

《江湖儿女》| 情义深重, 光明磊落

贾樟柯的文艺片能和江湖扯上什么关系?据“科长”自己说,儿时生活在县城,有一个孩子们都仰慕的大哥,他也羡慕那份气魄和威信。几年前再回故乡,曾经的大哥已经没落,没有了往日的霸气。于是贾樟柯就想拍这样一部电影。

在以往的作品中,贾樟柯都是以小人物的视角切入,反映时代的变迁在人心上造成的改变。但他爱结构,爱形式,如《山河故人》,用了三种画幅来表现三个时代,甚至描摹到了未来高科技。在《江湖儿女》中他放下了这些,他更愿意称之为部长篇散文般的成长之诗。

2001年的山西大同,巧巧与斌哥是一对恋人。斌哥每天在外面呼朋唤友,巧巧希望能够尽快进入婚姻。一次街头冲突中,巧巧为保护斌哥开了枪,入狱坐了5年牢。斌哥却早已在他乡有了新对象和新生活。巧巧出狱以后,长途跋涉前去寻找斌哥。

小旅馆里重逢的一场戏是贾樟柯最为动容的场景之一。“我现在还是你的女朋友吗?”问出这句话的巧巧和当年为男友当街开枪的巧巧充满了导演赋予这个角色的侠气。反观斌哥,已没有大哥的光环,辛苦讨生活,个人英雄主义的荣光也已不复存在。时光辗转,再度回到家乡的斌哥坐在轮椅上,光景更不堪。巧巧问他:“为什么来找我?”斌哥答:“全大同只有你一个人不会笑话我。”

“因为无情了,所以可以做到有义,你已经不是江湖上的人了,你不会懂的。”贾樟柯镜头下的江湖,没有生杀掠夺,没有尔虞我诈,反倒是经得起时间考验的情义,最是动人:“所谓江湖就是人与人之间处理事情的方法,怎么为人处世,是江湖的基本规则。或者说,用江湖道义为人处世的人才算是江湖儿女,抛弃了的,也就不在江湖了。”

在中国的独立电影界,贾樟柯一直是坚守派的代表。离大制作、大场面很遥远,离小人物和“尘土”很近。许知远曾这么评价过:“贾樟柯有一种罕见的平衡感,在个人命运与时代情绪之间,在知识分子情怀与江湖气之间。他有一种内核,并因此带来某种特别的镇定。那些县城的个人故事、感伤时刻、无所事事、光荣与梦想,滋养了他,令他足以坦然地面对任何新变化。他诚实地带着他的县城经验,从容进入了世界。”

除了视角的“接地气”以外,贾樟柯是一个从心底深处对人事有关切的创作者。他相信人际间的羁绊,如《山河故人》中,相隔万里和多年岁月,仍记得当初的那一支舞。他曾说:“同处这个世界,我们真的能彼此不顾,各奔前程吗?”在利己主义充斥内心的欲望都市,这股少年意气 and 情怀堪称一股清流,这也是他坚持创作的理由:“跟任何一代导演一样,我们都会衰老,都会或早或迟失去创造力。生命中引诱自己下沉、游说自己放弃的另一个自己,日渐强大,青春岁月里从未有过的身的疲惫和心的厌倦,也不时会袭来,而私欲也准备好它的理由,笑眯眯来到我们身边。但对我来说,只要看到满街如织的人群,我还有动心的刹那,这让我想起最初拍电影的理由。”

张艺谋的《影》重回武侠风;庄文强的《无双》以港片擅长的警匪题材讲述了一场曲折动荡的商战;而贾樟柯的《江湖儿女》描绘小镇青年的成长,人心莫测。文武、动静之间,皆是江湖。

资讯

· 广告 ·

嵊州小吃互联网+平台正式运行

今年7月,嵊州市政府决定,正式启动“嵊州小吃”互联网平台建设。日前,“嵊州小吃”网正式投入试运行,并与蜂鸟配送开发平台签约合作,为“嵊州小吃”互联网+平台运行提供了保障。“嵊州小吃”互联网+平台得到了嵊州本地饮食行业商家的积极响应。从9月初以来,不到1个月时间,平台已有500多家小吃店上架。嵊州一直采取“政府买单、免费培训”方式,把地方特色的嵊州小吃培训项目列入每年的培训计划中。目前,嵊州从事小吃的经营者达8万人,在全国各地开设小吃店铺2.5万家,年产值达到100亿。通过小吃互联网平台,以“技术标准化、经营现代化、品牌时尚化”来树立嵊州小吃的新形象和新秩序,对推动嵊州经济发展有着积极的意义。



昆山巴城创新发展上海推介会举行

近日,巴城镇人民政府在上海举办“昆曲源头·‘蟹’逅巴城”2018昆山巴城创新发展上海推介会,在金秋蟹肥时节,主动寻找发展机遇,全力做好对接融入上海大文章。近年来,巴城紧紧围绕蟹文化、昆曲等特色文化产业做文章,特别是以文化活动为载体、以经贸洽谈为主题的昆山阳澄湖蟹文化旅游节,经过多年发展,已成为展示以大闸蟹为代表的昆山饮食文化的重要平台,成为昆山打造休闲旅游品牌的闪亮名片。中国工程院院士戴冠戎,昆山市委副书记、昆山旅游度假区党工委书记、管委会主任张月林,昆山市副市长李文文等出席了这次活动。



2018中国纺织服装行业社会责任年会召开

2018年9月28日由中国纺织工业联合会社会责任办公室主办发起的“2018中国纺织服装行业社会责任年会”在2018中国国际服装服饰博览会秋季展3号馆可持续发展专区(3H·E505)盛大召开!中国纺织工业联合会会长孙瑞哲,李宁体育用品公司创始人、董事长李宁,山东如意科技集团有限公司CEO王强,兰精集团高级副总裁胡坚等众多领导嘉宾、行业大咖等汇聚现场,从可持续时尚的角度,共同探讨纺织服装行业的社会责任。



“王生南纽约金碧辉煌山水画”艺术展开幕

近日,“王生南纽约金碧辉煌山水画”艺术展在美国纽约著名的雅博艺廊开幕。中国驻联合国使团公使陈松、中国文化旅游部匡林、上海亚洲音乐节组委会秘书长邱忠毅等嘉宾应邀出席了开幕式。展览以王生南50余年的勤奋专注所创作出的“金碧辉煌山水画”系列作品,探索中西方当代艺术发展的轨迹。



“吴跟越角”水乡婚典举行

作为上海市旅游节的重要活动之一,第十四届“吴跟越角”枫泾水乡婚典于近日在枫泾古镇山麓酒店举行。随着长三角一体化的深入发展,今年枫泾镇积极谋划,倾力打造了正宗、原汁原味的“吴跟越角”水乡婚典。枫泾水乡婚典自举办以来历时十四年,已成为上海旅游节的重大品牌活动,吸引了大量市民游客的关注。



欧罗维特携手iFashion释放Z世代贴身时尚之光

近日,欧罗维特携手iFashion于上海国际贴身时尚原辅料展上重磅呈现“Z世代iFashion内衣秀”。Six Rabbit六只兔子、Miss Curiosity好奇蜜斯、PJM、蜜色之吻、Ubras在设计师的设计下带来了一场内衣秀,将当前国内品牌的潮流风向展现得一览无遗。



兴业太古汇演绎秋冬潮流态度

近日,兴业太古汇“时尚漫步Fashion Wandering”秋冬时尚季开启。此次兴业太古汇携手三大时尚设计平台——XCOMMONS诸色会、SIFS上海时装周国际品牌发布,以及“论道”BoF时装商业评论中国峰会呈现秋冬时尚主题,彰显优雅自信的时尚主张。



匠心智造精品 东风悦达起亚蝉联J.D.Power新车质量研究亚军



9月27日,J.D. Power 2018中国新车质量研究(IQS)结果正式发布,东风悦达起亚在主流车品牌中蝉联亚军。K5、凯绅、K3、K2分别在中型高端轿车、中高端经济型轿车、中型轿车、紧凑型高端轿车细分市场排名第二。

今年,基于71个城市33,404位在2017年6月至2018年5月间购车车主的真实反馈,J.D. Power新车质量研究(IQS)对77个品牌285款车型的新车质量进行衡量。新车质量得分以平均每百辆车问题数(PP100)表达,得分越低表明问题数越少,质量也越好。东风悦达起亚连续两年在该项研究中位居主流车品牌第二,充分证明其产品品质的可靠性与稳定性。

高品质不应局限在车辆可靠性上,还应表现为先进技术所创造的安全、智能的驾乘体验。因此,企业一方面持续引入起亚全球领先技术,一方面扩大技术专家团队规模,提升本土化技术研发与创新实力。坚持技术创新,东风悦达起亚致力于打造拥有“国际一流,国内领先”性能与品质的汽车产品。

东风悦达起亚将在品质造车的道路上继续前行,为中国消费者创造高质量汽车生活。