

全景式警务侦查纪录片《大城无小事——城市真英雄2021》在B站播放量达千万,获得9.8的高分

走近铸就“金色盾牌”的人,读懂一座城市的安全感

■本报首席记者 王 彦
实习生 郑浩威

更新至第五集,一部纪录片在B站的播放量已达千万,评分9.8。

由上海市公安局、上海广播电视台携手合作的12集全景式警务侦查纪录片《大城无小事——城市真英雄2021》播出过半。它与《巡逻现场实录2018》《大城无小事·派出所的故事2019》同属警务纪实三部曲,但又气质特殊。与前两季深入上海街头、市民日常生活不同,《城市真英雄2021》将镜头从基层民警转向了市民心目中有些神秘和敬畏的“803大院”,深入刑事科学、反侵财、反诈、便衣、重案、缉毒等侦查队伍,让观众通过镜头随警察奔赴抓捕嫌犯的第一现场,走近一群铸就“金色盾牌”的人。

回溯前两季,该系列纪录片因为“贴地”而在年轻人中大量圈粉,两季的主题词都可以归纳为“人民警察为人民”。如今新一季可谓画风突变,更像是“案件聚焦”。看似远离日常,打击犯罪的警务纪实凭什么依然能做到热度不减、口碑不坠?借用B站网友的评论,“我未必见过你们,但谢谢你们!”——正是片中一个个真实案例,彰显了上海警务侦查的硬实力与软实力,让观众读懂这座城市的安全感从何而来。

硬核现代警务机制,将“魔爪”斩断在伸向群众之前

公开资料显示,作为一座拥有近

2500万常住人口的现代化国际大都市,上海的警力数仅占常住人口的0.21%,在全球一线城市中最低。低犯罪率背后,靠的是上海在平安建设上不断提升的科学化、社会化、法治化和智能化水平。

所以,《城市真英雄2021》剥离了大众在《重案六组》《法医秦明》等影视作品中的神奇色彩,它没有太多惊心动魄的大场面,而是让观众看到了一张硬核大数据布下的天罗地网,看到一群掌握了高科技侦破手段的“城市猎人”,如何凭借敏锐嗅觉和快速反应,将罪恶遏制在萌芽之际,甚至是发生之前。

《城市真英雄2021》从“经侦数据化实战大比武”开始,各分局的经侦支队需要通过提供的材料在24小时内锁定犯罪嫌疑人。名为“比武”,实则是电脑前信息技术的比拼。面积不大的办公室里,数据警察通宵达旦,打击与网络、高科技手段结合的新型犯罪。转战到实战,有的经侦警察从两个微信小程序入手,利用信息流与资金流顺藤摸瓜,破获企业员工贩卖商业秘密、助推“炒鞋”获利的犯罪事实;有的从大数据入手,对毒品犯罪实施全链条打击……随着一桩桩案件被侦破,“动态隐患清零”的现代警务机制大展身手,人民警察面对新型犯罪手法和复合型犯罪时所体现出的智慧与行动力,更是令人连连惊叹。

硬核大数据不仅运用于侦破案件中,还体现在对潜在犯罪的警示作用上。第三集展示了反电信网络诈骗中

民警“未卜先知”、一步追踪“魔爪”并及时斩断的过程。大数据平台警示,犯罪嫌疑人与周小姐通话已超过一小时,存在极高的诈骗发生率。线上干预未果,警务中台向所属派出所下达警情,基层民警第一时间登门干预。发现当事人不在家,反诈中心又借助大数据平台,火速派就近警力出面阻止。但依然晚了一步,周小姐已向骗子转账6000元。所幸,警务平台还有“后招”,公安系统与银行系统联动,汇款被冻结在了“途中”。望着犯罪嫌疑人被捕时满脸不可思议的表情,目睹了前因后果的观众明白,其实没什么“天降神兵”,有的只是足够硬核的现代警务机制,以及一次次与时间赛跑、与蛛丝马迹较劲的硬核人民警察。

侧写“行走刀尖”的日常,让观众看见他们的无畏与坚定

与前两季相比,《城市真英雄2021》里警方的对手更为老辣、狠毒,但作为一部面向大众、观照警务日常的纪录片,又不适宜出现过于残酷的场面。怎样忠实于刑侦队伍“行走刀尖”的日常,又能抚平不安情绪?纪录片选择侧写的方式。

第二集《缉毒先锋》顾名思义,主角是危险系数最高的缉毒警察。在上海对毒品违法犯罪的高压严打之下,毒贩们多是亡命之徒,暴力抗法时有发生。片中没有展现激烈与歹徒搏斗的画面,仅仅凭借缉毒警察小吕在出勤前的全套警务装备,尤其是那件防刺背心,已戳中观众



新一季可谓画风突变,更像是“案件聚焦”。图为《大城无小事——城市真英雄2021》海报。

泪点。事实上,感动与致敬是人们观看《城市真英雄2021》时心底常常涌动的情绪。到了第四集“永不言弃”,B站用户更是以独有的铺满整屏的弹幕致敬“警察蓝”的无畏与坚定。

1997年,上海青浦区发现一具无名女尸,因死者面容被有意砸烂且当年技术限制,这桩命案尘封了24年。随着技

术突破,803刑事技术中心民警在死者衣物上提取出两枚男性特有生物物证。根据其中一枚,专案组在失踪人口库中锁定一名女子,确定了被害人身份。根据一枚生物物证,锁定了嫌疑人马某。经长时间审讯,嫌疑人终在这场博弈中败下阵来,交代了犯罪事实。24年无名女尸悬案告破的背后,观众明白,罪恶不会因为时间的消逝而被掩盖,这支队伍的坚

定更不会因为时间的跨度而减损分毫。片中,在中共一大会址前,一群上海警察在这个象征初心的地方,炙热地表达他们的初心:“选择这身制服,也是选择自己心中相信的光。”正如片中提到的,当“警察蓝”用无畏与坚定消融不安,人们的安全感也在一路上扬,成为一座城市海纳百川、吸引更多近悦远来的重要原因。

迄今中国最大规模夏加尔巡展登陆申城,154件真迹编织爱的梦境,也述说更真实的天马行空与温暖浪漫不是夏加尔的全部

天马行空与温暖浪漫不是夏加尔的全部

■本报首席记者 范昕

尽管游离于印象派、立体派、抽象表现主义等任何一个艺术流派,始终难以被归类或定义,马克·夏加尔这个名字却足以叱咤现代艺术史。他用丰富悦目的色彩铺就一幅幅想象力满格、宛如梦境的画面,创造了迷人的“夏加尔世界”。

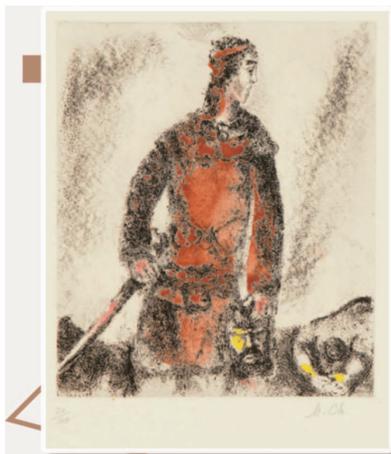
近日,经法国夏加尔基金会授权,迄今中国最大规模夏加尔作品巡展“爱即色彩——马克·夏加尔展”登陆上海久事美术馆。共计154幅夏加尔真迹汇聚申城,呈现他跨越60载的创作生涯,其中包括27件采用不同技法及材料创作的绘画作品,以及《拉·封丹寓言》《巴黎》等3个系列127件蚀刻(石)版画作品。通过这些精品力作,人们发现:原来,天马行空与温暖浪漫的夏加尔作品背后,还有更多耐人咀嚼之处,述说这位艺术家何以脱颖而出。

画中天马行空的想象力,都有值得追溯的情感原点

夏加尔的艺术世界具有丰沛的想象力。此次展览的策展人马真指出,这种想象力其实并不完全脱离现实世界。他真正擅长的是嫁接、拼贴、融合幻想与现实、理性与荒诞、本乡本土与世界文化,让它们在自己的画面中和谐共存,也让观众随着那一个个跃动的“生命”不停转换视角,更新思绪,乐此不疲。换言之,这是一位真正面对自己灵魂和生活的艺术大师。

夏加尔的画中,爱与故乡是最为重要的两个索引。这也是他画中想象力重要的情感原点。其中,与早逝妻子贝拉的爱情,给了夏加尔无尽的创作灵感与热情,也让他留下数量众多的关于爱的杰作。在此次展览中,人们能看到不少作品都出现了贝拉的形象。她总是穿着婚纱,夏加尔喜欢把自己与她画在一起。在《黄色背景上的恋人》中,夏加尔拥抱着贝拉似乎半飘浮在空中,他们俯瞰着盛开的花束,那是属于他们的美满生活。这样的爱情是明亮而喜悦的,婚礼的繁花与果实永远新鲜、甘甜,整个画面洋溢着甜蜜,并幻化成了笔下瑰丽的色彩和奇异的想象。在《紫罗兰公鸡》中,夏加尔与贝拉成为马戏团舞台上注目的焦点,马戏团演员仿佛成了观众。直到生命尽头,夏加尔还在画贝拉。在他93岁时画的《梦境》中,他与贝拉终于不再飘浮在空中,终于踏踏实实回到大地,画面的上方铺满城市与鲜花。

故乡维捷布斯克是夏加尔艺术生涯的起点,也是给予他无限爱与温暖的地方。因为战乱不得不颠沛流离,背井离乡,他只能通过画笔寄托对故乡的思念。此次展览中,人们能看到夏加尔作品中反复出现家乡的动物、房屋、亲人朋友等元素,这些永远都是触及他心



《大战争胜利歌》。



《灵感》。

《黄色背景上的恋人》。

曾饱经战火纷飞,也曾因犹太人的身份颠沛流离,还曾目睹挚爱离世……他却始终用自己的方式传递着爱的信息,歌颂着生命的美好。他那些始终充满想象、色彩丰富的画中,总是洋溢着轻盈、浪漫、温暖、梦幻。那是一个令人沉迷的“夏加尔世界”。在马真看来,这样一种双面性甚至是多面性,正是理解夏加尔的一个重要切口。

人们在展览中邂逅的第一幅作品《双面肖像与白色荆棘》,就能看到夏加尔用钟爱的绿色为自己画了两张面孔。这是一张特别的画,颇有统领夏加尔艺术人生的意味——双面自画像仅仅占画面的四分之一,另外四分之三则分别描绘的是白色的荆棘、蓝色的圣经故事、深棕色旋转过的故乡维捷布斯克。夏加尔的作品热衷于组合丰富的元素,而这幅画出现的诸多元素也都是他频频描绘的。夏加尔的作品也往往能窥见不同艺术流派的影子,却又始终不受流派束缚,渐渐形成自己独特的艺术风格。

马戏团、小丑也是夏加尔惯常表现的一大母题。此次展出的《马戏团的女

骑手》《小丑》等都是此类作品。马真解释道,夏加尔其实是在小丑等马戏团演员身上看到了自己——戴上面具,便竭力带给人们欢愉,把伤感隐于面具之下,就像唯有绘画才是夏加尔最轻盈的人生。

令观众诧异的是,此次展览特别展现了夏加尔为文学作品所作的逾百幅插画,这同样是夏加尔鲜为人知的另一面。

不同于他色彩艳丽的画作,夏加尔为《拉·封丹寓言》创作的黑白蚀刻版画插画赋予了作品更强烈的冲击力和情节片段。画面中雾霭般的线条变化,张弛有力的明暗对比,斑驳的肌理,生动有趣的动物形象,又都是夏加尔艺术创作独有的风格。展览更是为每一幅寓言作品配了中英文原版故事,让全套的《拉·封丹寓言》版画得到最好的诠释。夏加尔为《圣经》创作的系列版画插图也是他杰出艺术造诣的重要作品,这与当时的社会背景以及夏加尔自身的经历息息相关——社会动荡、战争频繁、民族间的矛盾,都为他创作的版画插图注入更深层的精神内核。

Z世代在线经济新玩法

■本报记者 卫中

“虚拟主播分区用户是哔哩哔哩最核心圈层的高粘性用户。”在刚刚过去的中国国际动漫游戏博览会“数字偶像产业峰会”上,哔哩哔哩虚拟主播经纪负责人范逸白自豪地介绍说,据统计,这批用户观看虚拟偶像直播的比例高达85%-90%,且大部分开通了哔哩哔哩大会员,属于核心付费用户。

事实上,虚拟偶像快速发展的领域远远不止二次元文化圈,在时尚、影视、演艺、游戏以及互联网社交等领域,抓住了Z世代心理的虚拟偶像产业正在以一种外人难以理解的方式快速增长。据不久前艾媒咨询发布的《2021中国虚拟偶像产业发展及网民调查报告》显示:2020年中国虚拟偶像核心产业规模为34.6亿元,同比增长70.3%,预计2021年将达到62.2亿元;更值得注意的是虚拟偶像产业具有放大效应,能拉动大于自身体量几十倍的周边市场发展;2020年虚拟偶像带动周边市场规模为645.6亿元,预计2021年为1074.9亿元。

相比真人偶像,虚拟偶像的粉丝更喜欢有安全感

近日哔哩哔哩举办的线下活动“BML-VR演唱会”上,场馆内五光十色应援棒组成的灯海此起彼伏,伴着山呼海啸般的“A手”呐喊声,舞台上5个各具特色的动画女孩开始演唱歌曲——这支由乐华娱乐推出的虚拟女团A-SOUL去年12月出道以来收获了超高的人气。A-SOUL成员之一的向晚今年6月过生日的当晚,上线直播2.8个小时,流水收入就超过125万元。

所谓虚拟偶像,是通过虚拟现实、增强现实、计算机图形技术、AI、实时渲染等技术手段生成的进行唱跳表演等活动的动画虚拟人物。目前,虚拟偶像仍然需要所谓的“中之人”——也就是由真人扮演者在幕后与粉丝进行互动。也许对外人来说难以理解的是,相比真人偶像,动画人物形象对于虚拟偶像的粉丝来说反而是加分项,例如不久前在2021世界人工智能大会上演唱歌曲的虚拟偶像冷鸢yosar,早先是在哔哩哔哩音乐区的一位UP主,通过上传自己不露脸的唱歌视频积累了一定人气。当她转生成为具有动画形象的虚拟主播后,事业不仅没有下滑反而再攀高峰:粉丝数量从140万迅速攀升至290万,视频播放次数超过1亿。目前,冷鸢yosar在哔哩哔哩的人气甚至超过了此前的当家花旦——同样是虚拟歌姬的洛天依。如果说洛天依是虚拟偶像1.0版,洛天依是虚拟偶像2.0版,那冷鸢yosar或许可以算是虚拟偶像3.0版,相比前者用电子合成音形成的声线以及不同创作者导致的人设不统一,真人的声线更有亲和力,真人的性格人设更稳定;同时,虚拟偶像的外表更符合二次元文化爱好者的审美。

对于从小浸泡在二次元文化中的Z世代来说,对虚拟偶像有很高的接受度。据《2021中国虚拟偶像产业发展及网民调查报告》显示,虚拟偶像爱好者多为青年群体,其中92.3%虚拟偶像爱好者年龄在19-30岁之间。虚拟偶像不会出现谈恋爱、人设崩塌等在粉丝看来是“偶像失格”的行为。曾经追过真人明星的哔哩哔哩用户黑羊在向晚的视频评论区里表示,以前她购买真人明星发行的音乐数字专辑和代言的商品,但是脱粉后发现自己“追了个寂寞,只留下后悔”;但在收看向晚直播时“仅仅听到声音就很开心”,而且向晚不会“塌房”,让自己有一种安全感。

虚拟偶像将遍布未来的数字化生活场景中

虚拟偶像并不仅仅是年轻人的精神寄托,在刚刚过去的2021年中国国际动漫游戏博览会上,从事3D数字化服务时尚产业的凌迪数字科技有限公司刘彬介绍了在虚拟模特身上开发设计服饰,并将虚拟偶像视觉与真人模特互补的产品展示技术;为众多虚拟人物提供技术支持的原力数字科技有限公司陈璐则认为,虚拟偶像在平面设计、互联网和移动互联网、影视及番剧、综艺及演出、游戏及专业场景运用这五大领域有广阔的应用前景,“未来的虚拟偶像将不再是隔屏幕相望,而是更加具有沉浸感的实时互动交流”。

“疫情期间,很多国外的模特无法入境,给公司的业务带来不少困难。虚拟偶像就不会有这种问题。”一家模特经纪公司的负责人郑悦在“数字偶像产业峰会”论坛上发出如此感慨。越来越多的时尚产业把虚拟偶像视觉与真人模特互补的产品展示和销售方式,厂家可通过虚拟偶像制作服装展示视频,并通过一键换脸的技术,针对全球各个地区提供不同种族、年龄、肤色的虚拟模特或虚拟销售。在海外,虚拟模特Shudu Gram拿下了《Vogue》澳洲版的封面以及美妆品牌的季度代言;生活在洛杉矶的虚拟偶像Lil Miquela人物设定是个19岁的巴西-西班牙混血少女,她接连登上杂志《Vogue》(V),接受过《纽约时报》的采访,在音乐、美妆、时尚等领域均有涉足。

此外,对很多商家而言,重金聘请真人明星担任代言,不仅成本高,还有各种“翻车”的风险,因此越来越多的品牌积极建立自己的虚拟偶像代言人,如欧莱雅的“欧爷”“M姐”,肯德基的银发“虚拟上校”,SK-II邀请日本虚拟网红Imma出演广告大片……哈尔滨啤酒虚拟偶像“哈酱”的项目牵头人张嘉敏认为,虚拟偶像通过人格化塑造品牌可以传递年轻人认同的品牌价值,塑造出圈层化的文化符号,并且通过持续的迭代更新拓展消费人群。

未来虚拟偶像将不再是隔屏相望,而是更具有沉浸感的实时互动交流

虚拟偶像产业正在迅速崛起

制图:李洁