

“单身不是问题，恋爱才是烦恼，分手更是难题，谁能拯救万千男女于水火？”有点“私人定制”式的开场白，国产喜剧电影《分手大师》至7月3日票房达2.85亿元人民币，为一场夏日的另类狂欢拉开序幕。影片讲述了当下社会鱼龙混杂的种种爱情，把当今的伪成功人士剥得体无完肤，又从一个底层小人物北漂女孩入手，挖掘人性最纯真质朴的一面，也可以看到当下热播的选秀类节目的影子以及各种大师的所谓洗脑造神运动。

另类一：
国产喜剧在“压力山大”的上映档期转败为胜

由邓超首次执导自演的“超氏喜剧”《分手大师》与《变形金刚4》同日上映，被视为单扛多部好莱坞大片的“有气节神作”。出品方光线影业老总王长田表示：“有人问我后不后悔《分手大师》定这个档期？事实上我们也讨论了多次，但最后一致决定咬牙一战。因为如果想在电影业长期发展，总有一天要正面对阵好莱坞，躲是躲不了的，这次是一个难得的学习和演练机会。”

导演除了邓超，还有俞白眉。导演方表示：“面对好莱坞大片，100个指标我们有99个都是输的，但唯独一点我们赢定了，那就是我们出生在这片土地上，比好莱坞更了解这里的居民喜欢和需要什么。”国产喜剧的力量绝不能低估。有数据显示，《分手大师》的“造笑能力”惊人地达到20秒一大笑，3分钟一爆笑，上映当天就创下票房超过2000万元的业绩，首周末完成1.58亿元逆袭，被姚晨赞“可以接周星驰的班。”

这部影片开创了国产电影的新喜剧形式。以往的国产喜剧电影，包括冯小刚导演的贺岁喜剧，大都以台词语言为娱乐核心，这部以丰富纯粹的肢体语言作为主要表演形式的真正意义上的喜剧电影，可以说是国产喜剧电影即《泰囧》之后迈出的一大步。

另类二：
明星耍宝犯贱自毁形象史无前例

片中串场的明星们个个自毁形象，狠狠刷新内地演员的节操观，给国产喜剧提供了一个新坐标。在影片一次又一次引发观众爆笑的过程中，至少有70%的笑点源于男主演邓超，他使出浑身解数，最大限度地犯贱、卖萌、无底线耍宝。有网友调侃，这部电影里，邓超的裤子就没有正经穿过，舌头就没有好好待在嘴里过，脸就没有好好洗过，人就没好好做过，性别就没明确过，不断上演百变大咖秀。尤其是在金星当评委的选秀节目那一段里，邓超男扮女装，大跳各种热辣舞蹈，表演上的夸张、不顾自我形象可谓登峰造极。在高潮段落，他与观众一起跳起“逗比舞”，极尽耍宝之能事。女主角杨幂全片80%是全裸妆出镜，还原北漂女汉子的经典形象，发传单、吃盒饭、闹事儿、打架、吹啤酒、吃脏串儿，脑袋上被砸鸡蛋还能淡定啃萝卜。饰演冒牌成功大师的梁超、饰演梁山之妻的柳岩、饰演“恶人第二”老六的许可嘉等都完全放下演员的身段，无底线地演出人物喜剧性的一面。

另类三：
国产电影观众口味分化的表征

对《分手大师》的评价，呈现出非常明显的两极分化现象，一方面是一些年轻

观众的追捧，一方面则是一些中老年观众的恶评。早在电影上映前，就有持续不断的负面评价，其中最广为人知的是著名导演陆川的父亲、知名编剧、作家陆天明在微博里称，《分手大师》“下作卑贱、恶心，要钱不要脸，没有一个地方可以让我笑”，还质问邓超的妻子孙俪“为何不管管”。但有趣的是，陆川导演本人却表示很期待邓超大作。看来此类喜剧电影，并非老中青三代通吃，而更偏重年轻群体，

《分手大师》的另类狂欢

马蔚蕊



喜剧电影受众的细分化市场呈现出明显差异。

在邓超看来，是不是好喜剧，评价标准很简单：“我经常问观众，你笑了吗？一直在笑，狂笑不止，那就行了。笑声是人类最纯美的东西，比一切都有力量，作为一个喜剧工作者，我要捍卫笑声，自己的喜剧是‘拍给那些不装的人看的，高冷误人，看了会不舒服’。”

另类四：
打造线上线下互动营销新格局

由于这部电影改编自同名人气话剧，电影公映前，保利剧院等演出了话剧，随之而来的是电影与网剧的同日上映。优酷网与光线影业强强联手，首次实现网剧与电影深度合作，打破了以往电影营销的常规手段，让受众戏里戏外爆笑不停，全程覆盖电影上映期，加上邓超带队的各省市

首映宣传，形成映中造口碑、延续回味的连带效应。通过线上、线下的双重资源互动，全方位多角度力推电影营销新格局，造成大小屏幕乐翻天的景象。

值得一提的是，很多观众指出，由于影片中邓超的戏份过多，导致观众几乎从头到尾都在看他如何金蛇狂舞，他的表演掩盖了影片在叙述故事和构思上的硬伤与不足。无论多么高超的剪辑手段和明星炫技，也很难掩饰影片的故事脱节与节奏稍嫌错乱；喜剧手段的单一也是该片存在的问题，笑点只能通过离奇夸张的表演来营造，缺少真情实感的细腻流露，剧情本身也没有太多新意。其实，喜剧所承载的能量与

使命是在爆出笑料之余，还有深埋其中的杀手锏：在剧情叙事合理的基础上所蕴含的经典性的爱情、小人物的无奈悲欢以及人性中理智与情感的较量。毕竟喜剧和闹剧不是同一范畴，观众也不是被用来反复咯吱的机器。好的喜剧还应给人以精神洗礼和情感共鸣，而不是一味逗乐。

压题照片：邓超在影片中的各种造型

神州

《中国成语大会》收官 《中国汉字听写大会》启幕

关正文：文化节目要做坚守的准备

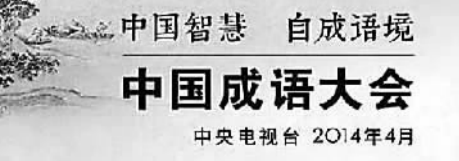
本报记者 苗春

苦、缓慢。

但不可否认的是，《中国成语大会》第一季播出以来，成语已经成为一个热门话题，被作为一个单独提炼出来的文化现象，制造了全社会的关注。关正文说，节目已经“达到了第一季所能收到的最好的效果，收视率也已经排到所有电视节目的前三名”。一般选秀节目需要重金邀请明星加入，“他们用钱去买金子，让金子发光，我们是坐在金山上，不需要买金子，只需要擦拭这些金子，或者让大家看到这座金山。”所以，关正文觉得，“即使遇到了一时的困难，也不用患得患失，我们就让子弹飞一会儿，享受子弹飞行的过程，静待越来越多的人喜欢上成语。”

热熟那些冰封在古籍中的字词

关正文也听到过反面的声音。比如有人认成成语用典是酸水假醋，使



用成语是为了满足虚荣心，“掉书袋”。他说，不少人觉得考题太难，可录制到最后，“我们发现，祖先使用的母语多么美、多么辉煌、多么丰沛、多么细腻，表示谦恭的有那么多词，表示玉器相碰的声音有那么多词，表示严肃有那么多词。”所以，

《中国汉字听写大会》第二季的宣传语是“让书写在古籍里的文字活起来”，也会发动一次“全民热熟经典词语”的活动，每周节目挑出一个热词，让大家来书、在键盘上敲击，了解它们的本意、引申义，使那些封存在古籍中、呈冬眠状态的文

由中央电视台和润禾文化传媒（北京）有限公司等单位联合出品的30集电视剧《边城》在央视一经播出，其匠心独运的叙事视角、精彩复杂的剧情、丝丝入扣的表演、荡气回肠的家国情怀便打动了无数观众，引发社会及业界的好评。

如今的荧屏上，抗日题材影视剧并不少，而且，由于主创的粗制滥造和对历史的不尊重，一提到抗日题材，在许多观众心中已经形成了糟糕恶劣的印象。即便是一些质量上乘的抗日题材电视剧，大多数的叙事视角和叙事篇幅也都集中在军事战场上正面的敌我冲突对抗，观众对那个年代，除了战火纷飞、硝烟弥漫的战场外，几乎再也找不到其他生活层面的影像记忆。而前几年，谍战剧蔚为风潮，表现我党隐蔽战线人员如何为建立和巩固政权而奋斗、如何将珍贵情报信息传递出去的故事也大同小异，这令业界思索，如何才能走出一条新的创作路径。电视剧《边城》的尝试可谓独辟蹊径并一枝独秀。该剧以抗日战争中沦陷后的边塞重镇——滇西腾冲为故事发生地。滇西抗战在中国抗战史上占有重要的地位，二战时期，腾冲由于其独特的地理位置和发达的边贸，不但成为中缅印战区的主战场，而且是世界十余个国家以及中国国内各种政治势力为掠夺经济资源、寻求和占有紧俏必备的军用品而明争暗斗的角力博弈地。

1942年，滇西重镇腾冲沦陷，栗柴坝惨案震惊中外。《边城》的故事，正是以此为背景拉开序幕的。与以往众多抗日题材的电视剧相比，《边城》鲜有血腥的战争场面，取而代之的，是一场智慧与阴谋的较量。这场较量，聚焦在抗日战争中的另一场暗战——经济战上。该剧以抗战时期中日双方围绕重要的武器原料——钨砂展开的争夺战为贯穿线索，用全新的视角和方法，提供给我们回溯历史的另一维度。故事中男主角被赋予的使命就是寻找日本经由腾冲走私钨砂的秘密通道，捣毁钨矿的秘密储运基地。因为钨砂矿藏以及走私钨砂关乎东南亚战场甚至太平洋战场局势，敌我双方都使出浑身解数。电视剧中，通过主人公梁文权的调查探索，通过敌我双方的多重较量，通过鲜活生动的种种细节，深刻揭示出国土资源的重要性，突出了重要资源的商业贸易的底线风险。

主创团队对人物形象与人物关系的刻画和设置也令人称道。作品创作以历史真实事

中国诗歌节将在四川绵阳举办

由文化部、中国作家协会和四川省人民政府共同主办的第四届中国诗歌节，将于7月15日至19日在四川绵阳举办。

本届中国诗歌节以“中国梦想，华夏诗情”为主题。主体活动包括开、闭幕式及文艺演出；两场以“梦想与现实——诗歌与当下生活”为主题的诗歌论坛；中华经典诗词

北京市文化局促文化入乡入户

日前，北京市文化局与门头沟区委、区政府联合开展“走群众路线，组城乡共建”活动，北京市交响乐团、中国评剧院等分别与门头沟区社区学院、雁翎镇等单位签订了为期3年的共建协议。

北京市文化局及所属文化单位与区县、乡镇等结对共建专项工作自2009年开展，市



王 茵

浴血边城 风雨情长

件为基础，加以合理艺术虚构，情节跌宕，人物鲜明，特别是男主角梁文权的形象，复杂真实，栩栩如生。栗柴坝惨案后，作为反击和战略部署，中共地下组织和国民党方面都不约而同派出了精干力量深入腾冲。而男主角——肩负秘密使命的共产党人梁文权却因为汪伪集团“总力社”的掩护身份被国民党军队秘密抓捕。经过我方高层斡旋，双方组建了统一的行动小组；表面上，梁文权担任总力社腾冲分社社长，国民党方面的李文是副社长，而实际上，则由军人出身的李文主导特别行动组的计划和人力。行动组借用汪伪总力社的经商名义，与日本腾冲驻军长官池田及乡绅汉奸，围绕着暗杀、锄奸和钨矿走私的调查展开了斗智斗勇的较量。而小组内部也面临斗争理念的冲突：李文执意进行刺杀行动，梁文权则希望先通过经商潜伏下来，观察形势伺机而动。梁文权与李文从一开始你死我活的敌对、到面和心不和的戒备、到不同政见想法的针锋相对，再到肝胆相照，能够为对方从容赴死的兄弟、战友，两个同样爱国同样具有血性的中华男儿，经历了一系列生死考验，最终成为患难莫逆之交。剧中人物，除了中共地下党员、国民政府军人，还有汪伪政权骨干、日本军官、当地的富绅土豪、来发战争财的德国人以及在缅甸经商取道腾冲的商人。每个人都裹挟着不同的利益诉求，彼此纠缠形成了复杂的人物关系网。主人公梁文权犹如在刀刀上跳舞一般巧妙地周旋于敌人、朋友、爱人、仇人之间，从而凸显了主要人物性格与行为的复杂性，与当下流行的非英雄化倾向划清了界限。最终，梁文权恰如一只浴火凤凰，实现了誓死保卫祖国的崇高价值，彰显了共产党人在抗日战争中智慧、坚定的中流砥柱作用，奏响了一曲雄浑悲壮又感人至深的英雄篇章。

交响音乐会、李白经典诗歌专场朗诵会等古典诗词朗诵专场演出活动；春天诗会、清明诗会、端午诗会、五四青春诗会、诗歌进社区企业军营等一系列诗歌文化系列活动等。中国诗歌节是经国务院批准的国家大型文化盛事，是目前国内最高规格的诗歌艺术盛会。（鹿静月）

属文化艺术单位深入共建地区和单位开展公益演出等300余场次，先后提供资金、设备、专用车辆和图书等折合人民币150余万元。北京市文化局巡视员何昕表示，文化共建将由“送文化”向“种文化”升级转型，让文化产品入乡入户，也帮助专业院团创作出更多接地气、富有北京地域风情风味的作品。（孙 莉）

听写大会”参赛规模超大，在全国教育系统的支持下，面向1999年9月1日以后出生的初二学生，初级赛事共有3万所中学、1200万人参加，正式初赛共4700多场，最后选出180个孩子进京。除了各省、自治区、直辖市都派队参加，香港、澳门、台湾地区也单独组队，还组成了由英国、美国、韩国等5国孩子组成的国际联队，整体竞赛水平比去年又有明显提高，“学霸们的表现比去年更夸张，更会令人惊呆了。”

但关正文认为，即使《中国汉字听写大会》、《中国成语大会》这些节目取得了一定的影响力，也不能说我国的文化类电视节目离成熟、离真正的成功已经很近了。“去年的一批文化节目都是有相当的话题属性的，提示了一个全民族都应该重视的社会问题，于是变成了引人注目的现象级节目。但去年热过了以后，今年再出来就不是话题了，所以上半年很多新文化节目遇冷。”文化节目面临如何提升自我，靠自身价值延续生命的考验。他说：“文化节目要做坚守的准备，既然意识到自己的担当、责任，就不应该哪儿好去哪儿，见好就收。”关正文希望有更多人做文化节目，更多人一起比拼，形成一个群体现象。“中国的原创品牌任重道远，我们应该能扛多久扛多久，能扛多重扛多重。”

文化类节目离成熟还有多远

关正文透露，今年的《中国汉字