

画展以“时代丹青”为主题,彰显中国工笔画这一古老艺术在时代更迭中不断壮大的生命力,展现当代工笔画在传统文化价值内核与图像时代的审美需求之间的多维探索与深刻思考。其潜在的兼收并蓄的强大包容性为工笔画在当代语境中的涅槃重生带来多重可能性和多元风貌。

网络文学“出海”促中外文化交流

马季

21世纪是一个全球文化争艳的时代,而一个民族的自信心,从根本上说正是源于其文化底蕴和文化创新力。我国网络文学诞生20余年,以传承本民族优秀文化为体,以接受消化外来先进文化为用,开创了中国特色的表现形式和传播方式。此前在乌镇举行的第六届世界互联网大会上,中国作协 and 浙江省委宣传部联合宣布,将每年一度在杭州举办的“中国网络文学周”正式更名为“中国国际网络文学周”,旨在顺应网络文学出海大趋势,与世界各国共享互联网文化的发展成果。

近几年,我国网络文学出现了规模化出海的现象,仅阅文集团海外门户“起点国际”一家,自2017年5月上线两年半时间里,就吸引海外原创作者近5万人,征集作品7万多部。可见我国网络文学受欢迎的程度和在海外的影响力。中文在线、掌阅科技和纵横文学等重点网络文学门户也在这波浪潮中纷纷布局海外市场,引发了我国网络文学出海的集群效应。

海外文化传播涉及的不仅仅是作品,传播方式和传播渠道也很重要。在商业模式上,我国网络文学运用自己创造的模式进军海外。首先是突破国产文学的出版授权、作品输出和IP改编等模式,利用海外平台支持当地作者进行内容创作与运营。这一模式不仅占据了海外文学阅读的市场份额,而且有效推进了中外文化交流互动。其次在地域拓展上,国产网络文学平台不仅登陆北美和欧洲等发达国家市场,并且开始通过国产手机制造商和海外电信运营商等渠道,迅速进入非洲、东南亚等新兴市场。

在经济全球化的大背景下,文化交流日益频繁,生逢其时的我国网络文学犹如一股清泉,正在加速汇入世界文化的洪流之中。深厚的文化积淀,通俗易懂的故事内容,丰富多彩的表现形式,强烈的交互性,充分展现了网络文学显著的跨文化传播优势。随着海外读者数量持续增加、国际影响力不断增强,我国网络文学或将成为讲述中国故事、弘扬优秀传统文化、推动构建网络空间命运共同体的重要载体。让世界了解古老的中国,走进崭新的中国,将是这一代人千载难逢的机遇。

作为跨文化对话的有效尝试,网络文学出海目前只是刚刚起步,未来的道路还很漫长,应对各种挑战,须有充分的思想准备。首要任务是练好内功提升品质,拿出一批经得起时间检验的优秀作品,同时大力提升海外传播力,在海外选择优质的合作伙伴,如优秀的翻译者、有诚意和实力的网络出版机构以及有效拓展传播渠道等。

网络文学具有开放、包容、平等诸多特点,已成为当代中国文化的有机组成部分,如今扬帆海外,展现了我国坚持改革开放不动摇的大国形象。用发展的眼光看,网络文学的未来不但属于中国也属于世界。这是历史的必然。

文化艺术编辑部
主任:王 志
执行主编:明 慧 宋若铭
新闻热线:(010)56805161
监督电话:(010)56805167
电邮:whzk619@163.com

“网络视听+”时代来临 谁分得第一杯羹

上海依托产业积累、文化积淀、资源集聚、技术先进和人才密集等优势,着力培育一批有竞争力的市场主体,生产了一批网络影视精品内容

张 婧

由国家广播电视总局网络视听节目管理司、上海市广播电视局等主办,上海市网络视听行业协会、上海炫动汇展文化传播有限公司等承办的2019上海网络视听产业周日前在上海举行。产业周包括3场圆桌分享会、“中国网+扶贫”成果发布会、阿里文娱自制剧项目推介会等,并本着“亲民、惠民、利民”的原则设置了“网络视听企业进商圈”环节,在龙湖上海虹桥天街、新世界大丸百货等商圈开展咪咕视讯5G技术展示、优酷YOU礼2020期待你、喜马拉雅有声图书馆、绘梦虚拟偶像“皮皮梦”互动体验馆等活动。

小群体撬动大市场

《2019中国网络视听发展研究报告》显示,2018年中国网络视频用户(含短视频)达到7.25亿人,全国在线视频市场达1871.3亿元,短视频市场同比增长744.7%,网络视听类应用场景化趋势显著。与此相应,网络剧、网络电影、网络纪录片等节目样式呈现井喷式发展,节目数量爆发式增长。

上海依托产业积累、文化积淀、

资源集聚、技术先进和人才密集等优势,着力培育了一批有竞争力的市场主体,生产了一批网络影视精品内容,逐渐成为仅次于北京的网络视听内容创制高地。

近几年来,上海网络视听企业纷纷在垂直领域发力,凭借差异化发展,以小群体撬动大市场,如创立于2009年的哔哩哔哩(B站)以二次元起家,多年来持续布局ACG(动画、漫画和游戏)内容,深耕内容生态产业链,投资动漫相关公司达49家,并在纳斯达克成功上市;PP视频通过战略转型,深耕体育领域,2018年企业估值达107亿元,企业增速高于全国在线视频市场增速。

除了聚焦视频领域,另一群人则瞄准了“耳朵经济”——音频市场。从最早创立的蜻蜓FM到紧随其后迅速壮大的喜马拉雅,再到国有广播的转型产品阿基米德,这3家沪上音频网站占据全国音频行业超过80%的市场份额,喜马拉雅估值达200亿元、蜻蜓估值达60亿元,让上海牢牢坐稳全国网络音频的“头把交椅”。

“创”科技带动新消费

随着大数据、人工智能、VR、

5G技术的发展,网络视听行业的边界也在不断扩大:网络播放平台从电脑端延伸到手机、平板电脑、投影、户外/电影超大屏;内容创作者从简单的UGC(用户生产内容)发展成为网络综艺、网络电影、纪录片、短视频、互联网音频、二次元内容、影游联动内容等PGC(专业生产内容)。

一方面,耀客传媒、柠萌影业、慈文传媒等植根上海的影视公司先后投入网络自制剧市场,与平台企业深入合作,在网络影视精品化发展过程中起到了举足轻重的作用。另一方面,一批新兴网络视听内容制作机构也积极打响自有品牌,规模日益壮大,如美果文化连续打造了《吐槽大会》《脱口秀大会》等脱口秀节目,企业估值已超50亿元;绘梦动画专攻二维动画创作,推出《狐妖小红娘》《一人之下》《从前有座灵剑山》《中国惊奇先生》等精品,2018年企业估值12亿元;腾讯影业、企鹅影视、时悦、兴格等影视内容制作机构生产的网络剧在数量和质量上都不断提升……

消费个性化、商品社交化正推动着网络视听平台寻求新的商业

模式。据了解,12月底,小提琴家黄蒙拉将在自己的一台音乐会中引入5G和VR技术,通过遍布现场的VR摄像机与5G运营商合作,进行线上直播,让“隔空”欣赏音乐会的观众仿佛置身现场。

而日益成熟的直播技术让文化演艺产品也有了全新的消费模式。在今年的上海国际艺术节上,英国国家剧院于2009年发起的高清戏剧现场放映NTLive项目首次登陆“青创周”,带来了英国皇家莎士比亚剧团3部作品,让观众跟随着摄像机穿越到不同的剧场空间欣赏演出。

可以说,随着网络视听企业与科技、演艺、教育、电商、旅游、金融等业态的紧密合作,多元互动、增强协同,“网络视听+”的产业生态圈正在形成。

“全”政策构建“绿”生态

上海网络视听业的产品爆款频出和产业态势向上,与上海政策的大力扶持密不可分。在“文创50条”(即上海市委、市政府2017年12月印发的《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》)政策引领下,2018年6月,上海市12

用时尚讲述兰亭故事

用时尚的文创产品,向游客讲述古老的兰亭故事,兰亭书法博物馆文创产品展区成为游客们的“打卡地”。兰亭书法博物馆景区自2016年开发文创产品以来,已经形成兰亭集序·书法系列、曲水流觞·雅集系列、羲之爱鹅·鹅系列等7大系列700多款产品,开设4家门店,并开通淘宝、微信等线上业务,取得了良好的经济效益和社会效益。图为近日,游客在兰亭书法博物馆文创产品展区挑选文创产品。

本报记者 王健生 摄

延伸阅读

农民马瑞峰的“花儿”梦

为更好地保护和传承流传在西北地区的一种高腔山歌“花儿”,宁夏目前已在全区建成17个“花儿”基地,认定40多位区、市、县三级“花儿”传承人

刘 海 谢建雯 马思嘉

暮色渐浓,46岁的农民马瑞峰调试好手机、话筒,照例与直播间的“花粉们”互动之后,便提起嗓门对着手机镜头唱起了“花儿”。

作为流传在西北地区的一种高腔山歌,“花儿”曲调高亢悠扬,2009年被正式列入人类非物质文化遗产代表作名录。马瑞峰的家乡——宁夏回族自治区吴忠市同心县“花儿”基础深厚,用当地“花儿”爱好者的话说:“花儿”生长在家乡的土壤里,也流淌在家乡人的血液里。

“小时候,我经常听爷爷和父亲唱‘花儿’,种地唱,放牛也唱。唱的都是身边事,调子也好听,我就跟着

一起唱。”从小耳濡目染学唱“花儿”,马瑞峰练就了一副好嗓子,关于“花儿”的梦想也在心底萌芽。

因家境贫寒,他18岁那年就开始漂泊打工,辗转甘肃、青海、陕西、新疆等近10个省区,挖水渠、铺路、跑建筑……累了、闲了,就给工友唱“花儿”排忧解难。“一唱起‘花儿’,我感觉家乡、亲人就在身边。”马瑞峰说。《湾断头的萝卜》《梁三哥》等“花儿”曲目是马瑞峰的最爱,因歌词质朴热烈,曲调高亢婉转,直抒胸臆、风格独特,获得工友们好评,有的工友还拜他为师,学唱“花儿”。

因为热爱,所以执着。通过“山花儿漫过半个城”等“花儿”微信交流群,马瑞峰寻访到几位专业指导

老师,他虚心求教,系统学习宁夏“花儿”的演唱技巧。

为更好地保护和传承“花儿”,宁夏目前已在全区建成17个“花儿”基地,认定40多位区、市、县三级“花儿”传承人,马瑞峰就在其列。而受益于“中国非遗传承人群研修研习培训计划”,2016年他又进入宁夏艺术学院学习“花儿”,演唱水平明显提升。

随着网络直播平台兴起,马瑞峰也在两年前注册了账号,开通“花儿”直播间,利用闲暇时间在工地、宿舍、山头等处漫唱“花儿”。“‘花儿’本是心里话,不唱由不得自己。再苦再累喊一嗓子好像就舒服了,一天不直播这心里就不踏实。”

然而,带有浓郁地域特色和地

方方言的“花儿”调好听、曲难懂。为了让工友、网友听懂“花儿”,马瑞峰在原曲基础上,根据工作生活场景和所感所想填词,融合传统与现代,表现怀旧与时尚。

去年元旦前,被阖家团圆的喜悦和没挣到钱的忧愁包围的马瑞峰,在返乡火车上一夜未眠,写下了一首《出门人难》:出门没钱不敢在街上走……只要阿哥你人平安,我们慢慢地渡难关……

没想到,播出后短短几天内,这首曲目获得近15万点击量。“出门人都有难处,但家人的支持和理解让我们宽心,只要人勤快,日子总会好起来,我想用唱‘花儿’的方式把这种正能量传递给他们。”他说。