

网上中国

云中漫笔

“寻·年”引发海内外网友情感认同

## 海客视频讲活中国故事

海外网 刘玄

加拿大华侨上传的当地华侨华人春晚视频截图  
(海客视频网友：佳子)

中国驻洛杉矶总领事馆总领事张平在新春之际，向全球华人表达新年祝福；明星吴亦凡唱起浓郁中国风歌曲《天地》恭贺新春；海内外网友拍摄短视频，从年夜饭、归乡路到春节见闻，精彩纷呈……这是海客视频今年1月21日推出“‘寻·年’全球华人团圆短视频征集活动”中的生动景象。春节前后，海内外网友积极参与活动，发布了大量新春短视频。

打造成中国具有重要影响力的聚合类泛资讯视频国际传播平台。海客视频1.0版本于2018年4月下旬上线运行，推出“最美朗读者”等一系列精品活动，积聚大量忠实用户。海客视频2.0版本于今年1月1日正式上线，本次“寻·年”活动打响其迭代升级后“第一枪”。未来，海客视频将用更为丰富的内容为网友展示精彩生活，讲述中国故事。

国内网友上传的过年视频截图  
(海客视频网友：谢大侠)

## 以新形式激活传统文化

当下最火爆的传播方式非网络短视频莫属。海客视频推出的“寻·年”活动一大亮点是用短视频这一新兴形式联通传统文化。在活动设置上，活动推出“寻·中国故事”“寻·中国红”“寻·中国味”等七大主题，丰富了活动内涵。在传播形式上，活动通过海客视频APP（应用程序）、微博、微信、人民日报海外版等融媒体渠道进行多元传播，实现报网之间良好联动。

为更好地吸引年轻“网生代”用户群体积极参与，活动专门拍摄制作明星吴亦凡、火箭少女101、电影《流浪地球》剧组等的新年祝福视频，借助明星效应与热门文化话题吸引更多受众参与。事实证明这种方式颇有成效，仅在“寻·中国歌”子话题中，关于中国歌曲的单条话题转发与评论就达近千条。

在互联网时代，媒介融合愈演愈烈，新媒介形式与文化形态层出不穷，以传统节日为代表的中国传统文化面临新挑战。如何继承与发扬传统文化、如何在新时代实现传统文化向现代化转换，新闻媒体人作为文化传播者备受考验。本次活动尝

试以新兴媒介形式与年轻的话语姿态激活传统文化，为新时代文化传承积累经验。

## 联通内外寻求情感认同

“寻·年”活动推出以来，社会反响积极。海客视频APP吸引了大量新用户下载，集聚众多高质量短视频作品，获得良好的参与效果。参与本次活动的既有年轻粉丝群体，也有中石油、中航等央企职工，更有居住海外的华侨华人。活动在海内外华人之间，搭起一座情感与文化沟通的桥梁。

尤其值得注意的是，“寻·年”活动获得海外用户积极参与和高度认同。据统计，截至2月12日，来自美国、加拿大、澳大利亚等10余个国家网友，上传视频数千条。有网友表示：“参加‘寻·年’活动，让我们在海外的这个春节更有挂念，更有滋味。”

## 向世界传播中国声音

作为海客视频今年的开年大戏，“寻·年”活动取得良好反响。接下来，海客视频将持续服务于全球华侨华人、留学生、外国友人等目标用户人群，立足海外、联通内外，以向世界传播中国声音、中国文化为己任。

海客视频是由人民日报海外网独立研发的视频综合应用平台系统，以提高品牌知名度为目标，致力于

## 先审后播，弹幕迎良性发展

汪灵犀

近日，中国网络视听节目服务协会发布《网络短视频平台管理规范》和《网络短视频内容审核标准细则》，对短视频的发布者和平台方提出详细要求，其中一大亮点是将“弹幕”划入“先审后播”的范围，进行“实时管理”。

对弹幕实施严厉监管，恐怕与弹幕文化兴盛以及逐渐失范有关。当下很多视频的火爆，依赖于弹幕发送者带来巨大流量。对于直播，弹幕的作用更强，它为观看者带来互动感，大大增强观影黏性。弹幕已不再是小众事物，而是成为网络时代独特的文化现象，记录着时代变迁。

然而，日渐普及的弹幕，因监管不力而成为低俗信息的传播渠道。内容色情、低俗、暴力等弹幕屡见不鲜，“丧文化”“非主流婚恋观”频繁刷屏，影响恶劣。

毫无疑问，缺乏约束的肆意发展不利于新兴事物成长。以往由于平台、用户、监管机构多方原因，对弹幕进行监管困难重重。如今，新规出台后，各方责任明确，尤其是平台方责任增加，管理不力将面临约谈、下架、封号的风险。因此，各大短视频平台都相继扩招人工运营审核队伍。字节跳动公司提出将现有6000人运营审核队伍再度扩大至总人数1万人，快手宣布将审核团队从2000人扩大至5000人。

这对弹幕的长期发展来说无疑是利好。

首先，严厉管控明确了主管部门净化网络环境的决心，为短视频行业敲响警钟，增强商业公司“创造和维护健康网络环境”的责任，有利于产生高质量弹幕内容。相对健康的弹幕环境会减少一些观看过程中的意见争端，使得更多人愿意打开弹幕。

其次，就目前而言，弹幕审核主要靠人工操作，其中一方面原因是各大平台在缺少监管情况下，对弹幕审核不重视，很少将精力投入审核技术的研发升级。新规出台后，各大平台意识到大量增加人工审核非长远之计，加大投入，促进相关监管技术发展，有利于使弹幕用户进一步养成良好使用习惯，创造健康积极的观影环境。

同时，网络视频监管部门在加大技术审核的同时，广泛发动群众参与举报，督促网络平台把网络视频先审后播落到实处。

弹幕文化方兴未艾，其蓬勃发展的步伐不会被审核规则阻拦，而是一种相互磨合和促进。当外部监管力度与互联网的宽松自由达到良好平衡时，才能确保短视频行业可持续发展。

互联网大咖秀



蒂姆·奥赖利：

## 为世界创造更多价值

海外网 刘金鹏

蒂姆·奥赖利是O'Reilly Media（奥赖利媒体）公司首席执行官，他是美国最有影响力的企业家之一、美国IT业界公认的传奇人物。他提出Web（网络）2.0这一概念，是“开放源码”概念的缔造者。他一直倡导开放标准，活跃在开放源码运动最前沿。蒂姆还是一位出版商，其出版作品被认为是在开源技术方面的权威之作。

蒂姆最初的商业计划是“为有趣的人们带来有趣的工作”，他实现了计划。O'Reilly Media提供在线学习、出版书籍、举办会议等服务，尝试通过传播知识和开阔创新者的视野来改变世界。蒂姆曾举办对计算机行业具有重塑作用的对话会议，1998年在他的主持下召开了第一届“Open Source Summit（开源峰会）”，会议积极推动开源运动。由于在开源运动中突出的领导地位，蒂姆1999年荣获Infoworld（信息世界）行业成就奖。

目前，蒂姆主要关注AI（人工智能）领域、按需经济以及其他正在改变工作性质和未来商业形态的技术。2015年，蒂姆启动“中小企业经济”和“下一个经济峰会”，探讨技术对企业、工作和未来经济的影响。2016年，蒂姆举办O'Reilly AI会议，会上围绕AI对经济的影响展开讨论。

任何真正成功的人生，是为他人创造价值的人生。同样，任何真正成功的企业，也是为客户创造价值的企业。蒂姆强调“价值”，“如果你做的事情，不能为世界创造更多价值，那就别去做”。蒂姆认为，我们的人生通过不断与他人进行双赢的价值交换，壮大和发展自己，整个社会通过这样的交换，实现繁荣进步。另外，蒂姆尤为关心青年人，他告诫青年人热爱生命，“许多青年人迷恋炒股，无异于将人生投入赌场，最终只能是浪费了自己宝贵青春，一无所获”。

蒂姆倡导“可持续发展”，当短期利益与长期利益发生冲突时，应谨慎地思考关于将来的需要；当局部利益与整体利益发生冲突时，蒂姆认为应考虑到其他人的利益，甚至是子孙的利益。蒂姆深刻明白，所有人的命运是休戚相关的，人类应该彼此关照、共同进步。

## 浮华褪去 网络文艺见真章

本报记者 徐佩玉

近几年网络视听节目经历爆发式增长后，市场逐渐冷却，高质量内容正在重新占领高地。网络视听行业能否拨云见日？

## 内容同质 缺乏原创

日前，国家广播电视总局发布《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》，对文艺节目中影视明星过多、追星炒星、高价片酬等问题提出批评。同时，鼓励各广播电视播出机构、网络视听节目服务机构、节目制作机构坚持以优质内容取胜。

网络视听行业蓬勃发展的背后，问题逐渐显现。内容同质化问题严重，缺乏原创力。相似的模式，换上不同明星成为一档新节目，这是近年来网络综艺的明显特点。选秀节目火了，选完男团选女团；明星纪实类节目火了，拍完儿子拍闺女；爸爸去哪儿火了，一时间有娃的明星全部带娃亮相，组成不同的新节目……无论网络综艺、网剧还是网络电影，收视率是重要的考量标准。有收视率，才有广告投资；有广告投资，才有经济效益。然而，唯收视率论导致网络综艺市场被收视率牵着鼻子，缺乏自主创新动力。

明星天价片酬，制作压缩成本。业内人士透露，有的明星片酬甚至占总投资80%，留给制作的经费少得可怜。于是，绿幕抠图、“五毛特效”等现象频发。2018年，这些现象得到一定程度

的整治。2018年4月，爱奇艺、优酷、腾讯等3家视频网站联合倡议抵制高片酬现象。不久，3家网站联合正午阳光、华策影视、柠萌影业等6大影视制作公司发布《关于抵制不合理片酬、抵制行业不正之风的联合声明》，声明表示上述9家公司采购或制作的所有影视剧，今后单个演员电视剧每集最高片酬被限定在100万元，电视剧总片酬限定在5000万元。

## 纪录片热 市场广阔

纪录片可谓是中国网络视听行业的一股清流。随着《我在故宫修文物》《舌尖上的中国》《生门》等一系列纪录片在网上走红，各大视频网站看到国产纪录片的价值，齐抛橄榄枝。纪录片人才看到互联网孕育的巨大市场，纷纷拥抱新媒体。

纪录片《风味人间》热播，以全球视野审视中国美食的独特性，深度讨论中国人与食物的关系，从美食折射出民族个性。既有深厚文化底蕴，又有抓人眼球的精美画面，《风味人间》由此获高分评价。《风味人间》导演陈晓卿说：“从用户角度出发，照顾观众的感受，最大限度展现美食的美学价值和中国人的细腻情感，是《风味人间》一以贯之的

法则。”

纪录片获得好口碑是常事，挣钱却是难事。长久以来，纪录片不受重视，很大一部分原因在于其“不保本”特性。腾讯视频总编辑王娟说：“我们觉得这样的内容是好内容，是我们应该有的，所以我们对纪录片近期的商业目标没有明确规定，不着急把它的投资回报找回来。”

一味花钱不是长久发展之道。阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群纪实中心总监李炳表示，虽然目前纪录片在各视频网站所有节目中占比不大，但人们更关注纪实内容在未来如何发展，这是尚未被系统开发的优质内容资源，在未来有巨大的发展潜力和空间。如何让年轻人成为纪录片的观看者、分享者、参与者甚至推动者，是各大视频网站努力的方向。

## 秉持匠心 制作精品

从4年前《甄嬛传》登陆美国收费视频网站Netflix（奈飞），到《琅琊榜》在海外收获广泛好评，再到《河神》《无证之罪》《延禧攻略》纷纷出国门……一系列“出海”的剧目证明国产网剧正在从粗制滥造转向精品化制作。

网络纪录片《风味人间》中的画面  
资料图片

以首部被Netflix收购的国产网剧《白夜追凶》为例，平均4天一集的拍摄速度，是其呈现电影质感的保证。中国传媒大学艺术学部讲师朱传欣表示：“若因邀请明星、购买IP（知识产权）花掉绝大部分预算，留给制作的经费所剩无几，最终伤害剧集内容品质。由于明星、IP的存在，观众心理预期高，实际观感与心理预期产生较大反差会消耗作品口碑。”

无论是网综还是网剧制作团队，都应当避免盲目追求收视率与流量，走精品化路线。洗尽铅华始见金，褪去浮华归本真。