20% 吸收学界研究成果充实出土文献资料

(上接第一版)二是梳理吸收30多年来学界研究成果,特别是与《汉语大词典》直接相关的论文万余篇,著作百余种,进一步提高完善词典在收词、释义、书证等方面的质量;尤其值得注意的是,针对第一版编纂时资料相对薄弱的领域,如出土文献、中古汉语、近代汉语、佛经语词等范畴,第二版系统性地加以充实;增补了单字上古韵部等。

除了文本内容,第二版对插图也将作全面修订,在订正一版插图及图注错误的同时,增加若干能够辅助释义的插图。

集学界之力,吸收更新成果才能生命长青

学界有个共识:“词典是一门遗憾的

艺术”——再好的工具书也只能代表当时的认知水平,近几十年来社会科技日新月异,各种新词汇新现象层出不穷,《汉语大词典》第一版存在的不足逐渐显露。大型品牌工具书需紧跟时代发展,在持续修订完善中保持生命长青。

业内期待,《汉语大词典》(第二版)将更为科学、全面、准确地反映汉语词汇史的面貌,符合新时代要求,实现后出转精的修订目标。集学界之力,《汉语大词典》(第一版)出版二十多年来,海内外学界发表的相关指瑕、商榷、研究成果成千上万篇,此次也得到了较为全面的梳理,相当部分将被吸收到修订工作中。

身处互联网时代,如何更好地为读

者提供准确、权威、便捷的汉语词语查询服务?老牌工具书同样面临着推动内容生产方式、词典呈现方式的转型升级

问题。据悉,《汉语大词典》(第一版)网络版开发工作正在进行中,框架设计已完成,第一版全部内容将于2019年正式上线,供读者查阅,并开放端口

相关链接

《汉语大词典》大事记

1975年启动编纂,第一卷于1986年出版,至1994年全部出齐,共12卷,另有附录、索引1卷,收词37.5万条,近5000万字,插图2200余幅。《汉语大词典》曾荣获首届国家图书奖,并被联合国教科文组织认定为世界权威工具书,联合国汉语翻译指定工作用书。自2005年开始,汉语大词典编纂处专门负责《汉语大词典》订补工作,

与第三方合作。世纪出版集团下属上海印刷技术研究所针对《汉语大词典》数字化工作,专门研制开发了“汉大”字库,该字库3万余字,覆盖了《汉语大词典》中出现的所有字形,并在学理性、规范性、拓展性及美观度等方面达到较高水平,该字库目前已经完成。

2010年编成《汉语大词典订补》一书,共330万字,新收与订正《汉语大词典》词条3万多条。

2012年3月,国家出版基金规划领导小组办公室发出立项通知,确定《汉语大词典》(第二版)为国家出版基金资助项目。2012年12月10日,《汉语大词典》(第二版)编纂出版启动大会在北京人民大会堂召开,标志着第二版修订工作正式启动。2018年12月,《汉语大词典》(第二版)第一册征求意见稿出版。