

文化



周刊

责任编辑:赵亮
新闻热线:(010)84151608
E-mail:grbwzhk@sina.com

各大音乐互联网平台纷纷推出旨在挖掘新人的计划, 加快音乐人的成长速度, 为中国原创音乐注入新力量——

互联网时代, 给乐坛一点颜色

本报记者 杨学义

11月28日,是独立音乐人方拾贰的新单曲《94》上线的日子,这首歌当天被放在了虾米音乐app首页头条位置。由于副歌中不断重复着的歌词“起飞吧”充满了迷幻感,因此,她在歌曲置顶评论中飘逸地写下了“字不必多,一个即可,如果喜欢就打个飞字”。不到一天时间,评论区收获了上千个整齐划一的“飞”字。

方拾贰是虾米音乐寻光计划第二季中被发掘出来的音乐新人。近年来,随着音乐类综艺节目的火爆,很多独立音乐人通过选秀、竞技等方式被大众所熟知,但实际上,随着时代的发展,单纯依靠传统唱片公司来运作的发展模式已经远去,独立音乐人作为原创音乐重要的群体正面临着诸多发展上的困境。两年来,有越来越多的在线音乐平台开始了对独立音乐人的扶持,虾米音乐的寻光计划、百度音乐人的伴星计划、腾讯音乐集团的腾讯音乐人计划、网易音乐的石头计划、豆瓣金羊毛计划……像方拾贰这样的独立音乐人开始得到了越来越多的机会,由于各大平台对他们唱片制作、宣发、MV拍摄和演出资助等进行了全方位的支持,他们的心血之作也开始出现在大众面前,不会再默默地躺在角落里,无人问津……

互联网的“幸运儿”

“原来发歌的时候,只能自己默默地发,现在发歌连人的app页面和首页都是我的信息,有了更多媒体关注。”从小热爱音乐的方拾贰,2015年开始写歌。2016年,她录制了第一首完整原创作品《归,不归》,这首古风韵味十足的电子民谣让她名声大振,网友听众的肯定让她收获了自信,也正是从那时开始,她下决心做一名职业音乐人。

“相比很多独立音乐人,我是蛮幸运的。”方拾贰凭借《归,不归》入围了寻光计划第二季的最终名单,并获得了平台在音乐宣发、演出机会和资源上的帮助,她确实是一名幸运儿。网易云音乐发布的《中国独立音乐人生活报告》显示,独立音乐人在收入上普遍较低,在音乐上获得的平均月收入在1000元以下的,占比高达68%,在音乐上收入在1万元以上的音乐人,占比不到5%。

《报告》显示,影响他们作品发展的最主要原因有两个:曝光机会和歌曲质量。方拾贰认为,一个独立音乐人的风格是不需要通过网友的肯定来建立的,但创作依然需要市场的考量。缺少曝光机会,最



今年7月,民谣歌手赵雷在一场音乐节现场演绎《成都》引数万歌迷合唱。视觉中国供图

大的弊端在于得不到反馈,“作为一个独立音乐人,我会觉得自己的东西不错,但众多网友的反对我是一种巨大鼓励,这对自信心的建立非常重要”。现在,方拾贰和其他几个被选中的音乐人,每周二会轮流在平台上发布一首新歌,计划明年3月份,就能出一张专辑。

由于得到了更多的曝光率和演出机会,方拾贰的收入自然也提高了,而收入也会直接影响音乐制作的质量。“比如之前做音乐的设备和系统不好,导致系统频繁崩溃,一切都会重来,当然会影响到做歌的心情和效率。”

“在互联网时代,人才不会被埋没,但有了平台的支持和陪伴,会加快音乐人的成长速度,缩短音乐人的成功距离。”方拾贰说。

好音乐的“催化剂”

“你会发现,选拔出来的很多独立音乐人,作品多样,有的甚至内容小众”,寻光计划项目负责人赵

宗告诉记者,音乐新人计划所要做的,就是利用相对专业的、音乐鉴赏水平高的听众,逐步发酵,进而传播这些作品,让小众变成大众。

“像宋冬野、赵雷这些歌手,他们早期也是小众的,但是他们首先吸引了一拨人,通过发专辑之后,内容就逐步具备了可听性。”从赵宗的运作经验来看,“可听性”在歌手被众多听众熟知后,就自然具备了,一些“小众”的独立音乐人,缺的只是临门一脚。

“我们要做的,就是帮助这些人早点开窍,主要方式无非就是资金、机会和专业指导”。赵宗介绍,除了资金支持,平台对独立音乐人的帮助主要分三个层面,第一层面是一些企划帮助和建议,帮助他们在专业上走得更远;第二层面是整合平台掌握的各种业内资源,这样可以省去独立音乐人的积累时间;第三层面是平台掌握的各种机会,“我们经常接到各种音乐节的邀约,就会毫不犹豫地推荐独立音乐人”,此外,虾米音乐所属的阿里集团内部的机会,也会推荐给独立音乐人,“比如集团内部高德地图、支付宝等各种软件的广告歌,都会由他们来创

作演唱。今年集团的‘双十一’晚会,我们还为其中的5组音乐人争取到一个节目。”

“金钱、推广、演出和活儿”,方拾贰用这几个词语形容平台对她的意义,平台给了独立音乐人最缺乏,也是最渴望得到的市场考量和反馈,而这也是一个长期的过程。

“这虽然是一场选拔,但并不是一次选秀!”赵宗告诉记者,与综艺选秀相比,音乐新人计划更加看重的是“选拔后的阶段”,“我们不想随着节目的结束,就和艺人说再见。”他介绍,新人计划一般周期比较长,“我们的计划是两年一个周期,第一年主要是选拔,第二年主要是以他们的作品为主。”

流行乐坛的“调色盘”

“我们是想触发行乐坛新的内容!”赵宗说,这是众多音乐新人计划的核心目的。他表示,当前音乐市场上流行的东西过于单调,“音乐新人计划,最注重的是音乐性,鼓励小众音乐,既能让平台内容更立体、个性一些,同时也能够对整个音乐市场内容层面有一个促进。”

记者了解到,两年来,随着各音乐平台新人计划的推进,有的平台也开始通过新人计划积累自己的版权内容,有的则是通过和音乐新人签署协议的方式,确立了一种合作关系。不过,无论是哪种方式,所有平台都尚未考虑到收入部分。

“各家在做的时候,一般都会从塑造品牌方面着手。这不是一个急功近利的东西,应当长远考虑。”赵宗说。基于此,寻光计划第二季还在第一季的基础上增加了专家评审,并增加了权重,“让大众通过app电台票选,是一个基本的保证,而业内专家则会将对前卫性的音乐拎出来,因为大众的审美往往是滞后的,这就是在着眼未来。”

音乐新人计划,志在营造未来之星。“比如我们上一季选出的程璧,初选阶段试听量只有几千次,但跟我们合作推出第一张专辑后,一个月内就到了上万万的级别。”赵宗说,目前,该计划第一季音乐人作品的总播放量,已经远远超过了一家传统唱片公司一年音乐作品的播放量,估算是他们的几十倍,“这或许就是各大平台愿意拿出钱来,培养新人最重要的原因吧。”

泉州:穿越古城探寻海丝

本报讯 2017年第二届泉州海丝古城徒步穿越活动在威远楼举行启动仪式,这是泉州市第三届海上丝绸之路国际艺术节系列活动的项目之一。本届海丝徒步活动以泉州历史文化为背景,以古城街巷为特色,以泉州侨乡为纽带,结合泉州多元宗教文化特点,是全民参与的文化徒步活动,成为打造海丝沿线国家文化交流的平台。

本届古城徒步活动突出体育搭台、文化唱戏,将在中心市区的7处海丝申遗点和古城特色古街巷举行。活动以“穿越”为主题,植入“万国商”及“历史点位”的人文活动体验,以及展示本土元素的各种非物质文化遗产表演,让人文更加落地,增强参与者对古城文化保护、传承意识。活动还将邀请归国华侨、外国友人和文化名人参与,通过宣传报道,展现泉州古城魅力。

《玩偶之家》重塑现代生活里的“娜拉”

本报讯 12月8日,国家大剧院再次推出挪威剧作家亨利克·易卜生最著名的代表作《玩偶之家》。

2017年,中国话剧自诞生之日起已走过110年的历史。其中,“现代戏剧之父”亨利克·易卜生可以称得上是这百年来对于中国现代戏剧影响最大的剧作家之一。1914年上海“春柳社”首次演出“幕表戏”《玩偶之家》,也让该剧成为了中国话剧史发展的重要“见证”。

2014年,国家大剧院特邀北京人民艺术剧院导演任鸣,忠于原著,本着“向易卜生经典文本致敬”的创作理念,打造小剧场话剧《玩偶之家》。任鸣导演介绍,“易卜生一百多年前所提出的社会问题、人生问题、婚姻问题到今天不但依然存在,甚至更加尖锐、复杂而激烈,依然具有深刻的现实意义和存在价值。”本剧也将表现的重点从《玩偶之家》诞生之初所引发的女权主义思想转移到了更具时代意义的婚姻、家庭矛盾上来,旨在引起现代人更多的思考和共鸣。(赵亮整理)



通过3D打印技术打造的故宫微缩模型。视觉中国供图

赵强

在全球网民的热切关注下,在乌镇举办的第四届世界互联网大会于近日闭幕了。有关会议的一系列成果一经发布,瞬间引发全球的目光。笔者特别注意到了几个过去很少听到的词汇,如互联网+中华文明、机器人视觉、虚拟现实、智能博物馆等,不但令人神往,还让人耳目一新。尤其是互联网在改变人们的生活方面,将继续引导并极大地丰富与改变大众对高品质生活的渴望。

众所周知,从1994年中国正式接入互联网以来,互联网深刻地影响了中国,也深刻地影响了文化交流。可以说互联网的高速发展,极大地提升了文化的进步和繁荣。文化不仅在互联网上传播,也在互联网上创造,更在互联网上扩展和丰富。网络文化已经成为重要的文化形态,网络文化市场已经成为新业态出现最快、新内容最多、创造活力最强的领域。如网络文学、网络游戏、网络视频、网络音乐、网络剧等都成为高速发展的文化产业。

据最新发布的《网络表演(直播)社会价值报告》显示,2016年我国网络表演整体营收达到218.5亿元,用户规模3.44亿。有专家表示,网络表演(直播)在经济收入、用户人数、影响力等方面都呈现极高的增长趋势,而据中国互联网信息中心不久前在京发布的第40次《中国互联网络发展状况统计报告》称,截至2017年6月,网络文学用户规模达到3.53亿元,其中手机网络文学用户规模为3.27亿,市场规模达90亿元。

而另一则消息让我们看到了网络竞技产品巨大的市场潜力。据专家介绍,中国电子竞技游戏的发展在某种程度上是受到中国人对电子游戏的沉迷所驱使,目前中国有大约5.6亿人玩游戏,占全国上网人数的70%。2016年,中国网络视频企业引进的境外版权剧超过300部;近年来每年有数百款海外的电子竞技产品在中国获得代理。同样,中国的优秀文化产品也正通过互联网向越来越多的国家和人民所了解和喜爱。截至目前,已有近千款中国的电子竞技产品出口到东南亚、东亚、欧洲、北美以及中东、南美等地区。

在互联网与博物馆、美术馆、展览馆的对接上,网络更是发挥着前所未有的重要作用。北京博物馆目前已达172家数量位居世界第二。这么多博物馆,一般人要想都一一涉足是不大可能的。因此,有很多人可能更愿意到网络上先一睹精品展示,然后才有的放矢地重点参观。突出精品与镇馆之宝,突出展览主题,应当是博物馆所着力打造的。以故宫博物院为例,面对每天8万人的巨大客流,还是满足不了公众的需求,于是开始加大网站建设,举办了更多网上展览,使人们足不出户就可以参观展览。可见,打造智慧博物馆正是很多博物馆的积极探索。

此外,中华文明五千年,有着巨大的文化遗产,这些遗产如果能更多地通过网络展示,让公众先睹为快,不但得到很好的文化熏陶,还能种下热爱中华文明的种子。如这次大会的互联网之光博览会汇集了来自全球400多家企业的“黑科技”。3D打印的兵马俑、360度旋转的文物展品……博物馆里的文物,古籍里的文字,在这里“活”了起来,观众纷纷点赞。可见互联网技术的发力,可以将传统文化转化为可亲可近的产品。

看来,互联网不但切实地改变了民众生活,更让我们的文化生活出彩、出新。文化与技术在互联网上可以很好地对接,在未来将不断刷新并积极大地提升我们的文化生活。



让更多互联网+惠及大众文化生活

要有把自己打碎的勇气

——春晚导演说春晚

本报记者 赵亮

又到年终岁尾,带着年味标签的春晚以自己独特的方式如约而至。连日来,作为春晚前期甄选和预热的平台——《我要上春晚》正在央视热播,这样一档老牌综艺节目,因为与春晚的密切关联和优质的节目内容,得到了观众的广泛关注。12月6日,记者在排演现场采访到了《我要上春晚》的制片人夏雨,作为一位曾四次参与执导春晚的导演,夏雨觉得,面对当下如此多元的文化诉求,主创团队要有把自己打碎的勇气,春晚才能适应时代发展,真正走近观众。

“只要是观众喜欢的,我们都不排斥”

“我们现在做的工作,就是要将非常好的节目吸纳进来,还要把现场观众的反应传达给春晚剧组,因为这代表了大众的心声。”夏雨对记者表示。

从刚刚播出的几期节目来看,《我要上春晚》在节目的形式上较以往有了很大程度的创新,除了传统的歌舞、语言类节目、魔术、杂技,还有绝技绝活、体操、机器人智能科技、传统戏曲的跨界……其中还包括国外的创意性节目。“我们想传达的不仅是形态上的创新,更是一种精神和气质上的创新。”夏雨说。

有意思的是,“端庄”的春晚节目遴选越来越透

着时尚范。今年一档综艺节目《中国有嘻哈》成为现象级综艺类型,而在刚刚播出的第六期节目中,有一个选自嘻哈音乐的歌曲《全部都是你》又再一次引起了关注。夏雨透露说:“我们觉得这个作品不仅代表了年度热点,也反映了这样的艺术类型非常符合现代人的表达,如果嘻哈这种音乐形式能够通过《我要上春晚》的平台最终走向春晚的舞台,这也一定是大部分青年观众希望看到的。我们选节目的初衷就是只要是观众喜欢的,我们都不排斥。”

当然,由于春晚平台的特殊性,春晚的节目既要接地气,让观众喜闻乐见。同时,“我们作为导演真正的功底体现在如何能帮助非常自然的素材做一些提升和包装,让观众觉得这个节目来源于生活又高于生活。”夏雨说道。

最珍贵的是心底的那一份情怀

随着时代的发展,人的生活方式在变,文化选择也越来越多元。一家人围坐电视机前看一台晚会的场景已渐渐发生了变化,甚至吐槽春晚也变得和看春晚一样成了春节欢聚的调味剂。但春晚作为一档节目来说所包含的内容又太复杂,“为什么说与春晚相关的节目不好做?因为你很难用一句话或者一种方式去定义它、总结它,怎样去解读都不够全面。”夏雨坦言。

在今天的《我要上春晚》中,节目组特别设置了“致春晚”这样的环节。那些曾登上过春晚的明星再次以全新的表演方式“回望春晚”。

“那天看着林依伦站在台上唱歌,我瞬间被拉回到那个年代。当时,我们和明星们说能不能来‘致春晚’这个环节,他们都很开心,迅速回家翻当年登上春晚时的衣服,有的能穿得上,有的已经穿不上了。我们希望通过节目中的这个环节,让人们回望生活所发生的变化,这也正是一个时代的变迁。在信息碎片化的时代,我觉得最珍贵的是心底的那一份情怀,我们想把这些呈现给观众。”

每一年的春晚虽然仅仅四个多小时,但作为主创团队却需要大半年的时间来创作。夏雨回忆道:“一进入春晚剧组,我就会陷入一种很焦躁的状态。然而,每年都有我们这样的一群人,在这个地方默默工作大半年的时间,其中包含着多少人的心血。另外,还有一大群演员,他们要经受多少不眠之夜,反反复复地创作作品,打磨作品,甚至还有可能遭受节目临时被拿下的煎熬。”

随着信息化时代到来,很多年轻人更偏向于在网上寻找资讯。“我希望能有那么努力工作的一群人去帮他们找到情怀,这也是对中国传统文化的致敬。因为我作为中国人,‘年’能代表更深层次的文化情愫,而不仅仅只是一个符号或某种形式。”夏雨说。

泥咕咕:黄土捏就的“活化石”

12月6日,在河南省浚县黎阳镇杨屯村,浚县泥咕咕传承人宋庆春在给泥咕咕上色。泥咕咕是河南浚县民间对泥塑小玩具的俗称,因为能用嘴吹出不同的声音,被形象地称为“咕咕”。泥咕咕主要产于浚县黎阳镇杨屯村,因其造型古朴,夸张别致,被民俗专家称为“历史的活化石”。它的制作工序主要有取土、粉土、和泥、捏制、修坯、扎孔、晾晒、烧制、彩绘和油漆等。2006年,“泥塑——浚县泥咕咕”入选第一批国家级非物质文化遗产名录。

新华社 冯大鹏 摄

