

网红从边缘的亚文化成为流行文化的主体,反映出社会对网红的接纳度在不断提升,而这种接纳度和资本运作有着非常紧密的联系——

网红文化背后的资本推手

本报记者 兰德华

从芙蓉姐姐、凤姐等一批靠另类、审丑成名的第一代草根网红,到2016年,大红大紫的新晋“国民第一网红”papi酱,网红文化经历了1.0到3.0的变迁,网红在中国也从互联网文化中的一个边缘群体、亚文化现象脱颖而出,逐渐走进公众视野,直至成了集体狂欢的流行文化与时尚。而“网红”一词,也由最初一种略带贬义的称谓,渐渐被“洗白”。

2016年被称为“网红”元年,以网红Papi酱获得1200万投资为标志,网红经济也很快被推上了风口浪尖。当下,各种各样的网红层出不穷:娱乐明星、草根女主播、社会公众人物、畅销书作家、知名创业者、人气科学家、网红医生……甚至连呆萌的宠物一经互联网都能一夜成名——网红猫、网红狗……

从污名到正名

2016年春天,一个叫“牙妹”的姑娘,从北京一家媒体离职,背起行囊乘高铁一路向南。于她而言,这不是在逃离北上广,而是踏上了一条希望之路。目的地是杭州,中国互联网上巨头BAT中的阿里巴巴总部所在地,此外这里还聚集着一批中国最专业化的网红制造公司。而大牙此次前来,就是要应聘这些公司,希望被培养、孵化。她有一个梦想:成为网红。

像大牙一样的青年,绝非少数。据近日上线的《QQ大数据微报告:95后抖屏择业观大起底》显示,近六成95后想当网红,可见网红文化在青年群体的影响力。只不过大牙是90后。

“网红现象,产生的时间其实已经比较长了,经历了所谓的1.0、2.0、3.0时代。从一开始的芙蓉姐姐等,以所谓的审丑文化出现,通过发布一些奇葩照片这种形式成名,包括凤姐在内,她们是第一代网红。”中国艺术研究院《艺术评论》杂志总编辑雍文晔说。

言论

用中国元素诠释文化自信



《人鸟》— 呈现西藏元素的作品 作者 翟跃飞 日本藤田株式会社收藏

传统村落衰落消失现象日益加剧

本报讯 日前,由国家文物局指导、中国文物保护基金会主办的第八届中国“薪火相传——寻找传统村落守护者”活动启动,将在全国寻找为保护传统村落、传承文化遗产做出杰出贡献的普通受众予以嘉奖,以此带动更多人加入文物保护队伍。中国文物保护基金会相

全总文工团炎夏赴山城慰问演出

本报讯 (记者李国 实习生文江燕 裴美丽)日前,中华全国总工会文工团携新排练的话剧《又到满山红叶时》赴重庆慰问演出。该剧取材于长江航道川江某航道站,

京津冀文艺志愿服务走进北戴河

本报讯 (特约记者朱润胜 通讯员宋硕 邵金霞)8月31日晚,渤海一轮月·幽燕万载情——京津冀文艺志愿服务“走进北戴河”演出在秦皇岛北戴河劳动人民文化宫举行,中国戏剧梅花奖得主裴艳玲等来自京津冀三地的知名艺术家们为800余名奋战在北戴河旅游旺季一线的各行各业干部群众献上了一场精彩纷呈的文艺演出。

第一代网红,多是草根群体,而这时,伴随着审丑文化的出现,“网红”多是带着一种贬义的含义。而2.0时代的网红开始和一些消费网站结合。一些服装类的网站,或是代购类的网站开始推出自己的网红。

“到网红所谓3.0时代,一般被称之为2016年第一网红的papi酱时代的网红。那么到这个时代的网红,逐渐与之前的网红产生一定差别,开始了更多和产业的结合,出现了网红经济现象。”他说。

“新一代网红指在网上有一定知名度,并在网上进行创业的人。”腾讯研究院张孝荣这样定义网红。“过去是草根在玩,现在是社会精英关注。”

在2015年12月的时候,有很多调查里显示,“网红”一词关注度首次超过了“明星”一词,成为全网焦点的话题中心。在2016年1月份的时候达到传播顶峰,也引起更多资本的关注。

直播软件的兴起,更是为网红界添了一把火,“BAT”开始进场圈地,名媛大佬也纷纷加入直播行列。王健林现身熊猫TV秀首富的一天,电视名嘴老梁开通了微信直播公号“大唐雷音寺”,演员贾乃亮一直播又火,“奇葩说”的马东带着全体艺人入驻映客直播……

而悄然间,网红的词性经历了一定变迁。“网红从最初略带贬义色彩,逐渐变得中性,到现在,在很多这种资本和大V的鼓吹或者说是很多媒体的渲染下,网红渐渐有了褒义色彩。这反映出社会对网红的接纳度也是不断提升的,而这种接纳度的提升,背后和资本运作是有着非常紧密的联系。”北京大学新闻传播学院学者敖鹏分析说。

变现的魔术

部分网红因为外貌较好,通过分享展示自己精心修饰的个人美丽容颜的照片,或者是日常穿衣搭配,美妆护肤红艳等等,积累起数百万粉丝。她们大部分有人整容或者是很高超的化妆技巧,被网友称之为网红脸。

在锥子脸的淘宝模特背后,其实都有日进斗金的淘宝店铺。据报道,2015年淘宝“6·18”大促销中,销量前10名的店铺就有7家是网红店铺。网红薛丽的淘宝美妆店在去年“双十一”当天成交了12万笔订单,销售额超过2000万元。

除了这些人以外,网红的范围越来越广泛。诸多段子手,如小马甲、学吐槽等也是一个很有代表性的群体。同时也有靠文字和思想深度走红的如六神磊磊、咪蒙,他们覆盖从人文、科教、健康、财经、历史等各个层面。在医生领域,有拥有300多万粉丝的急诊科超人,有财经网红李大霄,粉丝微博也上百万。

“只要你在某个领域有一技之长,或者是比较独特的地方,你就有可能在网络这个平台上走红。”敖鹏认为,“所以网红持续走热,是因为迎合了社会大众的心理诉求,加上资本红利的竞相追逐,使得网红从相对边缘的亚文化群体,逐渐上升为一种流行文化的主体。”

网红不再像凤姐时期是标新立异的个体,而是成了一种扎堆的群体现象,越来越多的人都想成为网红。

“网红的传播,是发生在网红主体和受众之间的一种双向互动。但是我们更要看到在这个互动背后,有资本的力量在作为推手。”敖鹏说。

网红一定是和经济变现联系在一起的。无论你是主动的还是被动的。

如果说淘宝网红,是很主动的经营自己的名声,那么也有人是被动走红的。“像傅园慧这种意外走红,初衷不是为了赚钱。但是我们不可否认的是,只要你红了,利益和资本会自动找上你。”

里约奥运会期间,中国游泳选手傅园慧以其“洪荒之力”系列“表情包”走红。8月10日的时候,傅园慧做客国内一家直播网站,在线围观的人数超过1000万。

走红第二天,她微博上就贴出了某矿泉水品牌的广告,这一条带广告的微博在一天

欧阳

在新近举行的首届上海艾萨克·斯特恩国际小提琴比赛上,有心人注意到,国际大赛纳入了中国元素:中国小提琴协奏曲《梁山伯与祝英台》是半决赛的规定曲目。这不仅创了个举,用比赛组委会主任余隆的话来说意味更加明确:“全球顶级赛事中第一次有了中国作品,……是文化自信的体现。”

的确,用中国元素的作品诠释我们的文化自信无疑更有意义。

说到文化自信,国人会很自然地想到屹立世界文明之林的中华文化,她繁荣、繁衍,拥有绵延数千年的文化源流——我们有理由,也有资本自豪。因之,很多人在讲述文化自信的话中,都将视野投向传统,这本身当然没有问题,但作为“自信”的主体,仅仅着眼于过去显然是不够的:必须立足当下,放眼未来。

回顾、想到令人骄傲的传统文化虽然映射出了文化基因的生命力,展现了生机勃勃、连续不断的文化脉动,但客观说,只是仅有过去的光芒是不足以辅陈文化自信的,在心理上,“留恋”过去很多时候都是因为昔日辉煌、现在暗淡的失落记忆。

真正的自信是立足于进行时的,而不是

视线

《长城保护条例》颁布10周年

全国保存较好的明长城仅存8%

本报讯 9月1日,“长城保护2016”公募活动在京启动,活动主题为“保护长城,加我一个”,这也是文物保护领域第一次采取“互联网+公益”的形式进行公募。中国长城学会常务副会长董耀会在启动仪式上表示,明长城目前保存较好的只有8%,保存一般的近20%,有31%的明长城已经消失。

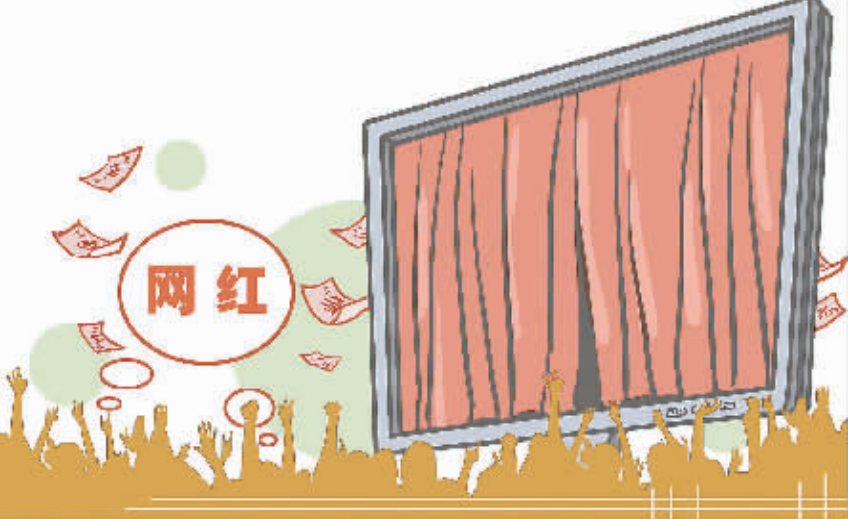
中国文物保护基金会理事长励小捷表示,普查显示,现存历代长城总长度达到21000多公里,历经岁月的磨砺、风雪的侵蚀和人为的破坏,现存长城大部分处于残损的状况,保护任务十分繁重。

今年是《长城保护条例》颁布10周年,该条例于2006年9月20日由国务院常务会议通过,于当年12月1日正式施行。根据条例,长城包括“长城的墙体、城堡、关隘、烽火台、敌楼等”,国家对长城实行整体保护、分段管理。在保护义务方面,“公民、法人和其他组织都有依法保护长城的义务”,国家“鼓励公民、法人和其他组织参与长城保护”。

由于许多长城段落地处传统农耕地区和

期待

漫画 赵春青



时间内收获2万多评论及25万点赞。据业内人士估计,截至目前,傅园慧个人的微博广告报价已经达到每条35万元。

据2015年网红100强的数据分析,网红实现盈利的比例高达85%,其中34%的网红有自己的淘宝店,25%的网红使用广告作为传统的变现方式。还有13%选择签约公司或者是专业的平台来拓展发展路径。也有16%的网红创立自己的公司和品牌。还有15%的人出版了自己的作品。

价值的无所适从

“网红的发展脉络和经济、技术等要素都有非常密切的相辅相成关系。它的过程,一方面是折射着资本和技术的迭代和变迁的问题,同时也一定程度上反映了社会大众的心理诉求。”

光圈CEO张轶在谈到看直播的人的心态时说:“直播最大的意义在于,第一次把天涯若比邻,同时在场、安慰、陪伴、孤独、分享,

甚至是虚荣和炫耀,以及人内心深处真正需要的东西黏合在一起。”

“公众关注网红,或某些网红之所以征服粉丝,是因为在急剧的社会文化变迁中,人们从价值观、人生观上感到无所适从。”上海大学社会学教授张敦福在接受《南方周末》采访时曾这样总结。

某种意义上来说,成为网红确实给了很多普通人机会;低门槛,自力更生,一旦成名名利双收,但网红的路上并非所有人都能成功,大红大紫毕竟还是少数人。以网络主播为例,根据艾媒咨询统计,他们平均月收入在两到三万,极少数人超过10万元。大多数主播默默无闻。

到了9月,自称是去杭州蹭“网红”这趟浑水的“牙妹”依旧没有红起来,尽管此前她在一家公司借鉴papi酱达成风格做过几期电影评论的视频,但效果不佳。半年过去了,她说实在红不了,就重操旧业给媒体写写评论。

成立,没有认同,自信无疑是自欺的妄自尊大,从这个角度出发,泛泛的语义(思想标签)表述,决然不如具体鲜活的价值载体——如有声有色的影像作品——细润无声地润泽更容易影响广泛的受众,更能达成不同文化体之间的互敬和交融。

中华民族,无论是主观的视野,像本尼迪克特·安德森定义的“想象的共同体”,还是客观的地域、血缘、种族的融合,甚至是语义(不是语言)、文化、道德释读,文明同源,价值同构,作为一个文化整体,更需要向世界呈现我们的自信。

然而在我们勇于表达自信的同时,还要善于表达自信。

“协奏曲”源于西方,但并非必须贴上西方标签的“玩偶”,即便是“古典音乐”也是超越国界的。小提琴协奏曲《梁山伯与祝英台》既承续了“西方”的音乐传统,又圆融了西洋乐器的技法,更重要的是它有鲜明的、纯粹的中国元素,作为人类的共同财富,《梁山伯与祝英台》不只是一很好地诠释了音乐这门艺术,更重要的是,它以自己的杰出,充分展示了华夏文化的自信。

需要特别强调的是,作为不需要翻译的语言,这部充满中国元素的协奏曲,赢得不同文化体系的欢迎。新生代的国际小提琴大师维格洛夫(Maxim Vengerov)、沙汉姆(Gil Shaham)演奏全本协奏曲《梁山伯与祝英台》就是很好的说明,这也是文化自信的他者证明,同样的道理,像科幻小说《三体》,其承载的信息量,完全超越了小说,甚至是文学的领域。

总之,华夏文化的自信需要表达,也应该展示。但比较起一般的叙说、抽象的阐述,我们更需要富含中国元素、具体生动的作品来诠释。

点评

让职工子女参与相关行业的文化创意设计,不仅有助于他们了解劳动的意义,了解父母的职业,也有助于活跃孩子们的文化生活,开发他们的潜力。

事实上,类似这样的活动,相关企业单位也可以在内部开展,并融入本行业特色。例如,有的民航企业就曾组织夏令营活动,让孩子们到飞机场体验父母工作,孩子们通过亲身经历,也能理解到父母早出晚归的意义所在。这样的活动既能丰富企业文化,也能让孩子们和父母享受难得的亲子时光,促进家庭和睦。多年以后,等孩子们长大,回忆起在父母单位参加的文化活动,将是一段难忘的成长记忆。

青岛市市南区认关贯彻习近平总书记对家风建设的要求,不断提升温润家风的指向性,鼓励党员干部“亮”出好家风,推树道德模范“秀”出好家风,在全区开展了“学家训、传家风”系列活动,组织道德模范讲家规、推介家庭美德优秀典型荣誉善行义举“四德”榜,开展最美家庭评选,举办“孝感天下”主题演出,在报刊网络等媒体开辟“晒家风”专栏等,展示了以优良家风促党风政风、带民风社风的积极成果,激发了党员干部、人民群众的道德自觉和道德情感,家风正能量气息与日俱增。

本次活动以家风传颂为主题,品读历久弥新的家风经典,感悟深刻厚重的家风文化。来自市南区机关工作人员和社区居民一起登台演出,现场温馨感人,激情振奋。

青岛市市南区认真贯彻落实习近平总书记对家风建设的要求,不断提升温润家风的指向性,鼓励党员干部“亮”出好家风,推树道德模范“秀”出好家风,在全区开展了“学家训、传家风”系列活动,组织道德模范讲家规、推介家庭美德优秀典型荣誉善行义举“四德”榜,开展最美家庭评选,举办“孝感天下”主题演出,在报刊网络等媒体开辟“晒家风”专栏等,展示了以优良家风促党风政风、带民风社风的积极成果,激发了党员干部、人民群众的道德自觉和道德情感,家风正能量气息与日俱增。

医疗纪录片《人间世》获赞

真实的力量最能触动观众心

据广州日报 最近,医疗纪录片

《人间世》引发了不小的震动,不但火爆社交网络,最后一集播完后,在豆瓣上获得了9.7高分。《人间世》还打破了以往“妙手回春”的传统剧情套路,真实描绘了医生内心的痛苦、生活的挣扎等,客观真实。

在第一集里,《人间世》就直接呈现了失败的医疗案例,让人们直面面对死亡。片中患者患有马凡综合征,在医学界等同于“死神代名词”。医生接下了这个手术,但术后第二天,患者因急性肾衰竭没有挺过来。第二集《理解》讲述的是120急救车的故事,反映了现实中耽搁急救车的种种原因。第九集《爱》则讲述癌症晚期的孕妇,为了生下孩子,医生和患者共同所做的努力。

点评

近一段时期,医疗纪录片引起较大关注,北京卫视播出的《生命缘》是此类节目的先行者,将镜头延伸到观众平时看不到的抢救室和手术室,而此前获得较高评价的《急诊室故事》,则将镜头对准了上海市第六人民医院的急诊室,描写了其中的悲欢离合。

医疗纪录片并不好拍摄,一方面拍摄方不能干扰正常的诊疗和手术进程,还需尽量保护医生和患者的隐私,另一方面,红色的鲜血、绿色的手术服,各种手术刀具,画面并不及其它类型纪录片丰富。

最能打动人心的是,真实,电影如此,纪录片亦然。医疗纪录片拍摄的,不只是诊疗过程本身,更是在展现诊疗过程背后,人们对生命的共同态度。

故宫垃圾桶变身“宫女”

环卫家庭子女参与设计

据北京晨报 故宫博物院慈宁宫花园内,几个造型别致的垃圾桶吸引了不少观众的目光。这些垃圾桶由环卫家庭的孩子设计,部分可实际使用的垃圾桶将试用一周,以此呼吁观众爱护博物馆及城市环境卫生。

据悉,“看我的”2016环卫子女成长计划·故宫艺术实验在故宫博物院慈宁宫花园启动,展示了由20名来自北京环卫系统家庭孩子设计的创新垃圾桶。这些创意垃圾桶以“拿着纸油伞的宫女”、“顶部种植真正花卉的青花瓷”、可实现垃圾分类的“气球”、可供玩耍的“滑梯”等形式展现,充满了孩子的童真童趣,展现了他们天马行空的想象力和创造力。

点评

让职工子女参与相关行业的文化创意设计,不仅有助于他们了解劳动的意义,了解父母的职业,也有助于活跃孩子们的文化生活,开发他们的潜力。

事实上,类似这样的活动,相关企业单位也可以在内部开展,并融入本行业特色。例如,有的民航企业就曾组织夏令营活动,让孩子们到飞机场体验父母工作,孩子们通过亲身经历,也能理解到父母早出晚归的意义所在。这样的活动既能丰富企业文化,也能让孩子们和父母享受难得的亲子时光,促进家庭和睦。多年以后,等孩子们长大,回忆起在父母单位参加的文化活动,将是一段难忘的成长记忆。

青岛市市南区举办家风主题诵读会

本报讯 (记者杨明清)8月28日上午,青岛市市南区在青岛市音乐厅举行“温润家风”美文诵读会,将一个家风故事以朗诵和歌曲等形式搬上舞台,现场共500余人观看了演出。

本次活动以家风传颂为主题,品读历久弥新的家风经典,感悟深刻厚重的家风文化。来自市南区机关工作人员和社区居民一起登台演出,现场温馨感人,激情振奋。

青岛市市南区认真贯彻落实习近平总书记对家风建设的要求,不断提升温润家风的指向性,鼓励党员干部“亮”出好家风,推树道德模范“秀”出好家风,在全区开展了“学家训、传家风”系列活动,组织道德模范讲家规、推介家庭美德优秀典型荣誉善行义举“四德”榜,开展最美家庭评选,举办“孝感天下”主题演出,在报刊网络等媒体开辟“晒家风”专栏等,展示了以优良家风促党风政风、带民风社风的积极成果,激发了党员干部、人民群众的道德自觉和道德情感,家风正能量气息与日俱增。

图为河北省保定市涞源县的一处长城。 本报记者 赵景银