

新“京城四少”，臊的是一些媒体



天天娱评

就在大家快遗忘“京城四少”这个称呼时，部分媒体又将新版“京城四少”推到台前。相比网友戏谑批判的京城四“臊”，该害臊的应该是一些炒作新“四少”的媒体，它们揣着猎奇与娱乐心理，贩卖富二代的私生活，这样做，只是为了吸引眼球，根本不是在塑造鼓励年轻人前进的正面、积极的人物。

本报记者 邱伟

曾几何时，“京城四少”这个名头响彻娱乐圈，这两年随着个别成员劣迹不断，这个名号提及的频率明显少了。不过就在大家快遗忘“京城四少”时，部分媒体又推出了新“京城四少”。除了王烁外，旧版“四少”中的汪小菲、汪雨、王珂已被万达公子王思聪、潘石屹之子潘瑞、富力公子张量挤掉。

查阅历史资料，发现“京城四少”这个名号最早来源于民国，当时“京城四少”指溥侗、袁克文、张伯驹和张学良四人，多是有才华或有成就的标杆人物，或者是利国利民的社会楷模，现在的“四少”却反其道而行之。打开这两天的很多网站和微信公号，新“京城四少”到底多有钱，新“京城四少”的奢华糜烂生活……诸如这样的标题

随处可见，为了赚眼球，个别媒体操守尽失。

作为曾经的老成员，汪小菲对自己这次落选拍手称快，表示终于可以长舒一口气了。这几年，“四少”名头给汪小菲带来了许多麻烦和困扰，王珂也曾抱怨这个名称太坑人。一些媒体在当事人缺席的情况下擅自给人冠上“四少”的名号，给公众不断灌输纨绔子弟日常的各种丑闻：靠爹吃饭、恶意透支、喝酒飙车、拔枪相向……实在是误导年轻人，贻害无穷。

和老“京城四少”一样，这次媒体封的新“四少”还是常在北京出没，常与女明星传绯闻，或常惹是生非的四位“富二代”。这些年轻人出身富贵，但他们身上的一些优秀品质，诸如对公益的热心等，还是值得年轻人学习的。而一些媒体宣扬的却是赤裸裸的拜金心理，恶性炒作、推波助澜，不仅



污了这些富二代的名，也砸了自己的招牌。相比网友戏谑批判的京城四“臊”，该害臊的应该是这些没有操守的媒体，它们揣着猎奇与娱乐心理，捕风捉影炒作富二代的私生活，这样做，只是为了吸引眼球，根本不是在塑造鼓励年轻人前进的正面与积极人物。

希望媒体停止用所谓的“京城四少”来形容他们中的任何一位，因为目前他们还没有一位有

真才实学和让世人尊重的社会美德，也不足以配如此美名。更不要“不以为耻，反以为荣”地炒作富二代们种种不入流的行为。那些上榜和没上榜的富二代也是时候收敛一下自己的荷尔蒙和日常行为了，为自己，也为了娱乐圈的清净。真心希望大家能端正对真善美的认识，也希望京城能够出现真正值得后世传颂的“四少”。



影迷们在《魔兽》活动现场。 本报记者 王鸿光 摄

《魔兽》成影市救命稻草

本报记者 倪自放

史诗级科幻大片《魔兽》8日零点场暴收5540万元票房，超过《速度与激情7》，创下内地影史零点场票房冠军，市场预期其有望挑战《阿凡达》28亿美元的全球票房纪录。对于四五月份惨淡的中国电影市场而言，《魔兽》的出现意味着救市。

首日票房3.5亿没问题

“为了部落！”“为了联盟！”6月8日，《魔兽》出品方之一腾讯影业在济南一家影院组织的线下活动中，身着蓝、红服装的《魔兽》粉丝，代表影片中的部落和联盟高呼口号，情形很是壮观。

类似的情形，在影片6月8日的全国零点首映中表现得更为突出。票房统计显示，《魔兽》8日零点场暴收5540万元票房，超过《速度与激情7》5250万元

的历史纪录，创下内地影史零点场票房冠军。6月8日14点，上映半天的《魔兽》票房突破两亿，尽管6月8日的最终准确票房还无法统计出来，但影院方面乐观估计，《魔兽》首日冲3.5亿元票房不成问题。

作为一部广受期待的大片，《魔兽》的上映时间颇为耐人寻味。尽管6月8日不是周末，但随之而来的6月9日至11日的小长假，相当于一个大周末。另一个因素是高考结束。业内估计，《魔兽》首周末票房将冲击10亿元。

今年四五月份票房相比去年同期有所下降，主要原因当然是大片匮乏，目前看，《魔兽》成为今年6月份的票房发动机。

《魔兽》打破两大魔咒

《魔兽》开画乐观，还打破了两个魔咒，那就是游戏改编电影票房不理想以及粉丝电影

票房一般的魔咒。

根据游戏改编的电影票房此前一直不理想，最典型的当数《生化危机》系列，该系列票房最高的《生化危机5》在美国票房也只有6000多万美元。《魔兽》首日的亮眼表现足以以为游戏改编的电影正名。游戏改编电影翻身，很大程度上是因为游戏越来越强大。数据显示，2015年中国游戏产业规模达1407亿元，游戏市场总产值是电影票房的三倍多。

粉丝电影指那些不管剧情和演技如何，总有“粉丝”买票的电影。《魔兽》算是一部地道的粉丝电影，网上已有“魔兽粉”表示“要看十遍《魔兽》”。从1994年出品的《魔兽争霸》算起，该游戏诞生已有22年，据称全球粉丝已超1亿人，其中有1000万粉丝在中国，不管影评人如何挑剔，“粉丝”都会不为所动，坚决掏钱买票。

让红色文化生动起来



本报记者 倪自放

参观1948年济南战役三百余幅珍贵战时照片、观看气势磅礴的济南战役全景画馆、见证“济南第一团”的光辉旗帜……6月7日，多批参观者来到位于济南英雄山路的济南战役纪念馆，感受红色文化的魅力。

济南市社会科学界联合会《社科论坛》编辑部主任谢鲁海多年关注战史、军史，对济南战役多有研究，谢鲁海告诉记者，济南战役纪念馆里的全景画馆，较好地以直观的形式展示了济南战役的过程，被国内外全景画专家称为“中国全景画中最为精彩的一幅”。

谢鲁海认为，红色文化的宣传，其实可以更生动一些，“比如济南战役这样的大题材，我建议建立参观者可以参与其中的红蓝军推演，让参观者深入其中，以角色扮演的形式操控游戏。”谢鲁海表示，红蓝军推演这样参与性的游戏，是为了让更多年轻的参观者更

好地了解济南战役，当然要设置一些边界，以防止戏说红色文化。

让红色文化生动起来，国内诸多纪念馆都在做有益的尝试，八路军西安办事处纪念馆馆长霍学进日前在接受媒体采访时表示，纪念馆可以借鉴一些新的宣传方式，比如结合时下流行的影视剧，让人们更加了解当时的历史和社会背景，“比如《亮剑》《我是赵传奇》和前段时间的《伪装者》等剧收视不凡，如果在红色纪念馆宣传上，我们也能借影视剧东风，也许更容易引起青少年观众的兴趣。”

谢鲁海认为，拍摄影视剧短片，让参观者能够坐下来观看纪念馆里表现的内容，是让红色文化生动起来的另一种方式，“徐州的淮海战役纪念馆和韩国的仁川登陆纪念馆，都有战时资料片可供参观者观看，大多数不具备这种条件的纪念馆，可以拍摄一些模拟的短片还原历史，参观者更为接受这种形式。”

综合招商
◆电子厂招加工
05374119379

◆电子厂寻合作
05374256555

轻轻一擦 强力去污
不沾油 强力洗洁巾
批发零售 量多优惠
13561630568 刘
13573074205 黄

友情提示:
请交易双方妥善查验对方的相关手续和证件,本刊信息不作为承担法律的责任和依据。投资信息需谨慎,仅供参考。

挂失、声明、公告、寻人、寻物等信息可以通过本报挂失公告网(www.qilwb.com.cn),点击“挂失公告网上支付系统”(位于首页中间,红色字体显示),点击后根据系统提供选项,填写姓名、电话以及刊登内容后,系统自动计算字数并结算,通过支付宝即可完成在线支付。