

来稿请寄:lywbpl@163.com 一经采用,即奉薄酬

洛浦听风

斯传

漫画漫话

魏春兴/文 朱慧卿/图

“舌尖上的中国”火在以美食见人生

2011年5月,一部美食纪录片《舌尖上的中国》火遍大江南北。日前,《舌尖上的中国》第二季被端上电视荧屏的餐桌。其维持了上一季的精良和考究,有观众直呼“触动灵魂”,口水与泪水齐飞。

CCTV-1每周五晚9点的首播,央视多频道、多时段的重复播出,每周只播一集的“追剧”范儿,大型综艺节目般的广告投放,不菲的国内、国外版权收入以及大型电商同步跟进的营销大战——《舌尖2》都将国产纪录片的地位提到了一个新的高度。

我们开始意识到:相比肥皂剧与娱乐秀,好的纪录片不仅收视率可以更高,经济效益也可以更大。

“舌尖上的中国”之所以会成为一个响亮的品牌,不只是因为名字有新意,也不只是因为“吃货”越来越多,诱人的画面让人想舔屏幕,而是因为,这是一部对美食充满了敬意的纪录片,它满溢着对自然馈赠的感恩,对草根劳作的歌咏和对中国饮食文化的礼赞。

相比第一季,第二季加强了在社会文化层面的挖掘:从人开始,叙事起兴,入眼观感,入心情感,美食成为背景,灵魂感受触动。虽然也有人觉得,故事略显喧宾夺主,对食物描述太过匆忙,但是一部主题为“探讨人与食物关系”的纪录片,本来就不只是一场美食盛宴,它不是“天天饮食”菜谱,更不是“美女私房菜”。

《舌尖》跃出屏幕之外的,是一种妈妈的味道、儿时的味道、故乡的味道。很多人远离故土,拥有几千个味蕾的舌头却顽强地保存着来自儿时、来自故土的味觉记忆。

《舌尖》让人有种冲动,想回家再吃一顿妈妈做的饭,跟妈妈学做一道家乡菜,在奔波的路上带一点家乡美食,认真对待我们的一日三餐。

对家庭温情和血缘亲情的渲染,是《舌尖》最动人之处。无论是劳作的场面还是丰收的笑脸,美食总是与幸福的家庭相伴,幸福的家庭也总是不缺少美食。

《舌尖》还告诉我们,顶级的美食总是在民间、在乡野。这是一部美食纪录片,却看不到酒店和名厨,只有民间的厨房,用一种平视而非俯拍的角度,讲述着市井美食与草根生活,让人产生强烈的共鸣。

“一粥一饭,当思来之不易。”我们口中的美食,无不来自别人的汗水。对美食的尊重,也是对劳动者的尊重,对劳动者的尊重。讲到动情之处,每每让人“眼泪与口水齐流”。

以美食见人生,将美食寄托在人物的情感和故事当中,既是《舌尖》的最大特点,也是其最为成功之处。真正流连“舌尖”的美味,恰恰是藏在自然深处溢满草根味道的食材以及那些亲近它的人。



又是“表格太短”?

【新闻背景】中纪委官网20日上午晒出安徽省查处违反八项规定成绩单,文中称一年时间,100余万名干部仅填报了约30万套房产信息。消息被转载后在网上引发热议,截至记者发稿,已有3.3万余条评论。有网友调侃:人均0.3套?难道官员都群居?(4月20日《法制晚报》)

从总体数量上看,七成安徽官员都没房子!

这让人想起不久前媒体的一则报道:广东省某央企机构副处级干部表示,在申报登记名下和直系亲属房产时,表格太短了,仅有三四行,大家不知道怎么填,在请示相关领导后,得到了“干脆就填一处”的指示。

是啊,假如住房信息还不联网,财产申报又走过场——想“以房反腐”,难哪!

洛谭有话

晚报日前报道的物业管理员郭军不算大人物,但他把工作做得很不一般:经他手收取的物业费,收缴率基本是100%。在媳妇的眼中,郭军是个“不正常”的人:挣的钱不多,操心的事儿倒不少。老郭说,这是他成功的“秘密”：“这些小事,加深了我与

将心比心的力量

业主之间的感情……”
多沟通,有求必应,拿业主的事情当自己的事情——老郭的经验,其实就是四个字:将心比心。道理不难懂,做到却不易。这四个字,实在值得那些在管理上积弊累累的小区借鉴。

2014洛阳房地产十大名盘、名企推选

品鉴经典 领略巅峰

2014洛阳房地产十大名盘、名企推选

推选时间: 4月14日起至5月下旬
 主办: 洛阳日报报业集团 承办: 洛阳欣闻报业广告有限公司
 支持媒体: 《洛阳日报》《洛阳晚报》《洛阳商报》《河洛生活导报》洛阳城市电视联播网
 咨询电话: 63232387 63232417 63232418



海选阶段已经开始, 关注《洛阳晚报·楼市周刊》微信, 为心目中的名盘名企投票吧!

★2014年洛阳房地产十大名盘 ★2014年洛阳房地产十大名企 ★2014年洛阳推动力楼盘

其他投票方式: 1.发电子邮件至495421070@qq.com; 2.加洛阳晚报QQ购房群(300265659)发给群主; 3.拨打主办方电话63232387进行投票。