

## 影像见证时代发展

本报记者 赖睿

2021年4月29日，中国空间站天和核心舱在海南文昌航天发射场发射升空，附近游客用手机记录下这一刻；2020年12月26日，夕阳下的深圳前海欢乐港湾建设工地上，一名工人正在进行电焊作业；2019年10月1日，北京宣武门北新华街东侧胡同，市民用手机拍摄参加国庆70周年阅兵的空军战机……这些精彩瞬间，都定格在第28届全国摄影艺术展览的作品中。

由中国文联、中国摄影家协会主办的第28届全国摄影艺术展览日前在浙江临海举行。全国摄影艺术展览自1957年创办以来，展出逾万幅佳作，是中国摄影界的焦点和标杆。本届摄影展共收到29万余幅（10万余件）作品，最终评审产生纪实类、艺术类、创意和商业类、多媒体类共298件入展作品。

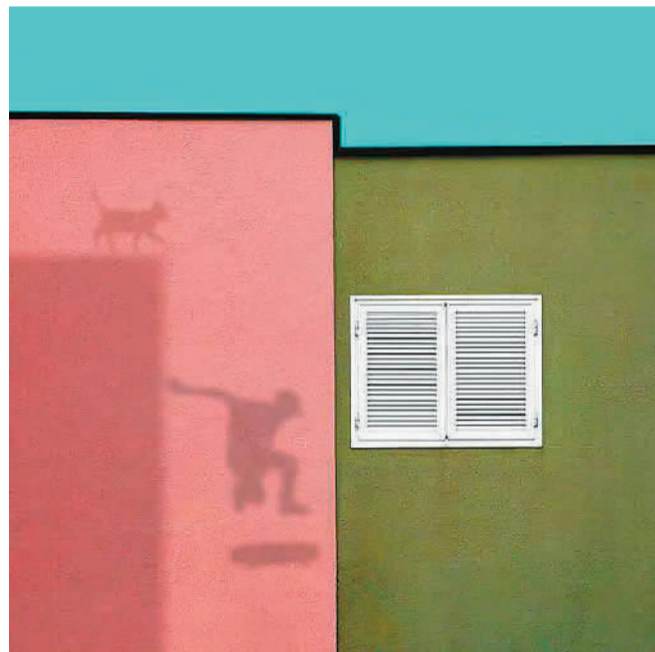
全国摄影艺术展览不仅是一项大型摄影活动，也是中国当代摄影事业发展的映射。从入展作品来看，聚焦建党百年、新中国成立70周年、脱贫攻坚、抗击新冠肺炎疫情等反映重大事件和时代精神的作品成为本届展览的亮点。

纪实类“长期关注单元”鼓励摄影人对某一摄影题材深度挖掘、持续记录，因时间跨度长、系统性强等特点，得到全国摄影人的广泛关注。摄影家原瑞伦的《我的50年影像与中国铁路同行》便是其中的优秀作品。这组照片记录了中国铁路从蒸汽、内燃到电力机车的发展历程，记录了中国高铁从无到有的过程，也叙述着中国百姓50年来乘坐火车的酸甜苦辣以及高铁时代的幸福感。原瑞伦说：“1971年至今，我十分幸运地参与记录见证了中国铁路的发展和巨大变化。虽已花甲之年，我还想继续拍摄，记录好铁路这条经济大动脉的作用。”据悉，本届“长期关注单元”作品中，时间跨度达30年的组照比例高达35%。摄影人关注社会发展进程和民生变迁，展现出摄影

植根现实，记录、洞察、思考的独特价值。

为了让更多观众身临其境，本届展览还开通了云上展厅，通过三维、AR以及VR技术，为广大摄影爱好者呈现一场不受时空限制的展览。

中国摄影家协会分党组书记、驻会副主席郑更生表示，65年来，全国摄影艺术展览见证了中国民族从站起来、富起来到强起来的伟大历程，推出的大量优秀作品不仅是对时代的生动记录，而且传递着社会的温度和情感，以影像为载体传递正能量。每届展览也是对中国摄影创作成果的大检阅，集中展示中国摄影人在艺术创作道路上的探索与追求。



入选第28届全国摄影艺术展览的艺术类作品《瞬间》 张立峰摄

## 网络视听走向精品化多元化

聚焦重大主题

反映现实生活

本报记者 苗春



“中国梦·我的梦——2022中国网络视听年度盛典”现场

和规律，勾勒了行业未来的发展方向。

### 网络视听高速成长

中国视协分党组书记、驻会副主席、秘书长范宗毅表示，10年来，中国文艺事业进入持续繁荣的新阶段，广大电视艺术和网络视听工作者坚持为人民抒写、为人民抒情、为人民抒怀，创作出一大批思想精深、艺术精湛、制作精良的优秀文艺作品。近年来，随着互联网技术更新迭代，网络视听行业焕发出强劲的生机和活力。广大网络视听工作者聚焦重大主题，根植现实生活，主动适应多屏传播新环境，奉献了一大批接地气、有特色、高水准的网络视听文艺精品。

国家广播电视总局网络视听司一级巡视员董年初说，这10年是我国网络视听高速成长的重要时期，也是网络视听文艺从草根走向主流、从单一走向多元、从粗放走向精细的重要发展阶段。今年6月1日，国家广播电视总局对网络视听正式发放行政许可，推动网络视听创作加速进入精耕细作阶段。

爱奇艺创始人、首席执行官龚宇，优酷副总裁、总编辑张丽娜等认为，10年来，网络视听创作呈现出精品化和多元化趋势，在一些评奖中，网络剧和电视剧已经可以同台竞技，是可喜的现象。

### 创新互动方式

网络视听已经形成短视频、网络剧、网络电影、网络纪录片、网络动画片、H5以及网络说唱、网络音乐、网络舞台艺术、网络直播演艺等全门类的艺术形式。国家广电总局发展研究中心党委书记、主任祝燕南认为，网络视听文艺繁荣兴盛，已经成为极为活跃的展示社会主义核心价值观的舞台。

截至2021年12月，我国网络直播用户达7.03亿。中国视协网络直播专业委员会会长欧阳常林认为，以新视听、新传播、新生态为特征的互动方式，已快速迭代了传统的大众传播方式。

网络视听作品能得到网民的广泛认可和欢迎，根本原因在于以人民为中心的创作出发点和落脚点，立足现实，表现真实，而且创作形态丰富。中国网络视听节目服务协会副会长魏党军指出，2021年播出的网络剧中，现实题材占比

约六成；当下流行的微短剧和短视频、直播、公开课等，通过创新的互动方式让更多人参与创作，人们可以借此休闲娱乐，学习知识，提高能力。

### 与青年群体契合

青年人既是网络视听的创作者、使用者，也是鉴赏者、批评者。中国传媒大学教授、教务处主任、网络视频研究中心主任王晓红认为，10年来，网络视听创作的成功经验之一就是重视青年群体的艺术表达、技术创新和价值引领作用。

张丽娜指出，网络视听行业发展至今，依然葆有一颗“少年心”。围绕改革开放40年、中华人民共和国成立70周年、脱贫攻坚、乡村振兴、中国人民志愿军抗美援朝出国作战70周年、北京冬奥会等，网络视听行业进行了大量相关创作，受到年轻人喜爱，也得到积极的互动传播，作品弹幕常常超过百万条。

芒果TV副总编辑吴位娜表示，芒果TV始终将家国情怀融入节目内核，用青年人的视角和话语进行创作。近年来，围绕重大主题，芒果TV先后推出网络纪录片、网络综艺、晚会等，都很受欢迎。

哔哩哔哩曾在2020年五四青年节时发布短视频“献给新一代的演讲”——《后浪》，轰动一时。哔哩哔哩副总编辑张鑫表示，哔哩哔哩始终用“Z世代”的传播方式和年轻人熟悉的语言做好传播工作。过去一年里，有1.13亿用户在哔哩哔哩通过知识类视听内容进行学习。过去4年里，哔哩哔哩共上线400多部国产原创动画，在影视、综艺、纪录片等长视频内容领域也努力契合年轻人的口味。

### 海内外同频共振

网络视听作品也日益成为网生一代海外观众了解中国社会、感受中华文化魅力的重要途径。

龚宇介绍，爱奇艺国际版已用12种语言、在191个国家和地区提供服务。爱奇艺已向全球200多个国家和地区输出电视剧、综艺、纪录片、动漫等华语影视作品超4000集，电影超200部。

张丽娜介绍，优酷出品的《白夜追凶》《寒战》等剧在海外成绩优异；《这！就是灌篮》《这！就是街舞》等综艺节目模式也已经在海外落地。

张鑫介绍，近些年来，哔哩哔哩不但涌现出大量国内的UP主，也有一批颇有人气的外国UP主，从而实现了海内外同频共振。

华策集团北京事业群副总编辑贾尧介绍，华策用近30年时间在海外影视市场深耕细作，目前已经实现二十国集团以及“一带一路”沿线主要国家的覆盖，华策自主创作的10万多小时影视作品已经发行至全球180多个国家和地区。

为了迎接党的二十大胜利召开，网络视听行业已经完成或正在紧锣密鼓地拍摄制作众多相关剧集、综艺、动漫等作品。中国电视艺术家协会主席胡占凡表示，作为社会主义文化的重要组成部分，网络视听是文化强国建设的重要力量，也是文化传播的重要载体，更是弘扬主旋律、激发正能量的主力军。网络视听工作者要牢牢把握网络视听行业的正确发展方向，持续推进网络视听高质量创新性发展，更好地满足人民群众日益增长的美好生活需要。

## “马踏飞燕”玩偶何以走红

赖睿

最近，甘肃省博物馆推出的“马踏飞燕”毛绒玩偶在网络走红。这一系列玩偶以甘肃省博物馆馆藏文物铜奔马为原型，绿茸茸的马儿造型憨态可掬，咧嘴笑得欢脱，活力满满；马蹄下的“飞燕”则翻着白眼，一幅无奈状，活似表情包。这呆萌可爱的玩偶迅速俘获了网友的心，线上线下卖到脱销。

一款文创产品受欢迎，离不开深厚的文化底蕴作为根基。铜奔马是东汉青铜器，奔马三足腾空、一足超掠飞鸟之上，身姿矫健，是甘肃博物馆的镇馆之宝，也是中国最具知名度文物之一，具有极高的文物价值。它出现在中小学课本里，是中国旅游的标志，还曾到多国巡展，名扬海外。如今，铜奔马化身毛绒玩偶，走出博物馆、课本，触手可及，更让大家觉得亲切、亲近。而在玩

偶有趣的外形里，蕴含着深厚的文化内涵，也激发了大众心底的文化认同和文化自信。

在海量的文创产品中，一款产品要脱颖而出并不容易。从文物到文创，不是简单的转换材质或复制图形，而是要融入对文物内涵的深入理解，并在此基础上进行大胆创新。此次“马踏飞燕”玩偶走红，也正说明了出新出奇的创意和接地气的设计，才是文创产品“出圈”的关键。

据甘肃省博物馆设计团队成员介绍，这件玩偶造型从造型构思到产品上市，团队花了半年时间。玩偶看起来诙谐风趣，同时也很认真地还原了文物的姿态。原来，我们平常所见铜奔马多为其侧身，昂首嘶鸣，疾足奔驰。而转到铜奔马的正面会发现，马首是作咧着嘴的。设计团队正是以此为突破口，在尊重文物原型的基础上，抓住铜奔马正面

自带喜感的特点，突出马儿俏皮可爱的神态，设计出这款毛绒玩具。身姿矫健的奔马变成呆萌可爱的玩偶，既接地气，又新颖有趣，这样的反差萌，谁人不爱呢？

事实上，各大文博机构近年来纷纷推出文创产品，用巧思妙想激活了收藏在博物馆里的文物。从故宫日历，到河南博物院的考古盲盒，再到此次甘肃省博物馆“马踏飞燕”玩偶，文创产品拉近了大众与文物的距离，吸引了更多人走进博物馆，了解文物背后的故事，进而感受中华文化的魅力。

一款优秀的文创产品能够与文物、博物馆形成良性互动，带来社会效益、文化效益和经济效益的多赢。期待有更多独具匠心的文创产品诞生，让传统文化走进现代生活，更加鲜活生动地讲述丰富多彩的文物故事。

网络剧《约定》剧照

