

文化视点

在《电波》舞台上“火线”入党，青年演员王佳俊说：“我的心离‘李侠’更近了”

■本报记者 宣晶

昨天，上海歌舞团携舞剧《永不消逝的电波》巡演至深圳南山文体中心，大幕开启前发生了动人一幕。道具桌被整齐地拼成长条，布景板上高高地挂起党旗，舞台变成党员大会的会场。经党支部党员无记名投票，同意接收王佳俊同志为中共预备党员，并报上级党委审批。

从2018年12月“电波”诞生至今，舞剧《永不消逝的电波》已演出超过250场，不仅将英雄的故事铭刻在观众心里，也让青年演员接受了崇高信仰的洗礼。在观众眼里，王佳俊的表演堪称李侠“附体”；而他最清楚，自己从角色中汲取了多少深厚的精神力量。“从走近英雄，到认识党，再到志愿加入中国共产党，我希望用舞台演绎让更多人认识了解这些革命先烈。”与“红色电波”结缘，剧中“李侠”的扮演者、上海歌舞团荣典·首席演员王佳俊完成了艺术与人生的蜕变，他激动地说：“今天起，我的心离‘李侠’更近了。”

革命英雄的故事，正在激活我们的红色基因

舞剧《永不消逝的电波》2017年11月正式立项，2018年12月首次公演。经过精心的选题孵化研讨，主创团队多次赴上海李烈士故居、上海中共一大会址、上海革命历史博物馆等地采风考察。“总希望自己演绎的角色不仅限于外在表现，总希望对于红色文化可以了解更多，总希望能通过不断学习让自己更贴近人物，真切更真切一些……”王佳俊告诉记者，随着“李侠”的角色逐渐长在了身上心上，他对党的认识和理解也越发生动而深刻。为了真实感受人物原型当时的生活状态，剧组在创排期间曾走访李烈士故居。王佳俊至今仍清楚地记得当时的情景：“在不到两平方米的阁楼里，他曾发出过无数封重要的情报，直至生命的最后一刻。小阁楼不仅是李白的战场，也是他和妻子幸福的净土。”他踏上嘎吱嘎吱作响的木质楼梯，凝视简单朴素至极的家具，遥想当年的地下工作者的艰辛与警觉。“英雄也是从平凡中走来的，他们付出生命是为了守护千千万万普通人的幸福。”

在龙华烈士纪念馆，王佳俊了解到当年的革命志士在被关押时，身上戴着



①舞剧《永不消逝的电波》中“李侠”的扮演者王佳俊完成了艺术与人生的蜕变。图为《永不消逝的电波》剧照。
②舞台上入党现场照片。

制图：冯晓瑜

走进英雄的精神世界，澎湃情绪自然而然涌出来

诞生两年多以来，舞剧《永不消逝的电波》演出超过250场，仍一票难求，预计这出高口碑舞剧很快将迎来第300场演出。几乎每场演出后，主演王佳俊和朱洁静都能在散场时遇到等候已久的观众。这样“流量明星”的待遇，王佳俊当年在参加选秀节目时也没有过，然而让他铭记在心的却是初登台时的一次意外相遇。

王佳俊和朱洁静虽是上海歌舞团的“荣典·首席”明星，但《电波》的角色并非量身定制，他们都经历了自我重塑的痛

苦过程。在4个月排练结束时，王佳俊才被确定为“李侠”的A角人选。对于意料中的辛苦、想象的瓶颈，王佳俊的回应是加倍努力。在排练厅里，他一遍遍翻转跳跃，让舞蹈动作渗入到肌肉记忆里；在休息时间，他反复琢磨小说、影视剧里的地下工作者形象；在舞台上，他不断修正自己的舞蹈动作细节，但总感觉还差着一丝爆发力。一次演出结束，有位军人观众到后台找到王佳俊。“小伙子，你在台上敬礼的时候要注意，掌心不能过于外翻，手腕更不能弯曲……”他一边演示动作，一边郑重地说，“穿上军装，你就是军人，一定要敬好这个军礼。”王佳俊听着听着，忽然一个激灵，革命者的形象顿时在脑海里鲜活起来。

舞台即战场！领悟了英雄人物的刚与柔，王佳俊的表演渐入佳境，漫长巡

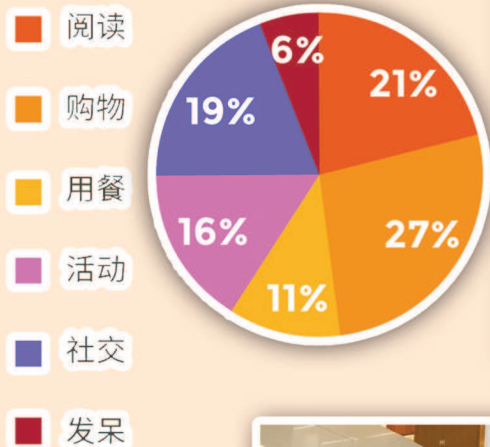
演反而成为他磨练演技、洗练心灵的最佳路径。演出百场过后，他开始设计更有说服力的肢体“台词”，同时修剪表演中多余的枝蔓。如今，他又尝试什么都不去想，单纯随着音乐而流淌情感，随着人物故事去感受情绪。只要戴上“李侠”的那副眼镜，王佳俊就仿佛被“附身”一般：“身体会自然地随着熟悉的音乐而舞动，那种澎湃的情绪不需要刻意演绎，眼泪会自然而然涌出来。”

融入《电波》，便走进了英雄的精神世界；一次次起舞，王佳俊与“李侠”渐渐相融。“直到今天，我仍在一步步靠近角色，也可以说是角色正在一点点改变我。‘李侠’的稳重度、信仰感和生命力，都是我身体里不曾拥有的，他让我真切认识到了‘心中有爱，可以无所畏惧。’”

5年在沪开出13家新店，大数据揭秘本土书店品牌“生意经”

大隐书局五周年阅读报告发布，手作体验、阅读分享、艺术导赏尤其受读者青睐

大隐书局五周年阅读报告显示



这1825天里，人均在书店驻足时间4小时。
阅读：985719小时，21%；购物：1267353小时，27%；用餐：516329小时，11%；活动：751024小时，16%；社交：891841小时，19%；发呆：281634小时，6%；最长阅读时长为9小时的读者在创智天地店。



制图：冯晓瑜

■本报记者 许畅

走过五年的大隐书局，如今在上海拥有13家实体店、运营5家公共图书馆，并拓展长三角书香版图，相继开出苏州店、台州店，走出了“契合当地社区属性、输出文化服务终端”的特色之道。

从五年前武康大楼的那张长凳，到日益枝繁叶茂的书香图谱，这家生于斯长于斯的本土书店品牌“大数据画像”是怎样的？昨天，主题为“海上大隐共潮生”的阅读报告发布，以大隐书局在沪门店为大数据解读样本，剖析2016年5月到2021年5月的五年间到店人流的变化、读者阅读喜好的转换以及各类文化活动情况，侧面展示了上海全民阅读、书香社会和学习型社会建设的成果。

今年6月，面向Z世代等年轻人群，大隐书局将全新推出传播新知识的阅读现场秀“新知大会”，将实体店打造成“知识秀场”。

《武康路》等海派文化图书走俏，“建筑可阅读”在上海日渐升温

很多人还记得大隐书局第一家店——2016年，武康大楼店门口多了两张长凳，因门口是公交车站，书店特意将店门后挪了约十平方米，为候车人提供能避风雨的临时歇脚处。当时正值酷暑，周围没有便利店，书店向过往行人和读者每天赠送500瓶矿泉水……一份份低调的善意，在市民中口碑相

传，不少人专程到书店打卡。

从第一家门店起步，五年来大隐书局多家门店的到店读者达643万人次，累计为读者提供40余万种图书和200多种国内外期刊，涵盖文学、历史、哲学、社科、艺术、科学、财经、管理、少儿等门类；同时，累计开展5600场的阅读分享、文艺演出、艺术展览、艺术导赏、手作体验等各类文化活动，举办活动数量居全国实体店品牌之首，共有520余位文化名人到书店与读者互动。

文学类图书依然拥有最多的读者，构成了书店的主打产品。东野圭吾、周雯、陈磊、刘志刚（北猫）、蔡澜、余华、杨绛、蒋勋、尤瓦尔·赫拉利、刘慈欣等人榜，他们的作品深受读者欢迎。从供给角度看，各种类型图书排序是：文学、少儿、政治军事、工具书、期刊、文化、历史、哲学、社会科学、艺术。10本最畅销图书名单的产生，也佐证了文学类图书不可撼动的第一地位。

畅销榜的出炉，也展示了大隐书局独特的选书主张和读者阅读喜好之间的良好互动。《海上遗珍：武康路》《邹韬奋留给上海的30幢经典老建筑》从一个侧面反映了上海建筑可阅读活动的持续开展，对读者阅读选择的正面影响；《活着》《看得见黄山的村庄》标示着上海读者对于生命、文化的追问；同时上榜的还有畅销不衰的《菊与刀》《我们仨》《解忧杂货店》《生活需要仪式感》《自控力》《小巴掌童话》……这一份不同于网络书店排行榜的报告，折射了实体店在城市精神空间、知识体系构建中的独特作用。

五年来开展5600场各类阅读、文化活动，读者黏性增强

值得欣慰的是，尽管书报亭总量减少，但上海市民读报刊的习惯依然保持。大隐书局及时发现市场需求，在实体店中增设书报亭，提供报刊的零售和订阅读服务，顺应引导了这种潮流，产生了良好的社会和市场效应。从2017年年销售962册起步，2020年达74775册，2021年前四个月即已达43241册，呈现良好的增长趋势。

在城市文化的构建中，以书店为载体，五年来开展了5600场各类阅读、文化活动，其多形态的内容、高频次的活动，为市民提供多元、充沛、丰富的文化滋养，体现了实体店的文化资源集成优势和企业的社会责任。据统计，伴随上海对传统工艺和非遗保护的重视，手作体验活动最受欢迎，共计2060场；阅读分享类的活动作为书店的主业，也是热度持续不减，共计1620场；其次分别是文艺演出750场、艺术展览190场、艺术导赏980场。

到访书店的人群年龄结构也值得思考。参与调研的沪上大隐书局门店中，到访书店的主力人群为36-50岁，占比达26.6%，其次是9-19岁，占22.7%。读者在书店逗留期间的行动亦有特点——阅读人群占21%；购物占27%；社交占19%；用餐占11%；参与活动占16%。也有约6%到店“放空”的人群，从侧面印证书店具备的城市公共文化空间功能。

此前让实体店书店颇为“头疼”的“只看不买”问题也有所改观。五年来在大隐书局购书的读者中，年度人均购买图书达3.1册。位于临港的大隐湖畔书局开展“本本可读、本本可借”的共享借阅模式，通过创新图书供给方式，补上了公共图书馆的供应缺口，近2000名读者平均每周5.3天就要到访一次湖畔书局，也使该店成为市民往返频次和复购率最高的门店，读者黏性极高。

此外，位于杨浦区的创智天地店，由于首创了“深夜书房”模式，成为读者阅读时间最长的门店，曾创下单日在店阅读9小时的记录。