

文化科技创新: 文艺与“互联网+”、新媒体的融合创新

潘澍^{1,2}, 陈思¹, 孙程程¹

1. 东北大学科学技术哲学研究中心, 沈阳 110819

2. 中共辽宁省委党校, 沈阳 110004

摘要 以技术维度+内容维度, 夯实升华价值维度, 是文化科技创新的目标和追求。文艺是文化的鲜明载体。文艺与互联网+、新媒体的融合创新提供了研究文化科技创新问题的有效案例。互联网+文艺组织、曲艺+新媒体, 均应统筹整合数据资讯, 实现数字化转化、网络化应用, 推进融媒集群和内容创新, 通过建立新媒体集群(如官网、两微、移动应用产品、各类具有品牌效应的传播平台)、创新文艺传播方式(如直播、虚拟现实、云剧场、全媒体传播), 形成规模化内容创新生产能力, 即把文艺精品转化成网友喜闻乐见的网络文艺形态, 实现技术维度与内容维度的统一, 共同夯实升华价值维度。

关键词 互联网+文艺组织; 曲艺+新媒体; 技术维度; 价值维度

文化科技创新是指通过原始创新、集成创新、引进消化吸收再创新推动文化内容形式、体制机制、传播手段创新, 实现新产品价值, 解放和发展文化生产力, 推动文化全面繁荣、健康发展的过程^[1]。以技术维度+内容维度, 夯实升华价值维度, 是文化科技创新的目标和追求。文艺是文化的鲜明载体。文艺与互联网+、新媒体的融合创新, 为我们提供了研究文化科技创新问题的有效案例。

1 技术维度+内容维度: 文化科技创新的价值维度

文化科技的价值维度创新包括内容维度创新和技术维度创新两大方面。内容创新是价值创新的基础, 技术创新是价值创新的动力。内容创新的内在需求是价值创新得以产生、实现的根本动力。不同的个体或群体对内容的需求差别较多、差异较

收稿日期: 2019-08-26; 修回日期: 2019-09-17

基金项目: 国家社会科学基金项目(18BZX049)

作者简介: 潘澍, 副教授, 研究方向为科技哲学、文化学, 电子信箱: panshu@vip.sina.com

引用格式: 潘澍, 陈思, 孙程程. 文化科技创新: 文艺与“互联网+”、新媒体的融合创新[J]. 科技导报, 2020, 38(5): 99-104; doi: 10.3981/j.issn.1000-7857.2020.05.014

大,但不同的内容可以用相同的技术手段呈现,相同的内容也可以用不同的技术手段展示。价值的技术手段展演是价值创新的动力。技术维度既是价值维度实现的基础,也是其实现的载体。

文化科技创新价值维度不但要有内容维度的支持,并且要驰骋于技术维度的天空才能展其翼。价值维度不但要有技术维度的推动,并且要深植于内容维度的大地才能建其树。技术维度是价值维度夯实的引擎,内容维度是价值维度升华的动力,价值维度的聚集、展现、创新都要依靠技术维度与内容维度的双管齐下、双翼齐飞。

文化科技创新中,内容维度是价值维度创新升华的重要要素,内容维度引导着价值维度的升华创新。内容维度丰富了价值维度的内涵外延。内容维度的千差万别造成了不同的价值维度,通过对内容维度进行分析和解读,能形成研究价值维度的不同路径。通过对内容维度的辨析,达到对价值维度的内涵透视。内容维度拓展了价值维度的研究领域。随着社会的发展和时代的变迁,内容维度呈现多样化样貌,日新月异态势,价值维度也越来越多样化。为了满足不同主体对于内容维度的不同价值需求,就要进行多角度、多领域、多层次、多方位研究。内容维度需求的增加,拓展了价值维度的研究领域。内容维度细化了价值维度需求的研究方向。不同主体对于价值维度的需求有着鲜明的个性化特征,不同的个体、不同的群体对价值维度的需求是有差异和差别的。这种差别要求内容维度挖掘更具针对性。内容维度挖掘的针对性愈强,对于不同主体的个性化价值需求满足度就越高。

文化科技创新中,内容维度的丰富、更新、创造、变革是人类新理念形态、新文化形态的集合。内容维度的体现、实现需要一定的技术手段作为载体,技术手段革新促成内容维度的变革。内容维度引导技术手段的革新,为其提供引子和指向。内容维度的聚集积累、创新变革具有未来性、指向性、前瞻性。技术手段的革新,于创见之中创建人类社会生存方式和生活方式。在这个过程之中,价值维度得到夯实升华。除了依托于现有的技术手段,内容维度也可能需要新的技术手段。内容维度

还会拓展技术手段的适用空间和使用范围,使不被广泛使用的技术手段变为广泛使用的技术手段。内容维度的展示与实现需求还可能会联合运用不同领域的技术手段,发挥其叠加综合效用。

2 互联网+文艺组织的融合创新

当前,互联网的飞速发展已经深刻影响到政治、经济、文化、社会生活的方方面面。新的文艺发展形势突破了文联覆盖的服务范围;新的文艺发展态势稀释了文联团结引领的工作职能。2017年11月,中国文联召开全国文联“互联网+文艺”工作会议,同时,中国文联网络文艺传播中心正式揭牌成立。推进网上文联建设,助力文联深化改革,成为文联系统一项重要而紧迫的任务^[2]。各文艺家协会是文联联系广大文艺家、文艺工作者和文艺组织最主要的渠道,是文联发挥桥梁纽带作用的基本依托,“互联网+协会”建设是“互联网+文联”建设的主要着力点、突破口。近年来,为顺应时代发展、有效服务文联工作大局,各省文联和各文艺家协会积极开展网上文联、网上文艺家协会建设工作,初步推动了各省文联系统传统媒体和新兴媒体、传统文艺和网络文艺深度融合的步伐。总体来看,与文艺家和广大文艺工作者的期待相比,与互联网的飞速发展变化相比,各省文联尤其是各文艺家协会的信息化建设水平还有待提升。

各协会“互联网+协会”建设、应用程度不均衡,专业人才与资金缺乏,建设中的媒体融合与内容创新能力较弱。由于各文艺家协会对信息化建设的重要性和紧迫性认识程度不同,再加上人员等客观条件所限,导致信息化建设程度不均衡。有的协会网站相对比较活跃,征稿通知、展览展讯、评奖结果、会员信息等动态信息能够做到及时更新。有的协会网站还存在页面设置过时,使用不便捷等技术落后的问题。有的协会网站近两年处于半“僵尸”乃至全“僵尸”状态,网站信息的最后更新时间都停滞在2016年甚至2010年。各协会对公众号的推广使用程度也存在很大差异。有的协会通过自己的公众号不定期发布协会活动信息、评奖通知、

展览展示、获奖信息等,有的协会公众号却几乎不发声。大部分协会公众号关注人数、发布信息、互动情况都不太理想。相对协会网站和公众号来说,微信群是各协会在工作中使用最为频繁也最顺手的互联网工具。在对群的建设上各个协会之间还存在一定差异。只有少数协会初步实现了网站与公众号的内容整合与相互联动。各协会信息化建设尚未对广大文艺工作者形成强大的吸引力和影响力。在信息化建设中,只有人力物力财力都得到充分保障,各省文联“互联网+协会”建设才能够实现可持续发展。

2014年成立的中国文联文艺评论中心、中国文艺评论家协会顺应互联网发展大势,先后搭建“中国文艺评论”新媒体“一网三号”^[9]。中国文艺评论网是中国评协官网,是唯一一家国家级文艺评论网站,也是权威学术平台。上线几年来,受到广大文艺评论工作者和爱好者的青睐,网站访问量、社会影响力和知名度在稳步上升。中国评协“一网三号”模式成功打造了中国文艺评论的新媒体矩阵,深受广大文艺评论工作者和爱好者的青睐,大大提高了中国评协的知名度和影响力。各省文联各文艺家协会在信息化建设过程中,可以结合自身工作实际,借鉴中国评协的成功经验,不断创新“互联网+协会”模式。

中国评协“一网三号”在内容和平台上能够做到无缝对接,整体发力,打造了中国文艺评论最具权威性和影响力的新媒体集群。省文联各文艺家协会要以此为借鉴,积极推进具有本艺术门类特色的内容平台建设,促进文艺精品的多渠道传输、多平台展示、多终端推送。网站建设对人力物力等客观条件要求较高,要求各协会全部建成自己的独立网站不太现实。各协会可以在省文联网站中作为二级页面出现。文联网站二级页面加上微信公众号、微信工作群,将三者实现内容整合与平台联动,打造成新媒体集群,使其成为各文艺家协会信息化建设的有力抓手。各协会在信息化建设中,除了在内容和形式上加以创新,吸引本艺术门类的文艺工作者和爱好者,在参与方式上也要创新,以更有效地调动广大会员和网友的积极性与参与度,比如对

网友实行积分晋级制度。建立网上会员管理系统,逐步实现会员申报、会员认证、会费缴纳、会员通知、会员信息查询等网上会员服务,是省文联及各文艺家协会信息化建设的一个重要组成部分,应该尽快提上日程。搭建省级文艺评奖平台。利用互联网优势,在省级文学艺术网上搭建文艺评奖平台,各个协会的评奖、赛事、展演等活动都放到该平台上发布,并实现在线申报、在线投票、在线评审、结果公示、成果展示等功能。这样既扩大各类评奖的知名度、影响力,又增强其权威性、专业性,可以更好地吸引广大文艺工作者特别是新文艺群体的参与。

3 曲艺+新媒体的融合创新

曲艺是中华各民族说唱表演艺术的总称,历久弥新、风华正茂。古老的曲艺艺术作为优秀传统文化的代表,经历过千百年的沉淀和洗礼,始终活跃在市井田间,作为最亲民、乐民的一种表演形式受到人民群众的喜爱。每一个特定的历史时期都会产生其相应属性的文艺作品和文艺形式,新曲艺组织和新曲艺群体是在中国特色社会主义进入新时代衍生出的文艺新军。近年来,新曲艺组织如雨后春笋般相继成立,新曲艺群体也异军突起,成为曲艺界重要的一支演出、创作队伍。但就全国而言,新曲艺组织和群体还在初试锋芒阶段,需要面对的问题有很多,未来的发展方向也需要正确引导。全国范围内除德云社、西安青曲社、天津谦祥益文苑等几家著名的相声小剧场以外,其他地方的小剧场如新疆相声巴扎、宝丰曲艺社等都比较艰难。大部分新曲艺组织负责人在谈到经营状况上都表示“勉强维持”。很多演员每场演出获得劳务费也仅能补贴往返交通及排练餐费等。由于没有固定的专业创作人才,茶楼和俱乐部的演出大部分以传统节目为主,偶尔演员自己学演或改编一些外省节目或者网络段子。这也是各新曲艺组织发展受限的一个重要原因。

大部分新曲艺组织仍然在使用传统的宣传模式和经营管理的方法,缺乏专业的创作和营销团

队。现在是一个全民娱乐化的年代,互联网的营销模式已经扩展到身边每一个角落,人们的生活方式和审美喜好都与十几年前大不相同,而部分新曲艺组织仍然依靠传统的营销模式经营,不改变、不革新必然如同纷纷倒闭的实体店一样,终究逃不过被时代淘汰的局面。受众群体却逐渐萎缩,这是新曲艺组织一直不温不火的主要原因。现有的新曲艺组织能够达到互联网应用的方面,目前也仅仅停留在网络购票和扫码付款上,这并不是真正意义上的网络营销。网络营销亦称作网上营销或者电子营销,指的是一种利用互联网的营销形态,以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种活动^[4]。中国现阶段新媒体思维的营销产品主要有:网络众筹、网络舆论、网络公关及其他网络衍生品。很多新曲艺群体没有专业的营销团队,与真正的利用新媒体思维策划活动和节目宣传差距较大,因此在经营宣传上始终是举步维艰。

艺术与互联网新媒体的融合在未来将是趋势,新科技、新技术将会以迅雷不及掩耳之势迅猛发展,忽视新媒体的发展和应用只会让艺术落后,尝试将历史悠久的艺术与崭新科技相结合,继承、创新、发展才该是艺术长远发展之根本。改变营销模式,合理分配收益,用新媒体思维形成良性剧场运营环境。就小剧场、茶馆演出现状而言,剧场和茶馆的盈利不足以自己培养专职演员,大多数演员都是社会兼职,更聘请不起专职曲艺作家,因此在整个市场化的运营模式里,要选择一种适宜长期发展的管理模式和培养新媒体的营销思维。北京德云社是全国小剧场中网络营销做的很好的一家相声社团。从新浪微博到抖音直播,从网络舆论制造到网络舆论引导,每一步都能看出有详细和专业的策划,他们充分利用网络武器,将好的与不好的新闻都用作宣传的看点。在20多年的经营中已经完成了完整的商业化模式,即使这样,德云社也仍然在积极抢占网络资源,不放过任何新兴媒体和手机应用,“直播”“抖音”“电视栏目”“跨界合作”,可以说“德云社”的运营已经达到了全媒体思维。

虽然新曲艺组织是文化产业,但就小规模的新曲艺组织经营模式完全可以参照相关优秀文化企

业和优秀餐饮企业的管理运营模式,创建经营管理团队,定期培养、考察、学习适宜企业发展的新思维和新方法。新媒体思维的营销产品中,网络众筹目的不是筹钱,而是筹人气;网络舆论,舆的不是对错,而是制造事件、宣传事件后获得的关注;网络公关,是用最有影响力的人公关观众的心。这些都是现在新曲艺组织需要学习的营销模式。除了改变营销思维和模式外,还需要合理分配演出收益,来调动演员演出热情。首先,培养年轻曲艺工作者完成从兼职到专职的转变。其次,鼓励相声演员创作,帮助申请作者著作权,提高演员或者作者创作利润,获奖作品按演出场次给予补助;每个演员按自己售票张数给予一定提成;承接商演或与商场合作,提升观众认知度;对于长期喝茶听书的老年人给与不同时段免票优惠、充值赠礼、低价折扣等优惠,也可以让企业形成互惠互利的良性运营模式。总之,传统的舞台艺术在当今信息化时代里,重在营销。

争夺网络阵地,依靠网络营销,利用新型传播渠道将古老曲艺发扬光大。互联网直播生态下的曲艺,是平民娱乐的一种回归。当今社会的娱乐休闲和联络沟通几乎是依靠互联网存在的,微信、微博、抖音、直播平台都是年轻人智能手机中必不可少的应用工具。如果说电视的普及在20世纪加快了曲艺艺术的发展,那当今互联网的发展也必将衍生出一种新的曲艺推广手段和推出一批新生代的曲艺新人。

曾经的电视曲艺在20世纪八九十年代十分火爆,但曲艺艺术的传播相比电视或许更适合互联网。在布莱希的戏剧理论中有一个概念叫做“打破第四堵墙”^[5],它强调的是打破天然屏障,增加与观众的互动性。曲艺艺术恰恰如此,不论是鼓书时而说书时而唱曲的表演方式,还是相声这种即兴“现挂”表现手法,其目的都是增加与现场观众的互动性。所以说曲艺的表演形式比任何艺术形式都更适合互联网直播。随着生活节奏的加快,很多人选择快餐式的生活模式。“抖音”和网络直播的实质其实是全民“娱乐化”,它满足了老百姓茶余饭后休闲娱乐、精神娱乐的可选性“卖呆儿”,演员们随便圈

块地“撂地”,各使手艺、各显神通,网络平台的打赏好似观众看完表演后给的赏钱,全凭自愿。现在的抖音小视频、各大直播平台的受众小到四五岁大到六七十岁,已经成为人们消磨时间寻找乐趣的一种必不可少的手段。不论哪种网络直播,都有一样的属性,它可以实时的反馈观众情绪,及时的互动和交流,最普通的人也可以当主角,满足了普通群众的表演欲。

拓展新媒体,走向新市场,打造年轻人的观感新体验。新文艺群体整体偏年轻化,观众大部分也都在40岁以下,因此新曲艺组织的从业者应该尽快掌握全媒体思维,抢占广阔的网络资源,争夺免费的网络阵地,用心学习网络营销,利用新型传播渠道将古老曲艺发扬光大。当今是一个互联网融合的时代,与新媒体、新技术结合可以让曲艺艺术走向另一个新的市场。所谓新媒体是指新技术和新环境加上新思维^[9]。目前,国内针对新科技应用最普遍的技术莫过于虚拟现实技术,简称VR技术,VR可以让人身临其境地置身于虚幻之中,这项技术对于年轻人具有极大的吸引力。几乎很多大的商场已经建立了VR影院。它可以将最新节目以更快的速度传播给喜欢新媒体的年轻人,也可以让从没进过剧场的人虚拟感受剧场艺术的魅力,更可以在很大程度上普及曲艺艺术和展现小剧场演出实况,这是新曲艺群体可以尝试的一部分。它可以作为新曲艺组织和群体未来发展扩大营销宣传的一部分。

4 技+艺:营建良好的“互联网+”文艺生态

就目前的VR技术而言,应用起来也有它的缺陷。曲艺更多的乐趣和亮点在于可以实时与观众达成互动,在演出中“现挂”,从而与观众达到共鸣。但由于现阶段的VR技术只是单向的视觉感观,它确实可以让人在家中就仿佛置身于剧场内部近距离与演员接触,但却无法与演员达到现场互

动。所以说现场感永远是剧场舞台艺术的魅力所在,也是网络文艺永远不可替代的。也许不久的将来,VR技术可以像人工智能一样完成与人类的互动,或者像电视和电影一样普及,成为新曲艺群体自我宣传的最常用的一种手段之一。相信未来的几十年里,数字化媒体技术与大数据应用会占领各个行业,那么新曲艺群体就要具备更敏捷的思维来洞悉行业形势的变换,主动进军网络平台,通过新媒体的交互,达到技术与艺人的结合,整合资源使曲艺具有更强的交互性,吸引更多的年轻受众群体。

文化科技的价值维度是内容维度和技术维度的结合。技术维度与使用价值联系甚密;内容维度与观念价值联结更紧。在文化产品和文化服务中,内容维度的观念价值有时超过技术维度的使用价值。内容维度的观念价值,满足了不同主体对更高层次精神沉浸的诉求等,满足了不同群体对消费结构转型升级的需要。但是,对技术维度的新体验、新观念的享受诉求呈上升趋势,通过技术维度提高文化产品和文化服务的魅力、传播力、感染力,增加价值维度的多重附加值。

文化科技创新内容维度和技术维度,更为重要的是二者合一的价值维度,都可以引导人才、集聚人才。价值维度的生发、创制、达成,是价值序链的过程,依托于专业人员的分工集聚,专业化、跨边界、流动分合、分合有序的分工协作。这些在内容维度、技术维度中承担不同分工职能的人才,随需而分、随需而合,精专有责、聚合优联,会不断形成新的人才集群。

文化科技创新无论是互联网+文艺组织,还是曲艺+新媒体,统筹整合数据资讯,实现数字化转化、网络化应用,推进融媒集群和内容创新,建立新媒体集群,如官网、两微、移动应用产品、各类具有品牌效应的传播平台;创新文艺传播方式,如直播、虚拟现实、云剧场、全媒体传播;形成规模化内容创新生产能力,即把文艺精品转化成网友喜闻乐见的“互联网+”文艺生态,实现技术维度与内容维度的统一,共同夯实升华文化科技创新价值维度。

参考文献 (References)

- [1] 潘澍, 陈思, 孙程程. 面向世界科技强国的文化科技创新机理与路径[J]. 科技导报, 2018, 36(21): 84-89.
- [2] 张婷. 全国文联“互联网+文艺”会议召开[N]. 中国文化报, 2017-12-06.
- [3] 中国文艺评论网官网. 关于我们[EB/OL]. (2015-10-16). <http://www.zgwypl.com/aboutus>.
- [4] 刘山雨. 电子商务环境下 CL 保险公司营销策略研究[D]. 南京: 南京师范大学商学院, 2017.
- [5] 包大为. 布莱希特的“戏剧革命”: 马克思主义哲学的文学实践及其未竟使命[J]. 文学评论, 2019(1): 13-19.
- [6] 王东. 新媒体生活环境下的法治教育研究[D]. 西安: 西北工业大学思想政治教育系, 2017.

Cultural and technological innovations: Integration and innovation of literature and art, "internet +" and new media

PAN Shu^{1,2}, CHEN Si¹, SUN Chengcheng¹

1. Research Center of Philosophy of Science and Technology, Northeastern University, Shenyang 110819, China

2. Party School of Liaoning Provincial Party Committee, Shenyang 110004, China

Abstract It is the goal and pursuit of cultural and scientific innovation to consolidate and sublimate the value dimension using technology dimension and content dimension. The fusion of literature and art and Internet + and new media provides us effective chances to study the innovation of culture and technology. This article studies two cases, that is, Internet + literature and art organizations, and new media + Chinese folk art forms. Both cases integrate data and information, realize digital transformation and network application, and promote integration media cluster and content innovation. It points out that to establish new media cluster such as official website, weibo, wechat, mobile application products, and all kinds of communication platforms, and to innovate ways of literary and artistic communication such as live broadcasting, virtual reality, cloud theater, and all-media communication can help form a large-scale content innovation production capacity. To transform literary and artistic works into the popular online literary and artistic form can realize the unity of technical dimension and the content dimension and consolidate the sublimation value dimension.

Keywords internet+literature and art; Chinese folk art forms+new media; technical dimensions; value dimension ●



(责任编辑 陈广仁)