

# 喜剧真人秀《笑傲江湖》本周日开播

# 已经有人把冯导逗得哈哈大笑

当挑战观众的笑点成为一项越来越难的工作,当每年的央视春晚所遭到的诟病愈来愈多,幽默、喜剧也就越发珍贵。昨天,东方卫视大型原创喜剧真人秀《笑傲江湖》在沪启动。节目旨在传递“生活百般滋味,人生需要笑对”的正能量,诠释真实的喜剧人生。马年春晚总导演冯小刚领衔宋丹丹、吴君如、刘仪伟,坐镇评委席,坦言将在节目中严格把关,寻找源于生活的喜剧节目,发掘平民喜剧天才。

记者 楼世宇 上海报道

发布会现场,四位评委吐露了受邀参加《笑傲江湖》节目的心情。宋丹丹坦言自己“很害怕”:“我觉得当观察员是非常漏底的,你是什么样的人,你会毫无遮掩地展现在观众面前。我有点害怕,因为我是很空虚的一个人,没有那么多内涵,我怕别人看透我。”

冯小刚却一针见血地看透了电视真人秀,所以他用“非常忐忑”来概括当初复杂的心情。“《笑傲江湖》和歌唱类选秀节目不一样。歌唱选秀有那么多好听的歌,选手唱一段熟悉的旋律让大家心里都很有共鸣。”他指出歌可以反复唱,而喜剧却不能反复演。“你初选过了,唱歌



发布会现场,四位评委合影。

节目的复赛时候再换一首歌就行,但是你知道几年才能琢磨出一个好玩的喜剧作品来?《笑傲江湖》的选手从初赛进入复赛不能再演原来的节目,要再拿出一个节目来,进入决赛还得再创作出一个,这太难了。”“有时候一个人一辈子就玩那两三个活,你让一个选手在一个节目上拿出三个,这简直比登天都难。这是我忐忑的原因。”

带着这样的心情,冯小刚加盟了《笑傲江湖》。但三天的节目录制让他惊喜不断,因为发现了草根天才,“我发现有的人身上就有巨大的喜剧能力,发现能把我们逗得哈哈大笑的倒不是专业演员,而是普通人,是不常见的新的形式。”他直言,“能让别人

开怀大笑,是一种天赋,不需要后期进行专业的训练。这样的人,善于在生活中发现快乐,并能将这种快乐传递给别人。”冯小刚举例,我们在成长道路上可能都会遇到这样的人,“在学校上课时,经常会有一两个特别淘气的同学接老师的话,接得特别顺溜,让人哄堂大笑。这其实就是一种快乐与智慧碰撞的火花,同时也是一种让人发笑的能力。我们就是希望这档节目能唤起大家沉睡的引人发笑的能力,笑对人生。”

将于3月9日起每周日21:00播出的《笑傲江湖》真的能把观众逗得哈哈大笑?冯小刚抖了个包袱:“如果这个节目不好看,我们几个坐在那儿不是活受罪吗?”

## 《我不是明星》继父孙海英助阵张博宇:要做就做心里的那个父亲

浙江卫视《我不是明星》上周迎来常规赛最后一轮比拼,之前,几乎每位明星子女的父母都曾到过现场,唯独张博宇的父母张丰毅、吕丽萍没来助阵。而这次,却有一位特别的神秘嘉宾来到了现场,他就是吕丽萍的现任丈夫孙海英。与张丰毅完全反对张博宇参加节目不同,身为继父的孙海英很支持张博宇的决定,他说:“之所以支持他来这个节目,就是希望他能通过节目来寻找、锻炼自己,就是要有我不是明星这样的心态,有成就了也不要把自己当什么特别的人。”

孙海英对于张博宇的关心一点都不亚于亲生父亲。他表示张博宇的每部戏他都有去看,据张博宇的对接编导刘昕说,在台下博宇管孙海英直接叫“爸”。而对于这个称呼,孙海英却看得很开,他说:“其实称呼不重要,重要的是孩子心里有你这个父亲。一个合格的父亲就是要用自己一点一滴积累出来的经验,为孩子做一个榜样。”

作为前辈,孙海英对于初出茅庐的张博宇还是充满希望,但他认为博宇要“定型”起码还要十年。“演戏这件事是需要一生来修行的,你要是把它当作一时的事情你也走不长久,可能今天爆发明天就潦倒。做艺术没那么容易,要想有成就的话就得不断艰苦地付出。”

在今晚10:00的《我不是明星》节目中,张博宇继上周献唱《时间都去哪了》之后,再度挑战经典歌曲,携手他在中戏时的师姐李曼,共同演绎一首唯美的《暗香》。

小华

## 《筑梦》首演 洋溢浓浓老宁波味

“看来一定要去趟武汉大学了。”这是昨晚在观众席中出现频率最高的一句话。

3月1日、2日,大型甬剧《筑梦》在宁波大剧院首演。这出以“沈祝三倾囊筹建武汉大学”的真实故事为背景的大戏,在筹备四年之后终于在宁波市民面前揭开神秘面纱。

一幕熟悉的马头墙背景,把全场观众拉回19世纪的鄞州沈风水村。连私塾都读不起的沈三江(剧中沈祝三的名字)常常在马头墙下听雨书,因此他一生的梦想就是要圆天下人的读书梦。

整出戏都洋溢着浓浓的宁波味道。沈三江在爱人面前陈述自己想拿下武汉大学工程的理由,“天上明月只一轮,人间月湖却成双。一湾月湖在汉阳,一湾月湖藏甬江。”背井离乡三十年的沈三江一直对老家念念不忘;即使在尔虞我诈的商场,

沈三江也记得宁波帮的传统,“我们宁波商人有个老话:有钱大家赚。”

28岁的宁波姑娘陈昕特地陪妈妈来看戏,“除了有唱的部分和方言表达,台词的感觉和影视剧差不多。舞美特别棒,服装和背景都很洋气。”在著名导演陈薪伊的指导下,比起传统甬剧,大型甬剧《筑梦》借鉴了话剧的表达方式,台词上更加真切,通俗易懂。比如林向杰嘲笑沈三江的出身时,“剑桥,你知道剑桥是什么吗?以为是一座桥吗?剑桥大学的门往哪里开你知道吗?”为了贴合两位主人公曾经在英国留学的身份,编剧特地设计了一些英文台词和普通话,为甬剧的老观众带去一些新鲜感。

相比真实历史,剧中加重了沈三江爱情的戏码,姚梦欣是沈三江并肩作战多年的灵魂伴侣,在事业上多次相助。有人为沈三江倾囊筹建武汉大学的伟大梦想感动,年轻观



众则为两人的爱情感伤。沈三江为赢得姚梦欣芳心建造了武汉女子中学,又特别建造一所教堂举行婚礼。

据悉,从3月7日起,《筑梦》还将在白云实验剧场连演十天。

记者 林旻/文 崔引/摄

## 开学第一课:朗诵宁波童谣

### 学校教育要扎根本土文化

商报讯(记者 李臻)“学校教育要扎根本土文化土壤!”3月1日,教育专家、宁波滨海教育集团校长李庆明带着自己的新书《教育的可能》来到宁波书城,与读者分享教育心得。

出生于1959年的李庆明为江苏南通人,他是全国推动读书十大人物之一,独创的示范教育课程体系获教育部评估组最高评价,向全国推广。昨日,他向记者介绍,《教育的可能》是自己多年来教育随笔的摘取。在书中,他以独到的视角讨论了一系列中小学教育中的现实问题,如学生的精神健康、都市田园教育、情境教育、母语教育、教育公平等。

“学校教育要扎根本土文化土壤,不能切断本土文化的文脉!”多年来,李庆明一直有一个理念,为此,他做了不少尝试。去年9月1日,当新建的宁波滨海教育集团正式开课第一天,这个学校的孩子们一起用宁波方言朗诵起童谣,成为一道独特风景线。他说:“上学期,我们学校本土文化教育的主题是宁波童谣进课堂,这学期我们的主题是民俗文化,以后每学期都会设立相关的本土文化主题。而且学校计划设立浙东文化长廊,建立以北仑民俗为主题的民俗博物馆,还要举行与海洋文化相关的活动等等,老师不能束缚在教材,是文化使命要求我们这样做。”

李庆明用四个字概括宁波文化特征:“我觉得,宁波的文化不仅是务实的,也是空灵的。”

## 电影《广岛之恋》导演阿伦·雷乃去世

据国外媒体报道,当地时间3月1日,法国知名导演、《广岛之恋》和《去年在马里昂巴德》导演阿伦·雷乃去世,享年91岁。前不久,他的新片《纵情一曲》还亮相柏林,并获得阿弗雷鲍尔奖。

阿伦·雷乃出生于1922年6月,是法国新浪潮的代表人物,他以一部纪录片起家,本来只为挣点钱而为之的他,却完成了一部世界经典。《夜与雾》在纷繁的二战反思影片中脱颖而出。

《广岛之恋》和《去年在马里昂巴德》是真正意义上让阿伦·雷乃名声大噪的作品。这两部反情节的影片最大限度地提供了电影语言的可能性,极具革命意义。

新娱

# 苏宁-美的启动“3年600亿”战略合作项目

2月26日,近年来中国家电零售行业最大战略合作目标诞生了。当天苏宁控股集团董事长张近东与美的集团董事长兼总裁方洪波率双方高管团队,签署了一份“3年600亿”的战略合作项目协议,目标在2014-2016三年内,完成美的空调、冰洗、生活电器、厨卫电器等全线产品在苏宁渠道600亿元的销售额。会上,双方明确了双线并进、产品聚焦、精准营销、互联网经济、组织协作等多方面的战略举措。



双方代表签约后合影留念

张近东表示,互联网的高速发展,特别是移动互联网、融合互联网趋势的加强,生产制造、零售服务商不断受到冲击,“转型变革”已成为全行业、全社会共同关注的热点。经过近5年的探索与实践,苏宁在2013年正式确立了“一体两翼互联网路线图”,全面转型互联网零售,打破组织、价格、商品、体验四大壁垒,全渠道

拓展能力迅速提升,这为美的等厂商提供了更为广阔的品牌推广和销售平台。

“布局举措只是开始,执行才是战略转型的精髓所在。”张近东表示,互联网商业背景下,苏宁将以“三效法则”为战略执行的指导思想,各项工作都围绕“用户体验”这一核心指标开展强调战略执行、行业突进。

方洪波表示,2014年不仅是苏宁的“成效突进年”,同时也是美的转型发展即将真正展现成效的一年。双方在互联网转型背景下,勇于变革,强化执行的战略思路有着高度的一致性。自2011年开始,美的也开启了转型道路,创新产业发展,优化产品结构,最终于2013年正式奠定了集团快速发展的坚实基础。2014年,美的将以“深化转型,勇于改变,重新增长”发展主题为指导,全面加强空调、冰箱、洗衣机、生活电器、环境电器、厨卫电器等全线产品在苏宁线上线下渠道的销售及推广,推动美的产品市场

销售规模迈上一个新台阶。

### 强化执行,全面突进

“目标一致,重在行动。”金明表示,在确定“3年600亿”战略合作项目后,双方在执行中应坚持“以市场为导向,以满足消费者为目标”的合作原则,进一步加强产品联合开发,提升顾客体验,拓展渠道销售,组织协同等多维度的合作。据悉,2014年,双方在深化线上线下联合营销、CPFR预测补货、区域销售倍增课题的基础上,还将在大数据挖掘、单品聚焦、粉丝经济、智能家居领域创新合作,开拓新的合作增长点,全面提升双方合作规模和市场占比。

据悉,3月中上旬,苏宁和美的将在全国举行“来苏宁,抢美的”联合营销活动,向消费者推出更多的新品和特惠机型,通过单品让利、套购优惠、加送赠品的方式,联合回馈消费者,引爆市场。随着双方“3年600亿”战略合作项目的落地,苏宁将联合美的向市场和消费者提供更多更好的产品和服务,开拓合作新篇章!