

# 《原乡》：献给这世间所有的背井离乡

郑娜



张国立在《原乡》里饰演洪根生



奚美娟在《原乡》里饰演阿茶

太多隐忍的伤如鲠在喉。1949年，兵败如山倒的国民党带着60万大军，加上眷属和军公教人员，人数达到100万至120万，登上了渡海的船。此去即是一生，“有弟皆分散，无家问生死。寄书长不达，况且未休兵。”乱世悲伤、命运坎坷就这样从广袤的大陆冲击到台湾海峡那边。

在台湾，“老兵”是一个令人哀伤的词，也是一个日渐凋零的族群。不少艺术工作者以他们为群像创作了一个又一个经典的作品，如电视剧《光阴的故事》、话剧《宝岛一村》。近些年，随着两岸关系破冰，这些作品也为许多大陆观众所熟知且喜爱。

在对台湾老兵这个群体有了了解与认同后，大型电视剧《原乡》应运而生。剧中以若干个台湾老兵的故事为线索，勾勒出一个族群身上埋藏的巨大悲伤。战争不仅给他们带来了家破人亡、骨肉分离、妻离子散的苦难，还带来了因为不得不、不能不隔绝造成的永远的孤独。他们像是被抛到空中的番薯，没有脚的小鸟，在临时的家里，成为永远的过客。故乡，成为胸口挥之不去的痛。

作为内地第一部反映台湾老兵生活的电视剧，《原乡》把镜头更多投射到颠沛流离命运



陈宝国在《原乡》里饰演路长功



马少骅在《原乡》里饰演杜守正

下的情感纠葛。剧中对母子情、夫妻情、恋人情、战友情均施以浓墨重彩，其中又以血浓于水的母子情最为精心刻画。每每看了都叫人心如刀割。

“拳脚别向河梁去，白发愁看泪眼枯；惨惨柴门风雪夜，此时有子不如无。”电视剧中所有的感情线里，老兵与老母的生死离别最为悲情与感人。由于两岸隔绝数十年，现实中许多亲人自分别后便天人永隔，许多老兵最后都没能再见面。那种不能见面的骨肉之痛，超过离散极限、重重堆积的思念，在电视剧里用了不同手法和层次来表达，十分有感染力。如山西老兵“八百黑”在录像带里的一句：“娘，你可好啊，儿想你啊”，因为录像机卡壳，断断续续重复了4遍，每一遍都是情感的递进，把生离死别的悲歌酝酿到了极点。

对母亲难以割舍的亲情，是《原乡》所要表现的乡愁主题里最普遍、最深沉的一部分，比较容易激发出观众的同理心与共鸣。为了让人物情感更加真实与丰富，电视剧并没有为这种亲情划定界限，而是让这种亲情不分阵营、不分敌我。哪怕警惕的反派角色路长功也说：“就是天上下刀子，我也要见我的老娘。”这句话像刀子一样锋利，直逼人心。由母子情延伸出来的乡情、故土情最终在剧里成为两个阵营团结到一起的纽带，也在剧外成就了两岸人民握手言和的美好现在。

《原乡》就是这么让人五味杂陈、百感交集。世事无常，人的迁徙，迫于时势，出于无奈。是历史的谬误也好，命运的错置也罢，有一些公道无处可讨，有一些冤屈无处可诉，而生命无法重来。“悲歌可以当泣，远望可以当归。”《原乡》表面上是在演老兵的故事，实际上却是献给身在异乡游子的乡恋与乡愁。所有背井离乡的人，在电视剧里分明看到了自己，是那般郁郁累累、思乡情切，渴求落叶归根。

## 神州

# “网生代”艺文露锋芒

张意轩 于芳芳

3月27日这一天，优酷土豆和腾讯视频两家视频网站同时出招。

在香港，张元、舒淇、姜帝圭、杜可风等执导的优酷出品的“大师微电影”再次登上了香港电影节的舞台；在上海，腾讯视频研发出品的大型调查类真人秀《你正常吗？》正式启动，这个集社会话题、全民参与、玩转社交于一体的节目，也是首个嵌入微信的节目。随着互联网的快速发展，网络正在成为强劲的文艺制作力量。



京东推出的《大卫·贝克汉姆》

### 网络制作团队推动文化产业

携互联网利器进军文化产业的不仅优酷一家。

腾讯视频2014年开年自制大剧《探灵档案》上线后，首播1小时播放突破百万，刷新网络剧最快破百万纪录；随后3天播放量突破3000万，创造中国网络自制剧播放热度历史。

原本处于图书销售一环的电商平台京东也搭上了“大数据”的顺风车进军出版业，撇开传统图书生产模式，直接参与策划、定制图书。基于对自家用户搜索、浏览以及购买频次的大数据的分类和比较，京东日前推出了为用户“量身打造”的第一本图书——贝克汉姆执笔的自传《大卫·贝克汉姆》。

“其实中国文化产业这一轮的春天，一个重要的推动力就是互联网。互联网提供了全新的观众群，同时也萌生了全新的制作群。”魏明说。

以视频为例，易观国际数据显示，2013年视频网站自制节目规模增长217%，原创内容播放量增长54%。而据艺恩网预测，2014年中国网络自制剧年生产量有望达到1000集，预计到2015年网络自制剧点播量将达到15亿次。

如今，原创作品已被许多视频网站定为发展战略之一。腾讯视频影视娱乐中心总监常斌表示，将联合海润、于正工作室等行业内顶尖影视制作公司，采用电视剧级的品质出品500集精品自制剧，在喜剧、悬疑、爱情三大领域重点发力，推出《微时代》、《怪咖啡》、《HOLD住爱》、《暗黑者》等高品质自制剧。搜狐视频也表示，今年针对自制的投入将是2013年的2倍，自制也将成为其首个实现盈利的内容产品线。

而据魏明透露，今年优酷将会有3个亿投入在自制内容上。此前，他们推出的“青年导演扶植计划”，从大量新锐导演中挖掘出优秀青年导演进行重点扶植，5年来已先后扶植50位导演拍摄18部网剧、近60部微电影，总播放量累计近20亿。未来5年，优酷出品还将与10位导演合作，生产超过30部作品，优酷扶植的大批“网生代”导演将会全线进入电影、电视剧市场。

“这帮从互联网上成长起来的制作团队将给中国文化产业带来新的土壤和成长的动力。”张宏伟说。

### 打造真正意义的互联网电影

“我们比一般的电影更了解观众。”谈及即将上映的大电影《老男孩之猛龙过江》，优酷总裁魏明在接受本报专访时如是表示。

5年前开启了“中国微电影元年”的《老男孩》今年即将迎来自己的大电影时代。魏明称，希望借此打造一部“真正意义上的互联网电影”。

“所谓互联网电影，是在互联网的土壤里，用传统电影的阳雨露培养出来的一个作品。”魏明介绍说，“互联网电影有几个参数：一是题材来自于互联网，二是按照传统电影的制作工艺和流程制作，三是营销、宣传、推广综合了互联网的基因，四是由互联网公司与传统电影公司及相关机构共同打造。”

微电影《老男孩》在优酷土豆平台拥有8000万粉丝，对这些粉丝及其观看行为的分析，则为其大电影版本从创作到宣发提供了充分的大数据支持。

据介绍，在“中国网络视频指数”中，不仅能够清晰看到《老男孩》粉丝的年龄、性别、职业和地域构成，获知其喜欢和不喜欢的内容点，以此圈定其受众并进行内容策划；更能对其粉丝的在线视频观看行为和喜好进行分析，直接引导其进行预告片观看、评论互动及在线购票。

“推出《老男孩》大电影的第一支预告片后，第一天的播放量就超过100万。我们对这些数据进行分析，包括每一条评论及留言，这些都是后期剪辑中非常重要的参考指标。”魏明说。

据透露，《老男孩》电影预告片播出后，有不少网友留言说“两位主角的对手戏不够多”，于是制作方在后期剪辑时就有意识地增加了这部分内容。“很多电影是映后听到观众口碑才知道有多少观众，我们是在观众进影院之前，就知道大概有多少观众可能会去观看，这已经是一个远程雷达了。”魏明说。

在中国政法大学媒介经济与文化产业教研室主任张宏伟看来，作为新的竞争主体，互联网电影将对传统的影视剧制作行业乃至对实体院线产生不同程度的影响。



优酷出品的第一部互联网大电影



# 文学翻译呼唤来者

彭训文

3月16日，曾翻译过托玛斯·曼的《布登勃洛克一家》、毛姆的《月亮和六便士》等世界经典名著的翻译家傅惟慈在北京逝世了。近年来，余一中、蓝仁哲、王永生、钱春绮……一大批翻译大家正逐渐消失在文学的译林之中。这些翻译大师的经典作品，经历了两种文化奇妙碰撞与发酵，让更多的人沐浴异域文化的永恒芬芳，这是最接地气的时代精神。而一个不容回避的事实是，随着老一辈文学翻译大师们的离去，我国的文学翻译事业也渐渐跌入了青黄不接的困境。文学翻译何以后继？这是我们必须要思考的问题。

中国翻译史可谓源远流长，已有两千多年历史。随着近代以来国力渐衰，文学翻译转变成为了担负国民思想启蒙的重要文化象征。“五四”时期，鲁迅、郭沫若、茅盾、胡适、巴金、瞿秋白等一大批作家、革命家，几乎都是一面熟读西书，一面操笔翻译。借异域之文学，再铸国人精神之魂，是当时的文学翻译主将们苦苦追求的目标。

然而，随着翻译需求与供应在市场经济大潮中变形，文学翻译也逐渐走下神坛，成为全球进程中的“多余人”。无论是译者队伍、译者心境，还是出版社、读者，各方都在时代变革中与近代以来百多年的文学翻译传统默默地划清界限。无论是19世纪末林纾、严复的风光无限，还是20世纪末季羡林和傅惟慈的寂寞坚守，在当今译界龙蛇混杂、泥沙俱下的混乱状态下，两者都显得颇为另类。

这其中，译者的选材、态度问题颇大。新文化运动中语言革新、思想革新的翻译标准，如今让位于“市场标准”，一些译者甚至没有标准，只要报酬和交稿期限合适，什么作品都敢译。出版市场也显得急功近利。一些出版社在网络电子文本和网络书店的挤压下拼命压成本、缩周期，一旦瞄准选题或买下版权，便快速译出进入市场，抢译现象丛生。

读者在巨大的生活压力下也变得更为“务实”。消费市场里职场谋略、托福雅思等图书大行其道，部分愿意阅读文学翻译作品的读者则对译本质量要求不高。此外，翻译的地位较低。即使是像屠岸、草婴、张谷若这样的大翻译家，许多读者都知之甚少。即便像

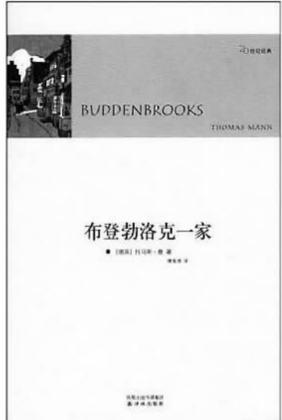
王永生这样的老一辈翻译家，花了近两年时间翻译的《博尔赫斯全集》，稿费也不到2万元。

刘小枫教授在纪念翻译家罗念生时曾言，翻译可以让我们接触文明中最为高古的伟大心灵。我们如果不是向高贵的心灵看齐，必然是向低俗的品性看齐。要解决上述问题，关键在于提升全社会对翻译文学的信心以及对精神精致的追求。

首要问题是提高译本的文化性。一篇在语法、词汇、句式等形式层面无懈可击的译文，为何让人难以感受到原著的表现力、感动或审美愉悦？这是因为其忽略了作为文学译作生命的文学性。杨绛在翻译《小癞子》时，对译名反复斟酌，终于将原本冗长的《托尔梅斯河上的小拉撒路》化成形象好记的“小癞子”，不仅兼顾了其满头生疮的外形，更有中世纪神学人物的历史典故，堪称文学翻译中的范例之一。

再者译者要有坐“冷板凳”的定力。当前译界，仍有把翻译当作个人文学长征的美谈。草婴在翻译《战争与和平》时，广泛涉猎俄国社会风俗典籍，并给书中559个人物都做了张小卡片，将每个人的姓名、身份、性格特点写在上面。这部4卷本作品他整整译了6年。我们的译者应像草婴先生这样，定下心来积淀一些素养，读者也许就能离那个作家的世界更近一些。

从国家战略的层面来说，文学是一个国家展示文化软实力的重要窗口，然而当前的文学翻译已成为中国文学出版乃至中国文化走出去的瓶颈。突破这一瓶颈的关键之策是将解决文学翻译的现实问题上上升到国家战略的高度，从改革高校评估办法，推动出版社翻译分工、评价体系、准入制度建设，开展翻译批评，建立更好的奖励机制，系统培养翻译人才等方面入手，让年轻一代乃至整个社会都来关心、重视文学翻译。只有我们的译者、出版社等具备了向世界传播中华文化的主动性和创造性，才能在“引进来”过程中减少对异域文化的误解，在“走出去”道路上灵动鲜活地再现当代中国和中国文化。



# 一季度票房超2009年总和 13部影片过亿元

2014年第一季度尚未结束，中国内地电影票房再创新高，达63.5亿元，超过了2009年票房总额。目前已经有13部影片票房过亿。票房排行三甲均为国产影片，《西游记之大闹天宫》以超过10亿元的票房成绩遥遥领先。进口片《霍比特人2：史矛革之战》位居第四。

电影票房数据库网站统计显示，中国内地电影票房市场仅用了82天就轻松超过2009年的62.06亿元。截至目前，已有13部影片票房过亿元，其中国产片6部，进口片7部。票房排名前5名的影片中除了《霍比特人2：史矛革之战》是进口片，其他均为国产片，分别是《大闹天宫》《爸爸去哪儿》《澳门风云》和《北京爱情故事》。

大盘于1月31日大年初一爆发，单日票房达到2.55亿元，大盘连续3天破2亿元，春节档6天票房产出超过14亿元，同比增长86%，刷新历史纪录。3月单周票房已降至3亿元，截至目前单日票房仅12.5亿元。但整体来讲，今年3月仍可超越去年同期14亿元的票房成绩，但增幅或并不乐观。第一季度票房成绩将接近2013年前4个月的近70亿元。

根据电影网的数据统计，票房

艺恩咨询分析人士预测，3月剩余的不到一周中，将有7部影片上映，其中进口片占据5个席位，包括《盟军夺宝队》《天才眼镜狗》《驯龙骑士》等，但在市场分流作用下，对3月最后几天的票房贡献力有待观察。其中，《天才眼镜狗》由《疯狂原始人》原班人马打造，或成为周末年轻人和家庭观影的首选，有望在清明节前预热影片，升温大盘。

根据排片计划，4月影片重头戏是动作片，在已确定上映的18部影片中，动作片占了8部。4月与观众见面的进口片共6部，包括《美国队长2》《里约大冒险2》等好莱坞影片。与其同期竞争的国产片包括《冰封：重生之门》《同桌的你》《白发魔女传》以及《催眠大师》等。（刘 畅）