



吴谨言：

新剧中出演『砍价师』 欣赏演技过的职场女性



自《延禧攻略》一炮而红后,吴谨言近年在表演上有过诸多尝试:《皓镧传》中的“大女主”、《正青春》中的“职场新人”……最近,由林更新、吴谨言、吴奇隆领衔主演的都市浪漫爱情轻喜剧《我的砍价女王》正在热播,这次吴谨言在剧中扮演了“砍价师”夏浅,她和长盛集团总裁盛哲宁(林更新饰)因一场误会邂逅,两人相爱相杀,共同成长,携手解决彼此生活中的困难,最终成为甜蜜爱侣。

近日,吴谨言接受了齐鲁晚报·齐鲁壹点记者的采访,她坦言,相比之前塑造的角色,这次的“夏浅”更加成熟:“在职场上,她有自己的事业,经营砍价工作室。感情上,她也更符合新时代的女性意识。”

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 刘雨涵

“砍价师”其实是“中介”

《我的砍价女王》播出后,吴谨言饰演的“砍价师”夏浅迅速吸引了观众的注意。夏浅凭借过人的交际能力和语言功底,创业成立“砍价”工作室。为了帮客户“砍下”酒店婚礼档期,她与“不打不相识”的长盛酒店老板盛哲宁来回切磋,令其刮目相看。夏浅被盛哲宁聘用后,两人有了频繁的业务往来,逐渐擦出火花,直至心心相惜。

有意思的是,吴谨言在拿到剧本前对“砍价师”这个职业并不了解,认为是一种贴近于生活日常的工作,比如去批发市场、菜市场砍价。读了剧本后,她才发现,砍价师其实可以理解为“中介”,“她帮助甲方和乙方实现商务合作,从中收取服务费。”谈及自己的砍价经历,吴谨言坦言:“小时候在服装批发市场会砍个十几二十块钱,长大之后,面对砍价现场,我会觉得很尴尬、好面子,想买的东西会直接出手。”

虽然《我的砍价女王》是部爱情轻喜剧,但剧中也不乏职场戏份。吴谨言表示,拍完这部戏后的最大感受就是“女孩子一定要有事业”,“后期,盛哲宁破产了,夏浅还能收留他,让他给自己做助理,给他开工资,这样的女孩挺酷。”为了打造职场气质,吴谨言在造型方面也下了功夫:“我定了三次妆,剪了短发,准备了非常多好看的衣服。我相信,很多职场女孩可以借鉴夏浅的服装搭配。”

“理智型恋人”当断则断

剧集开篇,夏浅在婚礼上被未婚夫何之隽(马思超饰)无故抛弃,几年后,两人重逢。经历了短暂的失落,夏浅选择放下过去,向前看。吴谨言十分欣赏夏浅这种成熟的爱情观:“理智型的恋人,会对前任当断则断,不拖泥带水。她希望对方过得好,但自己也会活得更好、更精彩。她很勇敢,即便曾被抛弃,但面对新的感情,依然愿意不顾一切去追求。”

剧中两场爱情戏给吴谨言留下了深刻印象,一场是雨天的车站相守,“夏浅在公交站等车,盛哲宁穿着布偶熊套装走过来,为她撑伞。盛哲宁一直躲在布偶熊里守护着她,而夏浅并不知道布偶熊就是盛哲宁。那个画面让我少女心爆棚。”另一场是搞笑场面,“两个人在夏浅妈妈面前假装情侣撒狗粮,林更新对我撒娇、扮可爱。那是我第一次看到林老师的这一面,我笑爆了,也惊呆了。他演完还当做什么都没发生一样,我觉得这种瞬间可能是他的常态。”

《我的砍价女王》是吴谨言和林更新首次合作。剧中,盛哲宁外表是霸道总裁,内心则呆萌可爱。吴谨言爆料,林更新本人的“反差萌”更大:“林老师的外表当然是没的说,但他内在更加有趣、有梗、接地气。我在现场经常会被他逗到爆笑。”吴谨言也讲述了自己对林更新态度的转变:“第一次见面时,我们不熟悉,我对他饰演的宇文玥(《楚乔传》中角色)有角色滤镜,一上来就拍甜美的定妆照,还有点小尴尬。后来我们熟悉起来,合作就很顺利了,尤其是林老师的搞笑本领,让我的宇文玥滤镜碎了一地。”

角色被观众记住很幸运

这两年,吴谨言出演过不少职场女性角色:《青春创世纪》中的带货女王“钱希西”、《正青春》中的销售天才“章小鱼”……吴谨言说:“我很欣赏我演过的职场女性,她们性格飒爽、雷厉风行、为人处世有原则。我本人则没这么果断,可能会想得更多一些。”

吴谨言也表示,近期不会再接同类型的职场角色:“确实演得比较多,如果再演的话,需要更多沉淀,才能塑造出不一样的角色。”

2018年,吴谨言凭借大热剧《延禧攻略》获得了“高起点”,这两年,不少观众也对其抱有“高期待”。吴谨言坦言:“作为演员,有角色被观众记住是很幸运的事,毕竟这么多演员、影视作品和角色,真正能红的并不多。这两年,我肯定有压力,但我一直告诉自己,有压力才会有动力、才会更谨慎,抱着尊重的心去对待演戏这件事情。”

金鸡奖海报设计引发关注 “雄鸡”一鸣惊人



最近,你有被一只五彩斑斓的雄鸡“凝视”吗?在刚刚结束的第34届中国电影金鸡奖海报设计大赛的网络人气投票中,一幅画风迥异的作品《雄鸡凝视》获得了第一名。这只眼神犀利、睥睨众生的雄鸡能否成为最终的主视觉海报尚未可知,但是它目前已经成功地让自己和金鸡奖获得了C位关注。

超,最终以领先第二名4万票的成绩获得“断层式”第一。

《雄鸡凝视》能够火速圈粉,其本身具有的网感是独一无二的。有网友从它身上看出了“丑萌”,有人从它身上看出了“铁憨”,有人从它身上看出了“孤傲”,还有人看出了毕加索的风格。《雄鸡凝视》瞬间俘获了大量网友的眼缘,大家主动表示要“送它出道”,甚至为其拉票:“你不投我不投,金鸡何时能出头。”

这样的结果让《雄鸡凝视》的创作者MR.Q表示没有想到大家会有这样的热情,也没有想到自己的作品还能够入选第二轮评审。“采用我的方案的专家们,对于艺术和审美的态度是开放的,我觉得这是一件特别好的事,也是一个特别积极的方向,只有不把自己局限起来,才能有更多不同的事物出现。”

作为活动组委会成员,中国电影家协会秘书长闫少非正是

力推这幅海报入围的专家之一。“它有它自己的气度,是一个具有严肃性的作品,同时也让观众感到亲近。”他表示,今年金鸡奖海报设计是面向全社会的一张英雄帖,参与面之大超出了组委会的意料。“几乎覆盖全年龄段,其中年龄最大的69岁,最小的才5岁。从大众的参与度可以看出,大家对电影的关注度和热情很高。”

互动感拉近距离

金鸡奖是中国电影唯一一个国家级的“专家奖”,《雄鸡凝视》出圈爆红,也出现了一些过度娱乐、哗众取宠的争议。不过这次金鸡奖海报设计将采取“专家+大众”的两层评选,虽然《雄鸡凝视》获得了网络投票第一名,最终的海报设计方案还要由来自专家组委会的把关,相信不会和金鸡奖的基调相去太远。

比起中规中矩的设计,《雄鸡凝视》凭借另类出圈,更像为将于两个月后举办的第34届中国电影金鸡奖提前进行了一波网

络宣传,而且宣传效果一鸣惊人。金鸡奖的海报设计,从之前的网友留言发表意见评论,到现在能够网罗全社会设计者参与、由网友为作品投票,在这种高互动感中,金鸡奖拉近了和大众的距离。闫少非说,“通过关注这只‘插画雄鸡’去关注背后的金鸡奖,进而关注金鸡奖背后的中国电影。从这个角度讲,《雄鸡凝视》已经立功了。”

此次金鸡奖海报设计大赛网络人气投票共收获了166万张选票,人们也关注到了其他的优秀设计作品。比如获得第二名的《金鸡啼晓 万象争鸣》,用层峦叠嶂的山水画形式塑造出“金鸡”造型,将电影节主题和国风底蕴进行了有机结合。获得第三名的《巍巍雄鸡 东方破晓》用电影胶片构成“金鸡”羽毛,充满巧思。《电影之光》的设计则充满了现代感,而且融合了金鸡奖40年的寓意。不管《雄鸡凝视》最终能否成为金鸡奖的主视觉海报,主办方已经开始考虑用它来做电影节周边衍生品,比如手办,而且今年金鸡奖的主题海报可能会不止一张。