人民日报海外版
2018年6月7日 星期四
责编：郑 娜 邮箱：zhengnahwb@126.com

《楼外楼》：盖了一座民族文化精神的“大楼”

□ 康 伟

▶正在央视热映的电视剧《楼外楼》

由拉风影视等单位拍摄出品的史诗传奇电视剧《楼外楼》既为观众“盖”了楼外楼自家的“小楼”，但又没有“躲进小楼成一统”，而是“盖”了一座关乎中华文化和民族精神的“大楼”。楼外楼这座“小楼”是整个叙事的基础，但它只是一个符号，中华文化和民族精神的“大楼”才是本剧的更高价值、更大意义所在。如果没有这座“大楼”，本剧就停留在一个老字号的传奇上面，固然会很好看，但格局就小得太多。本剧所“盖”这座“大楼”之“大”，大在格局，大在境界，大在文化，大在精神，大在文质兼美，大在既有厨间烟火、更有人间万象，大在既有商战、更有抗战，大在既有浙商精神、更有民族精神，大在既有家、更有国。这座“大楼”之“大”，同时也体现了对地方历史和文化进行挖掘和创造性转化的力度和深度，是浙派电视剧的又一重要收获，凸显了浙派电视剧的美学品格。

电视剧《楼外楼》成功构建了三个层面的楼外楼。

一是作为美食以及浙商精神载体的楼外楼。作为饭店的楼外楼，是电视剧《楼外楼》的叙事起点。讲述楼外楼的创业史，讲述餐饮业的故事，当然离不开美食文化的底色，更何况还是楼外楼这样名满天下的老店、名店，正所谓“天下美食何处有，人间天堂楼外楼”。楼外楼提出“以菜名楼”，如何讲述舌尖上的活色生香的楼外楼，特别令人期待。比如楼外楼的绝对主角西湖醋鱼，从西湖水里养三天去腥后才能作为食材的讲究，然后到后厨到餐桌的过程，表现得非常有质感，不仅唤起观众的味觉，更激发观众的审美期待。而楼外楼的竞争对手老燕京则用死鱼糊弄顾客，并想方设法放走楼外楼养在西湖里的鱼。这种味道对比高下立现，味道中的商业精神也高下立现。楼外楼所秉持的诚信正是舌尖上的浙商精神。

二是作为人文文化载体的楼外楼。作为革新者，洪家宝提出“以文兴楼”的理念，楼外楼既是“食楼”，更是“文楼”。王安石游览杭州后有诗句“游观须知此地佳，纷纷人物敌京华”。电视剧《楼外楼》就生动呈现了楼外楼“纷纷人物敌京华”的盛况。编剧巧妙地将刘海粟、李叔同、吴昌硕、俞平伯、徐志摩、马叙伦、鲁迅、梅兰芳、郭沫若、夏衍、茅以升、柯灵、黄佐临等文化名人，以及杭州的弹词、评书名家，编织进楼外楼这个大舞台，带出很多令人回味的场景，极大地增强了本剧的文化内涵。虽然这些人物出场时间都不多，但其所起到的作用却非常重要。首先是从一个侧面生动呈现出杭州的人文荟萃和文化积淀；其次是展现了杭州在不同历史时期的风云际会，从文化这个切口，从以文兴楼的楼外楼这个窗口，有机地、有效地引入时代洪流。比如鲁迅在席间谈起蒋介石对他的打压和迫害，夏衍带着抗日救亡队在楼外楼大堂里唱起救亡队队歌，柯灵、黄佐临在日本投降当天的慷慨议论，徐志摩到楼外楼寻找传统的印记，等等，都很妥帖地以文化的方式交代出时代氛围。评书艺人在日伪强制安装只能收听日伪广播的情况下，以演出《岳飞传》的方式巧妙地表达爱国情怀，也是非常到位的安排。

三是作为民族精神载体的楼外楼。推开楼外楼的门与窗，透过楼外楼的曲折变迁，我们看到20世纪20年代至40年代中国历史的沧桑巨变、风起云涌，折射了中国寻求解放、寻找出路的纷繁复杂的历史进程。楼外楼的命运与北伐、军阀混战、抗日等历史风云环环相扣，洪家的命运与国家的命运紧密相连。洪家老大洪家柱在被逼婚之前就暗中资助革命党，后逃婚远走广州参加革命，腿部受伤退役后成为楼外楼的大掌柜，日本侵略他又选择重回部队；老二洪家宝为了建新四军联络站，重张楼外楼，即便背上汉奸的骂名也在所不惜；老三洪家秀参加共产党领导的抗日宣传队；后厨学徒阿文也成了新四军的联络员。这一组群像表明，不管是什么历史时期，都有仁人志士在寻找救国救民之道，并且不惜舍身取义，体现了家国同构和伟大的爱国主义精神。

楼外楼这三个层面相互交织，演绎出跌宕起伏的剧情，给观众带来极大的审美愉悦。这首先得益于编剧周振天对近代史规律的深刻把握、对文化传统的深度开掘、对电视剧艺术规律的独到认知。毋庸讳言，剧本创作是整个电视剧创作生产链条上的第一环。编剧的成功将为全剧成功奠定坚实的基础。《楼外楼》是一部史诗传奇大剧，首要的就是大在剧本的成功创作。继而得益于导演、摄影，美工的二度创作。本剧演员的表演可圈可点。以秦海璐饰演的李春贤为例。她嫁给汪家时汪家柱逃婚，独守空房几年；为彻底断了汪家柱和秋水的念想，主动与秋水妈密谋虚构秋水和汪家柱是堂兄妹的身世；为让秋水恨汪家柱，假装怀孕；为了把秋水赶走，主动跟一直想把秋水搞到手的赵田雨合谋；虽然汪家柱出走，但李春贤深谋远虑，为汪家柱争夺楼外楼大当家位置用心良苦。李春贤这个角色的多面性，为秦海璐的表演提供了扎实的基础。秦海璐很好地塑造了李春贤的多面性，使得这个人物形象丰满而可信。四年精心打磨的剧本为演员的创造打下了坚实基础，提供了表演的较大空间。

（作者为中国艺术报总编辑）

墙内看花

文物局请留学生拍毕业照，赞！

□ 郑 娜

近日，来自西安交通大学的外国留学生，勾画唐代妆容，身穿华美典雅唐装，迈着古典的步伐，穿梭在小雁塔院内拍摄毕业照，演绎了一场“特殊的告别”。

这场特殊的毕业季是由西安市文物局精心设计发起的“最忆长安，最美毕业季”活动。活动自6月1日正式开启，以“别样毕业照”为主线，结合西安市历史文化资源、西安市最美文物地标，引领毕业生拍照新风潮。通过鼓励毕业生向母校告白、向城市告白，展现最具西安韵味的毕业情。

近些年，拍摄毕业照已成为毕业季的一大风潮。我们时常能在各种传播平台上，看到风格迥异的毕业照，但一般都是学生的个人行为，由官方组织的并不多见。西安文物局这次勇于尝试、敢于创新，将拍摄毕业照与利用文物资源、宣传文物资源结合到一起，值得点赞。

这个活动首先影响到的是参与拍摄的外国留学生。对他们来说，有机会穿上唐装，打扮成唐朝人的样子，亲密接触历史文物，感受到中华文化的厚重与魅力，本身就会成为他们在中国的美好回忆和重要收获。

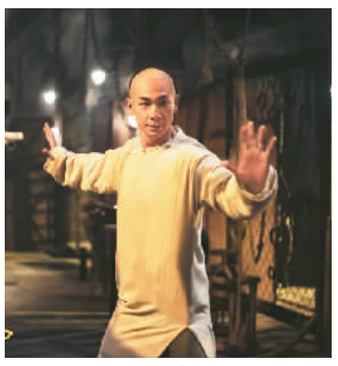
这个活动同样也吸引了中国年轻人的眼球。“外国留学生穿上唐装竟然这么好看！”“好像回到大唐盛世一样！”很多年轻人看了外国留学生拍摄的毕业照后，留下了许多类似的议论。值得一提的是，这次拍摄活动还利用时下年轻人流行的原创短视频传播方式，引发年轻人转载传播，对文博资源起到了很好的推广效果。

当然，这个活动最终将使城市受益。城市形象的树立与推广，学问不小。作为一个历史文化名城，西安早已以悠久的历史文化形象闻名海内外，但其并不守着已有的家底止步不前，而是想方设法与时代、与年轻人发生更多联系，深入挖掘城市的历史之美、时尚之美。西安文物局这个做法，值得点赞！

黄飞鸿又来了

由功夫影星赵文卓出品、总监制并领衔主演的黄飞鸿系列电影《黄飞鸿之南北英雄》近日在爱奇艺上映。

电影以清末时期中西文化激烈碰撞为时代背景，讲述一代宗师黄飞鸿以沉稳和睿智的特性，辗转于北拳的挑衅与洋人入侵的双重忧患中。从风云诡谲的码头灾难，到南北英雄的生死肉搏，再到师徒齐心联手对抗外敌入侵，紧凑的情节，悬念的设定，鲜明的人物性格贯穿影片始终。



▲赵文卓饰演黄飞鸿

黄飞鸿系列电影，是世纪之交出品的系列电影。作为一个时代的英雄象征，“黄飞鸿”身上肩负着“民族觉醒，奋发图强”的使命，他代表的不仅是一位侠肝义胆的民族英雄，更是不同时代里许多人的精神寄托。赵文卓一直以“硬汉”“正气”等形象活跃于荧屏，曾成功塑造过“方世玉”“郑成功”“苏乞儿”“霍元甲”等英雄形象，承载着不少“80后”“90后”的童年回忆。他也多次演绎过“黄飞鸿”这一角色，从1991年至今，出演过《黄飞鸿之四：王者之风》《黄飞鸿之龙城歼霸》《黄飞鸿新传》《功夫联盟》等多部黄飞鸿系列影片。

而这一次，赵文卓在电影中担任出品人、总监制、领衔主演三重角色，从剧本到拍摄包括后续一系列的宣传工作，他都全程把控每一个环节，希望通过努力呈献给观众一个精品。“这部作品传承保留了黄飞鸿侠义精神、师徒情谊等经典内容，也增添了一些现代人喜欢的新鲜元素，力求能诠释出一个具有时代特色的黄飞鸿。”赵文卓表示。

电影中，赵文卓的表演依旧是最大亮点。一袭长衫、扎实的马步、利落的拳法、坚毅的眼神，黄飞鸿的经典造型、招牌动作和一代宗师的风范，被他演绎得生动形象。不少网友表示，“依然是当初的黄飞鸿”。有影评人看完后评价：“这部电影的还原度和完善度都特别好。还原度在于还是原来的音乐，原来的色调，原来的故事架构。从一个小小的南北拳王、南北舞狮的对决，上升到中外，外敌入侵的斗争里，从一个小的地方展现出了一个大的格局。这是以前黄飞鸿里面基本上都具备的元素。完善度在于，影片的正反面角色、故事架构、影片节奏，都给人一种舒适的观感。如果能持续把这个系列做下去，本身就是特别有意义的一件事。”

（小 玉）

海峡论坛评出两岸十佳精彩故事

6月5日，“海论十年、精彩无限”海峡论坛十年故事汇在厦门举行。活动由海峡论坛组委会办公室指导，福建省广播影视集团、台湾联合报股份有限公司、中国台湾网联合主办，海峡电视台承办。十位来自海峡两岸的讲述者，用自己的亲身经历讲述了自己与海峡论坛息息相关的感人故事，表达了对于海峡论坛十年的感知、感悟。

海峡论坛十年故事汇在2018年初便启动故事征集活动。活动共征集稿件130篇，在30篇优秀作品奖中，进一步评选出十佳故事。十个故事中有大陆故事一篇，其他九篇均来自台湾，包括张德忠的《惟有亲身走过 您才会珍惜》、张欣颐的《让乡村创业的种子从海峡论坛发酵》、林智远的《石头会唱歌》、郑自强的《每个人都有追逐梦想的权利》等，内容涉及多个领域，既有台湾青年就业创业的感人历程，又有投身公益民生的切身感受；既有寻根问祖的情感故事，又有致力基层治理的生动实践，反映了海峡论坛在推动两岸交流合作中的重要作用。

“许多台湾民众迫不及待地要跟大家分享自己与海峡论坛的故事，讲述这些故事如何改变了他们的思维，让他们的人生变得更加精彩并且充满希望。”台湾联合报股份有限公司总经理方桃忠说。福建省广播影视集团总经理庄志松表示，此次故事汇深情表达了两岸民众从基层交流中获益的深刻体验，形象阐释了“两岸一家亲”理念。 （田晓凤）

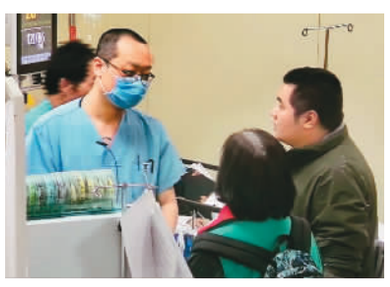
纪实节目《生机无限》将镜头对准“生死场”

日前，湖南卫视联合恒顿传媒推出的大型观察式医疗纪实节目《生机无限》，因将镜头对准北京大学第一医院妇产科、北京朝阳医院急诊科和北京儿童医院，直击现实医疗环境、直面医患关系、科普健康知识、启发人们思考生命价值，从而获得不俗的口碑。

和谐的医患关系需要构建。《生机无限》用101个固定摄像头、24小时不间断拍摄，将3个医院里发生的最真实的故事呈现给普罗大众。作为一部纪实节目，《生机无限》的镜头极力做到冷静与客观。除了呈现医生的工作常态——十年如一日奋斗在医疗前线，节目也将医生、患者及患者家属在经历怀疑、误会后，最终用换位思考和沟通的方式学会理解与信任的心路历程真实展现。节目让观众看到了医者仁心，看到了医务人员的不容易，也看到了彼此之间沟通与理解的重要，为构建和谐的医患关系增添了正面力量。

正确的医疗知识需要普及。《生机无限》通过不同医院的产科、儿科、急诊科3个群体，呈现出生命的诞生、生命的成长以及生命告急3个阶段，用镜头真实记录中国人的生命全周期。关于人在各个阶段中应该如何进行健康管理？哪些疾病能提前预防、及时杜绝？假如疾病突然降临，应当采取何种合理的方式挽救患者？节目通过真实案例给出专业答案，普及健康知识，传递“好好生活、呵护健康”的正确生命观，引发各方好评。

真实的故事往往最动人心。《生机无限》不只是单纯的医疗纪实节目，更是真善美的传播者。它以医院这个“生死场”为切入点，捕捉人世间各种情感。节目里，我们可以看到，“爱情”是老伴儿误吞假牙、生命危在旦夕时，丈夫含泪表白的“她走了，我也不活了”；“亲情”是母亲病危入院后、儿媳下定决心说出的“只要有万分之一的可能，就一定要去努力，不管有钱没钱，我肯定要治”；“友情”是产妇在分娩过后对闺蜜说出的友谊宣言，“无论前方有什么的困难、坎坷，我觉得只要我们在一起帮助对方、支持对方，都能过去。”节目不仅见证医院中发生的生命奇迹，还见证亲人的不离不弃和深情守候，以直击人心的情感穿透力打动人。 （文 综）



▲《生机无限》受好评

经典大戏公演 马派人才初露头角

由国家艺术基金资助的京剧马派艺术人才培养项目（简称马派班），将于6月19日至21日在长安大戏院进行汇报演出，上演《审头》《清官册》《白蟒台》《淮河营》《赵氏孤儿》等京剧大戏。

京剧大师马连良在上世纪20年代创立了雅俗共赏、独树一帜的马派艺术。在他半个多世纪的艺术生涯中，他以“剧艺要复古，含义要取新”作为自己的艺术指导思想，不仅拓展了京剧行当的表演畛域，而且在京剧的剧本、音乐、化妆、服装、舞美和剧场等方面不断改革创新，开创了在京剧历史具有划时代意义的马派艺术体系。

此次汇演的5出剧目，涵盖了马连良不同历史时期的代表作。《审头》是一出以念白为主的审案剧目，与《审潘洪》《审刺客》并称“三审”。《清官册》是一出唱念做相结合的剧目，在一个半小时左右的表演中，主要演员要一气呵成，很吃功力。《白蟒台》是马派早期的唱功剧目，演唱中多段大段的念白让不少演员畏惧。《淮河营》是马派艺术中期代表作《十老安刘》的一部分，“此时间不可闹笑话”一直为广大京剧爱好者争相传唱；“三罪论”的大段白口，集中体现了马派艺术“念白如唱”的鲜明特色。《赵氏孤儿》是马先生晚期作品的高峰，如他自己所言；“集毕生所学于程婴一身”。上演近六十年盛况不减，我国目前上演的许多不同剧种的《赵》剧，甚至国外剧团的演出版本大都借鉴于此。

此次参加演出的24名马派班演员均来自各京剧院团的青年主演，他们在京集中培训和学习五出马派代表剧目，然后回到各自单位彩排演出。担当教学重任的有著名京剧表演艺术家、马派传人朱秉谦、张克让、杨汝震、朱强、高彤等人。

（文 纳）

《出走的娜拉》将上映

第八届北京国际电影节展映影片、国内首部女性公路文艺电影《出走的娜拉》将于6月23日上映。影片讲述了三位不同年龄、不同生活背景的都市女性，面对着各自的生活压力和人生困惑，在经历了内心的痛苦挣扎和情感纠葛之后，不约而同地选择了“出走”，并在途中不期而遇，共同经历了一段前所未有的人生历程。重新认识自己、证明自己，并对婚姻、家庭、理想及人生有了全新的认知。当她们凯旋时，更加懂得了爱与自由的意义。

影片以关注女性的“心路历程”“自我超越”为根本。联合导演兼编剧张津龙、王鹏表示，希望通过影片唤醒女性，让更多女性拥有强大的思想和无畏的心灵，敢于追求自己的信仰与理想；希望社会各界能真正关心女性，耐心倾听她们的诉求和愿望，协助她们成为独立自主、积极向上、充满正能量的鲜亮女性。

影片由北京影青文化传媒有限公司出品。 （文 综）

广告联系电话 65363547 65367287 办公室 65369330 发行部 65369319 传真：（8610）65003109 零售1.5元/份 国内定价全年280.80元 国内统一刊号：CN11-0066