

文化视点

# 评论界盛赞总台出品电影《跨过鸭绿江》 国家史诗，凝聚以爱国主义为核心的民族精神

■本报记者 王彦

从40集电视剧到154分钟电影，从此前上映的不同侧面纪念中国人民志愿军抗美援朝出国作战的电影作品，到如今全景式把握抗美援朝战争所蕴含的重大历史、重大决策、巨大牺牲、伟大胜利，电影《跨过鸭绿江》引发了学者、评论家的热切关注、一致盛赞。

连日来，由中央广播电视总台出品的重大革命历史题材电影《跨过鸭绿江》口碑不断发酵。在专家们看来，该片的信史笔法、历史纵深、国际视野、美学风格、史诗风范等特质，让影片堪称“国家史诗”，是重大革命历史题材电影创作的一部高峰之作。电影《跨过鸭绿江》的公映乃至今后进校园、进军营、进社区等，必将引领广大观众深刻铭记抗美援朝战争的艰辛历程，对进一步凝聚以爱国主义为核心的民族精神，具有特殊意义。

## 以信史之笔，写“国之大者，上下一心”

作为一部重大革命历史题材，同时又是全景式反映抗美援朝战争的作品，真实的历史、真实的人，是电影《跨过鸭绿江》创作的根源。主创团队基于真实的历史人物和事件，借助想象和艺术审美的思维从浩如烟海的文献资料里跳脱出来，用电影语言这种特殊的“史笔”，艺术地再现了这段惊天地、泣鬼神的历史，做到了“大事不虚、小事不拘”。

中国文艺评论家协会副主席、北京师范大学文艺学研究中心教授王一川如此定义影片《跨过鸭绿江》在中国影史的位置——第一部将纪实性、全景式、传记性和心灵性汇为一体去反映抗美援朝战争的故事片。它有突出的纪实风格，尝试以全景再现战争奇观；它还是传记性的，以彭德怀司令员为主视角去透视战争中的心境，尤以“心灵辩证法”的笔触去摹写人物内心世界的波澜起伏，产生直指灵魂深处的强劲力道，表明国产战争片在人物形象塑造上迈出了新的有力步伐。

中国文联电视艺术中心副主任赵彤用“实名制”形象地突出影片对于历史真实的尊重，称



其“篇简而体大，笔略而虑周，实录笔法尤为值得肯定”。爬梳以往抗美援朝题材电影，创作者们通常以虚拟的角色以小见大，《上甘岭》中的张忠发，《英雄儿女》里的王成、王芳，《打击侵略者》中的丁大勇，乃至《金刚川》里的张飞，《长津湖》中的伍千里、伍万里等角色，在人物塑造上，都是由原型人物加以改编以虚构姓名入戏的。同时，敌方角色姓名、性格也尽多虚构。但在《跨过鸭绿江》里，虽我方详而敌方略，但双方出场角色的身份字幕不绝如缕、历历在目。赵彤认为，正是在如此信史笔法中，《跨过鸭绿江》为观众展现了中国人民为这场“立国之战”众志成城的恢弘画卷。片中不仅展现中央领导的战略思维，还深情致敬了浴血奋战的志愿军将士，让人信服地写出了“国之大者，上下一心”。

影片忠于历史的创作原则不仅是文艺评论家们的一致感受，同样得到军事专家的高度认可。国防大学军事文化学院副教授、军事专家刘波说：“电影《跨过鸭绿江》是一部颇为硬核的战争片，故事走向、历史事件、领袖人物和相关的

重要形象都本着尊重历史、忠于历史的创作原则，大到风云诡谲的国际格局和战役布局，细至有血有肉的英雄群像和战斗故事，都有极强的历史揭秘感和现场还原感。无论是从军事角度，还是从艺术角度，都堪称精品力作。”

## 塑造了生动感人的艺术形象，以人写史、史中觅诗

154分钟浓缩两年零九个月的战事，如此强度、密度和浓度在国产电影领域堪称罕见。影片却并非平铺直叙地拍纪实片，整个故事既有宏阔的视野，也不乏人物细腻的情感，开合有度、颇具戏剧张力。尤为值得一提的是，影片对中国人民志愿军司令员兼政治委员彭德怀等艺术形象的感人塑造，得到了专家们的交口称赞。

在中央文史研究馆馆员、著名文艺评论家仲祥看来，电影选择彭德怀的视角，无疑是明智之选。因为彭德怀是贯穿抗美援朝的核心人

物；通过彭德怀与毛泽东和党中央的关系，精准展示了作出抗美援朝伟大决策的艰难过程；通过彭老总与邓华、洪学智、韩先楚、梁兴初、曾泽生和黄继光、邱少云等将士的关系，刻画出中国人民志愿军的英雄群像；通过彭德怀与毛岸英的关系，催人泪下地刻画了他和毛泽东的深厚情谊、宽广胸怀和人文情怀。

中国文艺评论家协会副主席、中国电影家协会副主席尹鸿也持相同观点。他说：“影片对彭德怀司令员的塑造非常成功，具有强大的艺术生命力和艺术感染力。”“铁原阻击战，63军以9000人的兵力掩护大部队撤退，彭德怀以军礼致敬‘军容不整’的战士们；50军拼到最后也不喊苦，彭德怀为他们心痛落泪；彭德怀对梁兴初，从最初的矛盾和冲突，到最后他发出‘中国人民志愿军万岁，38军万岁’的电文……凡此种种，都为观众呈现了老一辈革命家在雄赳武略之外的人文温度、人性之光。”

北京师范大学教授、中国电影家协会理论评论委员会副主任周星表示：影片宏观展示抗

美援朝的大全景和战略主帅们的运筹帷幄，宏观把握各个战役之间大部队的调动布局与敌我双方对峙的惊心动魄，微观体现具体的基层部队将士们的品性血性和精神气质，栩栩如生，令人难忘。《跨过鸭绿江》就是在各个层面的人物共同推进下，以人写史，史中觅诗。

## 以大历史观，为今天的青年一代提供精神推动力

中国艺术研究院原副院长、文艺评论家贾磊磊认为，电影《跨过鸭绿江》具有大历史观。“一系列战火交织的镜头中，影片表达了创作者关于国家的生死存亡、民族的安危荣辱、社会的强弱兴衰、军队的胜负成败这类重大历史主题的深刻阐述，让人真切感受到抗美援朝战争是如此艰苦卓绝、撼天动地。与此同时，影片在铭记历史中，也做到了以史为鉴、面向未来。”

比如影片中有句台词掷地有声，“中国人民有这么一条：和平是赞成的，战争也不怕，两样都可以干”。主创团队表示，希望向观众传递中国人民志愿军和中国人民热爱和平、不畏强权的爱国主义精神，以及他们的钢铁意志和坚定信念。

又如让无数人泪奔的片尾：中国人民志愿军番号一一在大银幕上呈现，仿佛一列列出征的士兵向前挺进。每一个番号后面都是千万个儿子、父亲、女儿、母亲、丈夫、妻子、恋人、兄弟姊妹、亲朋好友……无数志愿军将士为了国家和民族，义无反顾、舍生忘死、血战他乡，他们用热血和生命换来了共和国70多年的和平与尊严。

硝烟已散，山河无恙。现在，实现中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程，我们比历史上任何时期都更接近、更有信心和能力实现中华民族伟大复兴的目标，同时也必须准备付出更为艰巨、更为艰苦的努力。

当年义无反顾保家卫国的中国人民志愿军战士，多数是风华正茂的年轻人。中国文艺评论家协会副主席张德祥认为，在中国人民志愿军抗美援朝出国作战71周年之际，总台以《跨过鸭绿江》带领观众回顾立国之战，就是以伟大的抗美援朝精神激励今天的大众，尤其是为青年一代增强民族自豪感和时代使命感，为实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大的精神推动力。

# 朵云书院何以成为“最年轻”上海好商标

## 专家：体现上海文化品牌辐射价值，折射上海品牌高质量发展理念

■本报记者 徐晶卉

新一批上海好商标日前出炉，“马利”等78件商标获评，它们与首批认定的62件上海好商标一起，组成了代表上海品牌实力的“商标矩阵”。这批好商标中，既有不少沉淀百年历史的商标以及老字号商标，也有一批新孕育的商标，比如：仅有三年“资历”的朵云书院就“过五关斩六将”，成为所有140件上海好商标中“最年轻”的成员。

上海市商标品牌协会日前为“朵云书院”商标的所有者上海世纪朵云文化发展有限公司颁证授牌。“朵云书院”的获评意义，在于它能体现上海文化品牌的辐射价值。“在多位上海市商标品牌协会专家的评审意见中，商标的价值正从过去的资历、经营收入渐渐转向文化影响力等更高标准，折射出上海品牌高质量发展的理念。

## 每家店都能留下独特印记

朵云书院很年轻，商标品牌主体“上海世纪朵云文化发展有限公司”注

册至今刚满三年。三年内它一共在上海开了5家店，从数量上说并不算多，但在评审团的眼中，“每一家店都能在上海留下独特印记”。

最“爆款”的门店，莫过于坐落在上海中心大厦52层的“朵云书院旗舰店”，一夜之间成为“必打卡”文化地标。但朵云书院没有停留于此。上海世纪朵云文化发展有限公司总经理凌云更愿意用“文化地标”来概括品牌的整体调性，比如，上海中心大厦旗舰店代表国际化，思南书局代表新海派，朵云书院·广富林店代表新中式，思南书局·诗歌店是首家垂直店，朵云书院·戏剧店则是首家融入餐饮业务的门店。书院的业态不断创新，小而美、大而雅的人文调性却逐渐凝结，成为上海乃至全国具有影响力及行业标杆地位的文化商标品牌。

市商标品牌协会副会长兼秘书长林海涵认为，一个商标品牌变得优秀，是在市场竞争中形成的共识，是消费者选择和品牌确认的结果，而从商标的发展趋势来看，其最高境界是承载文化，在情感上能够引起共鸣，从而建立标识度，朵云书院虽是新品牌，但在传统文化中

焕发新的生机，就已经成功了。

## 上海文化辐射力成“关键加分项”

如果按“论资排辈”的标准来评判，诞生仅三年的朵云书院并不达标。林海涵告诉记者，最后打动评审团的“关键加分项”，在于文化辐射力。

“源自上海的朵云书院已走出上海，走向全国。”凌云向记者更新了业务状态，今年，朵云书院分别在四川成都和浙江黄岩开了两家门店，都是当地政府来邀请入驻的。不仅如此，朵云书院还已确定明年将在江苏苏州、盐城开店，一些地区的门店品牌授权也在紧锣密鼓地进行中。某种程度上说，它已成为上海城市文化客厅的一张靓丽名片。

“商标品牌具有穿透力。”市工商联副主席、市商标品牌协会会长樊芸认为，朵云书院虽然年轻，但代表着当下上海最热门的文化商标，更有机会代表上海文化品牌走出去，体现出上海文化品牌的辐射价值。

## 进一步讲好“上海故事”

包括朵云书院、马利、老凤祥等在内，今年评审认定的上海好商标涵盖了上海服务、制造、购物、文化等四大品牌领域。其中，驰名商标16件，占比21%；原著名商标有53件，占比68%；老字号商标有19件，占比24%；百年以上历史的有3件，占比4%；50年以上历史的有12件，占比15%；商品商标占比81%，服务商标占比19%。

林海涵表示，今年上海好商标的评审认定，既突出对新一代信息技术等高新技术产业、高端制造业等的支持力度，也突出对现代服务业、尤其是文化创意产业和文化产品的支持力度，旨在进一步弘扬上海品牌文化，发挥商标品牌效应，推动经济高质量发展。

据悉，下一步，市商标品牌协会将采取有力措施在商标品牌宣传上发力，搭建商标品牌数据库平台，不断扩大上海商标品牌影响力，进一步讲好上海、中国故事，唱响民族商标品牌，推动商标品牌做大做强。

## 雪域礼赞



人物小传 汤旻，现任政协上海市普陀区委员，民族宗教和港澳台侨专委会主任，挂职任日喀则市亚东县常务副书记。

■本报记者 付鑫鑫

担任亚东县常务副书记两年多来，汤旻始终坚持将上海的工作理念和亚东县情有结合，立足高原、融入亚东，把自己当成当地干部，和亚东各族干部群众一道，同甘共苦，积极作为，始终奋战在巩固脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴第一线。

初入西藏，汤旻带领亚东联络小组组员，第一时间深入全县7个乡镇、26个基层部门开展调研，座谈干部群众超过300人，行程超过1500公里，摸清亚东县经济社会发展状况，厘清援藏工作思路。今年4月，亚东先后经历两次地震。震后半小时，汤旻就带着组员，冒着余震和山体塌方的危险，来到援藏项目施工现场，了解现场情况。今年5月和10月，亚东分别迎来两次暴雨，部分公路被冲毁，汤旻一次又一次出现在援藏项目第一线，查看和了解群众受灾情况，组织施工人员有序撤离，确保人民生命财产安全和援藏项目的顺利推进。

为巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接，汤旻和组员们一起，把基础设施、特色产业、生态康养旅游开发等结合起来，全力打造边境小康村示范项目。从项目比选设计到协调推进施工，从组织群众搬迁到配套产业发展助力群众持续增收，汤旻要做的不仅仅是项目，而且是援藏项目的全生命周期管理。

去年9月下旬，近30户农牧民从高海拔地区搬迁至低海拔的边境小康村，开启了新生活。

今年，沪藏党建共建模式初具雏形，蔬菜温室大棚、鲑鱼养殖基地、民宿旅游等配套产业正如火如荼建设中，有的已经建成并发挥效益，搬迁群众搬得进、住得好、能致富的心愿日益变为现实。现在，村里的广场上，看着整齐的村舍、发展的产业、藏族群众载歌载舞的笑脸，汤旻不由得感慨：“我们的辛苦付出，值了！”

产业发展，须因地制宜。依托自身禀赋，亚东大力培育牦牛、亚东鲑鱼养殖、林下资源培育和康养旅游等特色优势产业。汤旻告诉记者，当地探索工厂化繁育养殖模式，扩大亚东鲑鱼产量，继续助推鲑鱼营销，打造亚东品牌；引入先进技术和专业人才，以工代训，增加大学生、中职生等就业岗位；扶持特色农牧产品销售，进一步树立亚东黑木耳等品牌，健全营销体系，围绕雪山、湖泊、原始森林等打造全域旅游线路，形成“产业带来就业，就业带动增收”的良性循环。

值得一提的是，汤旻还积极参与上海对口帮扶地区专场直播，为亚东野生黑木耳、亚东野生天麻、亚东野生松茸等带货，销售额达47万元；并创新社会治理方式，依托普陀区青年企业家协会捐赠资金，成立社会组织“亚东县青年就业创业服务中心”，尝试通过政府购买服务方式助推亚东青年就业创业工作。

# 汤旻：融入亚东幸福雪域建设

(上接第一版)《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，总阅读量已超2400万；改编自网络小说《庆余年》的连续剧在海外视频网站上线英语、法语、西班牙语等多个语种版本，播出点击率超14亿；《伍六七》系列动画登陆Netflix，以英语、西班牙语、法语、日语等配音版本和29种语言字幕版本在190个国家和地区独家播出，被全球粉丝催更……上海出品的网络文化产品以“润物细无声”的互动方式，让中国故事入目、入耳、入心。

“网络文学已成为世界认识中国的重要文化名片，其文化魅力和创作模式具有全球推广的市场潜力。”阅文集团首席执行官、腾讯集团副总裁程武说。上海是国内网络文学起步最早的城市，也是网络文学国际交流的重要窗口。2017年，上线的阅文海外网络文学网站“起点国际”持续推动国内外优秀作品走向世界，目前已汇聚10万海外作者，成为国际最大网络文学交流平台。《2020网络文学出海白皮书》披露，网文海外市场规模已达4.6亿元，海外网文用户数量3200万人。Z世代成为网络文学接触和消费的主

力军，中华文化元素的转化呈现将在他们心中留下长久的影响和印记。上海网络文化产业高质量发展，产业布局完备，网络影视内容出品数量位居全国前列，视频网站占全国市场份额约70%；在全球可城市中，上海已成为电竞领域当之无愧的领跑者。随着“文创50条”“电竞20条”等相关政策出台并落实，上海加快建设“全球电竞之都”“游戏创新之城”。近年来，落地上海的电竞赛事数量持续增长，赛事体系层次愈加丰富，俱乐部数量和赛事收入均在国内独占鳌头。据统计，2021年上海电竞产业规模预计达55.2亿元(不含电竞游戏收入)，在全国占比将超过50%；位于上海的电竞俱乐部占全国的比重达到43.6%。2020年，上海成功举办“英雄联盟全球总决赛”(S10)，吸引91.2亿人次围观；2021年，带着“上海标签”的EDG俱乐部勇夺S11总冠军。顶级电竞赛事与城市文化互相赋能，进一步打造

# 上海网络文化产业高地形成“强磁场” 汇聚优质内容 Z世代未来可期

全球范围内的“城市名片”。

## 融技术性、参与性、交互性于一体的虚拟“课堂”，让未来更可期

紧贴时代脉动、汇聚青春力量，Z世代“众创”成为互联网文化富有朝气活力的新生力量。B站UP主“老师好我叫何同学”通过实机测试展现5G技术在日常使用中的真实体验，站内播放量超过2800万；UP主“小学生vita”创作的“小学生教你学编程”系列视频总播放量超500万，引起苹果CEO库克的关注；UP主“风羽酱”制作《这才叫视频！》创意短片播放量近940万，成为中国青年献给“世界气象日”的科普礼物……凭借极具专业素养的个性表达，这些年轻人让世界听到了“科技强国”的中国声音。

互联网、云计算、大数据等现代信息技术深刻改变着人类的思维、生产、生活

方式，上海依托人才、技术、平台优势打造“百科全书式的网站”“没有围墙的大学”，让终身学习、在线学习成为网络文化新生活新风尚。在B站所有PUGV(专业用户创作视频)中，泛知识内容已占49%。据统计，2018年，有1827万人把B站作为在线学习的课堂；2019年，这个数字突破了5000万；过去一年里，B站知识区创作者规模增长了92%，涵盖医学、历史、文学等多个专业领域，超过1.83亿用户在B站学习。

在上海，融技术性、参与性、交互性于一体的数字文化产业蓬勃发展，“国风”“国潮”成为构成网络流行文化的要素之一。2020年，B站传统文化爱好者达9603万，国风视频创作同比增长331%。2021年，UP主们在B站共发布4000余个毕业设计作品，其中最受欢迎的是描绘民族文化多样性之美的短片《万华镜》。传播国粹知识的游戏设计作品《京剧脸谱游戏功能展示》、西游题材3D动画《狮驼岭》、通过互联网创新表达方式，Z世代搭建穿越时空的心灵桥梁，将传统文化的迷人魅力融入现代化语境，让古朴本真之美重回大众视野。