解码
线上新风潮

云观影带来 隔空视听新体验

刘　俊

新冠肺炎疫情防控期间，电影院由于是密闭式的聚集场所，一直关闭至今，而且可能还需要一段时间才能重新开放。在这样的情况下，为满足观众的观影需求，互联网云观影方式应运而生，给民众带来一种“隔空”的视听新体验。

云端观影的新形式

云观影主要分为两种，一种是“独自看”，另一种是“集体看”。

“独自看”的方式主要指在居家的状态下，观众自己或和家人一起，通过连接互联网的智能电视、家庭投影、手机投屏、电脑、手机、iPad等方式看电影。虽然这种观看方式，随着互联网网速提升和各类新媒体设备的不断进步，已经普及多年，但传统上，观众只能在网上观看已经在影院上映过的影片或者早年的经典影片。而本次疫情期间，如《囧妈》《肥龙过江》《大赢家》等一些电影的首映，从线下转为线上，给观众带来了大家“同时同刻”观看全新电影的新体验。

据媒体报道，《囧妈》自正月初一（1月25日）上线，在头条系旗下的抖音、西瓜视频、今日头条、抖音火山版以及智能电视华数鲜时光等平台上，前3日的总播放量超过6亿，总观看人次达1.8亿，陪伴观众度过了一个居家的新春。

而“集体看”的方式有更多的形式创新。一些互联网平台组织的云观影活动，能够实现超过25万人隔空集体观看，弹幕交流超过2万条。云观影既在相当的程度上复制了实体观影的流程，例如通过二维码生成电影票，并约定放映时间；同时，不少隔空观看的活动不仅满足了观众观看电影本身的需求，更有不少在传统影院中难以体验到的内容和形式。例如在播映之前，会有专家讲解作品背景；在播映过程中，会有专业的电影自媒体人根据剧情同步解说；主办方还会邀请相关明星进入直播间，与观众线上互动；观众在观影的同时，可以通过发弹幕、评论区留言等形式同步沟通观看心得，还可以通过因云观影而建的微博社群，进行群内交友和专业级的“烧脑”交流；主办方还会设立如“情人节观影”等观看主题，聚拢圈层化人群观看等。

线上体验的新感受

云端观影给观众带来了不少新鲜的感受。

例如能够激发“学习感”。在观影前后，通过专家、影视自媒体人、演员等主创人员对影片的专业解说，对幕后故事、花絮的讲述，让观众收获了单纯的实体影院观影所了解不到的信息。

能够激发“陪伴感”。观影过程中，观众们通过各种方式的线上热烈讨论，有的交流甚至很“燃”，消融了不少人宅在家里产生的孤独感，而且对电影的专业级讨论，还让影迷们感受到深度的精神陪伴，在学习、观影的同时实现了社交效果，拓展了好友圈、人际圈。

能够激发“仪式感”。与传统的个人化、随意化网络搜索观看不同，云观影活动大多有固定的页面、时间、形式和特别的视觉设计、主题设计等，甚至还有电影票，可谓一种别样的大众“互联网仪式”，未必逊色于实体影院氛围营造的观影仪式感。

当然，如果就此说云观影的体验能够完全替代实体影院观影的感受，是不现实的。在云观影时，由于屏幕尺寸有限，甚至很多时候只是在手机等小屏上看，因此观众难以体验到剧场提供的“视听盛宴”。云观影还不容易实现“剧场效果”，因为置身实体影院观看时，观众之间会有特殊的情绪和情感传染。同时，一些观众在云观影时会通过控制进度条而“快看”，这在相当程度上只是了解剧情大概，难以实现深度欣赏。此外，实体剧场观影终究还承担着“见面三分情”式的社交功能，甚至在很多时候社交意义大于观影本身，这也是云观影不能完全替代的。

影业发展的新意义

疫情期间，各类云观影形式的出现与快速发展，无论对于电影行业还是观众需求来说，都有不可忽视的意义。

从行业发展的层面来看，云观影锻炼了电影业应对风险的能力，完善了行业结构，并且深度推进“互联网+影视业”的进程。在这个过程中，接地气且灵活的宣传推广方式，互联网平台、电影作品、主创人员与观众粘度的加强等，都是非常好的经验。

从满足用户的层面来看，云观影在相当大的程度上实现了以观众为导向的服务理念，更多地以观众的诉求和喜好来安排观看的内容和形式，使观众在电影观看中的主导性大为增强。同时，通过更能够浸润于生活的互联网和新媒体，不少电影作品还扩大了触达观众的可能性，提升了电影作品和主创人员在观众中的知名度和影响力；而用户的观看数据、评论内容、评价结果，也会更直接地呈现出来，这必然会影响到电影创作层面的调适。

从创作培育的层面来看，不少网络院线和互联网平台开始重视为中小创作者提供机会和平台，给他们更大的经济回报和展示空间，这更容易激发多元、优质、接地气的内容创作，为全面繁荣我国影视创作提供了推动力。

当然，我们也要看到，云观影尚处于初步发展阶段，还有不少问题有待解决。例如行业认可度，像在《囧妈》线上免费首映的问题上，就引发了其是否打破了行业规则的争议；例如版权风险，这在视频直播平台直播时，播放电影作品的行为中比较多见；例如对网络大电影的影响，更多院线电影成为隔空观影的内容源，或许会在一定程度上，挤压了发展尚不成熟的网络大电影的空间等。

我们相信，随着科技的发展，云观影的方式会不断完善，在科技不断发展、技术不断成熟且普遍应用之后，人的“隔空”生存将更为便捷、自由和多元，未来，云观影将在更大程度上，让观众同时体验到实体观影的乐趣和虚拟观影的优势。

（作者为中国传媒大学副研究员）

一封战疫家书　一盏千年心灯

潘玉毅

“此事我没有告知明昌。个人觉得不需要告诉，本来处处都是战场！”

“你不要有后顾之忧，放开手脚，开足火力，投入这场没有硝烟的战争。”

“儿自领命，无一日不着白衣，无一日不在前线，施针药，救死伤，施我所学，冀有所得，不敢半点儿戏，不敢一丝懈怠，惟望不负二老所嘱，医院所托，国家所命。”

“我在一线阻断病毒，却阻断不了对你们的爱和思念。夜深了，枕头也湿了。”

……

烽火连三月，家书抵万金。疫情如军情，战疫如战场，在过去的三个多月里，无数逆行者奔赴抗击新冠肺炎疫情一线，治病救人，守护生命，不仅谱写了一曲气壮山河的生命大营救壮歌，也留下了一封封情真意切、荡气回肠的抗疫家书。

中国人自古便有家书传道的传统。作为家人之间传递情感的纽带，家书中既有殷殷的关切和鼓励，也有家风、家训的灌输和传递。它对人的影响就像细雨之于草木，润物无声，却能助其茁壮成长。疫情期间，笔者身边亦出现不少抗疫家书：疫情暴发时，高中同学周丽燕报名参加了支援湖北行动，年幼的孩子思念母亲，用拼音和汉字夹杂的书信表达对母亲的牵挂和敬意，让她照顾好自己，他会学习她的品质，努力做个好孩子；一位大学同学的妻子陈凯伦也去武汉支援了，她的父亲写了一封家书，让她发挥共产党员不怕吃苦的精神，勇敢向前，工作中认真总结经验和教训，严格做好自身防护，要关心同事，同时告诉她平安和成绩同样重要……言辞殷殷切切，诚诚恳恳，让人感动。

家书的可贵之处在于它的情真意切，正因为感情真挚、心意殷切，看信的人才会被其打动，将言语的训勉转化为实际的行动。从家庭亲情到人生智慧，从答疑解惑到授业传道，家书是家风、家训传承的重要载体，亦是中华民族优秀传统文化的重要组成部分，它包含了国人“修身”“齐家”的朴素愿望，也对“治国”“平天下”起到了重要作用。在中国几千年的历史长河中，许多家书历经岁月的沉淀，影响绵延至今，如马援的《诫兄子严敦书》、郑玄的《戒子益恩书》、诸葛亮的《诫子书》、曾国藩的《曾文正公家书》等。康熙年间的大学士张英以一封“一纸书来只为墙，让他三尺又何妨？万里长城今犹在，不见当年秦始皇”的家书成就了“六尺巷”的千古佳话，家风所及，张家始有“父子宰相府”“五里三进士”的美名。到了清末民初，梁启超用他的数百封家书，将爱国情怀与开明家风融入了梁家儿女的灵魂里，培养出来的九个子女，个个了得，人称“一门三院士，九子皆精英”，九人中有七人留学海外，学有所成后无一例外地选择回国报效，显然，这与梁家的家风是分不开的。

好的家风只有传承下去才有价值，而家风的传承离不开言传身教，如果说家书里的文字是言传的一部分，那么文字背后的行动则是身教的落地。二者兼备，才能让好家风源远流长。中国人素来有“家国天下”的传统，家是最小国，国是最大家。家风连着民风社风政风，并与时代息息相关。好的家风如同一盏千年不灭的心灯，可以为人照亮前行的道路，于国家亦有深远影响。家家都有好家风，国家焉有不强盛美好的道理。

墙内看花

“联合国中文日”在雅典举办

本报电（记者**张鹏禹**）近日，希腊雅典中国文化中心与希腊华人文化社团“希中文化协会”携手，以网络主题讲座、书法作品征集展示、经典诵读等形式纪念“联合国中文日”设立10周年。据悉，该活动旨在弘扬优秀中华传统文化，增进希中文化交流。

在《仓颉与荷马、苏格拉底与孔子——爱琴海边的“对话录”》网络直播中，雅典中国文化中心主任任刃表示：雅典中国文化中心的设立，不仅是两个古老文明建立深切联系的象征，更是双方携手为人类思想文化发展共谱新篇的有力举措。

书法作品征集目前收到中国驻希腊使馆大使章启月、中国美术馆馆长吴为山、中国艺术研究院教授任平等人的数十幅书法、篆刻、绘画作品，以及雅典中文学校、华欣语言学校、希腊华侨中文学校等中文教育机构学生的硬笔、软笔书法作品数十幅。这些作品将按不同主题在网上陆续展示，并计划在新冠肺炎疫情结束之后，在雅典举行线下主题展览。

中国美术馆馆长吴为山为书法征集活动书写了“语由心生”四字。他说：“通过一个民族的文字，可以看到一个民族的心。希望世界各国人民，通过中文了解一个真情温厚的中国、一个爱好和平的中国。”

上线两个月，1200万人次“云游”敦煌

“智慧文旅”打开新空间

▲“敦煌动画剧”首映海报

本报电（记者**郑　娜**）4月21日，由敦煌研究院与腾讯联合开发的文旅产品“云游敦煌”小程序，上线两个月，游览量累计突破1200万人次，相当于甘肃2019年国庆假期全省接待量的一半以上。作为新冠肺炎疫情防控期间文博在线游览的代表作之一，“云游敦煌”为疫情之后行业复苏和升级“大开了一次脑洞”。

受疫情影响，线下文旅近于停摆，莫高窟景区从1月24日起暂停开放。敦煌研究院加速推进数字化，联合腾讯提前2个月上线“云游敦煌”，不仅把千年壁画一举搬到拥有10亿级用户的微信和QQ小程序上，创造性推出“今日画语”，吸引用户“天天登门”，还在上线一个月后进行重大版本更新，首创可配音的“敦煌动画剧”。云上壁画、今日画语、语音导览、配音动画等爆款背后的“科技+文化”组合，成功引发了巨大的社交裂变效应。自2月20日上线以来，超过350万用户“云游”敦煌，敦煌和腾讯也由此收获了一大波忠实粉丝。

“云游敦煌”不仅将敦煌石窟壁画分类呈现，更破例让用户可以互动与共创。在微信和QQ上，用户查找“云游敦煌”或扫描小程序码，就可以从艺术类型、朝代、颜色等维度探索壁画，近距离领略敦煌石窟艺术风采，还可以定制专属敦煌色彩、敦煌石窟主题内容，体验众多文化创意项目。以最受欢迎的“今日画语”板块为例，用户每天打开小程序，都能获得“私人定制”的壁画故事和智慧妙语。在“为壁画填色”游戏中，除了了解壁画知识之外，还能资助特定洞窟壁画修复。此外，用户还可以结合藻井图案元素，在线上DIY专属“敦煌诗巾”，并下单购买。

4月13日，“云游敦煌”升级为有声版后，推出“敦煌动画剧”。该剧集由敦煌研究院与腾讯影业、腾讯动漫联合出品，根据莫高窟经典壁画改编而成，最大程度保留壁画艺术特点、影像质感和光彩色泽，用户不仅每日可以“追剧”，还能亲身参与或邀请微信、QQ好友，选择角色配音并分享，为文博行业带来“社交+互动”的线上新体验。“敦煌动画剧”首映期间，“云游敦煌”小程序新增用户近1倍。升级之后，“云游敦煌”还推出“敦煌艺术之最”有声版系列壁画，如“最早的3D图案画”“最早的AI演奏会”等，让用户在观摩壁画之时，还能倾听官方语音解说，增强身临其境的体验。

数据显示，“云游敦煌”的粉丝构成多元，不仅有文旅艺术爱好者、敦煌文化粉丝，也有科技、影视、二次元、游戏等垂直类别用户，他们在日常体验与分享互动中，增强了自身对敦煌文化的认知与认同，也自发成为敦煌文化的传播者。“天天‘云游’敦煌之后，更想去敦煌旅游了。疫情结束后就安排！”许多用户留言表达对这个小程序的喜爱。下一步，通过整合预约购票、智慧景区导览、传统文化课程体验等功能，“云游敦煌”还将帮助前往莫高窟景区的游客获得一体化的游览服务，为探索“智慧文旅”打开新的维度和空间。

2019公益短视频大赛落幕

记录真善美　传播正能量

本报电（**文　纳**）2019公益短视频大赛日前落下帷幕。大赛由中国社会福利基金会和湖南省广播电视协会主办，中国社会福利基金会芒果V基金和芒果TV联合承办。最终，《爸爸在哪儿》《垃圾分类　从我做起》《善良终有好运》等10部作品获得“十佳作品奖”，《还地球一片纯净》《珍惜当下　不留遗憾》《一趟围脖的旅行》获颁“最佳一分钟”，《爱相守》获得“抗疫特别奖”。

本次大赛以“携手联动云　云动好时光”为主题，于2019年10月15日至2020年4月25日，面向全社会征集记录新时代美好瞬间的原创公益短视频，鼓励青少年用短视频记录身边真善美，传播社会正能量，用镜头展现年轻人的青春气质与新时代的昂扬风貌。大赛共收到20833条参赛视频。大赛获奖作品充分反映了社会生活的方方面面。

“年轻人的一言一行引领着时代发展与前进的方向。移动互联网时代，短视频成为时下年轻人偏好的内容传播形式。作为媒体，我们一直在思考如何将公益理念用短视频的形式展现出来，发挥短视频在青少年教育、娱乐方面的正向作用。”湖南广播电视台党委委员、副台长徐蓉表示。

为向更多青年宣传公益理念，大赛在西安、成都、武汉、南京、广州等高校举办了多场中国公益短视频大赛宣讲会，与高校学生现场分享短视频创作经验、交流心得。大赛还与暨南大学、华南理工大学、南京师范大学、中国传媒大学、武汉音乐学院、华中师范大学、西北大学等多所高校建立起“公益短视频联盟”，用电视手法“解锁”短视频气质，用短平快的方式传播真善美，让更多的大学生将新媒体与公益联系起来。

新冠肺炎疫情防控期间，2019公益短视频大赛还联合何炅、汪涵、TFBOYS、李现等数百位艺人录制近20条公益短视频，宣传防控疫情知识，致敬抗疫前线最美逆行者，单条最高阅读量达342万次，播放量总计突破2亿次，为全民抗疫贡献了自己的一份力量。