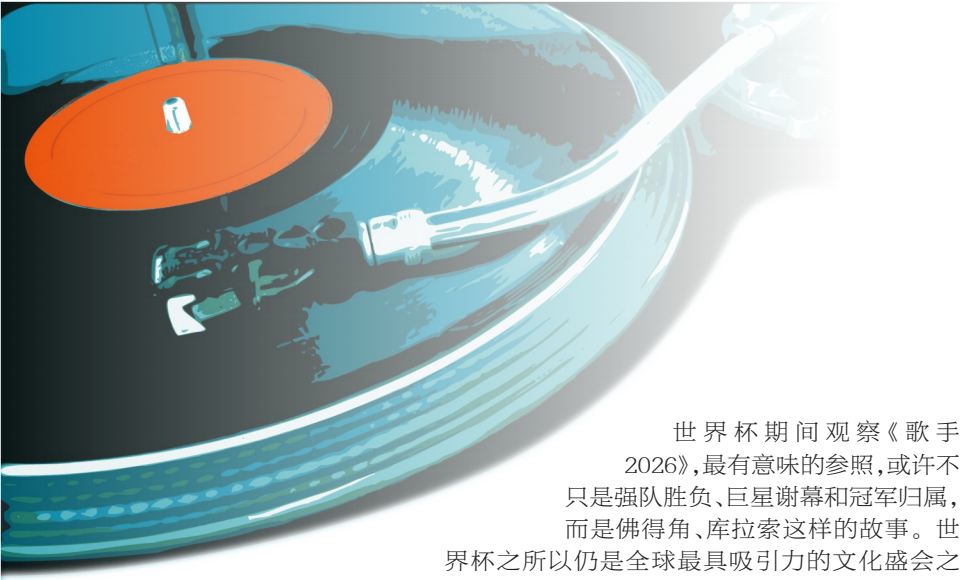




《歌手2026》

世界杯期间观察《歌手2026》,最意味的参照,或许不只是强队胜负、巨星谢幕和冠军归属,而是佛得角、库拉索这样的故事。世界杯之所以仍是全球最具吸引力的文化盛会之一,不因为它让最强者相遇,也因为它让那些原本处在世界叙事边缘的国家、岛屿、族群和个人,突然站到全球目光的中心。这些国家、地区的首次亮相,这群并不被熟悉的球员被世界看见,构成了全球化叙事新的打开方式。

这提示我们,今天真正有生命力的全球化叙事,已经不只是中心国家、超级平台、世界巨星向外扩散影响,而是更多主体获得进入世界现场的机会。佛得角和库拉索的故事之所以动人,不在于它们一定要改写冠军格局,而在于它们改写了“谁有资格被世界讲述”的叙事格局。世界舞台不再只是少数中心力量的展示场,也成为不同文化、不同人口规模、不同历史经验共同出现、彼此照见的现场。

由此再看《歌手2026》,它值得讨论的也不只是“又一档音综火了”,更不是某一次竞演排名的高低,而是它在大众文化领域提出了一个同样重要的问题:在全球流行文化竞争日益激烈的今天,中国音乐如何以自己的方式进入世界?《歌手2026》所打开的,是中国音乐、中国电视和中国观众共同参与世界音乐现场的另一可能。

这正是从音乐看中国式全球化的核心。所谓音乐领域的中国式全球化,并不是简单把中国音乐包装成西方流行音乐的样子,也不是把国际歌手请到中国舞台上完成一次热闹的文化拼盘,而是以中国文化主体、中国产业能力和中国公共文化现场为基础,重新组织中国与世界的音乐关系。它意味着,中国音乐不只是被世界评价的对象,也可以成为组织世界相遇的主体;中国舞台不只是国际元素的展示空间,也可以成为全球音乐资源、共通情感经验、专业审美标准和大众共同观看彼此交汇的公共现场。

因此,今天谈中国音乐走向世界,不能陷入两种简单判断:一种是自我陶醉,把国际同台视为成功本身,仿佛请来国际歌手、唱起英文歌曲、制造跨国话题,就已经完成国际化;另一种是自我矮化,只要看到差距,就把比较写成焦虑,把世界坐标理解为压力。真正成熟的文化立场,既不盲目赞美,也不急于否定,而是在比较中看清基础,在差距中寻找方法,在开放中建立主体。中国音乐和世界音乐之间确实存在距离,但这不是简单的落后距离,而是产业升级、审美建构和文化表达不断生长的距离。

《歌手2026》的价值,正在于它把这些抽象问题放进了一个可观看、可比较、可讨论的现场。华语歌手与国际音乐人同台,表面上是竞演,深层看则是一次公开的产业对照。直播让歌手的气息、紧张、瑕疵和爆发无法被后期修饰;同台让不同音乐工业、不同审美训练、不同表达传统直接相遇;观众评价、社交讨论和专业判断,又共同构成一个复杂的公共审美现场。这个现场之所以重要,不是因为它提供了现成答案,而是因为它让问题变得清晰;不是因为它消除了差距,而是因为它让差距可感、可议、可转化。

音乐产业看似轻盈,实则是国家文化软实力中最具穿透力的情感界面。电影需要叙事,文学需要翻译,戏剧需要语境,而音乐能够更直接进入人的情绪系统,形成记忆、认同与共鸣。一个国家的音乐能否被世界听见,背后反映的不是某个歌手的胜负,而是原创机制、版权生态、现场工业、平台传播、国际合作和审美创新的综合水平。换言之,音乐不是“小文艺”,而是文化强国建设中重要的情感基础设施。

从这个意义上说,《歌手2026》更大的价值,不是让观众比较谁唱得更好,而是让中国音乐产业重新审视“什么才是真正的强”。是短期热搜强,还是作品生命力强?是舞台包装强,还是现场交付能力强?是话题营销强,还是原创供给强?是能够制造情绪,还是能够建立审美?这些问题,比某一期排名更重要。中国音乐要走向世界,最终靠的不是一次舞台胜负,而是持续的作品生产、稳定的工业能力和清晰的文化辨识度。

国际歌手成熟的现场控制、声音技术,为中国音乐提供了可感知的参照;而中国歌手所呈现的中文表达、文化记忆、情感浓度和个人气质,也让世界音乐现场看到中国声音的多样性。关键在于,这些中国资源不能只停留在“有传统”“有情感”“有市场”的层面,而要进一步转化为作品能力、舞台能力和传播能力。中国音乐的世界化,不应是模仿式国际化,也不应是符号式国际化。模仿式国际化容易失去自己,符号式国际化容易停留表面。真正有价值的,是主体式国际化:用现代音乐语言表达中国经验,用世界能够进入的方式保留中国文化质地,用专业工业能力支撑中国声音的持续传播。

中国音乐和世界之间的距离,正在这样的现场中被重新丈量。那不是一条令人焦虑的距离,而是一条必须认真走完的成长之路。世界杯让佛得角、库拉索这样的名字进入世界叙事,说明全球化盛会最动人的地方,并不只是强者反复证明自身,也在于更多主体获得被看见、被理解、被讲述的机会。中国音乐的世界化,同样不应止于一次热闹亮相,而应在持续的作品生产、成熟的产业体系和自信的文化表达中,形成真正具有文化辨识度的中国声音。唯有以作品说话,以专业立身、以文化成色赢得理解,中国音乐才能在全球化叙事中不只为世界故事的一部分,更能成为世界贡献新的中国故事。

(作者系中国传媒大学网络视频研究中心研究部主任)

中国美协首批“文艺赋美乡村”共建项目落地陕西

本报讯 7月31日,中国美协、西安美术学院、陕西洛川县人民政府与甘泉县人民政府举行“文艺赋美乡村”共建项目签约仪式。该项目为中国美协首批“文艺赋美乡村”共建项目,旨在以艺术赋能城乡发展、助推乡村振兴与特色产业高质量发展,推动美术成果更好地满足人民群众高品质文化需求。

中国美协分党组书记、驻会副主席屈健表示,此次签约是落实乡村振兴国家战略、搭建优质文化资源直达基层通道的创新实践。项目坚持“需求导向、精准对接、务实落地、成果可见”,依托中国美协“设计服务团”专家资源,发挥协会组织优势与专业优势,构建“协会引领、高校赋能、地方实施”合作模式。坚持重实效、不搞“花架子”,打造长效合作机制,推

动优质文化资源下沉基层、走进田间地头。

西安美术学院院长、陕西美协主席朱尽晖谈到,西安美院将立足黄土画派传承、丝路美术研究、西部民间美术挖掘等学科优势,在人才、资源等方面全力保障项目实施,推动人才共育、平台共建、成果共享、品牌共筑,借助专业力量赋能农特产品价值提升,助力乡村产业升级、人居环境提升。

此前,中国美协“设计服务团”已赴洛川、甘泉开展实地调研,结合地方需求清单开展专家论证,明确共建方向与分阶段实施计划。合作期间,四方实行清单化管理、节点化推进、责任化落实、成果可验收的督导机制,持续培育本土文艺人才,推动基层文化建设从“送文化”向“种文化”转变。

影视

“哪吒”之后, 中国动画如何开掘好传统文化母题

□屈立丰



2026年暑期档,国产动画电影《八仙!》成为今年第7部票房破10亿的影片,而《三国第一部:争洛阳》口碑不俗却市场遇冷,最终宣布撤档。同是传统文化IP改编动画,但两部作品的市场反应大相径庭。在“哪吒”系列火爆之后,国产动画电影如何激活传统文化母题,仍是亟待破解的创作课题。

“新神话动画电影”模式的沿袭

《八仙!》延续了近年来“哪吒”系列、“新神榜”系列等“新神话动画电影”的发展路径,对神话故事进行大幅度改编,将大众认知度极高的“八仙”母题进行动画转译,以此降低宣发成本,吸引潜在受众,取得了较好的市场反馈。

自“哪吒”系列动画电影以现象级的票房与口碑重塑中国动画电影产业格局以来,此类型动画电影逐渐向主流商业大片跨越,这一跨越涵盖三个维度:以全产业链工业化体系为生产制作的物质基础,以中国传统文化母题的现代性转化和东方美学符号的数字化重构为表达样式,以动画建构大众情感共鸣与文化认同的媒介功能为价值旨归。当我们从上述三个维度审视《八仙!》时,会发现该片在这三方面都有所涉及,但实际效果参差不齐。

首先,生产制作层面,影片依托国内动画工业体系跨区域、跨行业、跨平台的全产业链协作完成创作,这种多方联动的工业化协作模式,自“哪吒”系列问世后逐步成型,是当前中国动画产业的优势所在。

其次,叙事结构层面,《八仙!》以好莱坞“英雄之旅”的戏剧结构为“骨架”,加入中国神话角色和视觉元素作为“皮肤”,叠加“神话/奇幻+喜剧+冒险”等类型化元素,形成西式叙事搭配中式视觉符号的拼盘式文本。这一改编逻辑源于当前市场风险管控策略:传统文化IP仅被视作降低市场不确定性的“安全阀”,传说本身承载的精神内核却被搁置。观众体验到的“似曾相识感”,正源于《银河护卫队》《十一罗汉》《复仇者联盟》等海外商业片成熟的叙事范式。改编创作的核心争议,不在于是否借用类型化叙事框架本身,而在于创作者在调用这些叙事惯例改编传统文化IP时能否坚持中国文化的伦理内核。当传统文化符号被剥离历史语境,其意义深度自然被抽空,沦为类型叙事的装饰性元素,最后形成的改编文本仅成为文化表层的策略性挪用。

第三,情感表达层面,《八仙!》以“草台班子的英雄之旅”的设置,达成观众从“仰视”神仙到“平视”自我的审美位移。影片中的八仙褪去神性光环,是各有缺陷的普通人形象,映照出当下普通人的职场困境、人际矛盾与生存境遇。同时,影片兼具讽刺喜剧特质,诸多精心设计的情节反转、戏谑噱头,在完成现实观照的基础上为观众带来轻松愉悦的观影体验。

数据驱动创作模式的得失

《八仙!》具备完整成熟的工业化制作水准,但尚未在工业化生产逻辑和创作者个性表达之间构建起足够的艺术张力,其制作风格接近于高度理性化的数据驱动生产模式。

数据驱动是全球电影工业数字化转型的新型运营逻辑。21世纪以来,大数据分析和算法决策逐渐渗透到电影生产运营的全流程。在该运营逻



动画电影《八仙!》剧照

辑下,电影作品不再被界定为具有独立性的艺术创作成果,而是文化工业流水线产出的模块化文化工业产品,其角色设置、情节架构、视觉风格、情感节奏等生产要素先被拆解为可量化分析的指标,再经由算法模型的计算完成优化组合。制作方还可通过对海量观众行为数据的挖掘分析,精准预测哪些叙事元素、角色类型和视觉风格能够取得市场回报的最大化。该分析路径本质上是统计学方法在观众消费行为研究中的应用。

《八仙!》为观察数据驱动模式在国产动画生产中的具体运作提供了典型案例。与传统动画生产依赖作者个人直觉和经验决策的路径不同,该片并未直接对八仙过海故事进行叙事改编,而是对这一神话IP进行系统性、模块化拆解——将人物设定、法器道具、场景元素、情节母题逐一剥离、打散,转化为可检索、可调用的叙事条目数据库。在叙事拼装阶段,制作团队并没有选择忠实再现八仙故事谱系,而是从市场反馈数据中选择最具商业吸引力的模块,重组故事版图。这种重组,不是基于神话内在的意义逻辑,而是基于类型叙事的商业法则:何种角色组合最能吸引目标受众?何种节奏最能维持更好的观影体验?怎样的视觉风格最能产生社交媒体传播效应?

影片将神仙体系平移至世俗生活语境,消解了传统语境中“神仙/凡人”“正/邪”的二元对立,这种空间叙事策略,一方面增强了当代观众的情感代入与现实共鸣,另一方面也弱化了神话原型所承载的超越性价值与形而上意义。影片虽然嵌套中国神话符号外壳,却以好莱坞常见的个人主义与英雄成长叙事为价值核心;“八仙”不再是体悟大道、道法自然的精神载体,而是转变为服务于情节推进的功能性“英雄团队”。

在视觉空间修辞维度,影片为“蓬莱仙境”披上赛博朋克意味的现代都市外壳,通过机械装置堆叠、霓虹光影拼贴以及高密度建筑布局,营造出光怪陆离的视觉奇观;但若剥离技术和装置外衣,其内部的权力结构与生存法则并未实现现代性转型。视觉表象与内在秩序之间的错位,消解了蓬莱

仙境的超越性维度,使其成为映射世俗欲望与利益博弈的现实隐喻空间。

国产动画守正创新的路径

当下,观众对国产动画抱有较高的包容度与接受度,但市场创作风险依旧客观存在。正是基于这样的行业现实,饺子导演团队深耕创作、持续突破,历时5年打磨完成“哪吒”系列续作,以兼具口碑与市场认可度的作品,为整个行业树立起创作标杆。面向未来,国产动画电影要想在“哪吒”系列、《八仙!》等作品的基础上实现更进一步的发展,可从以下两个方面深耕。

一是,要超越“数据驱动”的路径依赖。动画人应当思考如何在数据驱动逻辑中为艺术创新保留空间。国产动画的未来不在于放弃数据工具,而在于突破数据库单一主导的创作局限——在利用数据驱动提高生产效率的同时,保留探索叙事创新的可能;在满足受众即时消费快感的同时,保留提供文化反思的空间。

二是,以守正创新思路重构神话世界观。神话故事的世界观建构不是简单将修行叙事置换为职场奋斗、将神话神通等同于职场技能、将仙者求道转化为当代青年自我实现的故事。神话改编不能舍弃传统叙事自带的宏大精神视野,神话空间不应只是现实境遇的简单复刻,需要推动传统神话原型与当代大众情感深度融合,让神话叙事具备观照现实、引发思想共鸣的力量。20世纪80年代,电视剧《八仙过海》广受好评,能够成为跨时代经典,一方面依托成熟的神话影像转译手法,另一方面借主题曲传递自强不息的民族精神,树立了清晰正向的价值观念,完成了古典神话向当代精神价值的有效转化。这种兼具精良技术与思想深度、视觉奇观与人文内涵的创作方向,值得业内持续借鉴。

[作者系西华大学教授,本文为国家社科基金艺术学西部项目“百年中国动画学术史(1923—2023)”(项目编号:24EC229)阶段性成果]

“太平年·天下同宁”大展启幕

本报讯 7月28日,由浙江省博物馆与华策影视集团共同主办的“太平年·天下同宁”大展在浙江省博物馆之江馆区启幕。来自中国国家博物馆、故宫博物院、陕西历史博物馆、河北博物院、南京博物院、湖南博物院、安徽博物院等全国近百家文博机构的近千件五代十国珍宝文物,首度集结浙博。展期跨度近一年,持续至2027年6月20日,分“吴越初兴”“吴越纳统”“吴越千秋”三期渐次呈现。

展览通过双展陈体系,以历史文物主线铺陈乱世底色,以影视沉浸主线唤醒共情温度——从“太平年·天下同宁”视觉序篇的震撼开卷,到影视厅四幕沉浸叙事的身临其境;从文物厅国宝实证的肃穆庄严,到吴越功臣殿堂实景复原的穿越之感;从吴越市集烟火人间的活色生香,到VR

超感体验的科技之境——历史、影视、场景、科技在此打通,让遥远的历史成为观众可触可感的鲜活世界。

华策影视集团创始人、董事长赵依芳谈到,许多观众因为《太平年》去读五代史,从看一部剧到走进一座城,去体会千年文脉与吴越风华。“我们希望《太平年》不只是一段影像记忆,更要成为吴越江浙文化精神图腾、一张递给世界的中国文化名片,让世界看见中国历史的厚度,看见中华民族追求和平统一、天下太平的千年信仰。”

“吴越匠心·太平有礼”非遗文创IP同步发布,《太平年》官方典藏设定集、龙泉宝剑联名款、龙泉青瓷联名款亮相现场,一卷、一剑、一瓷,以当代匠心回望千年吴越风华。

专家研讨微短剧《风吹稻浪》

本报讯 7月30日,由中国电视艺委会主办的音乐微短剧《风吹稻浪》研讨会在京举行。该剧由南京艺术学院、苏州广电传媒集团、苏州市相城区委宣传部、苏州市相城区望亭镇人民政府联合出品,以江南乡村为背景,通过原创音乐与生活化舞蹈,展现年轻人在出走与归乡、理想与现实间的情感选择。

该剧总策划张捷表示,这部剧最核心的情感支点是“乡村不是逃避的退路,而是年轻人发展的新路”。主创团队扎根望亭,从新农人的真实经历中提炼出返乡代际沟通与城乡融合的故事,用音乐微短剧的轻量化形态承载乡土叙事的厚重感。剧中融入十余首原创歌曲和方言小调,尝试用歌舞延伸微短剧的表达边界。与会专家认为,该剧具有鲜明、独特的艺术表现力,歌舞元素的加入,使作品在影像表达、叙事方法等方面别具一格。同时,艺术院校的深度参与、创作助力,也进一步提升了新兴文艺形态的艺术水准。

(许 莹)