

doi:10.3969/j.issn.1674-117X.2023.06.009

当代中国工业题材影视剧之株洲形象建构及改进策略

阳海洪, 顾晴涛

(湖南工业大学 文学与新闻传播学院, 湖南 株洲 412007)

摘要: 当代中国工业题材影视剧通过性格鲜明的人物形象、凸显冲突的画面构图和强化真实的视听策略,建构了株洲“宜居之城”“动力之都”和“科创之都”的工业城市形象,但这类工业题材影视剧中建构的株洲形象,也存在内涵缺乏城市个性、叙事消解恋地情结以及传播缺乏清晰形象等问题。缘于此,株洲市政府等相关部门要通过加强“产业规划+政府联动”的顶层设计、倡导“工业题材+类型创作”的本土化影视创作、强化“工业优势+互动传播”的宣传推广等方式,推动中国工业题材影视剧在“城影互动”的文化逻辑中,建构更具文化魅力的株洲影像,实现城市影响力和美誉度的提升。

关键词: 工业题材; 影视剧; 株洲形象; 顶层设计; 本土化影视创作; 宣传推广

中图分类号: J905

文献标志码: A

文章编号: 1674-117X(2023)06-0066-07

引用格式: 阳海洪, 顾晴涛. 当代中国工业题材影视剧之株洲形象建构及改进策略 [J]. 湖南工业大学学报(社会科学版), 2023, 28(6): 66-72.

Image Construction and Improvement Strategies of Zhuzhou in Contemporary Chinese Industry-Themed Films and TV Dramas

YANG Haihong, GU Qingtao

(College of Literature and Journalism, Hunan University of Technology, Zhuzhou 412007, China)

Abstract: Contemporary Chinese industry-themed film and TV dramas have constructed Zhuzhou's industrial city image of "livable city", "power city" and "science and technology creation city" through distinctive characters, picture composition that highlights conflicts and audio-visual strategies that strengthen realism. However, the image of Zhuzhou constructed in this kind of industry-themed film and TV dramas also exists problems such as the lack of city personality in the connotation, the narrative dissolution of topophilia and the lack of a clear image in the communication, etc. For this reason, the Zhuzhou Municipal Government has been working hard to develop the image of Zhuzhou as an industrial city. Because of this, Zhuzhou municipal government and other relevant departments should strengthen the top-level design of "industrial planning + government linkage", advocate the localized film and television creation of "industrial themes + genre creation", and strengthen the publicity and promotion of "industrial advantages + interactive communication" to promote the film and television dramas with industrial themes in China to construct a more culturally appealing image of Zhuzhou in the cultural logic of "city-film interaction", so as to realize the enhancement of the influence and reputation of the city.

收稿日期: 2023-08-07

基金项目: 国家社科基金后期资助项目“中国近代新闻舆论”工作领导权建设研究(23FXWB025); 湖南省研究生科研创新项目“新世纪中国都市题材影视剧中的长沙形象研究”(CX20231117)

作者简介: 阳海洪(1969—), 男, 湖南冷水江人, 湖南工业大学教授, 研究方向为新闻史论、影视批评;
顾晴涛(1997—), 男, 河南永城人, 湖南工业大学硕士研究生, 研究方向为戏剧与影视学。

Keywords: industrial theme; film and television drama; Zhuzhou image; top-level design; localized film and television creation; publicity and promotion

城市形象是城市具有的内在历史底蕴和外在表现特征之和,也是城市在人们心中所反映的直观印象。作为主观与客观的辩证统一体,城市形象既源于人们对城市的直接感知,也依赖于媒介的构建与想象。“电影是工业革命和近代都市兴起的直接产物。”^[1]电影诞生于巴黎,在被誉为“电影之父”的卢米埃尔兄弟的作品中,即展示了电影与工业、城市之间的深度关联。在向全球扩散过程中,电影在展现与城市契合的现代性特征的同时,也以本土化方式适应所在城市的文化环境。因此,自摄影术流行以来,城市形象的构建与传播就逐渐形成了以“影像”为依托的格局。城市滋润电影,电影呈现城市;城市消费电影,电影也塑造城市。“影”“城”关系表明,城市空间既是电影消费场所,又是电影故事的展开舞台。“城市电影不仅记录和反映着现代城市生活,同时也影响和塑造着以现代城市为标志的新的文化空间和社会关系。”^[2]电影在城市形象建构中扮演着重要角色,电影所展示的城市空间景观和文化形态必然会在观众中建构起关于城市的认知与形象。“电影以故事来赋予城市情感,依靠观众在城市中的旅游体验再度复制出现电影中的场景,对城市品牌塑造与传播起着重要的作用。”^[3]在世界电影史上,“浪漫之都”巴黎、“犯罪之都”纽约等城市形象的建构,都与电影有着深刻的渊源。

湖南株洲古称“建宁”。1953年,新中国“一五”计划启动,株洲因交通便利,成为南方最为重要的交通枢纽和全国八个新建重点工业城市之一。1956年,株洲升格为地级市。60年来,凭借着区位优势 and 奋斗精神,株洲迅速成长为全国闻名的工业城市和“长株潭都市圈”三大核心之一。2014年,国家提出两型社会发展战略,株洲作为长株潭两型社会建设的枢纽城市,其城市品牌、城市形象成为学界关注热点。有学者从营销学角度,主张在城市景观设计中彰显“两型城市品牌形象理念识别系统、行为识别系统、视觉识别系统、

空间环境识别系统”^[4],构建具有地域标识和文化特色的株洲城市形象。城市形象需要自我设计与定位,但更是交互性建构的结果,它是在与对象交往互动中被赋予的一种身份表达,因而高度依赖媒介的建构与塑造。随着数字技术发展和图像时代来临,“图像”以前所未有的力度渗透到城市生活的各个层面,城市景观塑造也更倾向于建立在符号的视觉表意之上,人们对于城市景观的感知和想象无一不依赖于图像建立的符号解释模式。“受众在观看、采择和交流中不断强化符号性的城市记忆,在视觉符号解码、再编码的过程中形塑关于城市的想象,人与城市的关系在持续的双向互动中不断加深。”^[5]作为以图像生产为特征的艺术形态,影视艺术能利用其媒介特质,以“影像”方式参与城市符号建构、记忆塑造和文化想象,使城市得以在群体中形成共享的影像记忆和影视形象。在早期电影发展史上,人们对城市与电影关系缺乏深刻认知,城市形象建构处于自为阶段。随着影视文化产业发展和城市品牌建设的需要,城市管理者日益重视影视在城市形象塑造和品牌建构中的角色和作用,越来越积极地介入和规划影视产业发展,以引导城市形象的建构方向,为城市发展营造良好环境,强化市民对城市的认同,提升城市竞争力。新中国成立以来,株洲由乡村小镇崛起为南方工业重镇,其建城史就是中国工业发展史。工业化过程即是城市化过程,工业题材影视剧是最能凸显株洲城市气质和文化精神的题材类型。本文拟将“株洲”作为城市形象的建构主体,梳理当代中国工业题材影视剧中的“株洲”元素及其形象建构,分析其存在问题并提出改进策略。

一、“影”中“城”象:当代中国工业题材影视剧中的株洲形象建构

据不完全统计,目前国内包含株洲元素的影视作品大约30来部,具体包括电影《灵魂的救赎》《热

土》《宽恕》《母亲的泪》《小山河》《寻湘》《网约司机》《老鬼》《学爸》《再见初恋》《英雄之恋》《李畋传奇》《上林寺传奇》等,微电影《我的梦》《笔记》《夏天是支歌》《下半身 下半生》《我们》《爱情公交》《妈妈背上的阳光少年》《山里的“天图”娃》《山里留守孩子的暑假》《有爱就有家》等,电视剧《奔腾年代》《最好的时代》《雳剑》《我们的少年时代》《亲爱的小孩》《舞出我人生》《神农大帝》《英雄时代》《重中之重》《鸣龙少年》《守护者》《少年耿飚》以及综艺《花儿与少年4》《金鳞集》《匠心闪耀》等。这些影视剧的拍摄与播出,构建了影视剧中的当代株洲的城市形象,株洲也因此提高了曝光率和知名度。

(一)当代中国工业题材影视剧中的株洲多维形象

1. 自然形象:宜居之城。一江碧水穿城过,满城芳草绿成荫。株洲位于罗霄山脉西麓,湘江澄澈,穿城而过,因江中沙洲和两岸多植“楮树”,故古代亦称“楮洲”,她也是中国惟一一座以“洲”命名的城市。位于株洲市炎陵县东南部的酃峰(后改名为神农峰),海拔约2115.2米,为湖南最高峰。神农峰峰峦挺拔,沟谷幽深,莽莽苍苍的森林长廊,郁郁青青的高山草甸,集原始、神秘、雄伟、险峻于一体。株洲水系发达,洣水、攸水、淅水等河流蜿蜒其间。这里气候湿润、植被葱郁,景色秀丽。株洲美丽的自然风光,成为影视作品争相取景的对象。在《最好的时代》里面,神农塔夜景、湘江风光带、神农阁风景区,都在画面中一一呈现,建构起株洲生态宜居的“湖滨之城”形象。

2. 工业形象:动力之都。株洲工业起源于20世纪30年代。“一五”期间,株洲成为全国重点建设的8个工业城市之一,国家将苏联援助的156个重点项目中的4项安排在株洲建设。1959年,纪录片《成长中的工业城》就对株洲工业建设进行了介绍:清水塘区的株洲冶炼厂、株洲化工厂已初步建成;株洲玻璃厂即将投入生产;株洲机车车辆厂的工人正在生产新式的电力机车;等等。1958年前后,株洲掀起了大办工厂的热潮。经过60多年发展,株洲形成了以冶金、机械、化工、新材料、生物医药、绿色食品和陶瓷等产业为支柱,以国有大中型企业为骨干,以制造业为主体,以高新技术为先导的工业体系。1958年,株洲机

车厂成功研制出中国第一台电力机车。影片《奔腾年代》即取材于此,其讲述了年轻技术员常汉卿和战斗英雄金灿烂为了新中国电力机车的研发创新而毕生奉献的故事。蓬勃发展的电力机车事业、回肠荡气的工业人物故事、机器轰鸣的车间厂房、鳞次栉比的高楼大厦,构建出充满强劲活力的株洲“工业之城”形象。

3. 人文形象:科创之城。人文形象代表着一个地方的历史积淀和人文内涵。作为被火车拖来的城市,株洲以“火车头”精神作为城市文化的核心精神。“火车头”精神既凸显了株洲的工业文化特色,也传承了“敢为天下先”的湖湘文化精神。株洲凭借区位优势、工业制造和“霸得蛮”的“湖湘精神”,形成了敢攻关、敢突破、敢超越的“火车头精神”。在以往表现中国科技事业的影视剧中,艰苦奋斗精神和民族崛起话语成为剧中人物行为与情节展开合理化的道德基础,但在《奔腾年代》等作品中,科学精神被推向前台,个体生活、人物关系实现了与科学创新话语的整合。在《奔腾年代》中,常汉卿求真务实,充满科学理性精神,而金灿烂则正直善良,洋溢着理想主义色彩。“常汉卿和金灿烂的婚姻关系作为这个隐喻网络的主轴,象征了科学精神与革命理想的耦合。”^[6]此外,《最好的时代》《麓山之歌》等影片,则通过塑造林真一、卫丞等人物形象,从不同侧面展现了湖湘儿女奋力拼搏、敢于创新的精神风貌。

(二)当代中国工业题材影视剧株洲形象的建构手段

1. 人物形象:性格鲜明。“城市的主体是人,影视作品的主体也是人,因此影视艺术作品中的城市总是通过一个个鲜活的人物形象加以表现的。”^[7]《最好的时代》《奔腾年代》和《麓山之歌》等影视作品,将人物置于时代洪流中展现个体命运和性格冲突,并透过台词、动作和情态,塑造人物性格,推动故事发展。在《奔腾年代》中,影片开始即通过“抓特务”情节塑造了战斗英雄金灿烂和“嘴损”工程师常汉卿两个性格鲜明的人物形象。火车上发现特务,金灿烂敢于挺身而出,展示出一副“女英雄”形象。常汉卿则在金灿烂误以为他是特务想向他道歉时,却拒不接受道歉,反而讥讽金灿烂条件反射式地认为他是特务的行为是“低等动物”的行为,呈现出一副典型的“直

男”形象。所谓“一方水土养一方人”，两个性格鲜明的人物都给观众留下了深刻印象，也从侧面展示出株洲城市的个性魅力。

2. 画面构图：凸显矛盾冲突。影视是以“画面”呈现的，画面构图是最具“影视化”特征的表现矛盾冲突的方法。与其他方法不同，画面构图是凭借“景别”和“画框”表现人物与人物、人物与环境之间的关系和冲突的。在影视中，人物不能分享银幕空间，代表彼此心理不能认同。电视剧《奔腾年代》第一集就运用了三种以上画面构图来表现金灿烂和常汉卿之间的对立关系。（1）常汉卿讥讽金灿烂后，从画面右侧关门出画，体现常汉卿不愿与其待在同一空间的意愿。（2）金常二人面对冯主任的迎接时，都不愿坐同一辆车。两人虽同处中景画面，但彼此不屑，中间还隔着冯主任和车辆，这明显看出两人关系对立。（3）两人上车后，画面运用中近景构图。两人处于狭小空间，随车辆颠簸而左右“摇摆”，互相挤占对方画面空间，体现了二人不能相融的尴尬境地。这些画面构图体现了二人水火不容的关系，奠定了人物性格和剧情基调，也为剧情发展和日后二人关系“破冰”埋下了伏笔。

3. 视听语言：强化形象“真实”。作为一种把握世界的方式，任何艺术形式都必须借助于独特的艺术语言，来表达艺术创作者对世界的理解与认识。电影的产生，意味着人类在口头语言和文字语言之外获得了一种新的语言——视听语言。虚构的文学形象留下许多“空白点”，需要艺术想象丰富与填充，而电影作为视听语言，是照相艺术的延伸，其“能指”与“所指”、“实像”与“影像”是重叠的。如此，就使得城市形象能够在没有人的干预下自动生成，“可视化”方式让观众获得了一种不在城市现场的“现场体验”。

《奔腾年代》等影视剧以“株洲”为取景地，真实再现了株洲的城市景观。《奔腾年代》的主要取景点为中车株洲电力机车有限公司；《最好的时代》中也有80%的场景取自株洲，包括中车株洲电力机车有限公司、北京汽车股份有限公司株洲分公司、湖南工贸技师学院、湘江风光带、神农公园和青龙湾等；《匠心闪耀》的主要取景地则在中车株洲车辆有限公司。为了更加逼近真实，这些影视剧的编剧采访了许多株洲工业战线的工

程师和工匠们。如中车株洲电力机车有限公司的刘友梅院士，就成为《奔腾年代》中常汉卿的原型。影视艺术视听语言的成功运用，大大强化了株洲城市形象的真实性和现实感。

二、形象模糊：当代中国工业题材影视剧株洲形象建构存在的问题

城市创造电影，电影也在生产和塑造城市，城市形象是在“城”与“影”的互动、互塑与互造中构建与实现的，城市与电影彼此成就。当代中国影视剧虽关注到了株洲工业建设所取得的成就，并将其置于当代中国工业现代化的历史语境中，完成了对株洲城市形象的书写，刻画出株洲“科创之城”“制造名城”的城市形象，但总体来看，这种城市书写还不是基于“株洲”主体地位，其缺乏城市管理者对形象建构的组织策划。与此同时，这些影视作品的创作者也并未花大力气去深度挖掘和感悟株洲的城市文化，其对株洲城市形象的塑造也只是浮光掠影式地简单呈现。“影”“城”之间的浅层互动，导致株洲城市形象地域文化特色淡薄、形象特征不够清晰。

（一）内涵：缺乏城市个性

作为影视的艺术空间，城市的表现维度是无限丰富的。当前中国影视剧中的“株洲”元素多集中在家庭伦理、工业题材和农业题材，特别是机车制造领域。城市景观在影视剧中主要表现为“背景板展示”“浅层参与”和“深度参与”三种形态。只有以景宣情、情景交融，充分展示人物精神品格，彰显地域文化特色的景观展示，才能彰显城市灵魂。“‘城市性’反映了城市哲学问题，即一种包含或者可以用来解释城市终极意义的主旨或思想构造。在电影人的意识中，这种主旨或思想构造是城市个性的关键提示和基础视点。”^{[8]51-52}《奔腾年代》等影视剧，虽然展示了株洲“具有高可见性”的地标景观，但这些景观几乎不参与人物的性格表现和故事叙事，其与株洲的城市精神之间缺乏内在的关联。这就消解了株洲在城市想象与建构中的主体位置，株洲工匠精神、工业人物个性在这些影视作品中也难以深层次地表现出来。如此，“株洲”就恰如代数公式中的ABC一样，成为人物活动的虚拟空间，并可代入中国任何一个工业城市，而并不影响人物的角色性格、关系结构和

情感倾向。“城市个性”视点的缺失,掏空了株洲的烟火气息和城市气韵,削弱了株洲城市形象的饱满度和丰富性。

(二)叙事:消解恋地情结

影视是通过叙事、观影和消费过程参与城市空间生产和城市形象构建的,只有栩栩如生的城市描绘和场景呈现,才能转化为可感知的城市体验和城市形象。“‘恋地’具有鲜明的主观意识与情感色彩,强调个体/集体对某一地缘产生的情感关联与亲切经验,是一种裹挟着特殊情愫的遮蔽式想象。”^[9]在《奔腾年代》《最好的时代》等电视剧中,观众虽能捕捉到一些株洲城市景观,却难以深入了解株洲文化。即使本地观众,除了在银幕上看到熟悉场景外,也很难共情人物的行为、语言和思维方式。恋地情结是人与地之间的情感纽带,失“地”的结果,是作为文化母体的“城市”切断了与文化子体“影视”之间的关系,城市的空间生产和形象建构也就失去了文化逻辑和情感依赖。同时,这些影视剧的媒介运用类型也比较单一。在当代中国影视创作中,凭借互联网传播,面向青少年群体的网剧、短片,在株洲取景拍摄的不多,这使得株洲城市形象难以通过这些类型的影视作品去影响青少年这个最具活力的观影群体;同时,喜剧题材、青春题材和警匪题材的缺失,也使得株洲城市形象无法通过这些能够最大限度展现城市空间和地方特色的片种进行传播。

(三)传播:缺乏清晰形象

在信息时代,人类是透过媒介来认识和建构世界的,媒介在人类获取知识和认识世界中扮演极其重要的角色,现实世界和媒介世界的界限变得日益模糊。麦克卢汉认为,作为人体的延伸,媒介并非中性、透明的传播渠道,“媒介传情达意的特定方式,能改变人的感官生活——能改变人的所见、所听、所触、所尝和所嗅,因而能改变人的所知”^[10],并建构出新的媒介世界。城市形象是主客观的统一体,作为沟通城市与观众的中介渠道,媒介的内在物质、符号结构和传播方式都会影响观众对城市的感知与想象。目前,株洲城市形象的建构与宣传,缺乏基于株洲文化特色的形象定位,缺乏宣传重点,其结果是,株洲的城市形象散漫无序,难以给人留下深刻印象。

三、“城”“影”互动:当代中国工业题材影视剧株洲形象建构的改进策略

影视是向城而生的,是最具“城市文化”标记的艺术形态,“城市性”是影视艺术与生俱来的自然属性。“电影的‘城市性’是指电影从其城市母体因袭的城市禀赋、城市韵味、城市属性、城市文化痕迹等特征。”除此之外,“所有关于城市与电影的互动现象,所有城市施加给电影的影响,所有电影对于城市的反作用,所有电影与城市相通的属性”,电影所显示出来的“城市意味”“城市眼光”,都属于电影的“城市性”范畴^{[8]53-54}。作为电影本质的内在规定性概念,“城市性”体现在影视产业链的所有环节之中,涉及城市与电影方方面面。但“城市性”不等于“城市形象”,“城市性”是电影普遍共同的属性,“城市形象”是电影与城市之间的个性化关系,是城市文化、城市禀赋、城市属性、城市韵味在电影中的独特呈现,是城市建设和城市治理的品牌化和美誉化。每个人心中都有其理想的城市形象,每个城市也都有其多彩多姿的“影像”。作为“他象”的城市形象,是以“我象”为基础的,是在“我象”与“他象”的交互性博弈中“化合”而成的。在由“我象”向“他象”转化的城市形象建构中,需要影视创作者深入城市文化肌理,了解城市历史脉络,熟悉城市气韵风情,以创作出具有地域特色和文化精神的影像。同时,作为城市主体的政府,也要高瞻远瞩,以积极姿态介入影视文化产业。只有发挥主观能动性,遵循“影”“城”互动的艺术创作和产业发展规律,通过影视艺术生产者和城市管理者的同频共振,才能构建契合其城市属性和文化气韵的城市形象。

(一)顶层设计:产业规划+政府联动

“家有梧桐树,引得凤凰来。”影视艺术既是文化产业的重要组成部分,也是区域经济发展的重要组成部分。株洲市政府要发挥地方的积极主动性,依据“制造名城,动力之都”的城市定位和形象战略进行全面的形象塑造规划,制订适合区域发展的影视艺术产业政策,强化城市与影视的良性互动,吸引资本、人才、技术、企业等影视艺术产业要素向本地区集聚,这样,才能为株洲发展影视产业、宣扬城市文化和传播城市形

象夯实物质基础。其一, 湘东地区是客家文化和红色文化重叠地区, 也是华夏民族人文始祖炎帝的陵寝之地, 红色文化、客家文化、工业文化、炎帝文化和湖湘文化在这里交相辉映。株洲要深度挖掘区域内红军住址、红军营地、红军战壕、红军文物、红军故事、红军菜等红色文化资源, 修复具有客家(红色)文化代表性的古建筑、古民居、古庙宇、古祠堂、古书院和名人故居(旧居), 并以沔水流域内的东阳湖、红军寨为中心, 整合红色文化、客家文化、炎帝文化资源, 建立红军主题公园, 加入电竞元素, 布局沉浸式互动演出、剧本杀游戏等业态, 进行数字化文创内容创作, 打造湘赣边客家(红色)文化旅游精品线路, 建设具有红色文化+客家文化特色的影视基地。同时, 加快清水塘工业遗址文化创意园的建设, 将清水塘工业遗址文化创意园建设成为“工业+”的文旅基地和影视基地, 设立影视打卡地、影视同款服装秀、影视拍摄花絮大屏, 助力影视剧推广。株洲政府部门要鼓励影视公司在株洲投拍取景和拍摄株洲题材影视剧, 并设立专项津贴, 以促进株洲工业题材影视剧拍摄。其二, 组织举办以工业题材、工业人物、工匠精神为主要内容, 以建构株洲形象为旨归的剧本大赛、短片节、影视大赛和学术沙龙, 建构株洲城市品牌, 提高株洲知名度。其三, “打造文艺品牌传播城市形象, 关键是培养新一代文艺领军人物。”^[11]因此, 要着力挖掘和培养本土导演和影视编剧, 壮大本土影视文艺创作力量。其四, 整合区域内高校、研究机构、艺术团体的力量, 加大对株洲历史资料整理和文化研究, 推进研究成果产业化和影视化。要充分发挥影视评论协会、文学评论协会的作用, 培育影视文化, 促进株洲文化市场健康发展。

(二) 影视创作: 工业题材+类型创作

作为“共和国长子”, 东北老工业基地在中国国家建设中扮演了极其重要的角色。20世纪90年代, 大量国有企业工人被迫下岗, 承受着市场化改革的阵痛。近年来, 以双雪涛、班宇、郑执为首的“新东北作家群”, 以“子一代”视角, 讲述“父一代”在20世纪90年代历史更迭中的下岗经历、心路历程和精神困境, 其凭借着独特的创作风格和地域特色迅速崛起。“新东北作家群”由文学创作向音乐、电影、电视等领域扩散, 成

为引人瞩目的新东北文艺复兴和东北文化IP现象。根据其小说改编的《胆小鬼》《漫长的季节》《平原上的摩西》等影视作品, 在“工业题材+犯罪悬疑”的融合中, 显示出工业题材创作的丰富可能性。“新东北作家群”的文学创作和影视改编, 可为株洲文艺创作提供借鉴。与东北老工业基地相比, “湖南有株洲这一重要工业城市, 作为重工业基地有很多值得写的故事, 重工业题材还未被充分开发, 社会主义工业发展、人性角度、民族工业腾飞、航空事业等等都是文学与影视可开掘的向度”^[12]。

在株洲历史上, 也曾涌现出聂鑫森、叶之蓁等具有全国影响力的工人作家。因此, 株洲市政府要顺应时代发展, 加大文艺创作的支持力度, 鼓励文艺工作者深入挖掘本土工业题材, 还原株洲的历史文化场景, 并进行爱情、犯罪、悬疑、喜剧等类型化书写, 以平民化视角、生活化场景、地域化表达的方式重新排列、组合与再创造株洲文化元素, 在“城市”与“影视”互动的文化逻辑中, 凸显株洲的本土文化特色和城市个性, 实现株洲的“在地化”书写与城市形象建构, 让株洲城市形象变得更加亲民立体和丰富多元。

(三) 宣传推广: 工业优势+互动传播

“城市形象的呈现与传播依托于符号。影视文本的生产者该如何选择符号, 选择哪些符号, 成为城市形象传播中最基本的问题。”^[13]简言之, 城市的形象建构与价值输出, 必须要有清晰而精准的定位, 才能向外界传达和构建出明确具有核心文化价值的城市形象。浮光掠影式的文化拼盘, 是难以给读者留下深刻印象的。习近平总书记指出, 中国式现代化道路“代表人类文明进步的发展方向, 展现了不同于西方现代化模式的新图景, 是一种全新的人类文明形态”^[14]。作为“火车拖来”的城市, 株洲是解放后新兴的工业城市, 其城市建设和工业布局, 都起始于新中国“一五”计划期间。在这一历史进程中, 株洲逐步由乡村小镇成长为南方工业重镇和在轨道交通装备等领域具有国际影响力的现代工业城市。因此, 株洲几乎与中国现代化建设事业同步发展, 是中国式现代化发展的经典个案。作为以“制造名城, 动力之都”为城市定位的城市, 株洲的影视文艺创作要发挥工业文明优势, 以工业文化为抓手, 萃取“株洲”

文化符号进行故事化和艺术化加工,以构建具有地域文化特色的株洲影像,带动红色文化、客家文化和炎帝文化的全面繁荣,唱响中国式现代化的交响曲,提升株洲工业知名度和文化辨识度。同时,株洲要注重激活集体时代的厂矿文化和历史记忆,通过举办“厂BA”篮球赛、街头足球对抗赛、厂矿演讲比赛、歌咏赛、服装模特秀等赛事,在赛事互动中深化“人”“地”关联,建构和强化关于“株洲”的集体记忆、恋地情结和地方认同,塑造具有温度的株洲形象。同时,依托数字技术和网络平台,充分发挥新型主流媒体的传播优势,建构渠道丰富的传播矩阵,在“传者”与“受众”、“受众”与“受众”的互动网络中扩散和传播株洲形象和株洲文化。

作为城市的“无形财富”和“想象的共同体”,城市形象是城市管理、经济、历史、文化等多种要素耦合而成的复合体。“它聚合了历史和现实、我者和他者的媒介建构和文化想象,逐步成为文化认同、民族认同、社会认同和国家认同交合的重心”^[15],是城市综合实力的重要组成部分。良好的城市形象,能够凝聚地方人心,强化地方认同,在激烈竞争中提高城市吸引资本、人才和技术的能力,推进城市创新发展。在城市形象的建构与传播中,具有“城市性”的影视艺术,是不可或缺的。“电影具有推动艺术发展、促进文化交流、引领市场经济、推进国家和城市文化建设等重要作用,是文化产业发展程度的重要衡量指标,也是城市文化构成的重要元素。”^[16]地处内陆腹地的株洲,在利用区域地理和历史优势发展影视艺术产业方面具有天然劣势,但这并不意味着其在城市形象建构方面就可以无所作为。在这方面,同样处于内陆的贵州境内的一些城市,在利用影视剧建构城市形象方面为株洲做了很好的示范。《无名之辈》(都匀)、《路边野餐》(凯里)等电影的火爆表明,影视剧是“向城而生”的,其与城市之间存在一种微妙的亲缘关系。内陆城市只要扬长避短,准确把握影视与城市之间的内在逻辑和运作规律,就能在利用影视剧建构城市形象上面做出大文章、好文章。目前,株洲影视剧创作还处于初级阶段,在利用影视剧建构城市

形象方面,未来还有很大的发挥空间。株洲市政府可以通过对影视与城市关系的深刻把握,以更加积极、主动的姿态介入影视创作与生产,推动影视产业、企业、项目和投资落地,以建构更具魅力的“株洲”影像,实现城市影响力、吸引力和美誉度的提升。

参考文献:

- [1] 孙绍谊.叙述的政治:左翼电影与好莱坞的上海想象[J].当代电影,2005(6):36.
- [2] 陈晓云.电影城市:当代中国电影的城市想象[J].当代电影,2008(12):45.
- [3] 夏初蕾.台湾青春电影中的城市形象塑造与品牌传播研究[J].东南传播,2023(5):48.
- [4] 杨英,芦鹏.株洲两型城市品牌形象系统的构建分析[J].湖南工业大学学报(社会科学版),2016,21(5):42.
- [5] 金圣钧,李江梅,李宇皓,等.空间漫游与想象生产:在线影像中“网红城市”的媒介化建构[J].新闻与传播研究,2023,30(5):53.
- [6] 周江伟.时代的讴歌和历史的反思:评《奔腾年代》[J].未来传播,2020(5):89.
- [7] 邓丽.影像·城市·工业:光影世界中的城市形象建构[J].名作欣赏,2012(2):175.
- [8] 张经武.电影的“城市性”[M].北京:中国社会科学出版社,2019:51-52.
- [9] 王海洲,丁明.《长沙夜生活》:恋地情结、拼图结构与情教驱动[J].当代电影,2023(6):36.
- [10] 李军林.信息时代的媒介素养[M].长沙:湖南人民出版社,2010:3.
- [11] 温琳.从株洲文艺再攀“高峰”看株洲城市品牌打造[J].中国地市报人,2023(6):35.
- [12] 文学圈对话影视圈:如何实现双向赋能[EB/OL]. [2023-04-08]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1762604670557748488&wfr=spider&for=pc>.
- [13] 张宇奇.符号学视域下影视文本的城市形象传播研究:以电视剧《澳门人家》为例[J].新闻知识,2022(1):83.
- [14] 习近平在学习贯彻党的二十大精神研讨班开班式上发表重要讲话强调:正确理解和大力推进中国式现代化[N].人民日报,2023-02-08(1).
- [15] 李晓灵,王晓梅.建构和想象:中国电影中的国家形象之研究[M].北京:中国社会科学出版社,2016:1.
- [16] 周星,李昕婕.上海电影与节展建设:构筑城市文化的四重向度[J].电影文学,2023(7):10.

责任编辑:黄声波