

垂直类综艺破圈正当时

本报实习记者 李雨潇

近日,备受关注的舞蹈类综艺节目《舞蹈风暴》收官,其优质的内容呈现和较高的收视率引发了业界关于垂直类综艺节目破圈的讨论。将舞蹈这一较为小众的艺术门类以综艺节目的形式呈现出来,在向广大观众展现舞蹈艺术魅力、中国年轻优秀舞者的高超技术及艺术追求之时,也助力了舞蹈艺术的大众传播,让更多人了解关注舞蹈。其实,近两年,市场上不乏优秀的垂直类综艺节目出现,如《声入人心》《乐队的夏天》《这!就是街舞》等,将音乐剧、摇滚乐、街舞等带入大众视野。

舞蹈类综艺“出圈”难 音乐类节目更高产

不同于音乐类综艺节目的“高产”,相较而言,舞蹈类综艺节目在数量和影响力方面还有很大上升空间。近年来,每年都有多档音乐类综艺同台竞技,从《中国好声音》《歌手》到《天籁之战》《梦想的声音》《跨界歌王》《声入人心》,主题不同、创意不断的音乐类综艺节目成了竞技表演类综艺的主要组成部分。舞蹈类综艺中,则只有《这!就是街舞》《舞林大会》等少数几档有影响力的节目,且在形式和创意等方面缺乏创新。

“从艺术形式上说,舞蹈是艺术门类中专业度要求较高、受众面又较窄的行当,相比于音乐类节目,舞蹈类节目的欣赏门槛更高。观看音乐类节目,观众可以比较直观地感受到歌者唱得是否动听,在情绪上也有直接的共鸣,而舞蹈则是舞者通过肢体动作来完成深层次的情感表达,对于广大观众而言,如果没有接受过专业的训练,对舞蹈表演比较难有共鸣。一个舞蹈要表达什么,一些专业动作难度在哪,如何解读,很多观众并不知道。”湖南卫视洪啸工作室制片人洪啸说。

同样的问题也曾摆在《这!就是街舞》面前,“我们需要考虑如何处理环节设置和后期制作才能

让观众对街舞文化有更为准确、全面、深入的认识,因为绝大多数的观众并不是街舞爱好者,对街舞也不了解,所以要在节目中耐心地讲解街舞文化。”《这!就是街舞》的节目监制刘栋说。

填补市场“缝隙” 展现青年文化

据记者不完全统计,从1999年央视推出的《舞蹈世界》到2019年湖南卫视的《舞蹈风暴》,20年间,各大卫视及网络平台推出的较为知名的舞蹈类综艺节目有十几档,节目内容从最初的草根舞蹈竞技发展到明星舞蹈竞技、星素结合竞技、专业舞蹈家搭配明星参赛竞技等多种类型。如今,舞蹈类综艺的一个新趋势是:细分到具体一种舞种,深耕垂直领域,探索小众破圈。例如聚焦于街舞的《热血街舞团》《这!就是街舞》等节目。作为青年亚文化的重要载体,街舞与广大年轻人的距离较近,而青年正是当下文化娱乐消费的生力军。

音乐类综艺节目的发展过程则大致分为两个阶段。第一阶段主要是电视综艺节目迅速发展时期,从2005年湖南卫视推出《超级女声》带来的造星狂欢到考记忆力、观察力的接歌词、猜歌手,再到《中国好声音》等实力歌手的舞台对决。第二阶段,随着网络综艺的崛起,音乐类综艺节目内容日趋多元化。将音乐叙事和情景表演结合的《幻乐之城》、通过流行歌曲演绎古诗词的《经典咏流传》等音乐类综艺节目不再仅仅聚焦歌曲演唱和竞技,而是更加注重垂直细分与跨界融合,以“音乐+电影”“音乐+诗词”等方式呈现音乐的多样之美。

随着受众审美的日益多元化,对专业艺术审美情趣的提高,以及对小众艺术、亚文化接受度的不断提升,越来越多专业化、垂直类综艺节目以黑马之姿成为爆款综艺的预备军。“在我国综艺节目市场上,有四五年没有出现过全舞种的舞蹈类节目,我们通

过为期一年的筹备调研发现,纯舞蹈类节目存在着广阔的市场空间。”关于为何会推出《舞蹈风暴》节目,洪啸如是说。

为保证节目的专业性,《声入人心》《舞蹈风暴》《这!就是街舞》等节目组不约而同地从校园、院团、社会机构进行海选,选拔最具代表性的专业选手,让他们有机会向更广大的观众群体展示自我。

用技术表达美感 用故事引发共鸣

为了让节目更符合观众的收看习惯,更多技术手段被愈加频繁地应用于综艺节目的视觉表达中。由于舞蹈类综艺的“听觉”呈现受限,因此增强视觉效果则成为增加节目可视性的必要选择。《舞蹈风暴》采用“时空凝结技术”,设置了“风暴时刻”来作为节目的特殊看点,用128台高清摄像机对舞者进行360度实时监测,定格舞者腾空或高难度动作的瞬间,为观众欣赏舞蹈提供了一个新的角度。

不仅如此,从《明日之子》中的虚拟选手“荷兹”到《蒙面唱将猜猜猜》中通过声纹识别功能猜评蒙面唱将的华帝人工智能机器人小V,融合了AR、实时动作捕捉、3D渲染技术等虚拟人物形象,利用大数据进行赛事预测和智能对话的机器人等角色在综艺节目中也越来越普遍。

与偶像养成类综艺节目不同,从垂直类综艺节目中走出的很多选手往往并不具备偶像化的外貌形象,多是因为独特的个性魅力获得观众支持。这就需要节目制作团队不断观察、发掘选手的性格魅力,通过讲述人物的背后故事让选手的形象更加立体。“如今,年轻观众关注的不仅是明星的外在颜值,还注重他们的专业素养与人格魅力。”洪啸说,“拥有匠人精神的文艺从业者更加打动人,更值得尊重。这也给内容创作带来深刻的启发,做节目要挖掘真正有实力、值得年轻人学习的榜样人物,积极传递正能量。”

要垂直细分也要有文化有温度

友夏

近年来,舞蹈等原本受众范围较窄的艺术形式,开始作为综艺节目的内容被推到大众面前,这类深耕某一垂直领域的综艺节目被统称为“垂直类综艺节目”。

现阶段,垂直类综艺节目大受欢迎,从众多类型的综艺节目中实现突围,是当前综艺市场逐步迈入理性发展阶段的表现。正如乐正传媒联合创始人彭侃所说,从整体来看,今年国内综艺市场投资环境并不乐观,综艺节目的广告招商和收视率都有所下滑,为了寻求突破,改变行业发展现状,综艺行业目前不断进行调整,积极应用新技术,持续挖掘新内容、新形式,通过自我创新,提质扩容,促进市场走出焦虑,回归理性。在这种发展背景下,垂直类综艺节目就成为了突破口。

但不得不承认的是,垂直类综艺节目的过去两年虽然声势颇大,但真正能成为爆款的却不多。而且随着大量垂直类综艺节目的涌现,这类综艺节目也正在面临同质化问题,甚至陷入拼大咖、拼制作的怪圈。因此,未来垂直类综艺节目要如何出精品、出爆款,还需业内从业者持续摸索和尝试。

其实,优质的综艺节目总是以

内容取胜,在观众被海量视频淹没的今天,想要打开节目创新的突破口,创意和内容必不可少。在这方面,除了垂直类综艺节目的表现同样可圈可点。2017年被网友誉为“文化类综艺节目的元年”,《见字如面》《朗读者》《中国诗词大会》等节目纷纷脱颖而出,获得收视和口碑上的双赢。之后,2018年陆续推出的《经典咏流传》《一本好书》《上新了·故宫》等文化类综艺节目,又丰富了当下整个综艺市场的内容和形式。文化类综艺节目的“走红”反映了当前人民群众对优质精神文化产品的需求和喜爱,而这类综艺节目的出现也为整个行业发展提供了更多方向和可能性。

总而言之,不论是垂直类综艺节目还是文化类综艺节目,观众期待的是孵化出更多带有中华优秀传统文化底蕴的精品节目。同时,随着业界对分众市场空间的重视,越来越多的节目制作方将内容锁定在垂直细分领域以及传统文化上,这种深挖不同文化、不断创新革新的做法,为行业在综艺节目内容和形式上推陈出新,起到了毋庸置疑的推动作用。

2019年全国“扫黄打非”办挂牌督办大案要案308起

本报讯 2019年,为推动重点案件深挖彻查,全国“扫黄打非”办公室持续加大挂牌督办力度,全年共挂牌督办大案要案308起。其中,联合公安部挂牌239起,联合国家版权局、公安部、最高检等部门挂牌62起,单独挂牌7起。

全国“扫黄打非”办公室通报指出,2019年挂牌督办“扫黄打非”案件呈现“数量大、质量高、全链条打击”等特点。其中,为推动严厉打击网上淫秽色情信息,全国“扫黄打非”办公室联合或单独挂牌督办网络传播淫秽色情信息类案件149起,涉及网络直播、社交群组、网络文学、网络表演、论坛网站、电商等各类平台和移动应用。办案部门已抓获犯罪嫌疑人1249名。如湖北麻城破获“3·01”特大网络淫秽色情直播案。在推动严厉打击非法出版和侵权盗版活动方面,挂牌督办非法出版物类案件40余起,非法出版及侵犯著作权类案件89起。如北京鼎闻公司涉嫌侵犯著作权案、江苏淮安“2·22”特大销售侵权盗版出版物案等。在保护未成年人健康成长方面,挂牌督办传播涉儿童色情信息案件7起,强化专案打击要求,坚决彻查到底。如河南襄城侦破一起涉嫌传播淫秽物品牟利案,抓获多次组织未成年人淫秽表演的崔某某。此外,在规范新闻出版传播秩序方面,挂牌督办陕西渭南“9·18”假记者团伙诈骗等假媒体假记者敲诈勒索案件16起。为推进网络文学专项整治,督促相关企业落实主体责任,首批挂牌督办北京“晋江文学城”等平台传播淫秽色情网络出版案等行政案件7起。

全国“扫黄打非”办公室负责人表示,挂牌督办案件需要各地各部门继续高度重视,进一步加大查办力度,深挖犯罪源头,彻查利益链条,坚决依法打击违法犯罪分子,毫不留情、绝不手软。要将办案成果全面转化为“扫黄打非”社会治理成效,努力为群众营造清朗的网络空间和良好的社会文化环境。(白坤)

专家共话文化与金融创新融合发展之路

本报讯 (驻陕西记者秦毅)12月28日,由陕西省委宣传部主办、陕文投集团承办的2019陕西文化产业与金融创新发展论坛在西安举行。来自全国的文化产业和金融行业专家学者、知名文化企业、行业协会、金融机构代表约300人,汇聚古城共话文化与金融创新融合发展之路。

在主旨演讲环节,国家金融与发展实验室副主任、文化金融研究中心主任杨涛以《文化供给侧改革与文化金融创新》为题,分析了文化供给侧改革的驱动因素和改革重点,探讨了文化金融创新的实施路径。微影资本创始合伙人唐肖明在《文化与消费》的主题演讲中提出,文化和旅游的深度融合将为文化消费和旅游业催生出更大的市场空间。陕文投集团党委书记、董事长王勇表示,陕文投集团植根于陕西这片文化沃土,用10年时间构建起了文化与旅游科技相互融合、内部孵化与对外投资相互联动、实体运营与文化金融相互支撑的良好产业生态。

对于陕西文化和金融的融合发展,与会嘉宾表示,要让陕西历史文化资源转化为文化产业发展新动能,从而全面推动文化产业与金融创新生态建设,促进陕西文化产业与资本创新发展。



12月26日至29日,河北省保定市文化广电和旅游局与保定广播电视台共同举办了2019保定文化旅游媒体推介活动。保定处于京津冀协同发展中部核心功能区,将全面融入京津冀“一小时交通圈”和“半小时生活圈”,是京津地区游客周末休闲游的理想目的地。活动通过形态创新和媒体赋能,聚焦保定文化旅游,开拓冬季文旅项目客源渠道。据了解,活动期间,保定广播电视台“在保定”手机客户端也正式上线。图为游客在保定野山坡滑雪场体验滑雪项目。

本报记者 程丽仙 摄

复古风潮下,黑胶唱片重回大众视野

本报记者 于帆 文/图

数字化时代,大众听音乐的方式多集中在流媒体上,黑胶唱片作为20世纪音乐的主要载体,似乎早已淡出大众视线。然而近十年来,全球黑胶唱片销量持续增长,进入了全面复苏的黄金节点。根据美国唱片业协会的报告,预计今年黑胶唱片的销售收入将是自1986年以来,第一次超过CD唱片的销售收入。逆势回潮的黑胶唱片,究竟具有怎样的魅力?

12月20日至25日,由中国唱片集团有限公司与首都图书馆联合主办,以黑胶展览和黑胶沙龙活动相结合的形式,展出百张近现代珍贵黑胶唱片。在12月21日举办的黑胶沙龙活动上,音乐界专家及收藏爱好者围绕黑胶唱片的发展历史、收藏价值及其在音乐播放上的独特性等知识对大众进行普及,活动吸引了大量音乐爱好者及黑胶收藏者参加。

展区里,观众可以看到样片、彩胶、薄膜唱片等不同种类的黑胶唱片,由齐白石、李可染、傅抱石、潘天寿、黄胄和叶浅予等国画大师为唱片封面作画的珍藏品——《北京的旋律》(全十张),以及各种类型的百张近现代黑胶唱片都被一一陈列出来。除此之外,首都图书馆还精心打造了留“声”复古空间,观众可现场驻足欣赏百年前的八音盒、美国维克多留声机、爱迪生蜡筒留声机等。

据了解,2018年,在中国唱片业迎来110周年生日之际,由中国唱片集团有限公司成立的中国首个UOD黑胶工坊正式在上海揭幕,中国“黑胶复兴计划”就此开启。而这计划距离中国最后一条黑胶生产线关闭已过去22年。

谈及为何重启黑胶生产线,中国唱片集团有限公司相关负责人曾表示:“一是全球黑胶市场需求越来越大,国内也已显现出黑胶复苏迹象;二是中国唱片集团有百年资源积累,许多作品带有鲜明的时代特征,非常适合做黑胶唱片。”据悉,自2010年以来,全球黑胶唱片市场的增长保持两位数,且中国黑胶的收藏者也不算少数。并且在这一轮复苏浪潮里,黑胶唱片的消费主力不再是中老年听众,而是以“80后”和“90后”为主的年轻听众。

尽管科技不断改变着大众对音乐的消费方式,但为什么仍有那么多年轻听众痴迷于黑胶唱片?是什么原因促成了这种古老载体的复兴?在一位资深黑胶藏家看来,黑胶音乐具有很大的优势,它的声音更加厚重,更接近现场,不似数字音乐那般冰冷。与黑胶唱片有着不解之缘的中国爵士乐学会会长刘元认为,大众追求“怀旧”“复古”的情节,是黑胶唱片流行的原因之一。同时他认为,把唱片从封套里取出来,放到唱机转盘上,带有一种艺术的仪式感,具备了某种艺术欣赏的深度。资深黑胶藏家王跃进则站在收藏的角度认为,黑胶唱片是一种有形资产,具有高度的美学价值和收藏价值。

沙龙现场,知名录音师沈援之向大众介绍了黑胶唱片的录音、播放与数字音乐的差异,并在现场为大家播放了珍稀唱片——“百代第一张唱片”和《四五花洞》。现场听众表示,黑胶唱片独具现场感的音色带来了更真实、更丰富的音乐感受。这也很好地解释了为何黑胶唱片始终拥有一群忠实乐迷追随。在许多专家和发烧友心中,



展览现场展示的百年前的八音盒