

以全国优秀县委书记、时代楷模廖俊波为原型，展示他践行诺言的责任担当——

肝胆干事、干净做人，《一诺无悔》央视热播展现公仆情怀



电视剧《一诺无悔》展示了廖俊波“肝胆干事、干净做人”践行诺言的事迹。图为电视剧海报。

在真实的基础上进行有度的艺术加工，以平衡纪实感和艺术感

剧集播出以来，观众跟随廖俊波在政和一路走来，情感起伏跌宕。有评论说，其中既有体察民情时的惊险，又有招商引资的煎熬；既有不徇私不讲情面的耿直，又有常年在户外顾不上家小的愧疚……让这些情感分外真实，是电视剧朴实的镜头语言和写实风格。

“《一诺无悔》剧本极具阅读快感，作为原始生活素材，真实的人物与事迹本身就感人。”凭借《红楼梦》中的“宝玉”一角成名，后担任电视剧导演的欧阳奋强在高铁上接到了制片人的电话，巧的是，在接电话的前几分钟，高铁电视上正在播廖俊波同志的先进事迹。廖俊波的事迹深深打动了欧阳奋强，随即欣然接受了制片人的邀请。在查阅过相关资料、看过剧本前五集后，欧阳奋强毅然决定以自己的方式去追忆这位可亲可敬、可爱可信的共产党员。

为了让剧中故事与人物更加真实、接地气，主创团队深入廖俊波曾经工作过的基层环境体验生活。从去年2月26日开机到5月23日杀青，87天的拍摄过程中竟没有一处“主场景”，《一诺无悔》的外景量相当于通常三部电视剧的外景量。“这是因为廖俊波书记说过‘能在现场就不会在会场’，他的工作都是在路上。”欧阳奋强说。他认为，切身体验角色的实际生活、大量的扶贫事迹与素材全面保证了该剧情节与故事的真实性。

“细节是一颗颗珍珠，依托在主线周围，细节生动了，戏就愈发精彩。”欧阳奋强对摄影、灯光、美术到音乐等拍摄的各个环节精益求精，为了展现廖俊波“永远在路上”，剧组在拍摄的过程中也较多地运用运动镜头，体现人物的忙碌感。廖俊波在政和任职期间，政和从“省尾”转变为十佳县，该剧从廖俊波上任初期、中期、后期的外景变化来侧面烘托他的开拓进取与苦干实干，也让观众真切感受到身边旧貌换新颜的巨大变化。

■本报记者 汪嘉诚
首席记者 王彦

脚下装着泥土，心中装着百姓，这样接地气的时代楷模的形象该如何塑造？克己奉公、清正廉洁的时代精神如何通过荧屏来传递给观众？正在央视一套热播的电视剧《一诺无悔》给出了答案。

这部作品以全国优秀县委书记、时代楷模廖俊波为原型，从他在福建省政和县县委书记任上的“政和一诺”出发，展示了廖俊波“肝胆干事、干净做人”践行诺言的事迹。

“整个剧组都在以最大的敬意，以廖俊波精神来打造这部作品。”该剧导演欧阳奋强表示，“时代呼唤描绘英雄光辉事迹的作品，观众需要这样的精神食粮，那么电视工作者就有责任去讴歌我们这个时代的英雄。”

人公仆的朴实情感
和非凡力量融为一体，
角色因此丰满

廖俊波用短短四年时间，通过发展工业、城市、旅游、回归四大经济，让一个省级贫困县转变为经济发展全省十佳县，让三万多贫困户脱贫，创造了“政和速度”和“政和传奇”。这是廖俊波的事迹，但《一诺无悔》的剧情绝不止于高度提炼过的工作成绩，而是

凭细节塑造了一位有人情味的基层干部，在点滴中沉潜出一位人民公仆的力量。

剧中，在政和的第一次见面会上，廖俊波掷地有声：“政和一定会大不一样，今天我可许下了诺言，一切为了政和的光荣与梦想！”四年时间，廖俊波的承诺变为政和百姓人人称道的所见所闻。真实世界，这位县委书记曾在工作中过五关斩六将，电视剧则以一集解决一个问题的节奏有序推进，将廖俊波的形象留在荧屏上：从帮助上庄村村民解决吃水难的问题，到查处小企业偷偷排污的违法行为；从力邀德国家族企业代表保罗入驻产业园，到帮助县医院引进国际一流医疗设备；从兴建电商产业园，到带着项目书亲赴北京说服浪潮集团董事长……致力于脱贫攻坚事业的情节主线，以及散落在电视剧故事里的点滴，再现了廖俊波的工作场景，还原了新时代优秀基层干部的形象。

在主创们看来，是真实的公仆情怀赋予了创作最大的底气。剧中廖俊波的扮演者郭广平牢牢记住了一组数字：“廖书记的车，四年行驶了36万公里，平均每天250公里。是怎样一种精神让他每天如此忙碌，却又快乐工作着？”他说，自己在读完剧本后潸然泪下，内心为角色深深震动。正因为此，“通过这部剧让廖俊波精神传播得更远，让更多年轻人知道这位人民公仆”，成为一众主创由衷的希望。

快评

“吵”不出一片天下，更“炒”不出美丽未来

王彦

选秀类综艺近来频频引发话题。正在进行时的《青春有你2》每周更新两次，每次必会刷屏上热搜。已结束十多年的《2006超级女声》，因综艺《王牌对王牌》里的“情怀杀”内容翻出了陈年往事。无论是青春美少女，抑或在魅力绽放的正好年纪，被人们关注都可以是好事一桩。然而，近来的这些高热度话题及所涉艺人，实在谈不上光彩。其中，有因业务能力差屡上微博热搜的，有因私德缺陷被大众广泛质疑的，还有打着“真性情”旗号实则相互杯葛而引发无休止骂战的……探究这些热搜，都可归为一个“炒”字：是吵架，也是炒作，结果都脱离不了一地鸡毛、嘈杂喧嚣。

论实力，中冰、申清、中玉、中洁四胞胎都属平平无奇。可带有竞技性质的《青春有你2》，却围绕她们“吵”过几个回合。节目更新日，姐姐们为小妹抢中心位，“抱团欺负老实人”的戏码“值得一炒”；节目不上新时，大姐被曝涉嫌插足他人婚姻，关乎道德底线更要“大炒特炒”；待到验收舞台时，既然四胞胎已惹众怒，那就追着靶子“痛打”，节目靠剪辑整出一波奇情连续剧。姐姐妹妹的戏码未落幕，同为训练生的李熙凝又被硬生生炒出热度。其实早在首期开播前，她已低调退赛，可节

目上线第三周，这位训练生中“查无此人”的姑娘在排练时出尽洋相的说唱被炒遍全网，“淡黄的长裙，蓬松的头发”掀起了各类平台的猎奇狂欢。无独有偶，十多年前的几位“超女”也把网络当成了辩论场。嫌《王牌对王牌》的后期处理太温柔，许飞率先在微博开腔，火药味浓郁的发言迅速占据热搜榜首。随后，高雯捷回应，韩真真“力挺”，公众号控陈年旧账、发集体感慨“女生和女生间没有真友谊”。聒噪无比的狂欢里，流量变现思维被一次次置顶——没有实力，那就靠

“吵架”博眼球；没有矛盾，那就凭空渲染矛盾也要让流量实现效益最大化。如是思维，恰是当下演艺圈值得警惕的投机风气。某些艺人信奉“黑红也是红”“负面热度总胜无人问津”，不惜自毁声誉但求能有一“炒”；某些节目患上“热搜依赖症”“词条依赖症”，艺人私生活八卦、谁与谁不合、谁名次不公等，都能“炒”到大众眼前。殊不知，这样“炒”上热搜的样子，真的与美无关。从2004年起，国产选秀为许多年轻人打开了逐梦演艺圈的更多可能。从

2010年代起，互联网越发深度地参与大众生活，俨然是人们传播信息、关注消息、了解外界动态的常见渠道。选秀遇上了互联网时代，是这些年轻人之幸，他们获得了超乎以往的练习资源，也拥有了更为广阔的展示才华和魅力的平台；选秀遇上互联网时代，同样是相关节目之幸，能从网络的海量信息里发掘更多可塑之才，能搭乘网络快车将有实力有内涵的作品与艺人广而告之。遗憾的是，在“炒”出一片天的扭曲观念下，某些艺人、某些节目不以个体实力打磨、人格魅力锻造、节目品质塑造作为检验

成就的基点，而是将自我营销、自我炒作，甚至自身争议视为“成功学”的标志。畸形的成功之路，尽头不仅是对艺人自身形象的摧毁，也让公众对演艺圈的认知更打上问号重重。健康的演艺圈生态，靠的不是玩噱头的投机取巧，而是能温润人心、予人启迪的扎实作品。时代给予了这些年轻人最好的机会，大众也愿意给踏实努力的追梦人以鼓励和喝彩。希望下一次热搜前排，能让大众看见真正具有美感的作品、美好的人，不负这个充满机遇的时代。

数字化博物馆正在成为全球博物馆建设新潮流，智能化推送可针对不同用户生成展览

海外博物馆：“上线”不仅自救更是抵达文化共享新路径

海外观察

■本报记者 王筱丽

1亿美元，这是美国纽约大都会艺术博物馆预计闭馆期间的亏损总额，新冠肺炎疫情正在全球肆虐，包括美国最大的艺术博物馆“大都会”在内，海外众多博物馆和美术馆不得不临时闭馆。许多欧美博物馆的收入主要来源于门票和募集资金，因此关门带来的问题首当其冲便是收益锐减。同时，精心策划的大展如何让公众看到，寻找特殊时期的替代手段成了当务之急。“疫情之下，线上展览需要发挥其应有的作用，为市场注入一针安慰剂。”上海博物馆馆长杨志刚表示。业内人士认为，实物感和亲身体验是博物馆艺术馆的立命之本，但是非常时期的一些做法，也在让全球拥有重磅资源的一些机构思考，如何实现多种途径达成文化共享，如何在实体运营之外拓展更多的发展渠道。事实上，“上线”并非闭馆之际的无奈之举，近年来，数字化博物馆已成为全球博物馆建设的新潮流。



适逢建馆150周年，大都会艺术博物馆推迟了大展及慈善舞会，在官网上提供360度线上参观服务。(资料照片)

会也无限期延后。管理层在联名信中直白地表示：“这将是一个极具挑战性的时期。”裁员不可避免。数据显示，博物馆每月向员工支付的薪水达到1600万美元。首席执行官丹尼尔·韦斯表示，博物馆将启用5000万美元的应急资金。过去，这笔款项多用于藏品维护及展览。除了门票收入之外，欧美很多博物馆还通过募集方式筹措资金，如今受疫情影响，类似每年可以为“大都会”带来极大经济效益的慈善舞会也被推迟，让经营受到很大影响。

据悉，美国博物馆联盟联合多家博物馆向政府申请40亿美元的资助。纽约社区信托准备了7500万美元的资金，为非营利文化组织提供援助。不过，因为闭馆，美国文化机构每天的总损失就

高达3300万美元。在欧洲，文化机构的经营状况也不容乐观。近日，英国艺术委员会拨款1.6亿英镑用于帮助本国的艺术团体和员工。同时，台前的展览暂停，幕后的工作却不能戛然而止。据介绍，博物馆幕后的各项程序包括文物运输、保险事宜、人工进出库等，这些都需按照严格的时间节点，而如今因为疫情原因，各个环节都存在不确定性，也随之波及到博物馆之间的交流活动。

未来可期，线上展览
不仅可以维持活跃度，更
可能生成“个性展”

博物馆的运营因为闭门谢客承受了

巨大挑战，而耗费大量心血策划的展览无法如期举行也是对艺术行业信心一次颇为沉重的打击。据悉，泰特现代美术馆的安迪·沃霍尔回顾展、英国国家美术馆“集结画家最重要作品”的提香特展都在揭幕前紧急收场，泰特现代筹划已久的建馆20周年纪念也无人从谈起。“布满艺术品的展厅空无一入，想到这一点便深感惋惜。”泰特现代馆长弗朗西斯·莫里斯此前向海外媒体表示。

特殊时期无法近距离与观众沟通，如何维持活跃度是全球博物馆需要共同思考的命题。“作为美术馆人来说，焦虑的心情是难免的，但这也是艺术机构体现社会价值的时刻，更需要推陈出新，创造特殊时期各种替代方

式。”上海油画雕塑院美术馆副馆长傅军说。

得益于资源储备和科技力量，如今线上展览已不是新鲜事。包括卢浮宫、大都会、大英博物馆在内的大型博物馆早已具备相当完善的虚拟博物馆系统，而谷歌文化与艺术平台更是集结了全球的艺术精品。以谷歌推出的相关应用为例，其云集了全球千余家博物馆的资源，不但可以让用户以“VR游览”方式进入“沉浸式”在线博物馆，重现博物馆展厅的空间结构，以及艺术品的展陈方式，而且可以通过数字高清技术，数百倍地放大作品，看到哪怕亲临现场也很难有机会细细品味的艺术品的肌理：画布上的笔痕、油画颜料的龟裂、作者签名的特殊笔迹等等。

与此同时，要与艺术爱好者“实时交流”，活用社交媒体无疑是最快捷也是最亲民的做法。自3月中旬闭馆后，纽约城市博物馆便在其社交平台发起了“禅意博物馆时刻”，希望通过馆藏传达令人宁静的力量，抚慰遭遇疫情的民众。活动发起后，迅速得到了大量点赞，并吸引了全球超过75家艺术单位的接龙。

尽管坦言“没有任何电子内容能够与走进展厅的悸动相比拟”，但是弗朗西斯·莫里斯也为透过互联网可以感知艺术而感到庆幸。而在艺术公共化服务化解实体博物馆布展艺术品有限、参观人数有限、展陈周期有限方面的能力，也越来越被业界所重视。未来，“法国卢浮宫的《蒙娜丽莎》，也能挂在荷兰海牙莫瑞斯皇家美术馆的《戴珍珠耳环的少女》旁边”，类似的“私人订制”个性化虚拟博物馆或许也将出现在互联网上，通过追踪用户爱好，智能化推送可以针对不同的用户生成展览，并有可能形成新的衍生文化业态。

为艺术行业「复工复产」精准施策
「艺术上海」将启动「线上博览会」

本报讯（首席记者范昕）面对全球艺术界受疫情困扰而被迫停摆的困境，“一带一路”艺术上海国际博览会率先启动筹划已久的“线上博览会”功能，将于4月底开通线上展示、交易功能。同时，为减轻入驻机构的负担，这个艺博会宣布免除两年的线上服务费，为艺术行业“复工复产”注入动力。

作为国内首个综合性艺术服务平台，“艺术上海”不仅在传统的线下艺博会方面不断优化升级，在艺术品交易模式上也尝试着先试先行的布局。去年首届“艺术上海”平台建设筹划时，已确立线上线下联动并举的发展方式。在近期提前完成支付系统的对接开通后，“艺术上海”将成为一个全年365天开放的线上博览会，集交易、欣赏、社交、资讯为一体，形成全新的展览交易模式。

为艺术界“复工复产”而精准施策，“艺术上海”线上博览会则出台了多项帮扶举措，例如，让画廊机构零成本入驻长达两年。这个艺博会也将携手M50创意园区等，为园区内艺术机构实现零成本拓展传播、推广、销售渠道，因疫情影响而无法在线下举办的特展，可以首先通过“艺术上海”线上平台与海内外艺术爱好者见面，发展潜在买家，创造销售业绩。