

《大江大河2》在东方卫视CSM全剧平均收视为2.13%，单集最高收视3.05%，位居省级卫视同时段收视第一。剧集口碑也高开高走——

# 在时代江河中，捕捉那一股股自信坚定的奔流

■本报首席记者 王彦

如果我们用更大的历史维度进行思索，譬如用百年甚至千年的时间刻度推测，改革开放这段历史留给后人的会是什么——这是《大江大河2》创作者曾经的自问，也是更多真正的“为时代画像、为时代立传、为时代明德”的现实主义作品应该去面对、去书写的答卷。

《大江大河2》是“理想照耀中国——国家广电总局庆祝中国共产党成立100周年”电视剧展播的首批重点剧目，由国家广电总局电视剧司指导，上海广播电视台、东广正午阳光影视有限公司、SMG尚世影业联合出品。自去年12月20日在多平台播出、上线，这部展现中国20世纪80年代末到90年代初经济领域改革、社会生活嬗变、反映中国人在改革开放中奋斗追梦逐浪前行的作品，在社会上不断破圈、破壁，引发巨大关注。以东方卫视为例，该剧CSM(59城和63城)全剧平均收视为2.13%，单集最高收视3.05%，位居省级卫视同时段收视第一。剧集口碑也高开高走，以豆瓣9.1的高分超越第一部，圆满收官。

续集难做，可宋运辉、雷东宝、杨巡的故事新篇为什么得到了观众更多厚爱？细腻的人物刻画、真实的时代质感、收放自如的节奏以及通达现实的精神内核等，都是这部作品的动人之处。尤其珍贵的是，剧中始终充盈着浩然之气，能看见创作者向中国传统价值的深情回望和深度认可。在时代江河中，捕捉那一股股清醒、自信、坚定的奔流，如此浓厚的家国情怀正是《大江大河2》独特的现实意义和时代价值。



《大江大河2》口碑高开高走，以豆瓣9.1的高分超越第一部，圆满收官。图均为电视剧海报。

制图：李洁

## 把个体成长编织进宏阔的时代格局，这是优秀现实题材的成功经验之一

提及《大江大河》的名场面，几乎所有观众都会提名这两个场景：第一部中宋运辉背诵《人民日报》社论，第二部里“南巡讲话”出现在了声画之中。中国广播电视社会组织联合会副会长李京盛说，以小人物见证大历史，已是如今现实题材创作的通行书写方式。“以小见大”说易行难。如何把个体的成长恰如其分地编织进宏阔的时代格局，这是经验中的要义，也是《大江大河2》的创作秘辛。他引用经典文艺理论中“熟悉的陌生人”来概括作品的优势。

从乡村插队出来考上大学，通过个人努力奋斗成为了国有企业领导，类似形象在我们的

文艺作品尤其是最初的改革文学中并不少见。民营企业、个体经济代表也都能在过往作品里找到案例。可为什么偏偏是宋运辉、雷东宝、杨巡三个角色成了新鲜的、生动的、观众喜欢的？李京盛说：“恰恰这三个人身上有我们‘熟悉的陌生感’，他们就在我们身边、在我们以往的文艺作品中，但在这部剧中又不是他们，不是我们原来所认知的。”艺术的辩证法证明了，“观众在熟悉中看到的陌生，就是作品艺术中的新鲜，在陌生中看到的熟悉就是这部作品接的底气”。

具体地说，宋运辉从项目申报到最后提出以股权激励设备、以主权抵资金，他的事业线与国有经济体制改革、市场经济原则的运用密不可分；杨巡从挑担走街串巷到办起小市场，再到开办超市，他的个人发家史与大时代中商业的发展严丝合缝；而在小雷家的篇章里，农村改革也有清晰且具体的线索：先解决吃饱肚子的问题，然后在农业生产之外办农村企业、乡镇企业、走规模化

道路、走专业化道路。

“宋运辉身上，既有中华民族知识分子报国思想深厚的根源，又有现代科学精神，两种精神结合，成就了一个清醒、自信、坚定的改革者形象。”中国文艺评论家协会名誉主席、著名文艺评论家李准说，“农工商三线并行，写得都有代表性、有经典事件，三个人物用自己的命运带动了三条线的叙事。”当每个人的经历分别折射出三种改革过程的进取与难点，当每个人的性格都在时代发展中被逐步锻造，时代与人已然并行不悖。

## 以承续着中华优秀传统文化与人格精神的主人公形象，激励更多奋斗者

《大江大河2》真的出圈了。优酷副总裁、

总编辑张丽娜说，剧集首轮播出阶段，打开某导航软件，上午九点一到，语音会自动播放“今天你奋斗了吗”，文案和配图都出自剧中；在互联网公司的内网上，有员工自发帖子“看《大江大河2》评自己的心力、脑力、体力”，宋运辉的台词“整个国家都在努力，而我不过是其中一分子”激励着许多年轻人。

中国文联电视艺术中心副主任赵彤注意到两部结尾中相似的处理别具匠心。在《大江大河》第一部结尾，宋运辉乘小轿车将奔赴东海筹建处，犹似贬谪。离去之时他在独白中说道：“一代人有一代人的使命……我愿意做一个矢志前行的逐梦人。志之所趋，穷山距海，不可阻挡。”第二部尾声，他乘公交车赶往彭阳农场，实为左迁。在公交车驶过曲折山路、经过小溪时，他的独白是“一代人有一代人的担当……所有的变化都可能伴随着痛苦和弯路，开放的道路也不会是阔野坦途。道之所

在，虽千万人吾往矣。”

从“志之所趋”到“道之所在”，从“不狂澜走沧海，一拳天与压潮头”的少年意气，到“虽千万人吾往矣”的处变不惊，宋运辉成熟了。

“我们的改革开放题材创作获得了一个难得的历史形象。”赵彤说，这个人物承续着中华文化的优秀传统和人格精神，也在改革开放的时代放射出吐故纳新的气度，“厚德载物，自强不息，宋运辉的矫健是改革开放洗练出的，时势造就了英雄。”

这正应了编剧唐尧所言——他们希望用现实主义的笔触写出改革开放历史上不为人知同时为理想不计个人得失的英雄，“一代又一代中华文明的传承者为后世子孙留下闪耀千古的理想火种，现在先辈把火种交到我们这一代人手里，我们要做的就是保护好这些火种、把它完整地交给下一代人。”

## 文化视点

2020年上海游戏产业实现销售收入1206亿元，占全国市场三分之一

# “爆款”频现！为何叫好又叫座的网络出版精品在上海不断涌现

■本报记者 宣晶

2020年上海游戏产业实现销售收入1206亿元，同比增速近50%，占全国市场三分之一；网络文学销售收入115亿元，同比增速37.7%。据昨天召开的上海网络出版管理工作会议透露，今年上海将主办首届中国游戏创新大赛，随着国家级游戏创新赛事的落“沪”，更多“爆款”有望在上海诞生。

去年一年，上海网络出版业飞奔在高质量发展的道路上：《原神》《万国觉醒》《江南百景图》等“爆款”网游作品引起业界关注；在中国游戏产业年会上，上海获奖的游戏产品和企业数量占比超过45%；阅文集团54部网络文学作品获得中国作协等部门的推荐和扶持……为什么叫好又叫座的网络出版精品能在上海不断涌现？专家认为，上海网络出版紧跟时代发展步伐，摒弃追求数量、轻视品质的粗放型增长方式，以“工匠精神”打磨作品，不断提高原创能力，在中国乃至全球网络出版市场的影响力日益壮大。

## 坚守“工匠精神”，提高原创能力，打造文化精品

“网络文学现实题材征文大赛”在上海已步入第五个年头，去年大赛以“文字铭记过去，奋斗铸就未来”为主题，参赛作品超过24000部，同比增长66.2%，22000多名作者参加征文，同比增长60.5%。通过征文大赛的平台，涌现出《复兴之路》《情满沂蒙》《中国石油人》《大国航空》等一大批优秀的现实题材文学精品，其中《逆流纯真年代》阅读量达700万，不少作品还获得影视版权的改编。上海市委宣传部网络出版相关负责人认为，越来越多优秀作品积极回应社会关注，引起读者强烈的情感共鸣，明德扬善，滋养人心；不仅记录人民生活、时代风貌，更是突破题材的框架，体现时代内涵和中国精神。

近年来，上海通过举办赛事、资金扶持等方式不断扶优扶强，推动网络出版行业走上高质



游戏《原神》中的中国元素吸引了全球玩家。图为《原神》游戏场景。

量发展道路。上海连续举办了第二届“原创艺术精品游戏大赛”，共征集360余款作品，评选出近30款获奖作品。《妙笔千山》《江南百景图》等体现中华优秀传统文化的艺术游戏大奖作品，取得了双效俱佳的社会与市场口碑。据透露，今年上海将重点打造首届中国游戏创新大赛，这是目前两个国家级游戏大赛之一，且是唯一一个由国家与地方共建的游戏大赛。大赛旨在引导游戏行业致力创新创造，打造更多思想精深、艺术精湛、制作精良的精品佳作。

出版行业要走高质量发展道路，就得靠好作品铺路，靠高品质立身。上海用自身实践证明，只有打造文化精品，才能实现高质量发展。

上海米哈游新推出的《原神》研发周期近4年，投入近6亿元，经过了500多位工作人员的精心打磨。去年9月《原神》问世后不仅征服了全球，还斩获了苹果App Store(应用商店)2020 iPhone全球年度游戏、Google Play(谷歌商店软件)2020年度全球最佳游戏、日本东京电玩展2020 TGS媒体大奖、2020年度中国“游戏十强”等多项大奖。

与会者认为，作为上海的网络出版企业，必须要有坚定的文化自信、高度的文化自觉，把创作优秀作品作为中心环节，自觉做社会主义先进文化的践行者和传播者，不走急功近利、竭泽而渔的捷径，而要沉下心来，耐心打磨，走创新创造的道路。要发扬“工匠精神”，努力提高原创

能力，创作出深受大众喜爱的精品佳作。

## 中国文化底色越来越深，推动上海优秀网络作品“走出去”

近年来，上海网络出版企业逐步走出国门，在国际竞争中经了风雨、见了世面，在开拓国际市场方面取得了不俗成绩，实力也得到快速提升。2020年，上海出品的多款精品游戏在海外排名靠前：《原神》上线仅一个月就进入约100个国家和地区游戏畅销榜前十名；《万国觉醒》《剑与远征》等使莉莉丝游戏2020年总收入排名全

球手游发行公司第十位。

阅文的海外站点“起点国际”已上线超1700部中国网络文学的英文翻译作品，同时有超过10万海外作家在平台开启创作，已成为国际上最大的网络文学平台。据悉，目前网文海外市场规模达4.6亿元，海外用户数达3200万，构建起了网络文学的“全球粉丝圈”。阅文集团副总编辑王睿霖介绍，《诡秘之主》小说英文版在“起点国际”上线后迅速成为全球奇幻题材热度榜第一名，总阅读量已经超过了2400万；泰文版去年9月在曼谷首发后也受到了当地粉丝追捧。腾讯影业、新丽传媒、阅文影视共同出品的《庆余年》剧集，在海外视频网站已上线中文、英语、法语、西班牙语等多个语种版本，播出点击率破14亿。

国际市场对中国题材、中国元素的兴趣在升温。专家指出，上海网络出版企业针对不同国家和地区的受众特点、文化取向，在世界舞台上讲好中国故事、传播中国声音、阐发中国精神、展示中国风貌；也要学习和借鉴其他国家的好做法好经验，加强产品研发和市场推广力度，促进国内和海外市场双轮驱动，构建新型的、更有效益的发展格局。

为打造具有“中式美”、沉浸感与生命力的岩之城璃月开放世界，《原神》以国内著名5A级景区——张家界、桂林和黄龙等为灵感，结合苏式园林、徽派建筑等特点，并在剧情设计中加入了春节和元宵佳节等中国传统文化节日元素，通过对场景、人文和生态的全面规划和设计，让全世界玩家可以在《原神》中体验到最具东方神韵、中国特色的山水人文意境。上海米哈游总裁刘伟认为，这些富有文化内涵的场景、剧情赋予了《原神》IP深厚的文化底蕴和审美价值，也是《原神》能在全球范围内广受赞誉的最重要的原因之一。“以游戏为载体的文化传播形式，对传播中国文化软实力，具有得天独厚的优势。特别是在国际文化交流方面，以中国历史为背景、中国游戏为载体、中国价值观为灵魂，能够让更多的人接触接受中国文化、风俗、价值观，在文化交流和软实力建设上具有重要意义。”