

“关键词看上海市民文化节”系列之四

广覆盖+强创新，全民共享公共文化成果

十年间，上海市民文化节举办40万项活动，惠及2亿人次



■本报记者 李婷

“原以为公共文化基本上是老年人的‘专利’，没想到我成了实实在在的参与者、欣赏者、分享者。”站在象征着上海市民文化节十年的十张海报前，80后市民王丽娜颇为感慨。办节十年，她几乎年年参与，从市民写作大赛到中华语言文字大赛再到中外家庭戏剧大赛，家中的“百强获奖证书”攒了一二十张。她还发动家人和朋友参加活动，一起参与传统文化知识答题，携手在露天草坪上听音乐，加入一场场干货满满的读书会……在这里，总能与美好相遇，既精进学识、享受了文化艺术，也结识了一群志同道合的人。她说：“生活在上海，是一种幸运；能一路和上海市民文化节同行，不亦乐乎。”

这是上海市民文化节对一个市民的影响。十年来，这个属于百姓的节日始终以人为本，通过人群、场域的广覆盖和内容的不断创新，让现代化公共文化成果更多更公平惠及全体市民，切实回应人民对美好生活的新期待。截至目前，上海市民文化节举办的40万项活动，惠及2亿人次，老少妇孺、各行各业，人人皆可便捷享受各类优质公共文化资源。

打通线上线下空间，全市全域覆盖更广泛人群

“上海市民文化节从开始酝酿到方案落定，用了将近一年的时间。其间开展了多次调研走访，汇集了大量一手资料和数据，请来专家论证、听取各方意见，目的只有一个，就是了解需求、理清思路：为什么要办这样一个节，办成一个



“黑池”顶级选手应市民文化节邀请走进社区教学。本报记者 叶展亮摄

什么样的节，老百姓需要一个什么样的节。”上海市文旅局副局长、参与上海市民文化节创办全过程的萧烨璵说，虽然方案几易其稿，但是宗旨始终没变，即立足市民需求，让百姓实实在在共享文化发展成果。

基于此，上海市民文化节各项赛事、活动都经过精心推敲，吸引各年龄段的市民踊跃参与。考虑到以往公共文化活动的参与人群整体年龄偏大，从第一届开始就在项目设计上关注青少年。比如，在舞蹈大赛中设立流行舞板块，6000支参赛团队中，有3000支青年舞蹈团。借助网络终端，传统知识大赛和传统经典诵读大赛各吸引10万人和15万人参与网上答题，其中85%以上是青少年。在广泛动员下，沪剧邀请赛的最低参赛年龄从40岁降至5岁。

百姓的文化获得感如何，文化活动的“可抵达度”是一大关键。当它们深入城市肌理、随处可见，享受文化艺术就变得触手可及。上海市民文化节打通了市、区、街镇、居村四级公共文化网络，将80%的活动下沉到离市民最近的社区文

化活动中心、居村综合文化活动室。在此过程中，特别注重保障优质资源向远郊倾斜，为新城赋能，并向园区、学区、厂区、商圈、滨江及其他城市公共空间延伸，形成多元、多极、多层、多向的辐射新格局，让文化离市民近一点、再近一点，成为生活的日常。

市民还可以在线上享受公共文化服务，连平时因为忙碌而错过的活动和项目，也可以在这里细细品读。于2016年上海市民文化节“文化服务日”当天上线的“文化上海云”，是全国第一个实现省级区域全覆盖的公共文化数字化服务平台，目前累计注册用户超800万，活动发布量逾50万场，汇聚场馆近6000家。打通线上线下空间，上海公共文化服务全市全域覆盖更广泛人群。

开发“新玩法”，满足多样化精神文化需求

“在城市发展史上，很难找到一个相类似的如此广袤如此延伸的文化节庆活动。”文艺评论家毛时安表示，虽然名字

里有个“节”，但上海市民文化节不是一个单纯的“实体节”，而是开设了一个全新的文化进入端口，它对接的是这座城市2400多万常住人口旺盛的公共文化需求。

在广覆盖的基础上，上海市民文化节还不断创新，开发出一批又一批超越传统公共文化范畴的“新玩法”，以满足人民群众多样的精神文化需求。比如，首届市民收藏大赛吸引了全市3000多位收藏爱好者参赛，他们中既有某一领域的专家、大家，也有业余藏家。入选藏品既有价值连城的玉器、字画、瓷器，也有充满情趣，具有独特文化价值的旅游门票、报纸创刊号、中医处方等，办出了上海历史上规模最大、参与人数最多、品种最齐全的一次公益性民间收藏展示活动。

在上海，戏剧不仅仅是艺术家的天地，更是每一个用心生活者的舞台。已举办三届的中外家庭戏剧大赛倡导“一家人一台戏”，以5分钟的戏剧表演，展现和睦的家庭氛围、积极的人生态度。今年，大赛突破了以往的小“家庭”概念，向更深广的“大家庭”延伸，同学同事、街坊邻居等都可以组队，登台一展戏剧才华。

更甚者，亚洲最大规模阿卡贝拉艺术节通过上海市民文化节的平台首次走进上海，推出大师班、音乐大赛、论坛、演出以及多场互动活动，让市民近距离接触这一新兴艺术样式，享受属于人声的狂欢。代表全球最高水准的“WWE”世界摔角娱乐秀，“黑池”世界国标舞大赛的顶级选手应上海市民文化节的邀请走进社区，与市民面对面交流。

上海社科院文学所所长郑崇选认为，在参与一个个高品质公共文化活动的过程中，市民释放出对艺术的热爱、对生活的礼赞、对梦想的执着，这种对美与好的信念不断增强、内化，成为城市精神塑造中的重要力量，凝聚起更广泛、更深厚、更持久的文化自信。

文艺辣评

蒋雯丽、刘敏涛、宋佳……近期，一批演技派女演员集中出现在热播都市剧之中，令人颇为期待。然而遗憾的是，这些剧集口碑拉胯，连带这批中生代女演员演技也遭遇质疑。四年前，海清在某影展呼吁“导演制片人多给中生代女演员机会”的发声犹在耳畔。眼下，“露脸”的机会是多了，可中生代女演员的春天真的来了吗？

“×××，你糊涂啊！”所谓爱之深，责之切。网友的一声感叹，道出对其中一位女演员的心疼。要知道，她可是曾经贡献大银幕“教科书”级别表演、坐拥多个海内外专业奖项的“大青衣”。回看她的职业生涯，且不说从农妇、女教师到富家小姐，她驾驭各类女性角色信手拈来，单说都市情感剧，她也贡献不少充满魅力、令人印象深刻的角色。可在这部新剧中，她的演技被一并拉下马，学会了流量明星饱受诟病的“捂嘴、瞪眼、皱眉”三件套。知天命的年纪，“春天”没来，一边倒的恶评，一时间盖过了近40年职业生涯累积的好名声。

这并非她一人的困境。盘点近期这些所谓“大女主”新剧，较前一阶段鸡飞狗跳的家庭伦理剧与悲凉潦草的职场剧，有一定进步。至少面对市场呼声，已经有意识展开对都市精英女性所思所想的刻画。剧中，她们不再只是谁的太太、谁的妈妈、谁的婆婆，故事几乎围绕她们的情感和职场生活展开。从主演主演阵容看，其中也不乏名导名角儿加持。甚至，这些新剧也踩准了当下“姐弟恋”“悬疑”“女性职场困境”等热门元素。按理说，就算不能“大爆”，也该掀起舆论场的一些话题热度。

只可惜，这些标榜女性自信自强的都市剧里，仍存在对精英女性“恨嫁”“强势”的刻板印象。一到了情感戏码，就将偶像剧烂俗情节生搬硬套到中年女性身上，惹得观众吐槽——“糖是没碰到，眼睛辣到了”。与其说是观众刻薄，看得不得中生代女演员谈情说爱，不如说是编剧长期脱离现实生活，根本无力呈现当代都市女性为工作全力以赴、享受独处时光也追求灵魂共鸣的丰富性。

当然，比起一度“霸屏”的流量明星和他们炮制的流水线古偶、校园和仙侠剧，中生代女演员的演技与作品尚有可圈可点之处。可正是因为她们演技过硬、认真敬业，拥有真正拿得出手的代表作，这批中生代女演员也就背负了比当下流量明星更大的期待。一旦失手，不管是因“选错剧本”还是“不甘沉寂”，都会面临更严苛的舆论反馈。

不过，对个体的痛惜遗憾过后，我们似乎更该向影视创作生态寻找破题之路——皮之不存，毛将焉附？再好的演技也需要扎实的剧本和立体的人物作为支撑。中生代女演员遭遇新剧口碑“滑铁卢”的本质，是当下中年人都市情感剧的集体“哑火”。偶像剧“批量生产”背景下，谈情说爱仿佛成了年轻人的“专属限定”。中生代要想拥有与之相契合的重磅现实题材佳作，不是要“退守”回家庭生活剧，就是要向上“攻坚”年代剧、历史剧。可回望过去，从《贫嘴张大民的幸福生活》到《半路夫妻》再到《好想好想谈恋爱》，中国荧屏从来不缺中年人的动人爱情与生活。这些作品，从不为哪一个群体“定制”，却因为情感真挚、细节动人，一样赢得年轻人追捧。

所以，仅仅是有戏可接、有主角可演、有恋爱可谈，还远称不上中生代女演员的春天。唯有不必打上“大女主”标签，有意愿隔于一般作品来宣扬的那一天，我们或许才能在荧屏上看到更多千姿百态、充满魅力的女主角。

属于中生代女演员的春天来了吗

黄启哲

■本报记者 王彦

没有传统意义“头部”大片，没有“档期”概念下的连续假期——营销人士眼里的“普通一天”或能再次印证中国电影市场的产业发展机遇——观众对电影的核心诉求始终来自电影本体。

灯塔专业版数据显示，截至昨晚记者发稿，近十部影片撑起清明单日近两亿元票房。这一成绩固然比不上2021年清明当天3.2亿元的史上峰值，数据背后的奥义却值得关注。

单日票房榜单上，上映近半月的《铃芽之旅》以5300万元领跑，上映一周的《忠犬八公》和首映的《超级马力欧兄弟大电影》分别收获超3000万元，《保你平安》《名侦探柯南：贝克街的亡灵》《泰坦尼克号》《龙与地下城：侠盗荣耀》等票房过千万元，《宇宙探索编辑部》《了不起的夜晚》《望道》等片也有自己的目标观众群。

昨天走进影院的观众会感觉到选择丰富——这些影片里，《望道》是主打理想信念的新主流电影，《保你平安》切入网络现实的血管，《宇宙探索编辑部》是脑洞和现实观照齐飞的国产中小成本影片；日本动画界“大IP”新海诚带着“灾难三部曲”终章《铃芽之旅》前来，“柯南”更以20多年前的剧场版登陆市场；而被世界各国翻拍过的经典宠物电影《忠犬八公》此次有了中国版，老牌任天堂游戏的拥趸能在《超级马力欧兄弟大电影》里和同好“对上暗号”；而英美合作的系列爆米花影片《龙与地下城》有了新番，席卷了无数旧情怀的《泰坦尼克号》老片重映……传记、喜剧、软科幻、悬疑、动画、宠物、动作、奇幻等，可谓类型各异、分众明显。

然而，在一些出品方和营销方看来，今年清明不调休，被压缩到一天的档期如同鸡肋，不如“捂盘惜售”，等待票房释放空间更充裕的档期尤其是传统黄金档五一档。

观众与出品方、营销方两边的体感“温差”里，其实藏着个“老调重弹”的话题：只有黄金档才可能产生高票房吗？各片方的“档期依赖症”能不能破？

灯塔研究院院长牧晨此前就提出，观众对电影的核心诉求主要来自于影片内容本身，而非档期。中国电影评论学会会长饶曙光也不止一次表示，要客观辩证地看待档期，他有个很形象的比喻“电影不该只是过年的大餐，还应是日常的一蔬一饭”。中国电影市场的理想模型不应是春节档和国庆档短短两周时间就占据全年票房近四分之一的份额，而是一年52个星期周周有不同体量影片可看，不同年龄性别喜好的观众人人有片可选的百花齐放的样貌。

对创作端来说，刚过去的清明档印证了可以摆脱“档期倚赖”的范例：比如，向网络语言和网络营销力宣战的现实主义电影《保你平安》；能与特定观众建立强烈情感链接、感动了太多宠物友好人士的《忠犬八公》等。这些影片能以不大的成本在相对淡季的三四月火出圈并有望实现长尾效应，它们的成功要素，无非“好故事+好表演”的恒定模型。一个能观照到大众生活状态、能触达人心的好本子，一群视表演为事业、愿全身心投入塑造角色的好演员，是任一好电影的底子和里子。

而对市场来说，这次“无档期”的清明档更是印证了一个颠扑不破的道理：丰富题材的好电影始终是观众刚需。牧晨这样说：“当今在讨论电影的档期趋势和宣发策略时，我们认为，抓住档期格局变化的机遇，找到电影本体与观众之间的情感连接，才是尤为重要的事。”



仅一天假期的清明，近十部类型各异、分众明显的影片撑起近两亿元票房

只有黄金档才可能产生好票房？

北美票房登顶的《龙与地下城：侠盗荣耀》带给国产电影IP宇宙开发启示——与上游内容联动，精耕细作讲好故事

■本报记者 卫中

随着多部高口碑电影陆续上映，电影市场难得地出现了商业大片与口碑IP扎堆的盛况，被网友赞为“史上最能打的四月”。上个周末，与北美同步上映的《龙与地下城：侠盗荣耀》在《铃芽之旅》《保你平安》等片的强劲后续下仍取得了第四的票房成绩。观众口碑同样不错，豆瓣7.7分、猫眼9.1分，当得起售票网站上一条高赞评论所言：“久违的爆米花电影又回来了。”

尽管《龙与地下城：侠盗荣耀》只是好莱坞工业流水线的一个标准化产品，但把这个著名游戏IP首次搬上电影银幕，也足以看到其试图复制“漫威宇宙”的勃勃野心。业内人士认为：该片对国内影视行业打造国产IP宇宙作品提供了一个值得观察研究的样本。

工业化的基础是讲好故事的能力

诞生于上个世纪七十年代的桌游“龙与

地下城”大IP，可以说是继托尔金的《魔戒》之后，欧美奇幻作品的“二代祖师”。通过为各种人物和怪物建立数值模型的标准化和开放化设计，得以让后来奇幻文学作家以及桌游玩家“跑团”时创造的人物和故事不断融入其中，进而形成一个庞大而复杂的世界观。后来出现的许多游戏和影视作品借鉴了“龙与地下城”中的概念设定，在欧美国家影响深远。

故事逻辑合理、节奏张弛有度、轻松笑料不断、画面美轮美奂，所以尽管是个很俗套的奇幻冒险故事，但《龙与地下城：侠盗荣耀》依然让人在电影院里笑得停不下来。作为一部爆米花爽片，观众给了不错的评价：“讲好一个朴实故事的电影永远都是好电影。”

既然电影的故事情节简单，那就从人物刻画方面发力。男主角埃德金是一个“干啥啥不行”却富有正义感和人格魅力的“竖琴手同盟”前任特工，让其他人愿意团结在他身边；女野蛮人霍尔盖身材魁梧、勇敢无畏，一心想做出成就，好让自己的半身人前夫感到骄傲；还有缺乏幽默感的圣骑士亨克，无论品德、知识还是武力

都极度“靠谱”，这种“反差萌”让他拥有极高的人气。尤其是，年轻时被称为“英伦情人”的休·格兰特为电影贡献了精湛的表演，他把骗子公司虚伪、贪婪、狡诈、无情饰演得入木三分，让观众印象深刻。虽然《龙与地下城：侠盗荣耀》的剧情非常通俗易懂，但通过塑造这些个性鲜明、优缺点明显的角色人设，让他们在一次次冒险活动中获得成长，让人物弧光完整而闪亮，观众自然也喜爱这些角色，进而在通俗的剧情中收获不俗的快乐。

加强人才队伍培养和建设，播撒电影IP宇宙的种子

多年来，迪士尼和漫威电影宇宙系列，不仅在全球票房上取得成功，更是通过该系列影片持续输出着自己的文化和价值观。在这些超巨IP之外，围绕成熟品牌持续不断打造自身IP小宇宙的“龙与地下城”也成为个范例。不难看出，在《龙与地下城：侠盗荣耀》这一部中的几位主角，几乎每个人的背景故事

都可以展开单独拍一部电影；甚至电影中那条人气极高的红龙，都有观众评论：“把它变胖的过程拍个电影吧。”

反观国内，中国电影IP宇宙至今罕有能拍过三部以上的大片，主角团各个分开独立成篇的“矩阵”开发，更是几乎空白。对此，中国传媒大学教授卢蓉认为，中国影视行业与国外相比，在技术方面的差距不大，反而在故事层面及影视人才队伍的建设和建设上亟待加强。国内也非常重视打造自己的电影IP宇宙，但由于IP版权运营、资金、甚至构成世界观背后的人物、故事、规则等不成熟，尽管出现了一些优秀的电影大作，但往往只是单部作品、续集，或是简单地开发周边产品，普遍距离电影IP宇宙相差甚远。

在这种状况下，基于“龙与地下城”开发的《龙与地下城：侠盗荣耀》就提供了一个成熟的观察案例。业内人士认为国内影视行业需要加强与上游内容产业的联动，向上游内容产业“索要”好的故事、培养锻炼IP运营队伍、维护粉丝文化。