

这个时代成就了他们

◆ 华心怡

与人打交道最多的行业,记者肯定是其中之一。他们最深沉的“痛苦”,大概便是尬聊。“今天发挥得怎么样?”“还行。”“打破纪录了是不是特别激动?”“是的。”“此时此刻最大的感想?”“感谢教练。”出去相亲,这样的对话质量,心里已是明镜似的:这回又没成。如此作答的运动员,曾经是中国体育圈的相当一部分,他们流血流汗,也是拼了命的,他们的战绩也是可以按上“宇宙无敌”“银河独孤”的。他们的金牌熠熠生辉,他们也是最可爱的人,只是,他们的眼神却有所闪躲。当然,我们必须站在客观的角度上看问题,上述记者也弱。大概和相亲一样,他也知道,这回好稿又没成。

北京冬奥会,2022年,中国改革开放40多年后的一场世界体育盛会。同行们发现,自己倒是厚积薄发了,好稿信手拈来,分分钟的事情。

那也是,遇上对的人嘛。

打破“旗手魔咒”的高亭宇,在速度滑冰男子500米赛道上一马当先,打破奥运纪录夺冠,这个24岁年轻人的口头禅是“我偏不信”。小学时先是练轮滑,后来偷摸着加入了滑冰队。放学后总也不回家,妈妈找来了学校才真相大白。小亭宇倔强,“不让我练,我就不上学了。”再后来,妈妈带着她找到了大城市的队伍,“个头太小,长长个,再来。”被打回了票的高亭宇说“我偏不信”。4年前,平昌冬奥会摘银,高亭宇不满意,他又说“我偏不信”,立志四年后的北京要把奖牌换颜色。北京冬奥,高亭宇成为旗手,但坊间多有“旗手运气不佳”的传言,他还说“我偏不信”。

小苏,17岁的“小栓子”苏翊鸣。小栓子是徐克电影作品《智取威虎山》里的人物,扮演者正是苏翊鸣。他曾与肖战、林更新等明星拍戏,显然,童星出身的苏翊鸣是可以混娱乐圈的。当北京成

功申奥的消息传来,“小栓子”决定转行了。于是,便有了单板滑雪男子坡面障碍技巧中国夺银的突破,苏翊鸣创造历史。一鸣惊人的何止是战绩,还有得体的表达,以及少年的心胸。

自然还少不了男女老少谁不爱的18岁的谷爱凌。十岁出头的稚童看着,哇,漂亮的小姑娘;爸爸妈妈看着,学校学霸,奥运冠军;爷爷奶奶看着,赏心悦目,嘴上抹了蜜;至于年龄相当的男同学看着,毫无疑问的梦中情人啊。

关键的关键是,这拨运动员——“好玩”。

“好玩”其实是个很高级的词,它包含很多层面的意思,大致与“有趣的灵魂”类似吧。“好玩”的人,首先会玩。会玩,要求你在自己的专业领域拥有相当的话语权。人们总是惊叹、羡慕你的成功,却很少关注成功背后的一百次、一千次、一万次跌倒。对自己足够狠心,又对自己有足够的信心,这便是最强劲的东风,推着你抵达梦想彼岸。会玩的人,专业能力是一等一的。其次,是能玩,也就是说玩得起。要是有人开个玩笑就炸了,丢个鸡蛋就骂了,那和他(她)一起玩的人,不会太多。最后,要能够带着别人一起玩。用你的思想,用你的节奏,用你的精神,感染人,激励人,影响人。

高亭宇真“好玩”。总共15组选手中,高亭宇在第7组出场,他说:“第七组为什么不能拿冠军?”这是对自己实力的绝对自信。苏翊鸣也“好玩”。今年寒假,北京师范大学附属实验中学的姜柳伊给小苏哥哥写了一封信,冬奥会开幕当天,她收到了回信和视频。没有花哨的措辞,小苏的中心思想只是“新的一年里,玩得开心”。谷爱凌也同样“好玩”,如此出色的先天条件还如此自律拼搏,还如此温暖善良,人们被感染,我们还有什么资格不努力呢?

不是每一个冠军都能够成为偶像,颜值、实



力、风骨,路人缘,样样皆好。在娱乐界的偶像,或者说所谓偶像一个个“塌方”之后,偶像似乎成了贬义词,闻之色变。今天,不用藏着掩着,我们大可以直言,中国体育需要偶像,中国社会需要偶像,需要正能量的优质偶像。

北京冬奥会,冰雪偶像横空出世。冰雪偶像是一群。这群年轻人,这群年轻的中国体育人,为什么心中坦荡,眼里带光?

用神采飞扬形容这群中国年轻人的佼佼者再恰当不过。自身实力作底气,成长环境是抛光,坚定地遵从自己的内心,并脚踏实地去奋斗。但是,我们不能忘记,如此的自信是由几代人的积淀而成就。精神能量的累积之前,是文化的浸润,而文化的浸润之前,必须先完成社会经济财富的壮大。所有这些,在中国过去40多年间,获得了

“宇宙级顶流”背后的文化自信

◆ 邵宁

特征、历史文化和人文特色。冬奥会往往选择象征着冬季的元素,如1976年因斯布鲁克冬奥会的雪人、2006年都灵冬奥会的雪球和冰块、2014年索契冬奥会的北极熊和雪豹等,都是举办国有代表性的动物或卡通形象。

2022北京冬奥会的吉祥物选择熊猫作为原型,走的是典型的中国风。熊猫是中国独有的珍稀动物,原本就憨态可掬,一直得到世界各国人民的喜爱,联想到樱桃小丸子“人生在世,如果连熊猫都没有看过,会非常丢脸”的金句,日本记者对冰墩墩如此痴迷,也就不足为奇了。而包裹熊猫的冰壳则体现了冬季元素。冰墩墩的创作者是广州美术学院的设计团队,身处没有冰雪的南方,他们却更有想象力,以“冰糖葫芦”为灵感,用冰壳为大熊猫套上外衣,并且融入国家速滑馆的“冰丝带”元素。

其次,也是更重要的,冰墩墩的成功,让我们看到了中国设计水平的飞跃。多年来,吉祥物的设计一直是个难题。过去,我国一些城市吉祥物曾受到吐槽,千篇一律的大脑袋、圆眼睛;小小的身体、奔跑的姿势;头上顶着“金木水火土”……仿佛一个模子里刻出来的,名字也没有个性,作为城市的视觉形象,缺乏辨识度和亲和力。

冰墩墩在这方面取得了突破和创新。设计团队最大的创意体现在冰外壳以及细节上。冰墩墩的形象是低龄化的熊猫宝宝,圆圆胖胖,有着“内八字”和微微前倾的身体姿态,举起的左手掌握着爱心,这一切,都给人以天真、可爱、憨态、

暖心的感觉。在色彩上,白色代表冰雪,黑色是熊猫的黑眼圈,在对比中体现中国传统阴阳和谐的独特美感;头上一圈明亮的彩色线条,象征着冰雪运动和5G高科技的轨迹,打破了黑白两色的单调,却不喧宾夺主。

熊猫的动漫、卡通形象不计其数,但包裹着冰外壳的熊猫,却独一无二。这晶莹剔透的外壳可谓神来之笔,既像冰上运动员的头盔,整个包裹住脑袋后更像一个航天员,有一种来自太空的未来感。因此,自带科技感的“宇航熊猫”冰墩墩,特别契合北京冬奥会的主题——一起向未来!

当初,冰墩墩从全球5816件作品中脱颖而出,实属不易。今天,冰墩墩的出圈,显示了全世界对设计团队创作的高度认可。

冰墩墩的名字也朗朗上口,“冰”自然代表了冬奥;墩墩,则和熊猫胖墩墩的形象相符,也很有中国味,时下很多人以“墩墩”为自己的网名,可见其受欢迎的程度。

都说要讲好中国故事,传播中国文化,演绎中国之美。传播中国文化不难,但要让中国文化与时代同频共振,再以当代审美进行表达,并让世界各国的人们喜闻乐见,却并不容易。如今,冰墩墩成为一个很好的范例,在创新中充分体现了文化自信,并再一次证明了中华文化、中华精神是我们文化自信的源泉。

霸屏的冰墩墩,在全球带火了2022北京冬奥会,也在潜移默化中完成了文化输出。

■ 谷爱凌空中英姿(左) 高亭宇为中国夺得第四金(右) 本报特派记者 李铭铮 摄



芬兰、德国、爱沙尼亚、俄罗斯合拍的电影《六号车厢》,这部没有豪华镜头、制作成本极低的合拍片,能够使电影回归于聚焦人物本身。

一个对考古有兴趣的芬兰女人,离开莫斯科,登上了前往北极港口摩尔曼斯克的火车,被迫与一名俄罗斯矿工同住一间卧铺车厢“六号车厢”。她此行目的是要去看那里有一万年历史的岩画。

“你一个单身女人,为什么乘火车?你是卖的吗?”俄罗斯矿工年轻不失英俊,但粗鲁得可怕。一边喝酒吃香肠,一边肆意侮辱芬兰女人,她厌恶而逃,一间间车厢寻过去,想跟人换座位。“下一班去莫斯科的列车是一个小时以后”。换不成车厢,她停站时又想向爱人求救。

影片的开始用了不少长镜头,拍摄芬兰女人参加的那场“为了告别的聚会”,她的房东同时也是她的爱人。一伙人喝酒、听音乐、摄影,说着夏伯阳的书和巴赫玛托娃的诗,笑意盈盈,彬彬有礼,很有文化人的腔调。这些送别情景也是芬兰女人在自己的DV中反复微笑看着的。

“你不会是要回到莫斯科吧?”投币电话里女房东冷漠的声音。偶然打过去的电话里,背景似出现其他女人的声音。

在芬兰女人的DV被一个会弹吉他的偷偷走后,她痛哭。此时,矿工已经与她和解了。她要她描述为什么羡慕那俄罗斯女房东的公寓,“是老式的挑高很高的房子,硬木地板,家族传承了几代的老式家具,她有工作,生活有很多选择,他们总是有很多人在一起,经常有聚会。”

在所谓的爱人翻脸比翻书还快之后,芬兰女人只

《六号车厢》里藏着最美的风景

◆ 南妮

得接受与矿工独处的现实。她向他说出了去看岩画的梦想,他带她去看火车停站时一个小城的老朋友。在餐车上即将告别的两人宴,是一场高潮戏。芬兰女人画的矿工的睡姿素描,逼真而温柔,她要他也画一画她。矿工见芬兰女人不爱喝香槟,就悄悄走向列车员,用腕上的手表跟他换了一瓶酒。此时,他已经完全像个绅士,与影片开头的粗鲁形成强烈的对比。“考古、旅行、岩画”,这样的女人挑战着他以往浅隘的见识和经验,他的尊重始自好奇,他的好感始自尊重。他们都放松下来,接近对方,而放松与接近的结果竟是这样好。

导演嘲讽机会太多优越感十足的知识阶层,而把希望与赞美对准了底层人士——工人、船夫(航海带女主去看岩画)、平民老太太(矿工下火车去看的朋友)、摩尔曼斯克市旅行社主人。他们朴素、真诚、热情、没有社会与文化福利,反倒让他们拥有宝贵的人性力量,也只有他们才配看到大自然最美的风景。

“什么皆有可能。”旅途就是一种象征。你失去的同时,会得到更好的。《六号车厢》获好评是因为在当下,人们需要强大的治愈。

58集的电视剧《人世间》,用漫长的历史跨度,来讴歌普通工人。不知道它是否只是一部性情的。没有对比,就很难深刻。如同《六号车厢》是拿有钱人的无情来对比没钱人的有情。路遥的代表作《人生》,淳朴善良的巧珍,

是用自私优越的黄亚萍来做对比的。瑞典大师伯格曼的《呼喊与细雨》中,富人家的三姐妹表面看来还和谐,但大姐患上罕见绝症,濒临死亡之时,老三先逃走,老二也经不起考验。大姐最后是死于丈夫的怀抱。胖胖的圣女模样的女佣怜惜地照顾着可怕的病人,平静而强大。



的胜利依靠的是正义信仰的传递,那反光的漏勺则衬托着个体生命的坚毅和质朴的传递。

好的作品投入的不光是金钱,而是情感与技术。强大的对手并非虚幻的名词,对方的智谋、战术的配合,甚至于战场的底线,都成为每一位战士游走在生命边缘却拼命追寻的原则。例如我方准备以5班班长换取受重伤的侦察员,以及对手差点调转枪口击杀破坏了战场规则并下令开炮轰击志愿军的敌军上尉。这一次次对敌我双方的聚焦,对个体普通战士的聚焦,让我们感受到这场战争的残酷及年轻热血留下的印痕。

张艺谋是一个很喜欢用“色”的导演,而此刻在白色的战场上,他只留下一点点冷峻而收敛的“红”,那是那些志愿军年轻的鲜血。当春暖大地时,也许将会了无踪迹,实则是深深地浸渍了这片土地。我们太多的战争片用大的场面,众多的特效,以主人公神奇英勇的表现使观众获得战时的快感。而这部《狙击手》所展现出的与周遭环境浑然天成的质朴性与聚焦性,让大片的“炫”成

苦难中的突围与重生

◆ 龚金平

《奇迹·笨小孩》(以下简称《奇迹》)在题材和主题上非常励志,主人公景浩只有20岁,独自抚养上小学的妹妹,他必须尽快赚到至少30万元,以便使妹妹有机会在8岁前做心脏手术。面对命运的冷酷无情,景浩只能拼死一搏……

影片在景浩的成功之路设置了无数障碍:遇到国家行业整顿,一大批旧手机砸在手上,他一夜之间倾家荡产且债台高筑;赵总和李经理对他的商业设想不屑一顾,勉强同意后也不支付定金,且检测标准苛刻;经济上捉襟见肘,不起房租和厂房租金;招工难,只聚拢了几个老弱病残以及一批失意者;大批手机差点被人偷走;因手指骨折而无力胜任高空擦玻璃的工作;厂房老板要他限期搬离……在人间苦海之河里遍尝遍尝,在自然界的台风中艰难前行,在命运的“穷街陋巷”骑着电动车慌不择路,这是影片为我们勾勒的一位少年的命运画像。这幅画像因为密布了许多苦涩、灰暗、低沉的色彩元素,看上去令人沮丧和绝望,但是,若将画像放置在阳光下,用汗水和信念去浇灌,画面又会焕发出蓬勃的生机,甚至变得绚丽多姿起来。

因此,景浩的成功有某种必然性,但也多少带有童话般的梦幻色彩。得益于工人的善良与仁义,景浩度过了难关。但是,景浩在那么简陋的厂房里完成手机拆解,后期还在工人家里土法上马,零件的质量其实难以保证,假如他的零件检测没达标怎么办?当然,无论从叙事的逻辑还是主题构建的策略来说,影片都不敢想象这个残酷但又真实的可能性。这说明,影片的叙事链条非常脆弱,脆弱到没有设想除“成功”之外的任何可能性,甚至都不敢将“成

功”延宕哪怕一秒。于是,影片只能褒奖底层人身上的淳朴与真诚,并大力渲染景浩与工人亲如一家的患难真情,用“好人好报”来强化叙事的可靠性。影片呈现的与其说是景浩个人意义上的成功,不如说是时代赋予个体的特殊机遇。影片不仅为中国最具活力的城市之一深圳树碑立传,也为普通人的人生凯旋献上一曲赞歌。

影片并不满足于书写单一维度的励志神话,也用道德设定来划分人物谱系,并丰富主题表达。影片将“卑贱者”处理得暖心而侠义,同时突出“为富不仁”者的势利与冷漠、傲慢与偏见。景浩及他身边那群社会的边缘人、失败者向着致富、成功之路顽强拼搏时,看起来是与命运搏斗,但更像是与另一个道德阵营交锋。影片的情节可以概括为,景浩及几位同样不幸而贫穷的“合伙人”,用自己的汗水与坚持,感动了资本的代言人,终于跻身于资本的圈子,并用自己的财富温暖社会,惠及他人。

影片对于“成功”的路径与目标的独特理解,对于人物刻画的道德寓意,无不折射了影片主创对于中国文化的准确把握与生动书写。影片用“笨小孩”来指代景浩,乃因为他背负了生活的重担和责任,不能服输,不敢退缩,像个笨小孩般一往无前。其实,那些底层打工工人何尝不是笨小孩,他们缺少世故和狡黠,活得随心所欲,毫无保留地信任景浩,付出真心,赌上工资,与景浩共进退,天真得可爱。正是在这些人身上,影片让观众看到,在这座一日千里的城市中,在中国这个蒸蒸日上国度里,只要资本有温度,人与人之间有暖流,内心有目标,普通人也能创造感动天地的人间奇迹。

上海文艺评论专项基金特约刊登