

打破“土味”刻板印象,跟上观众审美需求

农村题材剧也能让观众“上头”

近期,《山海情》《江山如此多娇》等一批扶贫剧集中在各大卫视和视频平台播出,收获了不错的口碑,观众感叹原来农村题材剧也能这么好看。《山海情》尤其让很多观众追剧“上头”,张嘉益、黄轩、热依扎等一众明星出场,“一个个灰头土脸,但是一秒入戏”,对人物细节的刻画和对时代背景的描摹,成了《山海情》出圈的关键。

农村题材电视剧以其丰富鲜活的影像,记录了中国乡村的历史变迁和广大农民的心灵嬗变,也见证了乡土中国曲折艰难的改革发展历程,而未来中国乡村的转型和发展,依然需要农村题材电视剧的艺术呈现。



1 不落宏大叙事窠臼 不说教不煽情,贴近现实表达

作为“理想照耀中国——国家广电总局庆祝中国共产党成立100周年电视剧展播”剧目,《山海情》其指代宁夏,其海指代福建,以展现东西协作扶贫下的“闽宁模式”为创作命题。这部作品没落入宏大叙事的窠臼,为主旋律扶贫剧找到了不说教、不煽情,贴近现实表达的路子。

《山海情》开篇就抛出了一个难题:宁夏回族自治区为了让西海固地区人民过上好日子启动吊庄移民,只是吊庄建在戈壁荒滩,没水没电还赶上了沙尘暴,涌泉村一夜之间跑回来七户人家。对“贫困”这一现状的描摹上,《山海情》的度控制得很好:镜头扫过家徒四壁的土坯房,躺在炕上的村民道出了“三兄弟”同穿一条裤子的现实窘境;就连从福建赶来扶贫的干部和专家,也在火车上遭遇了一回小偷。细节的铺陈,看似是村民不通事理,实则是贫困下的无奈。

很多观众的直观感觉是,《山海情》和两部《大江大河》在风格上很类似。的确,同为正午阳光团队出品的作品,它们都把目光对准了同一时代背景下的中国农村。副制片人、“影芝独舌”主编杨文山认为,《大江大河2》与《山海情》连着看,才是中国改革开放历史画卷的完整拼图,“《大江大河2》和《山海情》的开篇时代背景都在上世纪90年代初,小雷家的集体经济在升级换代,涌泉村还在温饱线上挣扎,国有经济、集体经济、个体经济,只是经济发达地区的分类,而在广大的中西部地区,经济主体依然是小农经济。”

2 不走同质化老路 塑造群像,呈现真实乡土人情

据了解,从2011年起,农村题材电视剧的生产和发行数量明显回落,其社会影响力也相应下降,随之而来的一个问题是大量同质化的扶贫作品出现。副制片人杨三核的看法很有代表性:本来没有农村生活经验的城市观众就很难代入扶贫剧这样的农村题材,如果人物塑造再扁平套路,观众自然就更难产生共情;剧情内容上的高度同质化,看一部等于看十部,让观众对“扶贫剧”这一类型产生质疑:是不是为了完成任务电视剧创作就可以不顾可看性和创新性?有些剧方是不是为了跟热潮搞

投机才做扶贫剧?人物塑造的狗血化也成了不少农村题材剧的通病,主人公常常身世凄苦,爱情、婚姻和家庭屡遭不幸,却又义无反顾地为他人(重病或残疾的公婆丈夫、无依无靠的弃儿或孤儿、没有血缘的养子或养女)倾其所有。山东大学新闻与传媒学院副教授张新英表示:“这些作品通过观众熟悉的苦难叙事和苦情模式,赞美和弘扬了农民高尚的道德情操和人格魅力,但过于夸张的剧情、过度的苦情和刻意的煽情,又让许多作品走向了虚假造作的

极端。”农村题材剧如何处理好苦与乐、悲与喜之间的对立统一关系,呈现真实自然的乡土人情和人性,是创作者最需要解决的问题。《山海情》让很多观众有代入感,关键还是塑造了成功的群像:剧中村民与村民、村民与村干部之间的唇枪舌剑,贡献了颇多看点,也消解了贫困带来的沉重。《江山如此多娇》借助扶贫干部殉职、党费处理一事塑造了一个不拘泥于规则、心系扶贫干部真实利益、有冲劲又经验不足的主角形象。

3 不忘根脉传承 灵活运用方言,展现独特魅力

很多观众对农村题材剧的一个刻板印象是“土味”,如今的创作者正在这一点上努力跟上观众的审美需求。《山海情》在视听语言上很有电影质感,孩子们奔向铁路,俯镜头下大西北的苍凉和辽阔,渴望去追逐新生活,“脱贫”的真挚渴求尽显,这种无需画外音和台词来表达的镜头语言,足以让观众产生共情。在适当的创作语境下,灵活运用方言,也能使得作品的艺术感更上一个台

阶。《山海情》起用了大量的西北籍演员使用方言演绎,突出了西北人淳朴的特质。从播出效果看,方言版《山海情》展现了地域方言在电视剧作品中的独特魅力。同时,闽宁两地语言不通所产生的现实场景在剧中重现,并以充满喜感的方式放大,“方言梗”起到了活跃剧情的作用。相比之下,该剧的普通话版就逊色许多。连播10多季的《乡村爱情》堪称农

村题材剧的正向代表,剧中东北象牙山村村民的土味、幽默等喜剧因素,被活跃于互联网的年轻人捕捉,甚至催生了一门叫“乡学”的“新学科”,被誉为“读懂了象牙山的饭桌,就读懂了中国乡土社会的人情世故”。从事农村题材电视剧研究的太原师范学院副院长薛晋文认为,乡土文化根脉的传承和坚守应成为农村题材电视剧创作的潮流,有时候,都市文化的短板正好是乡土文化的长

追逐梦想

——电影《摔跤吧!爸爸》观后感

刘念

最近,又看了一遍《摔跤吧!爸爸》,每次看都有不一样的感受。

辛格曾是印度国家摔跤冠军,因生活所迫放弃摔跤。他希望有儿子可以帮他完成梦想——赢得世界级金牌,结果生了四个女儿。本以为梦想就此破碎的辛格意外发现女儿身上的惊人天赋,看到冠军希望的他决定不能让女儿的天赋浪费,像其他女孩一样只能洗衣做饭过一生,再三考虑之后,他与妻子约定,花一年时间按照摔跤手的标准训练两个女儿,换掉了裙子、剪

了长发,让她们练习摔跤。最后她们赢得一个又一个冠军。

影片故事并不新颖,属于那种开篇五分钟就可以知道结局的,但这并不会影响观影的乐趣,剧情热血逗乐,摔跤竞技惊心动魄,画面充满异域风情。

观影过程中,“梦想”两字时常浮现在我的脑海中。辛格作为父亲,严厉而又有些专制,为了延续自己的梦想,魔鬼式训练女儿,剥夺了她们快乐的童年,剥夺了她们爱美的权利,起初是不被其他人理解

的。甚至于两个女儿一直认为父亲是为了打架的事情惩罚她们,于是通过消极练习来反抗。直到朋友婚礼的一番话让她们醒悟,“至少你们的父亲认为你们是他的孩子,他为了你们遮风挡雨,抵抗全世界,默默地忍受你们闹脾气,为什么?为了你们俩有未来,有自己的人生。”从此取得世界冠军也成为她们的梦想,并为此做出努力和牺牲,克服一个又一个困难,打败一个又一个对手,最后赢得金牌。

人,要有梦想,才能有前进的动力,如果没有梦想,那么人生就没有方向。一辈子,总要有自己的梦想拼搏一次。通往梦想的道路,从来都不是坦途,追求梦想的过程,也总是荆棘密布,任何梦想的实现,都少不了努力。

影视观感

市烟草专卖局连查多起跨省非法运输卷烟案

本报讯 通讯员王晓辉报道:笔者昨日从市烟草专卖局了解到,“两节”卷烟市场专项整治期间,市烟草专卖局坚守打假打私一线,连续查获11起跨省非法贩运卷烟案。挖线索,持续不断打好“信息战”。多渠道宣传专卖政策,举报渠道等,拓展举报线网络,广泛收集、分析和筛选涉烟违法线索;积极与省内省外毗邻地区构建跨区域情报互通、路查协作联动机制,加强涉烟

运输信息互通,延伸打击范围,织密打假打私“信息网”。聚合合力,精准发力打好“阻击战”。落实高速公路查堵快速联动机制,持续发挥李桥烟草检查站、武深高速公路大队联合执法室前沿阵地作用,凝聚合力布控,精准发力查堵,全面堵截北烟南下、南烟北上非法运输卷烟违法行为,筑牢鄂南边界监管“防护网”。重协作,协同联动打好“配合

战”。强化全市专卖打假打私“一盘棋”思想,实行分段负责、情报交互、协同作战的稽查思路,以鄂南稽查大队为主,沿路烟草稽查力量为辅,联合市县两级公安、邮管部门,织就打击高速公路非法贩运卷烟活动的“天网”,全力守好鄂南屏障。

金叶风
咸宁市烟草专卖局主办

咸安烟草专卖局开展疫情防控演练



本报讯 通讯员朱夕卉报道:1月18日,咸安区烟草专卖局(营销部)组织开展新冠肺炎疫情疫情防控应急演练。防控演练以咸安区局(营销部)工作人员出现发热、胸闷、干咳等疑似感染症状为模拟情景。演练开始后,在现场指挥长的统一调度下,各应急小组迅速行动,有条不紊地开展异常报告、启动预案、现场应急处置、警戒疏散、引导隔

离、密接区域消毒、现场清理等。演练结束后,咸安区局(营销部)召开评审会对预案演练效果及预案的适宜性、可行性、有效性进行了讨论与评估,分析存在的问题,并对应急预案提出了修改、完善意见。该局负责人介绍,此次演练进一步提升了干部职工面对疫情的快速反应、现场处置、协同作战能力,为有效应对冬季疫情反扑打牢坚实基础。

赤马港“六大”活动提质增效

近半年来,赤马港街道按照赤壁市委市政府关于“六大”活动的安排,扎实开展了大学习、大调研、大讨论、大转变、大落实活动,推动经济社会高质量发展。向市级争取到国防教育基地、禁毒教育基地、应急产业体验馆、高标准农田整治、汉方农业、排污系统改造、107外迁项目、立面改造8个重点项目,助力研学小镇腾飞。以汉方农业为依托,研学基地土地流转1100亩,土地征收41亩,形成水果种植、农业种植发展态势。街道党工委书记周湘波带头开展走遍贫困户、走遍小区等系列活动,对622户贫困户对象实行遍访全覆盖,发现慢性病办理、农产品销售干部帮扶等各类问题152个,已交办落实152个,到位率100%。主任宋武先勇挑重担,领办32个市级重点工程项目,全力推进生态新城建设,砂子岭公园、体育中心等项目全面完工。各班子成员结合各自工作职责,紧盯服务企业、基层社会治理、街道体制改革、党风廉政建设、农业农村、城乡环境整治、研学小镇等工作。大桥社区把基层治理同文化活动相结合,引进武汉专业舞蹈教练陈红玉老师来社区开办休闲舞培训中心,构建了小区治理“党建引领、文化助力、共建共享”工作新格局,正在合力打造“陈老师文化工作室”特色品牌。(黄玲)

湖北诚信拍卖公告
本公司受委托,定于2021年2月3日10时在通城县政务服务大厅五楼开标大厅对通城县45亩房产进行公开拍卖。
一、拍卖标的:通城县崇山金城房产30套(90-100㎡房产2套,100-120㎡房产12套,120㎡以上房产16套),黄龙山旅游度假房产15套(130-140㎡房产11套,140㎡以上4套),本次拍卖参考价约36-63万元/套(带税费)。
二、本次拍卖将按单套拍卖的方式进行。
三、拍卖标的2021年2月1日至2021年2月2日于标的所在地进行展示,有意者可电话咨询,本公

阳光酒店履行企业社会责任服务乡村振兴

本报讯 通讯员谭永明报道:1月20日,随着赤壁市车埠镇官田村送来的首批新鲜牛肉抵达阳光酒店,标志着阳光酒店助力官田村实现产业扶贫落地。为积极响应党中央号召,接续推进产业扶贫与乡村振兴有效衔接,阳光酒店利用餐饮食品原材料需求采购的有利条件,积极与国网咸宁供电公司对口扶贫的赤壁市车埠镇官田

村签订《采购购销合同》,极力帮助销售禽、肉肉类农产品,助力官田村实现产业扶贫。本批次采购的新鲜优质牛肉283斤,牛排32.5斤,均系国网咸宁供电公司对口官田村扶贫养殖产业的一部分。后续,阳光酒店将与村党支部及时沟通需求信息,尽最大能力实销农产品,帮助村民早日走上幸福新生活。

扶贫帮困在行动 入户走访暖人心

本报讯 通讯员贾丛报道:1月19日,市供电公司人才开发中心到咸安区马桥镇洋洲村看望慰问贫困户,为社会特困群体送去中心组织的关心与温暖。该中心先后走访慰问了一家残疾孤寡老人五保户和两家生活困难低保户,在看望的过程中与他们热心交谈,详细了解了贫困户的生活来源与生产情况,并送上了大米、食用油慰问物资,鼓励困难群众要照顾好自己,保持乐观心态,积极面对生活,三户困难家庭

对中心组织的看望深受感动,对生活充满了信心。一直以来,国网咸宁供电公司人才开发中心立足实际,在扎实做好公司员工培训与人才评价本职工作的同时,将工作触角延伸到了积极履行国企社会责任方面,通过开展关爱帮扶贫困户活动,既切实帮助了贫困户解决生活中的困难,又让中心员工学会珍惜当下美好生活,更好地扎根工作岗位,履行工作职责,以实际行动投入本职工作,感恩回馈企业。

娱情速递

《中国地名大会》 新推“地名评书”

《中国地名大会》第二季于1月23日在CCTV-4首播。节目延续了第一季的制作理念,以地名知识为载体,从地理、历史、语言、民俗、文学等各个角度全方位展现中华大地的万千风貌,解读地名背后深厚的人文底蕴。

在出题方式的设置上,新一季《中国地名大会》难度升级,创新推出了“地名评书”“千亿像素看中国”“地名飞花令”“地名故事汇”“地名拼字谜”“旅行达人讲述题”等多种全新玩法,提升赛制整体的趣味对抗性。“地名评书”中,一段段暗藏地名线索的历史故事,讲出地名背后的悠久文化。“千亿像素看中国”结合千亿超高清像素VR实景的高科技,全景式展现多个城市的全貌。“地名飞花令”要求场上选手在短时间内说出符合题目要求的华夏地名,是对地名知识储备和临场反应能力的一次考验。

本季节目在全国范围内挑选出50多位地名高手,选手们将在每场比赛中通过“一举成名”突围赛、“榜上有名”对抗赛和双人天梯竞速赛三个环节,争夺“守擂团”的资格,并最终决出本季《中国地名大会》总冠军。

《乘风破浪的姐姐》 第二季开播



《乘风破浪的姐姐》第二季1月22日起每周五中午12点在芒果TV全网独播。

延续去年夏天的热度,“姐姐2”未播先火。30位姐姐中既有资深专业歌手,也有唱跳俱佳的选秀选手、新生代人气偶像,更有不少影视歌三栖的全能姐姐。其中,陈妍希、张馨予更是自带话题以及产后回国的势头,状态备受瞩目。而此前因与黄晓明同框而引发一连串话题的李菲儿,依然如期出现在姐姐名单中,相信节目开播后,她的一举一动也会成为大家关注的焦点。

《乘风破浪的姐姐》第二季不仅推出了全新主视觉,也将节目口号从“三十而骊”更改为“三十而奕”,鼓励女性自信奋斗的同时,更鼓励女性关照自我。姐姐们将在乘风破浪的舞台上,开启一场摆脱年龄束缚、勇敢追梦的奋斗历程,彰显30+成熟女性的坚韧与魅力。

《欢乐喜剧人7》 全新赛制“养成”新人

上周日晚,《欢乐喜剧人7》第二期节目在东方卫视上演。与初次演出测试喜剧能力不同,欢乐人们首次迎来了观众退票考验。

退票数量直观反映观众是否认可欢乐人们的表现。最终,“纯情阿伟”以57张退票成为当期表现的最后一人。张大大则以26张退票紧随其后,李艺彤获得18张退票位列第4名,其余依次是熊梓淇7张退票,范湉湉6张退票,秦霄贤仅收到4张退票,当期表现观众认可度最高。

《欢乐喜剧人》目前进行到第七季,连续六季的状态突然进行了大的变化,不难看出节目主创的改革决心。长期以来,喜剧人才的稀缺和发掘新人机制的匮乏,是喜剧类节目较难持续的根本原因。这一季节目不再延续“喜剧人”的设置,而是将这些带有喜剧基因的艺人定义为“欢乐人”,用真人秀加现场表演的方式,呈现从“欢乐人”到“喜剧人”的转化过程。全新的节目形态,加上并没有那么知名的喜剧新人,或许“喜剧人”从竞赛转向了养成,需要更长时间的预热,但这种敢于打破僵局的创新本身,依然值得认可。(本报综合)