

从「小西湖」阅览大民生

仲呈祥

在我熟知的军旅作家中，唐栋、傅勇凡是一对舞台艺术界知名的编剧、导演黄金搭档。他们以创作重大革命题材和英雄模范题材作品见长。闻听他们受南京市话剧团之邀，要完成一部以新时代南京小西湖历史风貌街区更新改造为题材的主题创作，我既为他们并非长于此而捏把汗，又对勇于创新的他们充满期待。

观看南京市话剧团搬上舞台的话剧《南京有个小西湖》，从剧中的“小西湖”阅览世情民生，我的担心顿失，我的期待得到了满足，我获得了宝贵的人生启迪和审美享受。

唐栋写剧“选材严”而“开掘深”，擅长以独特发现的巧妙视角切入，并以独特的艺术形式去审美化地呈现题材所蕴含的深刻而丰富的历史内容、思想价值，总能实现“有思想的艺术与有艺术的思想相结合”。他能把如《共产党宣言》《支部建在连上》等严肃的题材审美化地予以艺术呈现。

南京的“小西湖”片区更新改造工程践行习近平文化思想、习近平生态文明思想，话剧《南京有个小西湖》聚焦于此，从城保集团董事长、党委书记、小西湖街区更新项目总指挥于建东的视角入手，重点讲述他深入具有代表性的两户“老大难”朱家胜、徐香美家中排忧解难的故事。他细析“保护历史遗产”“私房租赁改建”等政策，让出自己尚未入住的新居，实实在在地满足两户“就近暂居”的需求，不着一字，尽得精髓地把“以人民为中心”“民生为要”的理念化人民心，把文化的传承、生态文明的建设、美好生活的追求入情入理地变为现实。该剧也没有回避更新改造过程中、生活漩涡中基层干部、居民、租户等人物之间的矛盾，将从冲突到和谐的心灵蜕变、精神升华呈现得惟妙惟肖。《南京有个小西湖》的视点妙、故事好、人物活，值得称道。

大多数反映城市旧区更新改造、城市建设等题材的文艺作品，往往在“拆迁”上做文章，在公与私等观念上开掘主题。从《蜗居》到《心居》再到《安居》等电视剧，表现出艺术家们在“选材严、开掘深”上的突破和创新。话剧《南京有个小西湖》的可贵，在于对历史文化传承精神和生态文明思想的艺术诠释。在人物形象设置上，以朱、徐两家为叙事主要对象，给“小西湖”世代居住的平民注入了南京这座古都一种应有的“城市之魂在历史、在文化”的厚重感。加上引发于此的情节和对话，朱家“背诵古诗”的家教，托物言志、寓理于情的石榴树和老墙，等等，都令文化传承艺术化地落到了实处。至于从历史旧居到改建新居的前后强烈对照，秦嫂“出租危房”的惊险，以及朱、徐两家前因旧居而姻缘破裂，终因新居建成两家共食“糖粥藕”“红烧狮子头”而姻缘再续、时来运转的故事，都让人强烈感受到生态文明建设对于满足人民对美好生活的现实需求、促进社会和谐、人的自由而全面发展的重大意义。

全剧结尾，昔日虽具有历史文化积淀但“脏、乱、差”的“小西湖”焕然一新，家家环境优美，户户居室舒适，文化展馆、非遗工坊、文创零售、休闲娱乐设施和场所星罗棋布，“陈涓社区卫生院”“秦嫂欢乐茶馆”“朱家石榴树景观”错落有致。好一派光景，好一个“小西湖”！

“湖”虽不存，“水”却“永存在百姓心中”。这便是话剧《南京有个小西湖》在舞台上营造出的形神兼备的深远意境。



图为话剧《南京有个小西湖》剧照。南京市话剧团供图

来自现场的声音

以网络文学、网络视频、网络音乐为代表的网络文艺新业态，通过构建多形态的网络文化消费方式，在传播先进思想文化、普及大众科学知识以及传承中华优秀传统文化方面，发挥着越来越重要的作用。内容产业的高质量发展离不开科技的推动，而技术的进步，总会带来文艺从内容到形式、从创作到理论的演进。如何用好科技变量、实现内容增量？科技给网络时代的文艺创作带来新的机遇。

——编者

网络文艺创新发展的机遇

以生成式人工智能、大数据、云计算为代表的信息技术革命带来新的契机，庞大的网络用户规模和巨大的消费需求，将为网络文艺模式的创新、业态的创新提供新的机遇

网络视听与即时通信用户规模对比



2022年

我国网络文学作品翻译语种达20多种 涉及40多个国家和地区

网络文学企业海外营收规模达40.63亿元

我国数字音乐市场总规模约为1554.9亿元

我国数字音乐用户规模约为8.48亿人

数据来源：《中国网络视听发展研究报告(2024)》、中国音像与数字出版协会

版式设计：沈亦伶

要做更有含金量的“综合题”

蔡怀军

让技术和文化融合在一起，能为长、中、短视频创作提供更大的可能性、创新性和空间感，驱动更多文艺创新形式涌现

新时代，我们要答好文化和科技融合这一重大命题，绝不能只做简单的“数学相加题”，而要做更有含金量的“综合题”。

一方面，要向内求索。10年前，我们打造了芒果TV。为深度融合，我们布局小芒电商，推动湖南卫视、芒果TV双平台深度融合。去年，我们将金鹰卡通也纳入超芒生态，组成四平台。今年，我们紧扣文化与科技融合，打造“数字文博大平台”。在这一条时间脉络里，芒果生态产业链更立体、更多元、更具生命力。

另一方面，要向外生长。我们不断发展跨界新业态。近期，我们紧紧围绕湖南广电的内容IP优势，贯通马栏山生态，以打造演播厅集群、音视频设备展

动漫游戏产业集聚区等标志性业态，形成聚集效应，打造产业高地，让文化产业在马栏山蓬勃生长、生生不息。

善于捕捉用户需求，发挥自身优势，以创新为驱动，平台才能立于潮头。互联网和新技术的发展，让内容的生产传播方式产生了巨大变化，用户获取内容更加便捷。作为内容创作者和传播者，我们不仅要在长视频内容中做出特色，也要在中视频、短视频方面有所布局，努力给更多观众提供符合不同需求的形式与内容。对自己创作的每个项目，我们都会主动收集大量观众反馈，研究观众的建议和批评，仔细分析。同时研究用户的成长性，如今的观众不仅看内容，更注重体验与参与。

我们要求自己每年保持40%—50%的创新率，围绕主题不断推陈出新。比如，《歌手2024》首次连续多期多角度直播，同时每一期节目都有上百万观众在平台上互动，对技术的要求很高。可以说，这个节目是在实践经验的积累之上完成的，也得益于这几年在技术上的持续投入和不断探索。让技术和文化融合在一起，能为长、中、短视频创作提供更大的可能性、创新性和空间感，驱动更多

文艺创新形式涌现。

年轻人的喜好，年轻人最懂，因此我们大胆起用年轻人。一是鼓励年轻人组队提出项目新方案，当场给予启动资金；二是建立“创新小组—团队—工作室—超级工作室—子公司负责人”的成长路径；三是打造青年说、青年CEO俱乐部等年轻人活动场域。我们对年轻人非常包容，不会因为一次失败而否定一切。现在已经涌现多位90后制作人。为什么年轻人有这么大的动力？因为每个人都希望自己创作的内容能够被更多人看见。对年轻人而言，这就是值得来芒果TV工作的原因之一。

从去年开始，我们在大部分节目中加强了国际元素，邀请全球的用户和艺人参加节目。最近，《乘风2024》还收到法方的寄语，称节目“让法中友谊得以体现”。“数字文博大平台”将立足于让文化“活起来”“走出去”，采用AIGC(生成式人工智能)、区块链等新技术，把中华优秀传统文化通过更加鲜活有效的形式，传播到海外更多地方。

(作者为湖南广播影视集团党委副书记、总经理)

尊重艺术是网络文艺成功的秘诀

孙忠怀

只有尊重文本、尊重艺术，整个长视频行业的内容水准才会水涨船高，才会对观众产生持久的吸引力

经过10多年的发展，国内互联网长视频行业正在迈入高质量发展的新阶段。有三个方面可以说明：一是好作品迭代式涌现，比如正在腾讯视频热播的剧集《庆余年第二季》，以及今年初与大家见面的剧集《繁花》，都是广大观众喜闻乐见的文艺作品。不仅仅是腾讯视频，其他平台也涌现出了大量优秀作品，这说明整个行业都迈入了精品化时代。二是以腾讯视频、爱奇艺为代表的长视频平台进入平台运营的盈利期，这是比较大的行业进展。三是长视频平台播出的文艺作品不仅仅是观众爱看，同时不断拓展影响力，线上线下互动密切，甚至带动周边行业、文旅行业的发展。这些都是网络文艺发展进入成熟期的显著证明。

取得这样的成绩并非一蹴而就，而是整个行业经历了长期的摸索和磨砺，才有今天的局面。如今，作品的筛选、立项、制作过程已经愈发成熟，以会员模式为核心的主流商业模式也得以确立。消费者对长视频平台也建立了稳定的认知与预期。

作为网络文艺的重要阵地之一，腾讯视频把艺术与科技驱动置于平台发展的关键位置。我们不断尝试运用新的技术、新的艺术形式，为内容生产赋能。在艺术上，我们比较看重文本，作品要能传递主流价值观。不管是剧集还是动漫、电影、综艺，一部作品传递给观众的价值内核最重要。此外，剧集创作涉及的元素非常多，如果有新的表达方式能够让观众有共鸣，我们也会应用进去。技术上，我们很早就进行了布局。腾讯视频上线了大量国产动漫作品。动漫制作依赖以计算机视觉为核心的创作系统，以3D转制2D、快速建模上色等技术为代表，我们自主研制的AIGC的很多能力已经投入制作全流程，提升了效率，降低了成本，让观众获得更优质的视觉感受。未来，从前期概念探索到后期制作，AI技术

将在文艺作品的创作制作全流程中发挥更大的作用。

创新思维和技术方式可以赋能内容创作，但最基本的依然是作品的思想性和艺术性。我们是一个拥有海量作品的平台，这就注定了平台上提供的内容非常多元。在高质量发展新阶段，要努力让好作品的占比不断提升，让平庸之作的占比不断下降。为此，我们进一步增加了投资较大、观众消费群较广的作品，这样慢慢发展下去，整体水准就会有质的提升。

在发展的进程中，我们的制作流程和筛选机制愈加严格。比如，剧集是以文学为基础的艺术形式，好剧本肯定基于好的剧本。好剧本很多时候来源于好的小说。名家获奖小说一般会有较好的文学品质，在这个基础上，再选择与优秀的影视创作者合作，往往会取得成功。

要给创作者更多耐心、更多机会。只有尊重文本、尊重艺术，整个长视频行业的内容水准才会水涨船高，才会对观众产生持久的吸引力。

(作者为腾讯公司副总裁、腾讯在线视频首席执行官)

艺坛

精神文明建设和经济建设的阵地

网络文艺兼具文化价值和经济效益，是精神文明建设和经济建设的重要阵地，更是建设中华民族现代文明、推进文化强国建设、服务数字中国发展的主战场。

网络文学为提升中华文化海外传播力、影响力发挥重要作用。根据中国音像与数字出版协会测算，2022年我国网络文学出海作品共计53.93万部，翻译语种达20多种，涉及40多个国家和地区，网络文学企业海外营收规模已达40.63亿元。以网络文学为代表的中国网络文艺，在海外落地生根、开花结果，影响力逐步增强。如《大国重工》《大医凌然》等16部网文作品被收录至世界知名学术图书馆，一些翻译作品阅读量破亿。通过阅读中国网文，海外读者正在深入了解中华传统文化和当代中国的时代风貌。

2022年，中国音像与数字出版协会根据国内30余家主要数字音乐企业的同口径测算，包括在线音乐、音乐短视频、音乐直播、在线K歌业务在内的中国数字音乐市场总规模约为1554.9亿元，相较于2021年，同比增长16.8%；中国音乐短视频市场规模为410.3亿元，较上一年增长19.8%。规模更大的是中国音乐直播市场，规模为815.2亿元。这一组数据将以音乐为主要内容或者与音乐直接相关的直播纳入统计范围，与音乐关联度不高的领域或者直播类型，比如电商直播、旅游直播、生活类直播没有纳入统计。

短视频已经成为人们发现新歌的主要渠道。2022年，我国数字音乐用户规模大约是8.48亿人，用户付费率持续上涨。虽然与发达市场的付费转化率相比仍然偏低，但比过去已经增长了很多。音乐短视频用户数量超过6.5亿人，入驻短视频平台的音乐人超过150万人。总体来看，我国数字音乐行业在版权治理、行业基础设施建设方面仍存在明显不足，下一步需要在内容精品化、技术赋能以及国际化发展等方面加大推进力度，形成内容丰富、模式多元、影响力更强的数字音乐新生态。

网络视听行业已成为我国网络文艺的重要供给端。主旋律作品广泛传播，内容生产精品化，正成为全行业高质量发展的基本共识。目前，网络视听用户规模已经超过即时通信的用户规模。根据《中国网络视听发展研究报告(2024)》，截至2023年12月，我国网络视听用户规模达10.74亿人，网民使用率为98.3%。用户规模方面，网络视听与排在第二位的即时通信之间的差距进一步拉大，网络视听的领先优势从2022年的184万人，提升到2023年的1414万人。2023年，移动端网络视听应用人均单日使用时长超过3小时。为了更好地服务于数字文化创新创业和中华优秀传统文化传播，今后需要进一步加强内容精品化引领，强化主流媒体视频的影响力和引导力。

以生成式人工智能、大数据、云计算为代表的信息技术革命带来新的契机，庞大的网络用户规模和巨大的消费需求，将为网络文艺模式的创新、业态的创新提供新的机遇。同时，我们也不能忽视这些问题，诸如优质内容供给、服务与多元文化消费需求之间的响应机制仍然不畅，对生成式人工智能技术的挑战应对不足，等等。为此，我们应该更加重视行业人才队伍的建设，立足长远，围绕弘扬中华优秀传统文化、革命文化、社会主义先进文化，建设强大的网络文化阵地。

(作者为中国音像与数字出版协会常务副理事长)