

“硬”技术遇上“软”故事,剧集创作焦点回归“世界工厂”——

爆发吧,工业剧!

阅读提示

从播出到收官,工业剧《风吹半夏》在江苏卫视、浙江卫视和爱奇艺等播出平台均不俗的收视成绩,也多次引发社交平台的话题讨论。除该剧以外,《麓山之歌》《大博弈》《沸腾人生》《硬核时代》等多部类似题材的工业剧也在2022年火爆荧屏。

本报记者 刘小燕

“不管是个人、公司,还是大的企业,都要敢于承担责任,更要有强烈的社会责任意识。”随着主角许半夏的一番自白,并透露自己将为当年以不正当手段占有滩涂的行为自白,这部聚焦民营企业改革奋进历程的电视剧《风吹半夏》也迎来最终的结局。

事实上,除《风吹半夏》以外,《麓山之歌》《大博弈》《沸腾人生》《硬核时代》等多部类似题材的工业剧也在今年播出。这些剧集不仅在数量上形成现象级爆发,还在内容上深耕各自的“硬”技术领域,讲好工业“软”故事,收获了观众的一致好评。

工业剧迎来创作爆发

刷短视频时,正好是女主角在酒局上和谈生意的片段;刷社交平台,分享的是女主角的复古造型和穿搭;刷音乐软件时,热播曲目是在电视剧中出现的经典老歌……在多个平台都遇到《风吹半夏》后,90后孙嘉终于忍不住打开了视频软件开始认真追剧。连续看完36集后,孙嘉告诉记者,自己的感受就是“酣畅淋漓”。

该剧主角团三人白手起家,最初以收废钢铁为业务,后逐步接触钢铁行业,周旋于大型国企、外企、民营企业之间,最终闯出了一片天地。

钢铁,仅是2022年爆发式播出的工业剧所关注的“硬核”工业元素之一。在2022年播出的工业题材电视剧中,除了有关废钢收购的《风吹半夏》,还有聚焦国企重工转型升级阵痛的《麓山之歌》,展现中国重工业改革过程中企业家精神的《大博弈》,刻画中国汽车人继承父辈理想的《沸腾人生》等,讲述中国具有完全自主知识产权的三代核电技术“华龙一号”诞生过程的《硬核时代》也即将播出。

截至目前,《风吹半夏》收获近30万人评分,成绩稳定在8.2分,《麓山之歌》的评分也达到7.8分。从钢铁到重工、汽车,再到核电,这些工业剧向观众呈现出我国工业制造领域的精彩图谱,不仅在数量上形成现象级爆发,还收获了良好的口碑。

根植丰厚的创作土壤

中国工业剧的发展实际上早有成果,也为后来者的创作提供了优秀的参考。1949年5月,由东北电影制片厂拍摄的新中国第一部故事长片《桥》首映,讲述了东北某铁路工厂的工人们克服一系列困难完成抢修松花江铁桥的任务,也是第一次在银幕上正面展示工人阶级的形象。

此后,《乔厂长上任记》《车间主任》《大工匠》《钢铁年代》等作品,则从不同阶段、不同侧面展现了我国工人、工厂和工业的成长与发展,留下了乔厂长、段启明、肖长功、尚铁龙等诸多鲜活的荧幕形象。最近几年,《大江大河》两部曲,《奔腾年代》《山海蓝图》《逐梦蓝天》等工业剧开始集中呈现,并逐步拓宽细化题材涉及的工业领域。

另一方面,我国聚焦工业题材的文学作品,

也成为工业剧创作的丰厚土壤。例如,《风吹半夏》就改编自作家阿耐2006年出版的小说《不得往生》,作家肖克凡的《机器》《最后一个工人》《生铁开花》等反映工人情怀的作品,均多次获奖。在网络创作领域,“工业风”也是近年来的一个重要类目。以“工业”为关键词在起点中文网搜索就有379部相关作品,其中,被称为大神级作家的齐橙也有《大国重工》《材料帝国》《工业霸王》等多部作品上榜,最高推荐值高达近130万。

“我看完原著小说和故事大纲就非常喜欢,这个故事有着扑面而来的真实的激情,在20世纪90年代中后期一直到21世纪开始,时代的真实感——激情、蓬勃,解放思想、勇于创新。”《风吹半夏》导演傅东育认为,不管是不是钢铁行业,都在那段时代的浪潮中,经历了脱胎换骨的变化,因此自己也那段记忆充满了亲切感和表达的愿望。

业内人士坦言,以这些优秀的文学作品作为土壤,以及大国工匠、优秀产业工人、一线劳动者的宣传表彰氛围,确实更能激发工业剧的创作欲望。同时还需要注意到,工业剧本身就自带主旋律“滤镜”,但以往的创作模式偏严肃,难以打开受众范围。如今的处理方式,则更善于在“硬”技术的基础上讲好“软”故事,更能收到破圈层的传播效果,从而给到创作者积极反馈,形成一种追赶式的出品效果。

让剧集与现实相互回应

讲好故事,也成为剧集创作者们所尽力展现的部分。据电视剧《风吹半夏》导演毛熹

介绍,为了还原钢铁行业的时代感和变迁,剧组不仅在沈阳找到了迄今为止仍在生产状态的钢厂核心场景,还在宁波钢铁拍到了老的高炉停炉的珍贵画面,并且拍摄期间全程有钢铁专家进行跟拍指导。

来自浙江宁波的孙嘉,就对该剧场景感觉非常亲切。由于大量取景地在宁波钢铁,她在此前就看见过老家对此的宣传报道。等到真正观看时,一种熟悉的感觉更是扑面而来。孙嘉说:“一方面是那种沿海城市的气候,另一方面是整个怀旧复古的色调,包括家用电器、主角的服装发型和配饰,都和我记忆中小时候的画面特别像。”

“在饰演工人之前,先让自己成为工人。”在电视剧《麓山之歌》中,为了还原最真实的场景,创作团队不仅深入探访中联重科、三一重工、山河智能、中国铁建等行业领先企业,与管理者、技术人员和工人交流,还组织演员换上工装、深入车间,向工人拜师学艺。

在该剧结尾,“七一勋章”获得者、全国劳模、“大国工匠”年度人物、全国五一劳动奖章获得者、国际级技能大师等真正的重工人逐一亮相……一声声“师傅”让剧集与当下的时代产生互动,也让“工匠”的形象从荧幕回归现实。

作为年轻人,孙嘉也认为工业剧仍然具有相当的吸引力,并且尤其符合当下的观剧需求。和身边人交流后,她发现实际上大家一直在追这些工业剧,“电视剧没有执着于那些太复杂专业的工业术语,而是把重点放在人物和故事发展上面,就很有看头,看着行业发展成果和那些优秀的工人前辈,感觉还是非常自豪的。”

现实题材作品如何观照现实 4

市民选购文创日历

近一段时间,《故宫日历》《敦煌日历》等文创日历热销。文创日历较好地实现了优秀文化与日历产品的有机结合,逐渐成为很多年轻人新年礼物的首选。也彰显出年轻一代面对传统文化的自信。

重庆新华书店沙坪坝书城,市民在选购文创日历。

视觉中国 供图



视线

让越来越多的年轻人愿意了解天坛、了解中轴线文化——

北京东城多元场景打造文化消费新地标

本报记者 赖志凯 本报通讯员 陆瑛

终于等到了日落时分,太阳在祈年殿的上方缓缓下行。不经意间,落日藏进了沉沉暮霭,从这里望去,古都西边远远的天际线夕阳无限,祈年殿就这样静静地矗立其中。“太美了!”家住天坛公园附近的裴胜韬同爱人站在红桥市场顶楼露台一边欣赏着佳景一边感叹。

站在顶楼览胜中轴美景,为市民提供绝佳的观景平台只是观坛艺术空间项目的功能之一。作为北京市东城区红桥市场新消费品牌孵化基地的首批孵化品牌,观坛集艺术展览、会议办公、品牌孵化运营、艺术咖啡吧、中轴线书店等综合性服务功能为一体。北京市东城区因地制宜多元场景打造文化消费新地标。

“这里的景色算独一份的”

“印象里的红桥市场还是我小时候海鲜

批发市场的模样,没想到楼上竟然还有一个这么好的观景平台。”裴胜韬表示,虽然从小在坛根下长大,却是第一次从这个角度看祈年殿,心情很雀跃,“这里的景色算独一份的。”

据悉,去年,红桥市场五层经过升级改造,重新规划出了观景区、舞台休闲区、阅读区等,其中观景区引入了光伏发电技术,建成了双碳屋顶花园。

记者在现场看到,祈年红自在书房阅读区的木质书架上摆满了各类书籍,涵盖古籍、文史、艺术、社科、传统国学等图书类别,能满足读者的不同阅读需求。

“2021年底,红桥市场与观坛艺术空间共同搭建了祈年红自在书房,我们设计中轴线主题的书房,实际行动传播中轴线文化,讲述北京中轴线故事。”红桥市场党支部书记、董事长徐泽介绍,书房开设以来,曾多次开展中轴线遗产价值宣传教育活动、图书签售活动,助力中轴线申遗。“我们还与法南社区达成结对共建协议,为社区居民提供读书会、摄

影展、书画展等服务。”

多功能空间助力市场转型升级

记者在这里的央企消费帮扶体验馆看到了宁夏枸杞、河南莲子粉皮、贵州七碗茶、新疆核桃油等来自各地的特产,观坛艺术空间通过对中国民族品牌进行培育与推广,助力乡村振兴。

此外,这里还配备了庆城、祈福、众创、观坛、天圆地方、祈年共六间风格各异的会议厅,在观坛厅厅内更是可与天坛祈年殿遥相对望。

中国传媒大学广告学院民族品牌研究中心副主任明敬介绍,“未来,观坛作为文化传播空间,将举办更多的文化类展览展示;作为商业艺术平台,将组织现代京剧、昆曲、华服表演秀,推广国潮文化,促进文商融合;作为学术交流基地,将围绕品牌信用建设,开展一系列课题研究,为国家、地区、城市、企业的品牌建设提供咨询服务。”

“我们希望通过全新的运营模式提升红

桥新消费品牌孵化氛围与创新活力,让这里成为吸引游客打卡的新消费场景,助力红桥市场完成转型升级。”明敬告诉记者。

消费品牌IP推动消费提振升级

据了解,红桥市场近年来积极推进落实企业转型升级、全力服务企业驻商家和企业,观坛艺术空间是与其共同开启新征程的典型商家代表。

裴胜韬深有感触地告诉记者:“红桥市场挨着天坛,特有的地理位置决定了这独一無二的文化氛围。我从小生活在附近,一直特别喜欢天坛,曾用家里的3D打印机专门打印出了祈年殿。希望这儿能开发更多的中轴线相关文创产品,让越来越多的年轻人愿意了解天坛、了解中轴线文化。”

在红桥市场顶楼观落日,裴胜韬跟记者侃侃而谈,“中轴线有着生生不息的力量,要靠一代代好好传承,我希望以后有越来越多的年轻人能来感受并喜欢传统文化的魅力,像我一样,深深爱上脚下的这片土地。”



苏州市首届雕塑作品展开展

2022年12月29日,“苏州市首届雕塑作品展”在苏州美术馆开展。此次展览共展出70多位艺术家精心创作的75件雕塑作品。内容以“新时代”“人民为中心”“大美苏州”等为主题,关注现实主义题材,并涵盖了隐喻、借喻、诗性等浪漫主义题材。展览将持续至1月13日。

张锋 摄/人民图片

艺评

忽有故人心上过

方寸

追溯民谣上一次火了,应该是2017年初,赵雷在音乐综艺《我是歌手》的舞台上演唱《成都》。

在这前一年,老狼在这个节目的决赛舞台演唱了《米店》,歌曲作者、原唱张玮玮为其伴奏。

这段翻唱的故事,六年后还再提及。2022年底,音乐综艺《我们的民谣2022》开播,张玮玮浅唱低吟“三月的烟雨飘摇的南方/你坐在你空空的米店/你一手拿着苹果一手拿着命运……”

《成都》之后,鲜有现象级民谣作品;因一曲《米店》被民谣圈封神的张玮玮也曾在2018年彻底隐退。这一次,民谣综艺在时隔多年后才姗姗来迟。

民谣综艺迟迟而来是有原因的。在绝大多数讲求快娱乐、快节奏、快消费的综艺中,民谣的温吞、缓慢、走心似乎并不具备综艺属性。如果说破圈是音乐综艺成败的关键,那么民谣并没有足够的话题噱头成为观众茶余饭后的谈资。

在综艺类型中,音乐是拥有“最大公约数”的,毕竟谁还不听听歌呢。近几年,即便综艺数量呈下滑趋势,音综还是层出不穷。2022年的音乐综艺模式又出现了“音乐+”的诸多融合元素节目,有主打“音乐+舞台”的《朝阳打歌中心》《来看我们的演唱会》,主打“音乐+旅行”的《边走边唱》,“音乐+故事”的《围炉音乐会》,“音乐+元宇宙”的《元音大冒险》等……

总之,以往流行的音乐竞演被拆散成了不同的门类,不再是流行音乐主打,更多细分品种,从大众走向小众。即是所谓的音乐综艺走向“小而美”。民谣综艺自然也属于“小而美”的范畴,只是如何做到“小”且“美”,大有学问。比如外界对民谣印象是有误解的,就好像这种音乐等同于简化的旋律+小清新的歌词+纯吉他的编曲,向大众普及“民谣是什么”就是优先需要解决的问题。

综艺是“桥梁”,这是民谣音乐被重新介绍给市场的一次契机。当然,民谣综艺也需要回归到音乐的层面,在音乐性与情怀之间有个玄妙的度需要平衡,毕竟这些歌曲不能沦为某一代人的情绪安慰剂。文艺作品真正的价值在于反映人的内心、人的情感、人的精神,既不悬浮于生活,更不是时代的附庸。音乐理当如此,民谣更是如此。好的民谣作品经历了时代洪流的淘洗,也经过了时间的酝酿而越发醇厚。

在《我们的民谣2022》首期节目中,唱完《米店》后,老狼讲起了另一段故事:2018年冬天,在南极的最后一天,老狼和张玮玮划着皮划艇,重返鲸湾,重温初见时的美丽迷人。兴之所至,俩人划着艇,漂在冰川,唱起了歌:“爱人,你可感到明天已经来临/码头上停着我们的船/我会洗干净头发爬上桅杆/撑起我们葡萄枝叶般的家……”

“苹果”象征着爱情,“葡萄枝叶般的家”来自小说里的祈祷文,表达的是为生活与爱奔波的意义,是落魄困顿时对生活的希冀与憧憬,这不就是打动人心之处吗?但需要综艺的助力,共鸣涟漪才会扩大,歌曲才会被更多的人听到。

“《米店》唱的是我的故事,你也有你的故事。”好的民谣作品,它在何时进入大众视野、成为出圈之作都有自己的命运,听到的人们赋予它什么,作者也无法左右。最美妙的瞬间莫过于唱歌的人和听歌者,在某个时分相遇,像是老友,忽有故人心上过……

秦皇岛面向全球征集文物展品

本报讯(特约记者朱润胜)日前,长城国家文化公园(秦皇岛段)建设正在紧锣密鼓地向前推进,山海关中国长城博物馆(暂定名)、秦皇岛博物馆“两馆”将于今年与市民、游客见面。“近日,河北省秦皇岛市政府召开新闻发布会介绍长城国家文化公园(秦皇岛段)建设情况,同时,“两馆”面向全球发出征集文物展品的倡议。

秦皇岛是长城文化资源大市,境内223.1公里明长城,集滨海长城、海上长城、平原长城、高山长城、河道长城等精华于一身,长城国家文化公园(秦皇岛段)也是长城国家文化公园(河北段)的重点段。

据秦皇岛市旅游文广局党组书记,山海关中国长城博物馆(暂定名)党组书记、馆长张博威介绍,为提高“两馆”馆藏数量和质量、完善藏品体系,现面向全球公开征集文物展品。此次征集范围主要围绕两个方面:一是反映长城重要历史发展、文化信息的文物展品;与长城有关的重要人物或历史名人文物展品;反映历代长城沿线非物质文化遗产交流传播的文物展品。二是反映秦皇岛地区地理环境、地形地貌、山川水系的文物、标本;反映城市文化特色、文学艺术成果、非物质文化遗产以及城市发展的文物展品;反映秦皇岛地区重大历史、历史革命、社会热点等事件的文物展品以及秦皇岛有关的历史人物、名人等相关文物展品。