

当我们把“网生代”的需求界定为低俗化时,实际上也就把自己产品的生产标准低俗化了;当我们把“网生代”的需求官能化后,我们自己的产品也官能化了。并不是“网生代”的需求拉低了我们的作品,而是我们拉低了“网生代”的需求,所以,我们自己的作品并不能真正为“网生代”代言。

莫忽视「网生代」的核心需求

经历了2014年所谓的“网络剧元年”、2015年“现象级网络剧”引爆潮流、2016年“精品细磨”需求强烈后,网络自制剧正在迈入“升级换挡”的发展阶段,从量变到质变的拐点需求,倒逼产品和内容的“供给侧结构性改革”。在这个拐点上,如何看待网络自制剧创作中存在的问题;如何贴合并引导“网生代”的核心需求,打造“思想精深、艺术精湛、制作精良”的主流精品力作,成为接下来业内值得认真思考的课题。

以时下最热门的所谓“IP改编”为例。从2015年至2016年,当网络剧通过自制爆款和超级IP,来满足“网生代”的多样化需求时,出现了两个值得注意至今却还鲜有人研究的现象。一是在热门IP改编潮中,缺少对年轻人话语体系、创新实践、价值观念的反映。比如,网络文学的IP经过近20年的发展,其语体文体、类型题材、形态业态等文艺形式和内容的探索和实践,包含了有关年轻一代个体意识、思维观念、文化建构等前沿的探索与实践,但很多的影视改编,却“想当然”地大众化、流行化和媚俗化,并没有将年轻一代思维观念层面的变化予以重视。二是在改编和原创时,对二次元、“网生代”、亚文化的理解趋于偏狭,陷入“得年轻人得天下,得草根者得天下,得‘网生代’得天下”的怪圈,将文艺作品拉低到一个“比生活还低的门槛”——艺术来源于生活,又高于生活,而网络自制剧把自己拉低到等同于生活——而且不是仿真,是像温室、大棚里假想生活的状态,所以,既不能“走出方寸天地,阅尽大千世界”,真正切中现实的脉动,致力深度,挖掘内涵;又不能高于生活,在虚构的世界里、想象的故事中,为迷乱的现实赋予秩序和意义。可以说,罪案剧、玄幻剧、情感剧等屡屡突破红线和底线,其问题皆源于此。

这两个现象其实都指出了一个“痛点”,就是网络剧貌似“迎合”了网生代的多样化需求,却忽视或没有能力聚焦“网生代”的核心需求,并给予满足;更别提以此为基础和前提,“加强内容建设,厚植文化内涵,坚持内容为王、品质取胜”,在发展战略上“养一个国民IP”,嵌入主流核心价值观。

那么,如何理解“网生代”的核心需求?这就涉及到对网络自制剧受众及其需求的分析。网络自制剧“年轻化”是轴心——如何赢取“网生代”,贴合年轻人的需求,成为整个行业最主要的策略和战略。然而,“贴合”不是迎合,更不是媚俗、低俗。网络自制剧在“迎合网生代的多样化需求”时,容易走到极端,以媚俗为噱头,吸眼球,擅打擦边球的网剧比比皆是,“内容低俗、格调低下、渲染暴力血腥色情等问题”层出不穷。这种现象的出现跟网

作为中国国家话剧院2016秋冬演出季新创剧目,由黄维若编剧,赵淼导演,杨君军、汪玥、刘星阳、王一琦、吴迪等主演的《罗刹国》将于12月16日在国家话剧院小剧场首演。该剧取材于《聊斋志异》中的《罗刹海市》,是一部具有实验探索意义的作品,亮点在于采用形体戏剧的表现形式,最大限度地利用戏剧舞台的形体表现力来完成叙事及表意,并将傀儡戏、戏曲、面具戏、当代舞等多种艺术元素有机融入其中。该剧对现代人具有启发意义,让观众思索:在物欲横流的现代社会中,人们更应当守住善良与真诚的本性。

赵淼表示,《罗刹国》的文本很有意思,主人公马骥经历了变与不变的过程,直至适应荒谬的生活,剧中怪诞的情节,那些关于爱、关于美、关于丑的主题,具有当代性特征,同时也与当代人类所面临的问题相关联。剧中罗刹女最后的牺牲,在赵淼眼里,意味着她的升华,变成了人,而作为人类的男主角马骥则戴着罗刹的面具装鬼活下去,这是一出黑色讽刺剧,充满对人的反思。

面具戏是该剧的一大特色。赵淼介绍说,与以往的面具戏不同,该剧中的面具是中国首例皮影面具,而且面具并不是戴在脸上,演员们将手扶眼睛往上看皮影面具进行表演,这是对面具与人的身体合二为一的挑战,体现人性表里不一的复杂。演员在熟练操作皮影之余,要按照戏曲身段,上下舞台必须有准确的步数,节奏精准。值得一提的是,《罗刹国》特制了一个一米五高的皮影,这是目前中国舞台上最大的皮影。

(徐健)

内部的不良竞争日益展现,外部的威胁约束与日俱增,观众的审美眼光不断提高,创作的题材类型开始趋同,网络自制剧经过前期粗放激增式的发展过程后,正逐步进入到精细化的发展轨道上来。如何更加精准的定位观剧人群,细化目标受众,提高剧集质量,增强行业竞争力,这些都是当前网络自制剧从业者们应当认真思索的问题。

网络自制剧质量亟待提升

□司若



网络自制剧是指由视频网站参与投资制作,以互联网为主要播放窗口的新媒体影视产品。在网络自制剧产生之前,视频网站只能通过购买版权的方式播出电视剧。近年来,电视剧网络版权价格水涨船高,仅仅依靠贴片广告,视频网站根本达不到收回成本的目的。网络自制剧的出现打破了这种局面,运用自制这种以投资代替版权购买的方式,视频网站通过瞄准庞大的年轻用户市场,从单一的播放平台向产业链上游不断探索。而网络自制剧发展至今,已告别了最初粗制滥造的形态,逐步引领“大剧”时代。

网络自制剧的五个发展阶段

从发展路径来看,网络自制剧共经历了五个时期。据新传智库对爱奇艺、乐视视频、搜狐视频、腾讯视频、优酷视频等五大视频网站的监测显示,目前线上最早一部网络自制剧为2009年优酷出品的《嘻哈四重奏》,这不仅标志着视频网站开始试水自制剧,也标志着网络自制剧步入萌芽期。

网络自制剧的萌芽期从2009年持续至2011年,在这个阶段,网络自制剧逐步摆脱用户生产内容粗制滥造的生产方式,小说、网络文学开始成为其改编来源,在故事和结构上尝试拥有更完整的剧情,涌现了以《钱多多嫁人记》为代表的、拥有较高关注度的自制影视剧作。从2012年起,网络自制剧的发展进入蓄力期,以《一万没想到》《屌丝男士》为代表的系列喜剧开始为自制市场培养并积累第一批忠实受众。进入2014年,网络自制剧当年产量达到前五年总和,与此同时,各视频网站纷纷宣布加大自制剧的投入,正因如此,2014年又被称为“网络自制剧元年”。伴随着《盗墓笔记》《太子妃升职记》《他来了,请闭眼》三部自制

大剧的上线,2015年成为网络自制剧发展的爆发期。在此时期,网络自制剧在商业模式、播出方式、影响力等方面均获得极大突破。2016年网络自制剧增速有所放缓,视频网站开始重点打造现象级剧集。伴随着用户付费模式发展迅速,自制剧盈利渠道不断拓宽,逐渐开辟出与传统电视剧完全不同的商业模式,真正体现了“内容为王”的生产理念。此外,明星、专业团队伴随着大量的资金涌出自制行业,频繁的网台联动提升了知名度与影响力。

网络自制剧的特点

网络自制剧的蓬勃发展离不开其数量与类型的快速增长,市场的火热、投资者的云集,都助力了其不断进步。与传统影视剧相比,网络自制剧因其独有的制作和传播特点,在创作阶段也带有鲜明的互联网特征。

第一,类型多样,与电视剧成互补之势。目前市场上各类型网络自制剧百花齐放,在29种类型题材中,以喜剧/搞笑、都市/时装、爱情/言情和剧情四类为主,占据着58.06%的市场份额;偶像、悬疑、青春/校园、古装/宫廷/宫斗、科幻、情景类作为第二梯队,占据着29.6%的市场份额;惊悚/恐怖、穿越、武侠、励志、罪案、奇幻类约占8.24%的市场份额;其他各类型份额虽然较少,但也都有所涉及。此外,在网络自制剧题材类型日益增多的同时,受“限剧令”等限制,电视台对于穿越剧和古装剧的播放数量与时段都有所限制,这也进一步扩大了网剧市场的创作空间,使得一部分传统影视剧受众加入到观看网剧的行列中来。

第二,高人气明星成流量保证。在诞生之初的很长一段时间里,网络自制剧往往都被淹没在传统电视剧的光

环之下,传统电视剧相较于早期网剧,拥有得天独厚的传播优势,借此吸引人气明星的加盟。然而随着网络自制剧市场的发展,越来越多的视频网站和投资方加入到网剧制作中来,网剧开始向大制作、高投入方向发展,也由此逐步开始吸引高人气明星的参与。在各视频网站播放量排名前五位的影片中,人气明星参与的网络自制剧八成以上播放量都超10亿。以微博粉丝数为标准衡量明星人气,可以发现粉丝量过千万的高人气明星成为流量保证。作品质量、角色匹配程度诚然是明星能否为自制剧降低风险的重要因素,但高人气明星携带话题热度与粉丝量加盟,确实可以助力自制剧流量变现。

第三,IP改编剧引流效果惊人。由于市场迅速扩张造成的极大需求,加之专业编剧数量稀少、优秀剧本缺乏,因此众多网络自制剧在制作的过程中,往往偏向于通过购买现成IP来进行改编拍摄。这样既可以保证网剧的质量处于水平线之上,也可以借此转化原来IP所自带的大量粉丝,进一步增加网剧的观众数量和影响力,在宣传发行上,IP自带的粉丝也会对于网剧的造势起到良好的效果。

“繁荣”背后的问题

在互联网影视日益发展、人们观剧需求日益增加的时代背景下,拥有丰富多样题材类型的网络自制剧伴随着新兴媒体的浪潮迎来了突飞猛进的发展,投资规模的不断壮大、观众数量的日益攀升、关注热度的逐步提高,都昭示着“大剧”时代的来临。但是,这样一番繁荣狂欢景象的背后,蕴藏的危机与矛盾也很突出。盗版问题、监督缺位、资本泡沫,接踵而来的问题也在考验着这个新兴行业。

中影股份召开战略合作发布会

中影股份作为国有最大规模的影视公司,拥有影视制片制作、电影发行、电影放映及影视服务四大业务板块,具有完善的全产业链业务布局和强大的资源优势。12月8日,中影股份在京举办“中国电影·领创未来”2016年中影股份战略合作发布会。中影股份董事长喇培康全体领导班子出席了此次签约仪式。

发布会上,中影股份现场签署了17项重要战略合作协议,内容涵盖影视制片制作、电影发行、电影营销、影院建设及并购、影视服务等电影产业链的多个环节。与此同

时,中影股份非常重视各个类型电影项目的开发与合作,发布会上就即将出品的影片《沙家浜》《三笑奇缘》《51号兵站》《山海经密码》等电影项目与上海新文化影业、上海沪剧艺术传习所(上海沪剧院)、银都机构有限公司、东阳派格华创影视传媒有限公司、上海我行文化发展有限公司、新友谊月影业、寰亚电影制作有限公司签署了合拍意向书。多部不同类型影片合作协议的签署,展现出中影股份对于多种题材电影项目的开发能力,实现影视制片领域全类型、多元化发展的战略规划。(许莹)

“中国时间”英国天空卫视开播仪式在沪举行

12月6日,由中国国际电视总公司中国广播电影电视节目交易中心在英国Sky TV开办的“中国时间”(China Hour)节目时段开播仪式作为“中英高级别人文交流机制第四次会议”的配套活动在上海举行。中国国家新闻出版广电总局副局长童刚出席了开播仪式。

英国“中国时间”(China Hour)节目时段于2016年10月1日起在英国天空卫视平台的Showcase频道上试播,每天播出两小时英文配音的中国纪录片、动画片及旅游、文化类节目,收视覆盖英国本土1200多万天空卫视用户及300多万免费卫星和IPTV用户,另在爱尔兰和欧洲大陆可覆盖100多万天空卫视及免费卫星用户。目前已播

出《舌尖上的中国》《颐和园》《故宫》《丝绸之路》《瓷路》等多部经典纪录片,在并未进行任何宣传推广的情况下,试播最高收视达7万户,取得了良好的收视效果。

据介绍,中国国际电视总公司中国广播电影电视节目交易中心自2015年起已陆续开办印尼Hi-Indo!频道、柬埔寨Hi-Cambodia综合娱乐和纪录频道,并在南非、捷克、阿联酋、尼泊尔、越南开办了中国节目时段China Hour。此次开办的英国时段是在发达国家主流媒体开办的第一个中国节目时段。另外,印度Hi-India!频道、缅甸时段、塞尔维亚时段和俄罗斯时段计划于2017年开播。(广文)

今年是中国艺术研究院曲艺研究所成立30周年。12月10日,该所以“奠基与提升:中国艺术研究院曲艺研究所成立30周年学术座谈会”的方式庆生。

中国艺术研究院曲艺研究所是我国唯一的国家级曲艺研究学术机构,成立30年来,该所围绕自己的主要职能,组织开展中国曲艺的基础史论研究和发展状况调研,收集整理古今中外有关曲艺的各种史料文献,策划编纂曲艺研究的专业书刊,培养孵化曲艺研究的学术人才,为承续曲艺传统、繁荣曲艺创作和传扬曲艺文化提供学术支撑;完成并推出了《说唱艺术简史》《中国曲艺史》《中国曲艺通论》《中国曲艺通史》和《中国曲艺概论》等一批具有学科奠基意义的重要学术成果,具体承担了国家重大科研项目《中国曲艺志》(29卷)的编纂组织和学术审定工作,为我国曲艺的学术研究、学科建设、文化传承和创演繁荣,作出了积极而又重要的贡献。

与会者高度评价了曲艺研究所成立30年来取得的成就,希望面向未来的曲艺研究所能继续坚持自身优良的学术传统,秉承“学术服务社会”的宗旨和“理论联系实际”的学风;继续将基础研究摆在首位,将现状调研作为重点,把国家需要作为首选,将曲艺研究所办成曲艺研究名副其实的国家平台、学科龙头、学术重镇和人才高地,成为有力激扬学术理论、有效推动曲艺繁荣的真正“国家队”和“思想库”。

除了召开学术座谈会,曲艺研究所还出版了名为《三十而立:中国艺术研究院成立30周年纪念》的学术文集。

(徐健)