

网络文艺：精品化创作是大势所趋

牛肇笛 郑紫薇

近些年来，随着互联网视听平台的高速发展，网络文艺在经历了“野蛮生长”之后，正在向精品化创作方向转型。未来，网络平台和创作者如何在瞬息万变的网络文艺空间中留蓄发展活力？如何在泥沙俱下的网络文艺生态中坚守精神高地？在中国传媒大学戏剧影视学院青年教师朱传欣看来，“坚持深耕品质、精益求精的初心使命是根本，坚持精品化的创作传播路线是关键”。

聚焦真实 网络综艺应深入挖掘内涵

在经历了前些年的井喷式增长之后，今年以来网络综艺节目不论是在数量还是质量上，都进入了“沉淀期”。在网络综艺内容触角不断延伸至各大领域，实现多点开花的同时，网络综艺创作、传播、接受和再生产等环节的质量要求也不断提升。

内容创作上秉持匠心、打磨精品，题材选择上加速突围、垂直破壁，是网络综艺发展的必经之路。除

去观众熟悉的文化类节目，今年还有一批题材独特、形式新颖的网络综艺异军突起，获得了高关注度与口碑，其创作其性不外乎深挖垂直领域，遵循精品创作路线。网络综艺与生俱来的流行性、大众性特点，使其更易陷入资本逻辑和娱乐主义陷阱。为此，内容生产者须跳离陷阱，树立精品意识，还原真实生活，端正价值导向，挖掘网络综艺“娱乐外衣”下的丰富内涵。在首都师范大学文学院副教授秦勇看来，“网络综艺要真正挖掘深度，就要增加网络受众的选择性、接受参与的互动性以及文本意义的开放性。单纯娱乐倾向的节目宗旨，与精品化的网络文艺创作路线并不相容。”

回归理性 网络剧应告别塑料质感

2018年上半年，中国网络剧整体上线量较2017年同期减少了21.62%，而播放量却大幅上升，高达764亿次，较2017年上半年增加

56.08%。可见，近年来国产网络剧生产数量明显下降，但类型题材和文艺空间却得到拓展，精品剧作的比例显著提升。国产网络剧逐渐回归理性，“网剧热”降温，意味着网络剧行业正在摆脱“野蛮生长”原始样态。

近年来，《白夜追凶》《河神》等优质国产网剧纷纷走出国门，亮相海外。一系列“华流出海”的热点事件证明了，国产网剧有能力改变以往粗制滥造的快餐式制作模式，转向精细化创作与运营。但是，国产网络剧作品在海外受到热捧的同时，也要戒骄戒躁，一些问题正在浮出水面。目前，网剧的“华流出海”仍然面临传播不对等、品相参差、文化对话空间有限等诸多问题，虽然逐步开始在全世界范围内发芽结果，但在影视工业能力较为强势的国家，国产网剧的影响力依然有限。在文化评论人何天平看来，“网络影视作品只有不断修炼内功，真正告别‘野蛮生长’的制作模式，才能从创作源头上杜绝塑料质感”。

坚守品质

网络纪录片大有可为

近年来，随着《我在故宫修文物》等一系列纪录片在网络走红，纪录片成为各大视频网站争相抢夺的“香饽饽”。去年以来，腾讯视频、优酷、爱奇艺等三大视频网站纷纷在纪录片方面有所行动，在购买成片、定制作品的同时，招兵买马，壮大自己的纪录片制作团队。与此同时，一批来自传统电视媒体的优秀纪录片创作人才流向视频网站，也促进了不同平台之间纪录片人才的流动，势必对整个纪录片行业的发展带来巨大影响。

和综艺、剧集、电影等商业化程度已经较高的节目类型相比，起步不久的纪录片对于视频网站来说仍然是亏本的领域，但这并不妨碍各大视频网站花钱涵养这个“阳春白雪”的内容品类。腾讯视频总编辑王娟说：“我们就觉得这样的内容是好的内容，是我们应该有的，所以我们对纪录片近期的商业目标并没有明

确的规定，并不着急把它的投资回报找回来。”

网络纪录片的发展正在步入正轨，阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群纪实中心总监李炳介绍：“就目前而言，纪录片在各视频网站所有节目中所占的比重并不大，但大家更看重的是纪实内容在未来的发展，这是一个尚未被系统开发的优质内容资源，在未来有巨大的发展潜力和空间。”目前，视频网站的整体受众和用户是非常年轻化的，这和传统电视平台的受众有较大不同，如何让中国众多的年轻人成为纪录片的观看者、分享者、参与者，甚至推动者，正是各大视频网站正在努力的方向。

网络文艺作为数字时代特有的文化产品，与数以亿计的中国网民同呼吸、共成长。精品化创作的网络文艺，将成为滋养民众品性的无尽源泉和培育大众文化的坚实土壤。只有坚持创作精品态度，才是网络文艺正确的打开方式。

（据《光明日报》）

贾贤莉 枣泥粗粮包里的思念

又到了枣子上市的季节，街上摊贩的吆喝声“又甜又脆的冬枣咯”远远传来，思绪一下子飘回了童年。

小时候，外婆家的院外有一大片果园，种植着多种果树。到枣儿成熟时，外婆每天一大早，就挑着它们到镇上的集市里去叫卖。到了天黑回家，外婆就把剩下不多的枣儿分给我们吃。那时，家里的孩子多，生活贫困，外婆刚把枣儿拿出来，大家就一抢而光。瘦弱的我只能捡几颗裂枣，咬上一口，味道苦涩，却总舍不得扔掉，攥在手里，分外珍惜。

那时，我身体孱弱，面黄肌瘦，外婆便趁哥哥姐姐们不在家时，偷偷地做枣泥粗粮包给我吃。那是独属于我和外婆的幸福时光，我总是跟在外婆的身后转悠，外婆忙碌的身影，像一只蜜蜂在花间辛勤地采蜜。

外婆通常先把枣子拿到太阳底下暴晒，枣儿越晒越红，越晒越干。待枣子的表皮被晒得皱巴巴了，外婆从存放红薯的泥土仓库中取出一些红薯，便着手做起枣泥粗粮包了。外婆一般最先开始做枣泥馅儿，她把干枣和红薯洗净，煮熟，红薯剥掉皮儿，干枣去掉核儿。这时，我总是嘴馋地伸手去拿红薯，一边吃着红薯，一边看着外婆忙活，外婆总是笑眯眯地说：“少吃点红薯，不然过会儿该吃不下包子喽！”

接下来，外婆用擀面杖把红薯和枣儿捣成泥状，加入高粱粉、黑芝麻和红糖，搅拌均匀。然后开始和面，在面里加點酵母，用温水化开，使劲揉和。待揉匀后，放到冒着丝丝热气的灶台上发酵，很快发至两倍大。将其压扁继续揉，直到里面的气泡都被排出来。然后，揪下一个面团，往里面加點馅料包起来。每到这时，我便学着外婆的样子包，却总是包得像个小丑，远远赶不上外婆的手艺。但外婆总会一脸慈祥地看着我，夸我能干。

当枣泥粗粮包还在蒸笼里时，香气早已溢满了整个厨房。我像只馋虫一样，时不时地窜到厨房里，问外婆蒸好了没有。总算起锅时，喷香扑鼻，我顾不上包子烫手烫嘴，拿起便开吃。枣泥粗粮包口感松软，香甜无比，甜润之感瞬间席卷了舌尖上的每一个味蕾。

后来，在外地打工的妈妈来接我，想把我留在身边。临走那天，外婆递给我们满满一篮刚蒸好的枣泥粗粮包，对妈妈说：“这是莉儿爱吃的，拿回去紧着她点，千万别让她饿肚子……”

看着满篮的枣泥粗粮包，我早已眼含泪光。

食坊闲话



回到故乡 陈闲珍(广西)摄

湖北交投鄂西北公司召开“书香鄂西北 全民享阅读”总结表彰会

本报讯（金伟忠 刘晗）为了进一步弘扬“全民阅读”精神，日前，湖北交投鄂西北高速公路运营管理有限公司工会在机关驻地职工之家拉开了“书香鄂西北，全民享阅读”总结表彰大会的序幕，共有来自鄂西北片区兄弟单位以

及30多家基层单位的90余名工会会员代表一起分享了这场书香盛宴。

整个活动历时近5个月，按照一年四季各有不同的要求，先后开展了春之“阅”读书品阅季活动、夏之“悦”朗诵小站音频展示活动、秋

之“越”“阅读伴我成长”主题征文活动、冬之“乐”阅读分享好书漂流等系列活。在总结表彰会现场，鄂西北公司各片区分工会围绕“书香鄂西北 全民享阅读”主题，将员工自编自演的8个“书香”节目，极大地展现了“书香工会”和“幸福鄂西北”

的文化底蕴。

据悉，下一阶段，鄂西北公司工会将按照集团公司党委、工会和公司党委的工作部署和要求，继续举办多种多样的阅读和征文活动，积极营造崇尚读书、崇尚知识、崇尚文明的良好风尚。

网红经济如何更靠谱？

钟俏莹

“双11”的热潮刚刚退去，电商平台上多家人气店铺交易额破亿，表现抢眼。依托新型传播平台，有人依靠姣好的面容，有人展示特殊的才艺，有人借助社会热点，在短期内吸引了大量粉丝追随，成为网红。然而，不论是吸引大批年轻人争相“打卡”的网红奶茶店、网红书店，还是紧追潮流、销量巨大的网店品牌，在满足了人们好奇心理和个性化追求的同时，宣传不实、性价比不高等问题也引发争议。专家指出，微博广告、品牌代言、直播、电商等多渠道流量变现方式催热了网红经济，但网红经济也需要加强规范和引导。

不实宣传不可取

所谓的“网红”现象，其实就是常在社交平台上依靠鲜明而独特的性格和人格聚集社会关注度，获得大量的粉丝追捧后形成定向营销市场。其背后，往往具有一个庞大商业化运营团队。

据了解，卖产品和接广告是网络红人常用的变现方式，网红依靠自身人气创造话题增加活跃度积累粉丝量，再经过一系列的营销推广手段吸

引粉丝购买，提高粉丝转化率获得流量变现。齐颖是北京一所大学管理学专业的在读硕士研究生，跟许多年轻女孩一样，网红淘宝店里新潮的服饰和多样的款式符合她的审美需求。

“我会有固定关注的网红淘宝店铺，尤其是换季或者上新的时候总会更关注店铺动态。”齐颖说，“但是我买来的大部分衣服当时看着好看，一穿就不行了，或者存在其他的质量问题。如果综合考虑商品的价格和使用寿命，感觉网红代言的商品性价比并不是很高。”对此，齐颖很纠结。

精修过的照片、编导策划好的短视频、线上花钱刷好评、线下雇人排长队……不少人发现，网红宣传中或多或少存在夸大甚至是虚假的成分。过高的宣传预期和较低的价格比形成的强烈落差会过度消费粉丝的支持。齐颖说：“我更会在意其他买家对网红店铺的评论，一旦发现是虚假宣传之后就基本不会继续关注了。”

有人气更要有品质

今年22岁的陈泽南家住杭州，刚走上工作岗位不久的他常爱“打

卡”当地的网红美食店铺。由于网络红人的推广代言，一些风靡直播、微博、朋友圈的网红店往往需要排队等候，但这并不影响他的热情。值得注意的是，新媒体宣传方式为网红产品“一夜爆红”提供了便捷的快车道。

作为眼球经济、社群经济、粉丝经济的产物，网红不仅是社会现象也是商业产品。网红经济搭乘着电商、直播、新零售的快车，融合了直播、社交、区块链、共享经济等多种新模式，正在构建上下游全产业链的整体布局。然而，如果过分依附营销炒作、外表包装等手段，形式大于内容，就会让网红经济难以维持。

金女士是独立设计女装品牌的创始人，大学阶段尝试过做电商，也有在直播平台的公会近距离接触网红的经历。相比于网红，金女士则更倾向于找普通人进行宣传。“淘宝上一些网红店的产品介绍，把打版和用料吹嘘的了不得，专业的人看起来就知道太假了。为了回避网红代言的产品性价比不高的刻板印象，在宣传的时候我们会找一些普通的人。”她说。

规范引导很重要

专家指出，包装和美化是催生“网红经济”的必要手段，拥有巨大销售量的网红店铺依靠外形靓丽的模特以及社交平台上的粉丝来带动消费，但也易出现脱离实际的宣传，引发行业乱象。

“网红现象的出现，在市场上确实有很大的带动作用。但因为网络的特殊性，对网民的导向具有偏差，因此我认为大多数网红塑造的生活也不一定有太大的参考价值。”金女士说。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍表示，2019年1月1日即将正式实施的《电子商务法》将对网红经济作出有力的法律约束。“规范和引导网红经济发展需要做到网络直播全程留痕，对商品资质进行严审，若出现售假行为则应严惩，由平台承担主体责任，从而为消费者提供保障。同时，网红经济应朝着去中心化发展，防止虚假宣传的行为。”朱巍说。

（据《人民日报海外版》）

大观园

【第153期】

本报讯（王鑫）陶器瓷器搭配绿荫曲径、皮影布偶搭配投影屏幕、羌族服饰搭配芯片人偶……传统工艺与现代设计融合，究竟能碰撞出怎样的火花呢？11月23日，“巴蜀工坊”四川传统工艺与现代设计展在四川省科技馆正式拉开帷幕。

本次展览将“气韵生动”的中国审美标准作为策展结构的基本思路，将四川非物质文化遗产的代表性传统手工艺门类分为“雅气”“绣韵”“巧生”“影动”4个篇章，呈现了一场“非遗”与创新、传统与现代交织碰撞的创意大展。现场共展出300余件作品，涵盖了竹编、织绣、唐卡、银花丝、烧造、漆器、皮影、木偶、年画、木雕、油纸伞等类别。

在策展细节上，本次展览邀请了国际化的青年艺术家团队，进行了全新创作。展品采用巴蜀老家具替代传统展柜，又以新媒体的表现方式焕发传统工艺品的新生，充分体现生活化、场景化和互动性。据悉，本次展览将持续至12月2日（11月26日闭馆一天）。观众可免费预约入馆参观。四川历史悠久，巴蜀文化厚重。改革开放40年来，四川省不断创新非遗保护的路径，大力推动优秀传统文化的创造性转化、创新性发展。特别是近年来，四川省颁布实施了《四川省非物质文化遗产条例》，制定出台了《四川省传统工艺振兴实施计划》；大力推动乡村文化振兴，在深度贫困地区设立非遗扶贫就业工坊、传统工艺提升点和“师带徒”点；大力实施非物质文化遗产传承人研修研习培训计划；实施国家级、省级非遗代表性传承人抢救性记录工作；突出“见人见物见生活”的非遗保护理念，连续成功举办六届中国成都国际非遗节；推动优秀传统文化进社区、进校园，推动非遗融入当代、融入生活，让非遗保护与国家脱贫攻坚、乡村振兴、传统工艺振兴紧密结合，使四川非遗保护利用水平不断提升，呈现出活态活力、健康发展的良好势头。

据悉，目前全省拥有人类非遗代表作名录6项、国家级项目139项、省级项目522项，有国家级代表性传承人107人、省级764人，国家级非遗生产性保护示范基地7个，位列全国非遗保护第一方阵。其中以蜀锦、蜀绣、木版年画、藏族唐卡、石刻石雕、藏羌刺绣、竹编、漆艺、陶瓷烧制、金属锻造、民族服饰等为主的传统美术与手工艺类产品更是深受人民群众喜爱。

作为2018四川传统工艺与现代设计发展大会的主体活动之一，“巴蜀工坊”四川传统工艺与现代设计展既要展示改革开放四十年来四川省非物质文化遗产传统工艺保护成果，也将展出“2018传统工艺与创意设计大赛”优秀作品，寄望于通过这样的展览和大赛，聚集国内外优秀设计师资源，挖掘当下新生代原创力量，引导传统工艺与现代文化创意设计紧密结合，紧贴大众生活，真正实现四川传统工艺的薪火相传。

黑龙江省明年将 提高最低生活保障标准

新华社哈尔滨11月22日电（黄腾）记者22日从黑龙江省民政厅了解到，明年1月起，黑龙江省将上调最低生活保障标准，城市最低生活保障标准将由每人每月540元提升至556元，农村最低生活保障标准将由每人每月3780元提升至3900元。

这是黑龙江省连续十二年提高最低生活保障标准。从2012年开始，黑龙江省城市最低生活保障标准年均增长12.1%，农村最低生活保障标准年均增长18.1%。此外，明年起，城市特困集中供养标准将由每人每年14520元提升至15420元，城市特困分散供养标准将由每人每年10164元提升至10800元；农村特困集中供养标准由每人每年7548元提升至8424元，农村特困分散供养标准由每人每年5280元提升至5892元。

传统工艺与现代设计融合碰撞出独特四川味道