

创新为本 责任当先

民营企业助推中国特色文化传播

本报记者 于 帆

创新氛围浓厚、成长空间和前景向好、政策扶持有力度、各方面金融支持逐步加强……对于民营和中小微企业来说,文化产业着实是一片发展沃土,而文化类民营企业和中小微企业企业在促进产业创新、推动优秀传统文化传播、丰富文化市场主体上也发挥着不可替代的作用。

进入新时代,随着科学技术的持续更新,众多文化、旅游民营企业 and 中小微文化企业选中了“文化+科技”作为其发展主攻方向。那么,这些利用新技术推动产业发展的民营和中小微企业是如何在文化领域发展壮大的?企业在成长过程中又是如何平衡社会效益与经济效益的?面对愈发激烈的竞争,文化类民营和中小微文化企业发展将如何独辟蹊径?本报记者采访了短视频、网络直播以及网络视频行业中具有代表性的民营企业,试图通过了解这些企业的发展路径和经验来寻求答案。

创新为本 展现企业发展活力

当下,民营企业已经充分认识到创新发展的重要性,并通过积极探寻新兴技术来推动企业发展的融合创新路径,提升竞争力。对于短视频行业来说,在拥有了广泛受众的当下,积极助力传统文化以及知识的传播和普及,成为从业者选择的战略方向之一。在字节跳动科技有限公司(以下简称“字节跳动”)看来,这是一种自然而然的选择。

“短视频平台借助灵活的表现方式,唤醒了很多年轻人对于传统文化的兴趣。”字节跳动旗下的短视频平台抖音相关负责人向记者介绍了平

台在文化传承、传播方面推出的活动。

在去年的国际博物馆日期间,7家博物馆携各自的镇馆之宝集体亮相抖音,使网民得以在线上一睹国宝风采,极大延展了国宝博览的受众范围;今年初,字节跳动与中国科学院科学传播局等4家机构共同发起“DOU知计划”,号召全国具有科普内容创作能力的机构和个人,基于短视频平台创作、发布科普短视频。这一直观有效的知识普及形式,成功解锁了平常学习场所的限定模式,大众可以在学校、教室之外,和科普专家接触并学习到科普内容。“该计划推出短短两个月的时间里,平台上与科普相关视频的播放量就达到了6600亿次。”“DOU知计划”的负责人告诉记者。

随后,字节跳动又推出“非遗合伙人计划”。该计划不仅助力非遗传播的广度,还要深入发掘非遗的文化和市场价值。字节跳动邀请非遗传承人入驻短视频平台并培训指导他们如何拍摄短视频,如何将手工艺的魅力利用短视频展示出来,这也带动了一些相关机构从事非遗传承传播工作,扩大了非遗传播的广度和深度。

“实际上,产品本身的发展趋势也体现出用户对于文化内容的需求,尤其是随着短视频平台用户日益增加,我们看到大众整体的文化需求也日益增加。对于公司来说,在充分满足大众文化需求的同时,不断推出的产品也在持续彰显我们作为民营企业的创新活力。”字节跳动相关负责人说。

社会责任当先 发现文化需求

的确,基于平台上的用户需求来

设计推出相关产品,是互联网科技公司的战略方向,而通过产品实现对大众的文化引领则是企业社会责任感的具体体现。作为直播行业的代表性企业,陌陌科技有限公司(以下简称“陌陌”)一直在尝试利用技术,把文化内容送到需要的用户眼前。

陌陌相关负责人告诉记者,近年来,直播平台选取了非遗、戏曲、文物、传统音乐等传统文化领域的知名艺术家、传承人、研究学者,利用直播技术,把这些人类文明精华传播给年轻人。“直播是一种技术,能够连接人和物。同时,网络受众多元化、年轻化,是优秀传统文化传承和发扬的天然平台。”

以线上直播内容反哺线下文化传播,是“陌陌戏曲直播季”带给传统戏曲最大的价值。“天南海北的戏曲爱好者不仅可以聚集在直播平台观看戏曲名家的表演,重要的是,让更多发现戏曲魅力的人重返剧院观看戏曲表演。”负责这一直播活动的负责人对记者说。

在扩展传播空间,增加传播力度的同时,直播还在尝试平衡教育资源,为更多乡村孩子打开知识传播空间。2018年5月,“给乡村孩子的最美传统文化课”大型公益直播教育计划正式启动,今年3月,“带乡村孩子走近博物馆”直播活动正式启动。两个直播项目均利用北京丰富的文化和教育资源,以及平台直播技术优势,发挥互联网的效率和普惠作用,助力弥合素质教育的信息鸿沟。

“通过直播让更多学校的学生了解到相关知识,在直播结束后,我们还邀请名师、博物馆研究专家,为师资匮乏的乡村小学,搭建了一个包括名校名师、各文化领域知名艺术家在内的优秀传统文化教育资源共享平台。”项目相关负责人对记者说,为乡村孩子做些实事,是互联网民营企业

应该担当的社会责任。

深入开拓 引领传统文化传承发展

当互联网科技企业充分认识到了传统文化传播领域蕴藏的巨大用户需求和市场空间后,如何深入开拓传统文化门类,引领文化传承发展也就成为企业获得竞争优势的重要方面。

近年来,哔哩哔哩(以下简称“B站”)逐渐成为传统文化爱好者的聚集地,数以千万计的年轻人在这里欣赏和创作与传统文化相关的作品。

记者了解到,目前B站国风爱好者已超过4000万人。“通过创新,让优秀传统文化以一种新的形式呈现出来,从而被年轻人喜欢、接受。”B站相关负责人告诉记者,如《繁华唱遍》就是一首由虚拟偶像“乐正绫”演绎的中国风原创歌曲,创作者在歌词中融入了众多曲牌名,曲子增添了戏曲元素,上线2个月播放量接近200万次。

动画方面,B站今年将陆续上线23部国产动画新作。众多新作披露的背后,实则是平台在国产动画领域一系列早期布局的爆发式呈现。“从联合中央美术学院、清华大学美术学院等10所高校挖掘青年动画人才,到扶持国创内容,投资、运营和商业开发等多层面,B站全面支持国产动画,近两年来已投资国内近20个动画制作团队,参与超50个头部动画项目。”B站相关负责人说。

作为长视频平台,B站还在纪录片方面发力。如其播出的美食类纪录片《人生一串》、人文纪录片《极地》,均获得了广泛的传播度和极高的美誉度。记者了解到,目前已有不少记录传统文化的纪录片创作者选择将B站这样的视频网站作为第一传播平台。

晚风吹拂,农民马忠良的小院薰衣草花香四溢。招呼完游客就餐后,他和湖南来的民宿设计师刘风聊起今后的经营。听到“农业供给侧结构性改革”这个新闻中出现的词时,他频频点头:“我们村应该是,地里的小麦成薰衣草了,外地人来做生意了,房子成了‘宾馆’,做梦都想不到这样的好事。”

马忠良的家在新疆霍城县芦草沟镇四宫村,距离哈萨克斯坦几十公里。村子所处的伊犁河谷,是继法国普罗旺斯、日本富良野之后的世界第三大薰衣草种植基地,被命名为“中国薰衣草之乡”。

20世纪60年代,霍城县引进薰衣草,目前全县有近6万亩的种植规模。芦草沟镇党委书记李增杰说,薰衣草给村民带来的收益比传统作物高3至4倍,越来越多村民选择种植薰衣草,投入“芳香产业链”中。

仅靠种植薰衣草很难提高村民收入。2017年以来,新疆接待旅游人次增速连续两年超过30%,旅游业进入快速发展阶段,四宫村看到了旅游经济的潜能。去年底,李增杰到浙江、江苏几个知名村庄学习,萌生出发展民宿的想法,进而和投资者商讨了四宫村开发的可能性。

今年春天,“85后”为主的投资者和设计者来了,刘风就是其中之一。他和合作伙伴选择了一个废弃的民宅,用约50万元将房屋加固改造,成为村里第一个民宿,6月8号开始营业,6间房屋的预定现已排到9月。

32岁的茹志强是来自北京的设计师,承担整个四宫村的民宿设计。同当地村民及干部深入交流后,他将薰衣草色的外墙、错落有致的篱笆、有抽水马桶等设施的民宿付诸实践,一下让“土味”农村拥有了年轻的现代风格。

目前,村里有8所民宿投入运营,村民以房屋入股形式获得收益。半个月前,村里开了分红大会,参与村民每人获得1000元左右的首批分红,还有的农户像马忠良一样经营餐饮生意。

几年前,四宫村的年轻人大多去往城市寻求机会。而现在,除了年轻的外地投资者,本村的年轻人也越来越多地回到家乡。马忠良的女儿马媛从城市的商场辞职后,来到刘风的民宿帮忙,第一个月工

客商来 游客至 青年归

新疆边陲乡村借花「返老还童」

新华社记者 杜刚 张啸诚

资就有4000多元,抽空还可以帮父亲招待游客。两名在700多公里外的乌鲁木齐打工的年轻小伙子,也回村开了饭馆。马忠良喜欢和年轻人聊天,“因为他们,老村子好像又年轻了……”

产业兴旺、生态宜居、生活逐步富裕的四宫村,是我国乡村振兴战略深入推进的一个缩影。如今,新疆越来越多的乡村,搭乘旅游业发展的顺风车,农业正在成为有奔头的产业,农牧区逐渐成为安居乐业的美丽家园,农民正变成有吸引力的职业。

晋江文学城、番茄小说和米读小说被约谈整改

本报讯 (记者白炜)7月15日,按照全国“扫黄打非”办公室部署,北京市、上海市“扫黄打非”办公室联合网信、新闻出版和文化执法等部门分别对晋江文学城、番茄小说、米读小说运营企业进行约谈,要求针对传播网络淫秽色情出版物等问题进行严肃整改。

根据问题性质,责令晋江文学城网站及移动客户端自7月15日20时起停止更新、停止经营性业务15天,在网站、移动客户端首页登载整改公告,并予相关行政处罚;番茄小说移动客户端于7月15日20时起停止更新、停止经营性业务3个月,并在首页登载整改公告;米读小说网站及移动客户端自7月16日12时起停止更新、停止经营性业务3个月,并在网站、移动客户端首页登载整改公告。

全国“扫黄打非”办公室表示,

网络文学蓬勃发展有目共睹,其间涌现出一大批优秀的网络文学作者和网络文学作品,但是,总有一些不美好,甚至低俗、色情、淫秽的网络文学作品,其害如莠;总有一些失于内容审核、想打“擦边球”、甚至堂而皇之传播有害文学作品的互联网企业,其行如蠹,不仅损害读者权益,还极大地败坏了行业风气。对此,全国“扫黄打非”办公室将联合相关管理部门、执法部门,网上网下同一标准,严查严打严处,绝不姑息。

下一步,全国“扫黄打非”办公室将进一步加大网络文学整治力度,广泛接受群众举报,深入开展作品监测,发现一起查处一起,边查处边曝光。对那些屡改不改,屡查屡犯的不良网络文学企业,将依法处理,并向读者发出风险警示,发动社会力量开展监督。

首届播客节聚焦播客行业新生态

本报讯 7月11日,由播客公社主办的首届播客节在北京举办,来自喜马拉雅等网络音频平台的企业代表和多位主播参加活动,探讨播客行业新生态。

与会代表认为,当前网络音频市场存在内容质量不合格、版权等问 题,需要平台在发扬专业内容生产优势的同时发掘用户内容生产的独特性,不断创造内容价值,实现用户、主播和平台三方共赢的局面,借助平台力量推动播客行业新生态的发展。

《宸汐缘》以东方气韵呈现传统之美

本报讯 (记者于帆)7月15日,由华策克顿、酷酷传播旗下极美工作室、爱奇艺联合出品的古装神话剧《宸汐缘》上线播出。

该剧由林玉芬执导,张震、倪妮领衔主演,讲述战神九宸与少女灵汐相爱的故事。据了解,这是张震和倪妮继电影《雪暴》后的再度合作,也是张震首次出演剧集,该

剧主创团队则是曾打造电视剧《三生三世十里桃花》的原班人马。

《宸汐缘》出品方表示,该剧在讲好故事的同时,注重展现东方审美风格和中国传统文化魅力,视觉呈现上多采用写意手法,以山水画、云海、月色等元素为基调,通过“虚实变幻”让观众感受到传统东方气韵。

支持民营和中小微文化、旅游企业发展



7月17日,第二届东北亚文化艺术博览会在黑龙江哈尔滨开幕。本届博览会分设文化产业综合馆和数字媒体生态馆两个展馆,设置包括国内展区、国际展区、数字文化展区、动漫游戏展区等在内的八大展区。图为外国参展商在摆放展品。

新华社发(谢剑飞摄)

移动短视频,版权意识不可缺位

本报实习记者 李雨潇

短视频作为移动互联网领域最受欢迎的内容产品之一,正日益显现出蓬勃的发展势头。然而,随着其快速增长,一些问题也逐渐暴露出来。其中,短视频所涉及的音乐、图片、视频片段的版权问题正受到业内人士越来越多的关注。

去年9月,有关部门就短视频版权问题约谈了抖音、快手、西瓜视频等15家短视频平台,呼吁各平台提高版权意识,加强短视频版权制度建设。今年召开的多场短视频内容峰会上,运营商和内容创作者们进一步围绕短视频版权保护问题做了深入探讨。

“短视频侵权问题确实是一个较为普遍的现象。”短视频平台视知TV首席运营官李强说,“我了解到,很多短视频制作者并不知道使用别人的字体和音乐是要付费的,比如电影剪

辑类的内容,制作者不清楚哪些素材可以用来剪辑,这样就有可能造成侵权。”葡萄子传媒大中华区总裁李华霖也表达了同样的看法:“我们遇到一些创作者不知道随意使用背景音乐可能会涉及侵权。”

尽管在短视频平台的带动和引导下,版权问题受到越来越多的重视,但目前来看,想要从源头上进行规范管理仍然存在很多困难。一方面,由于短视频长度较短,更方便于剪辑和片段抓取,被侵权的门槛更低;另一方面,相对于有实据的图片、文字、音乐侵权,创意方面的侵权更难界定,因此维权难度也随之增大。“有时候我们发现,盗版我们的短视频账号运营得比我们还好,粉丝比我们还多。”李强对短视频创意剽窃现象表示无奈。

“创意侵权确实是一个比较难以

界定的法律问题,没有统一的标准,只能根据个案的不同情况进行判断。”北京市伟博律师事务所律师邓超告诉记者,“法理上讲,著作权法不保护创意本身,而只保护创意的具体表达。但是创意本身及其具体表达之间没有一个清晰的界限。为了避免纠纷,一般大型项目会寻求版权方的许可,比如《流浪地球》电影和《流浪地球》小说在具体情节上差异很大,但由于短视频借鉴了小说的整体概念,在版权方面也需要获得授权。”

另一方面,“过犹不及”的问题也时有发生。例如,当版权持有方只给予平台单一渠道使用权时,可能出现对同一内容重复收取版权费的情况。“我们一直很重视版权,比如主动购买一些字体的版权用于广告制作,但是当商家把广告投放出去后,又被字体公司告侵权,因为字体公司认为商家