

放大先发优势，加快建设网络文化产业高地

饶先来

首款国产3A游戏《黑神话：悟空》火爆“出圈”，一时成为海内外媒体关注的焦点，网络文化产业的爆发力和影响力着实令人惊叹不已。

以网络游戏、网络文艺、网络视听等为核心板块的网络文化产业，是一个天然的创意、高科技行业，发展速度快、成长空间大、外溢与带动效应明显，已成为文化创意产业的关键领域。

以游戏业为例，有研究报告显示，二十年来游戏行业年复合增长率高达6.8%，是娱乐和媒体领域增长最快的行业，已成为超越电影和音乐的全球第一大娱乐行业。据美国娱乐软件协会(ESA)研究发现，游戏业每一个岗位可以给整体经济带来两个额外的岗位，往游戏行业每投入一美元，就可以给经济带来额外1.21美元的收益。

作为一个快速扩张且持续增长的商业和娱乐领域，网络文化产业是数字技术和创意传统发展的推动者，已成为科技创新和经济增长的强劲引擎，以及中

华优秀传统文化传播的有效媒介。

建设网络文化产业高地，上海具备明显优势。近年来，以数字化、网络化、智能化为特征的上海文化新业态呈现高质量发展态势，以网游、网文、网剧为代表的网络文化承载着东方神韵，“出圈”“出海”又“出彩”，“中式美学”东风西渐。

官方数据显示，2023年，上海网络游戏实现销售收入1450亿元，全国占比超三分之一，其中海外收入36.2亿美元；网络文学产业销售收入逾100亿元，拥有全国网络文学作家签约数近90%；网络视听相关产业年销售收入逾2200亿元，平台用户约5.1亿，覆盖全国近一半网民。上海网络文化产业在国内的领先地位进一步稳固。

上海网络文化的产业基础好、集聚度高，头部企业数目多、实力强，专业人才总量大、创新力强，行业活动层次高、影响大，在全球产业网络中的地位日益显著，为建设世界影响力的网络文化产业高地注入了强劲动能。当前，国际

贸易环境复杂，国内产业竞争格局新变，上海加快建设网络文化产业高地面临重大机遇，也有新的挑战。

新起点新征程，上海加快打造有世界影响力的网络文化产业高地，要汇聚政府企业社会三方合力，聚焦优化战略布局，坚持精品创制，完善产业生态，优化营商环境，实现“出海”发展。

具体说来，首先要加强顶层设计，优化战略布局，引领产业持续高质量发展。

随着信息技术的迅猛发展，网络文化产业总体上仍处在拓展上升阶段，管理部门要进一步加强顶层设计，优化战略布局，引领网络文化产业持续高质量发展。一方面，要重视对大模型、AIGC等新技术的跟踪研究，推进5G、大数据、区块链、人工智能等网络文化底层技术建设，不断强化产业战略布局，抢抓产业新业态和新赛道的发展机遇，为新兴产业企业在深耕细分赛道的基础上，尽早布局战略型产品，拓展产品结构矩阵，实现

增量扩张，提升自身的行业话语权和国际地位，积极参与行业规则和标准制定。

其次，应坚持精品创制路线，创造“大流量”、传播“正能量”，提升产业企业影响力。

网络文化企业要强化创意素养和数字素养，持续提升自主创新和研发能力，多出精品、精品、优品，创造“大流量”，传播“正能量”，进一步提升自身的行业地位、社会贡献度和影响力。管理部门要优化精品创作扶持政策和评奖机制，把好方向、守住底线，引领发展，为建设清朗文明的网络空间，加快建设网络文化产业高地提供重要保障。

打造领先的产业生态，还需要营造良好的发展环境，充分激发企业创新创业活力，推动产业繁荣兴盛。

政产学研用要密切合作，共同打造全球领先的产业生态系统，推动骨干网络文化企业产业链上下游行业单位组建创新战略联盟，共建“未来场景实验室”，加

强网络文化领域核心技术、共性技术、关键技术的研发。管理部门要在产业政策方面进行迭代升级、持续供给，赋能助力产业发展，重视中小企业的发展利益，培育好孵化好初创企业。市区要进一步联动，顺畅扶持政策落地机制和对接机制，引进产业战略合作机构，培育领军企业，推进产业和人才进一步集聚。要顺应产业发展的现实要求，进一步革新体制机制，健全完善保护企业核心利益的法规体系，加强专利保护、统计分析、金融支持、知识产权保护等方面的立法和司法保障。要牵头推动大数据权属确定、产权使用和交易法规的制定，制定AI作品著作权归属法规。要牵头推动产业企业与华为、腾讯等技术支持集成平台携手合作，研究利用区块链进行版权跟踪和收集，创意产品的众筹、数字广告影响的测量和盗版的预防、为产业企业创造更好的发展环境。

在国内市场竞争加剧的时代，相关企业要进军更广阔的全球市场，谋求更大发展，需要汇聚政府、社会、企业合力，

共同探索具有整体性、本土化、精准化的内容生产和发行出海模式，推动产业进阶发展。

管理部门不妨大力整合出海平台资源，比如借力于文化“两创”和“一带一路”文化交流合作出海平台机制，搭建并用好国际性产业交流平台，健全网络文化企业出海激励机制。行业协会和专业性服务机构要进一步做好企业出海辅导和培训，通过举办国际性行业展会、论坛等活动，为企业寻找海外合作伙伴创造条件。企业则要做足出海发展的功课，了解目标地本土文化、用户产品偏好，遴选合作伙伴，实施从研发到运营的本地化路线，构建在地发行销售落地机制。有实力的企业可谋划在本地建立研发工作室，或收购本地研发发行企业，采用本地化战略实现出海发展。

(作者为上海市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心研究员，上海社会科学院文学研究所副研究员)

古韵今声，别样花火

——评总台《中秋国风音乐会》

尹鸿



《秋水相连照月明——中秋国风音乐会》演出照

当前视听传媒领域，传统文化类节目精品不断。以中央广播电视总台(下称“总台”)播出的《上线吧!华彩少年》《拿手好戏》《国风超有戏》等为代表的国风视听节目纷纷掀起收视热潮，汇聚成一股深受年轻人喜爱的“国风”传播热流，体现了当下传统文化节目深耕年轻受众、强化引导力塑造的制播态度。在此背景下，戏曲艺术也被越来越多年轻观众所接受，并不断扩大其影响力。

近日，总台推出的《秋水相连照月明——中秋国风音乐会》，在花灯月圆的中秋佳节，来到浙江湖州溇村，以“流水如歌”“望舒雅集”“山水乐章”为篇章，进行一场国风音乐会。音乐会以“戏曲+流行音乐”的模式为载体，充分把握中华优秀传统文化精神内涵，将青春色彩融入叙事，为中华优秀传统文化当代表达打造新形态，颇具文化创新亮点。

中秋节不仅是团圆的象征，更是中华优秀传统文化诗意与浪漫的化身。在中秋佳节举行一场国风音乐会，不仅恰逢其时，更具有特别的意义。国风音乐从传统音乐、传统诗词中汲取大量灵感，通过古典与现代的巧妙融合，赋予其新的生命力，既能够唤起人们对中华优秀传统文化的共鸣，也能满足现代观众的审美需求。音乐会会将国风唱演、文旅体验、文化雅集融为一体，以优质的节目内容在浓厚的水乡气息中展现出溇村厚重的文化底蕴，通过国风音乐的优美旋律，将这份月圆之夜的和睦美好的情感传递给观众，以古韵颂今声，绽放出独属中秋之夜的别样花火。

音乐会荟萃了15首各具特色的国风歌曲，这些作品大多创作于原创国风音乐节目《国风超有戏》。众多国风音乐人齐聚溇村如诗如画的水村情境中，行歌交友，唱演一体，以《国风超有戏》的节目“余温”点燃中秋之夜。歌曲生动展现了“仁”的家国品格，“禅”的高洁意境，“情”的文化认同，“乡”的共同记忆等中华优秀传统文化

深层意蕴。“心之安处是吾家，仁信孝悌日常的对话。”《心之安处》将“仁”的哲思嵌入歌词里“家”的意象营造，溇村的现场呈现更显现仁爱之风的淳朴与悠扬；《家风传千古》《山河不老》《朝天子·辛弃疾》对“仁”的品格进行了更为深刻的家国阐释，蕴含着“泛受众，而亲仁”的情操滋养。《追月》以婉转动人的唱腔，描摹了嫦娥奔月时的所见所感，何塞飞的现场演唱为中秋之夜增添了颇具禅意的空灵之美；《白云深处有人家》把空谷幽兰、萦绕云山的禅意境与欢脱抓耳的曲风有机融合，以流行语汇演绎传统美学。《再游牡丹亭》《大西厢》《唯情不变》的灵感来源于《西厢记》《牡丹亭》等经典名剧，通过对古人“愿天下有情人都成眷属”“情不知所起，一往而深”的情感认同进行“再度共创”，表达出令当代青年产生共鸣的情感态度。《人生只合住湖州》《馄饨赋》厚植于湖州人的原乡情浓，不仅承载着湖州观众的乡愁记忆，更能唤起广大受众中秋团圆的共同感怀。

音乐会以文旅真人秀的方式，对溇村非遗民俗等文化遗产进行传播赋能。节目中，主持人引领观众走进溇村宋韵水乡古村落，穿梭在“腾蛟”“起凤”“化龙”“天保”四座历史名桥之间。这不仅是对溇村千年历史的见证，更是引领观众沉浸式体验文物古迹的厚重与积淀，使得桥梁古迹成为现代人感知历史、触摸文化的一座“新桥”。观众跟随嘉宾们一同体验溇村的精妙技艺，体味一针一线所凝聚的心血与智慧。在深度体验中，积极探索非遗与现代生活的连接点，助力非遗与旅游融合发展。

与此同时，音乐会也通过文化雅集的形式，积极探索和创新中华优秀传统文化的时尚表达。“吃螺蛳”绝活演绎更为音乐会增添了一抹专属湖州的亮色，让这段来自溇村有剧湖剧《朝春吃螺》的表演片段为更多年轻观众所关注和喜爱。文化雅集上呈现的众多节目在保留传统精髓的基础上，又融入了现代审美，以更具想象力的方

式品析、传播着中华优秀传统文化。

音乐会在制作理念方面的创新同样引人注目。音乐会以“小而美，雅而精”的审美观念，通过在溇村实景拍摄，带领观众在水乡古村中发掘中华优秀传统文化的精髓。在溇村乡间寻觅国风大美。这种审美观的创新，不仅不会让观众感到视觉疲劳，反而能拉近观众与中华优秀传统文化的距离。其次，音乐会巧妙地运用影视化拍摄手段，立足中秋这一传统佳节，助力中华优秀传统文化与当代审美进行对话。节目以一场充满青春气息的音乐会，对传统戏曲、诗词歌赋、风土人情重新回眸，充分发挥视听语言的优势，突破舞台束缚，扩充画面信息量，加快节奏感，增强感染力。

回看总台传统文化节目热播现象，对拓展视听节目创作思路有诸多启示。首先，节目要善于把握中华优秀传统文化在形式之下的精神内核。中华优秀传统文化之所以能历久弥新，正是因为其中对“人”的关怀。当代观众能被跨越时空的力量所触动，说明视听节目创作者对中华优秀传统文化的精神内涵进行了高度提炼。其次，节目积极为中华优秀传统文化的当代表达创造新形态。推动中华优秀传统文化与文旅融合的“双向奔赴”便是其中之一。突出的地域属性不仅为节目带来了独特的形式感，还为青年观众提供了更多优质的旅行“种草”选项。最后，节目结合多种影视化手段呈现中华优秀传统文化内容。在融媒体时代，采用影视化拍摄不仅能够更新电视语言，还能带给观众更强烈的沉浸感和情境感，有助于节目内容的破圈传播，促进媒介融合。

继往开来、守正创新，总台这一系列传统文化精品节目，不仅在展示中华优秀传统文化的深厚底蕴，也为未来的节目创作提供了丰富的启示，具有文化引领的示范性。

(作者为清华大学教授，中国文艺评论家协会副主席)

潮水退去：『王妈』叙事的生成与挑战

方冠男

“王妈”的生成：话语权力的下放

“王妈”系列的叙事当然是有创意的：从保姆的视角来评价一个每天都在上演典型总裁娇妻狗血恋情的“豪门”。于是，以往司空见惯的“霸道总裁爱上我”的情节模式就显得荒诞可笑，甚至充满失智的“神金”效果。

与此同时，这种荒诞、失智以及“神金”的实质，显现出了总裁、娇妻以及女二号等所谓的“上等人”视角对草根阶层的忽视，这就使得“王妈”叙事在具备了独特性的同时，也显现出了某种自上而下的批判性，而且，既批判了过去文艺作品中某种不假思索的套路叙事，更批判了这些套路叙事中所渗透着的某种集体无意识，即草根阶层的“被塑造”——他们或“被塑造”成反派坏人，或“被塑造”成毫无个性的工具人，而他们真正的个性、生命、体验乃至姓名都不被关注。换言之，在已经成为套路的传统文艺作品里，草根处于群体性失语的状态。而“王妈”的特殊性就在于，她让这些人在套路化叙事中被具象化、个性化乃至自觉化了，于是，上层叙事的套路化、肤浅化乃至于虚饰化，就被极其明确地“暴露”出来了。

观众当然是接受这种“暴露”的，“王妈”的爆火说明了这一点。除此以外，受众接受“王妈”的互联网奇观中还有另一层内涵，那就是：人们在接受“王妈”叙事的同时，其实是在群体性地享受着叙事权力下放的快感。“王妈”成了主角，偶像剧的故事如此就开始被重构了，以颜值优势、年龄优势、人设优势为先的偶像叙事如此被消解了，王子公主般的爱情显得极其矫揉造作以及“何不食肉糜”。当然，要注意的是，从“仰望”到“俯视”，这俯仰之间的叙事立场调整，是基于自媒体时代的话语权力下放为前提的，随着自媒体时代到来，人人都可以是艺术家，人人都可以拍摄，人人都可以讲故事，于是，故事讲述者的立场就显得尤其重要了，“王妈”故事也因此得以“笑”的方式来嘲讽以至于消解文艺作品中的精英想象。

“王妈”的悖论：叙事的依附性与叙事者的阶层跃迁

“王妈”系列爆火的时候，有网友指控“七颗猩猩”团队所在的武汉荒野文化传媒有限公司压榨员工，随即在互联网引起舆论风暴。风暴的焦点在于：总在屏幕里替打工人伸张正义的“王妈”，转头就背叛了每天蹲更新的真打工人们。

“王妈”叙事的爆火与翻车这一过程，其中的微妙意味在于：“王妈”的爆火，其实是源自对精英叙事的颠覆，而“王妈”的翻车，也正是这种颠覆性在数据流量与资本大潮中的被冲击。一种极其戏剧性且吸引眼球的说法说明了这一点——扮演下列者的“王妈”事实上是上位者。互联网网民迅速被这一说法裹挟，于是，短期内大量圈粉的“王妈”也旋即遭遇了互联网流量的反噬，虽然公司很快进行了公关处理，风波之后，“王妈”故事也持续更新，但其作为现象级爆火的热度便再也不可能出现了。

迁。而当“王妈”的阶层跃迁在剧中呼之欲出的时候，它终于还是回到了某种霸总叙事——只不过，这个霸总是顾景琛，而是赵管家罢了。

而比剧集更有意味的是，“王妈”的阶层跃迁在现实中更直观地发生了：创造“王妈”叙事的“七颗猩猩”比“王妈”更早完成了阶层跃迁，而她实现跃迁的工具，也正是具备“王妈”特点的自媒体时代的平民化内容。如此看来，作者在作品中的情节编织，与自身的生活内容，形成了微妙的互文。

“王妈”潮汐：互联网通俗文艺叙事的挑战

从受众层面来说，“王妈”叙事是典型的通俗文艺，它反映出了某种草根视角，让被塑造的隐性价值观在某种程度上实现了反叛。这不由得让我们想到通俗文艺历史上的活力时刻：话本传奇、勾栏唱赚、花部争胜、市井小说……当这些历史时刻被连级至今，最终延续到互联网自媒体的现象级短视频上的时候，我们可以清晰地感受到某种草根力量的坚韧；时代会变化，文体会变化，观念表述的形式也会变化，但是，唯其不变的，恰是对烟火人间充满热情且接地气的日常表达。从这个角度来看，“王妈”叙事的爆火乃至于足以在短期内成为一个IP的潜力，也就可以理解了。

但与此同时，我们必须清楚，与传统文艺认知视野中的“通俗文艺”不同，“王妈”叙事不仅仅是“通俗文艺”，它同时也带有典型的新媒体时代的接受特点：互联网受众的网格化。当全互联网时代终于到来，互联网人群的网格化特点也愈加明显，于是，“人群”从“人”这个概念中被抽离出来，围绕着不同的人群，大数据匹配着不同层级的热点和爆点，“王妈”爆火也是基于这一大数据现状。这带来的问题就在于，“王妈”叙事也许会在短期内爆火，但这种爆火同样发生在网格化“人群”的范围当中，而这也是“王妈”叙事的成败萧何了。

首先，关注“王妈”叙事的受众，其注意力只会是在“王妈”叙事的话题之下，事实正是如此，“七颗猩猩”的其他重生叙事如后宫叙事、经纪人叙事等内容，其数据量依然很难复制“王妈”叙事的成功；

再之，从互联网用户画像的网格化定位来看，“王妈”叙事的用户必须是与霸总叙事几乎同时生长的群体。与此同时，有一个值得注意的细节是，“王妈”叙事中的“娜娜”造型显然来自于同期姚安娜在电视剧《猎冰》中的卧底造型——“王妈”叙事中的“梗”和“爽点”存在着某种针对精英的批判性的同时，也存在着媚俗性和冒犯性。而更值得省思的是，若非这种具体的媚俗和冒犯，“王妈”叙事中的群体批判性也就无从被接受。从这个角度来看，如何保持草根叙事中的分寸和边界，也颇值得注意。

还要特别注意的是，互联网新热点层出不穷，人们的关注点由是便随风而动，互联网世界的信息制造、流动和传播所形成的潮汐能量与前互联网时代不能同日而语。于是，在互联网的维度来看，前面的野草尚未生根，便已被新的植被覆盖。草根之生命力，在于扎根向人民群众以及历史的深处。代表着互联网短视频热潮的“王妈”系列固然在时代风口上获得了天时地利人和的机遇，于是得以成就一时的接受奇观，但互联网的即时性和碎片化依然是人民性深度叙事的某种挑战，互联网通俗文艺在新时代是否能完全接上中国民间通俗文艺的“草根性”传承，仍需时间来证明一切。

(作者为云南艺术学院副教授，云南省文艺评论家协会副主席)