

网络育人视域下网络大电影的文化反思

殷衍韬

(天津科技大学 天津 300457)

[摘要]近年来随着以网络大电影为代表的各类网络文艺的层出不穷,网络育人工作面临着严峻的形势。网络大电影是网络文化与消费文化相媾和的产物,鲜明地体现出功利化、媚俗化与男权中心主义三种不良倾向。网络大电影文化意蕴的匮乏,主要源于资本的逐利本质与网络文艺治理的暂时缺位。未来,相关生产者、监管者应当以更为自觉的文化责任感为网络大电影注入丰富的主流价值以提升其网络育人功能,推动青年群体建构集体的文化认同。

[关键词]网络育人;网络大电影;青年;文化认同;主流价值

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2020.06.1243

网络育人工作所着眼的是互联网语境下青年群体的思想政治素养与文化审美素养的培育,它涉及网络舆情管理、网络文化建设等多种丰富的形式与手段。以高校大学生为代表的青年群体是互联网土壤中成长起来的数码原住民,是深受网络文化濡染的“网生代”。正如有论者所言,“在日复一日的网络使用过程中,与各个时期的青年群体相比,‘网络世代’的‘行为—价值’模式、‘认知—心理’结构也悄然发生着改变。”^[1]近些年来,以网络大电影、网络剧、网络综艺、网络直播等为代表的网络文艺层出不穷,他们作为影响“网生代”群体情感结构的网络文化产品,为当前网络育人带来了更为严峻的挑战。其中,最具代表性的就是网络大电影这一备受争议的艺术样式的崛起。本文便尝试以网络大电影为例,探讨其创作中普遍存在的文化内涵的匮乏与主流价值的缺失,并在与“新主流电影”的比较研究中探讨其未来发展之路,思考网络大电影如何发挥更为积极的网络育人功能。

一、网络大电影的内涵与价值缺失

“网络大电影”概念最早是由爱奇艺影业于2013年首次提出,并于2014年召开的“国际电影产业研讨会”上对外公布的。自此之后,乘着互联网技术与媒介融合的东风,网络大电影的生产数量与市场份额以惊人速度飙升。但与此同时,网络大电影普遍存在的内涵与价值缺失现象,也使之饱受观众与研究者的批判。整体上看,经过五六年的发展,网络大电影虽然在品质上有所提升,但仍是一块文化贫瘠之地,这主要体现在其流露出的较为明显的功利化、媚俗化与男权中心主义三重面目。

首先,网络大电影的生产奉资本逻辑为主,体现出鲜明的逐利本性。网络大电影的功利化面目表现最为显著的就是其寄生性美学。所谓寄生性美学,即一种寄生于其他原创作品之上的缺乏创新性的美学风格。具体而言,“网大的‘寄生性’呈现为原创文本(主要是指电影片名)的‘高仿性’、制作层面的‘卫星化’和营销层面的‘过度化’。”^[2]由于网络电影的投资、宣发、制作等环节远远无法与院线电影相抗衡,因此为了在短时间内攫取最大化利益,许多生产者纷纷走上了寄生于热门院线电影的创作路径。例如,在电影《捉妖记》创造了中国影史的多项票房纪录后,《捉妖记2》《捉妖者联盟》等在片名上“搭便车”的诸多网络大电影便纷纷蜂拥而至;在陈凯歌执导的电影《道士下山》上映后,《道士降魔》《道姑下山》《道士出山》等跟风之作也迅速出炉。这一类作品内容上往往跟原作风马牛不相及,且艺术手法和制作水平方面都十分粗糙,只不过利用了彼时网络文艺监管相对缺位与网络监管相对宽松的环境。

其次,网络大电影的生产还体现出媚俗化的面目。在大众文化工业的语境中,媚俗是消费文化的必然产物,它主要指代着一种对于大众通俗化、低俗化、庸俗化审美口味的极力迎合。一方面,网络大电影的媚俗化特征首先在营销手段上。由于网络空间的去中心化、碎片化、图像化特征,因此为了在这一喧哗不已的“景观世界”里快速吸引注意力,网络大电影的生产者们不得不在电影海报等宣传方式上大做文章。在以点击量而非票房为衡量作品经济收益标准的网络视频网站上,电影海报能否有效实现“注意力经济”是作品成功与否的关键性要素。因此,网络大电影的海报设计普遍呈现出暴力与色情“齐飞”的面目,纷纷以暴力惊悚或性感暴露的视觉形象激发观众的想象与欲望。另一方面,网络大电影的媚俗化特征体现在非常鲜明的猎奇化倾向上。由于没有严格的网络审查制度,相对于传统的院线电影来说,在网络大电影可以频频挑战创作的尺度。例如,在网络大电影创作中,“软色情”电影可谓屡见不鲜,传统院线电影很少涉及的丧尸等恐怖惊悚题材更是俯拾即是。像《催乳大师》《消灭大学生》《超能太监之黄金右手》《夜袭寡妇村》《僵尸王爷》等作品极力迎合的是观众的低俗的口味与猎奇的欲望。

第三,网络大电影的创作还流露出比较严重的男权中心主义思想。据相关调查显示,网络大电影的受众大多数为男性,尤其是受教育水平相对不高的青年男性。据研究表明,网络大电影的创作格局以恐怖片、玄幻片、魔幻片、奇幻片、动作片、喜剧片等为主要类型。从上述流行的电影样式上就可以看出其主要的目标受众。与传统院线电影的主要类型相比,网络大电影突出了惊悚、神秘、暴力、情色等类型元素。在网络大电影中,女性普遍被塑造为欲望尤物的角色,或者被拯救的弱者形象,进一步将院线电影中原本就根深蒂固的男权文化逻辑表达得更为清晰露骨。

二、以主流价值提升网络育人功能

网络大电影之所以呈现出功利化、媚俗化与男权中心主义,根本原因在于资本的逐利本质与网络文艺治理的暂时缺位。近几年来,随着网络大电影快速发展的同时行业乱象不断暴露,相关部门也开始不断提升网络大电影等网络文艺的监管力度,陆续出台了《关于进一步加强网络原创视听节目规划建设和管理的通知》等相关管控文件。但不得不说的是,网络大电影仍是一片文化贫瘠之地。而青年学生群体作为网络电影的主要受众,从中难以获得健康积极的世界观与价值观。

当前,在新时代的时代语境下,提升网络育人质量要适应新形势发展,“抓好

网络文化作品的创新。在内容创新、形式创新、手段创新等诸方面中,内容创新是最根本的。关键是要创作出在内容上有深度、感情上有温度的网络名篇佳作,讲好中国故事,讲好百姓故事,讲好身边故事,弘扬网络正能量。”^[3]那么,作为当前网络文化作品的重要分支,网络大电影到底该如何提升其网络育人质量呢?在本文看来,最主要的路径就在于积极为网络大电影注入富有时代感的主流价值理念。在这一方面,近几年大行其道的“新主流电影”就为网络大电影提供了很好的启示。

众所周知,很长时间以来,主旋律电影耽于主导意识形态宣教,加之我国电影产业化程度并不充分,因此这一样式常常离商业化生产模式有段距离。过分注重主题先行与政治宣教,而忽略了娱乐化/大众化表述,从而导致许多主旋律电影的受众接受度不高。在近年来主旋律电影与商业电影双向互渗的背景下,我国电影场域里出现了《战狼2》《红海行动》《攀登者》《中国机长》等一大批成熟的类型化的主旋律电影,这一批电影又被称为“新主流电影”。

从人物塑造来看,当前的“新主流电影”以个人英雄主义的建构形成了对以往主旋律电影英雄形象塑造的超越。绝大多数传统主旋律电影的英雄形象多着意于凸显集体英雄主义,且往往流露出高大全的脸谱化、平面化、模式化特征。如有论者所言,“在以英雄主义为主题的经典主旋律影片中,英雄主义的展现大都通过中国特色的群体英雄来呈现,这类影片虽有主人公,但大都突出英雄群体,且大部分英雄人物有着相对一致的英勇行为,没有明确的英雄主义‘分工’。”^[4]

近年来,主旋律影视剧的人物形象越来越出现平民化、草根化乃至反英雄倾向,从谷子地(《集结号》)、许三多(《士兵突击》)到老鱼(《千钧一发》)、李云龙(《亮剑》)等,英雄人物形象变得越来越真实可信、血肉丰满。例如,电影《战狼2》就以好莱坞式的个人英雄主义的姿态塑造了“冷锋”这位充满性格缺陷但又坚毅果敢的英雄形象。影片中,冷锋暴打强拆者,体现出他桀骜不驯、不服从纪律的性格弱点,但也因此拉近了人物观众之间的情感距离。《红海行动》虽然描绘了英雄群像,但与传统主旋律电影千人一面的集体英雄主义不同,影片中的诸多人物性格各异,担负着不同的叙事任务,影片以一种个体化的集体英雄主义,构成了对既往集体英雄主义的超越。

与此同时,近些年的“新主流电影”都较为成功地完成了爱国主义表达与民族认同建构,努力缝合主导意识形态与大众消费文化之间的裂隙。传统主旋律电影往往为人所诟病之处在于延续了新中国成立以来所形成的“政治电影”美学,政治宣教意图过于直接明显。而当下“新主流电影”则成功建构了一种缝合机制,将爱国主义表达充分融入一波三折的情节与血脉贲张的动作场面之中。例如电影《红海行动》对于“非洲撤侨”“一带一路”等议题的直接或间接呈现,彰显出影片对于当下大国崛起时代语境的高度观照,也成功契合与激发了当下国民日益凸显的集体身份认同意识与民族崛起的社会心理。尤其是影片对于公民生命安全与个体尊严的重视,使得集体式的爱国主义与个体的生命价值紧密结合,令影片所传达的价值观更容易被受众所接受。

综上所述,“新主流电影”的成功之处正在于主流价值观与消费主义的较好融合,这种创作路向在契合了青年群体的审美口味的同时,也将爱国主义等主流价值观巧妙地传递给年轻一代。可以说,相对于以往的主旋律电影,“新主流电影”的美育功能大为提升,这就为网络大电影提升网络育人质量带来了很好的启发。网络大电影作为重要的文化产品,理应扮演好形塑高校学生等青年群体价值观的重要文化角色。当下青年群体需要借助于优质的网络大电影作品,建构起审美趣味的共同体与文化身份的集体认同。从这个角度而言,相关生产者、监管者应当以更为自觉的文化责任感为网络大电影注入丰富的主流价值,以提升其网络育人功能,推动青年群体思想政治素质与文化审美素质的双重提升。

结语

“网生代”青年群体是虚拟化生存的一代,他们的人生与思想底色的形成在很大程度上有赖于斑驳喧哗的网络文化。习近平总书记在给中央美术学院8位老教授回信中指出:“做好美育工作,要坚持立德树人,扎根时代生活,遵循美育特点,弘扬中华美育精神,让祖国青年一代身心都健康成长。”网络大电影所承担的网络育人责任正是这样一种“让祖国青年一代身心都健康成长”的重要美育责任。因此,如何摆脱资本逻辑的主导,提升自身主流价值与主导意识形态的厚度,是未来网络大电影需要积极探索的重要议题。

参考文献

- [1] 蒋广学,张勇,徐鹏.高校网络育人工作的系统思考与实践探索[J].思想理论教育导刊,2014(03):119-123.
- [2] 齐伟,王笑.寄生性、伪网感与点击欲:当前网络大电影的产业与文化探析[J].北京电影学院学报,2017(05):9-14.
- [3] 张文斌.着力构建网络育人质量提升体系[J].中国高等教育,2017(22):4-6.

- [4] 赵卫防.《红海行动》:主流价值观表达的新拓展[J].当代电影,2018(04):20-22+2+178.
- [5] 杨贝贝,宋培义.网络大电影审美价值的缺失与对策[J].当代电影,2019(11):154-158.
- [6] 张剑,李曼丹.新媒体时代网络电影的美学叙事性呈现[J].电影文学,2019(18):26-28.

基金项目:天津市高校思想政治教育工作研究基地支持;天津市大学生思想政治教育专项课题(重点项目)“传统文化与法治理念契合视角下的高校网络法治教育实践”;天津科技大学青年教师创新基金资助项目“中华优秀传统文化视域下大学生社会责任感培育机制研究”(项目编号:2017SZGZ01)。

作者简介:

殷衍循(1987-),男,汉族,山东淄博人,天津科技大学讲师。

大数据环境下数字出版传播的特点和趋势

张永薇

(武汉理工大学 湖北 武汉 430070)

[摘要]大数据环境下,各行各业的生产经营模式开始出现巨大的变化,如何管理好这些大数据并使其为行业发展提供理论支撑研究,就成为人们关注的重点问题,为了紧紧抓住时代发展的机遇,利用大数据技术提升数字出版传播水平已经成为当前社会的发展趋势。本文主要是通过通过对大数据环境下数字出版传播发展现状进行调查,了解其中的不足,提出创新性的应对策略,有效提升数字出版传播发展水平。

[关键词]大数据环境下;数字出版传播;特点;趋势

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2020.06.1244

传统的数字出版传播面对当今时代产生的庞大数据,早已不能适应时代发展的需要。处在大数据环境下,数字出版传播的发展充满了挑战和机遇,数字出版传播已经无法绕开信息化技术,积极推广应用大数据技术,对数字出版传播过程中产生的各种不同的数据进行采集分析,可以准确地把握读者的喜好,提升大数据环境下数字出版传播水平,为数字出版传播的健康良性发展提供坚实的保障。

一、大数据环境下数字出版传播发展现状

大数据环境下数字出版传播是朝着智能化和科学化发展的,将会使得结果的分析更加的准确和全面,能够及时地发现其中存在的重难点问题,从而提出行之有效的措施及时地进行改正和优化,尽可能地避免数字出版传播工过程中存在的突出矛盾问题,进一步的满足读者的需求,帮助数字出版传播行业更好的发展壮大。然而由于受到各种未知因素的影响,很多管理者对大数据环境下数字出版传播发展问题的认识还不够深刻,对于大数据背后提供的生产价值并未产生重视。在互联网时代发展的今天,通过对数字出版传播产生的大数据进行精准有效分析,可以快速提升大数据环境下数字出版传播发展水平,建立有效的数据采集、统计、分析机制,对数字出版传播行业的数据进行科学分析、有效应用,打破传统理念的束缚,采用先进的数据分析理念,充分挖掘数据背后的潜在价值,优化大数据环境下数字出版传播的功能和作用,帮助数字出版传播的发展取得历史性突破。目前很多管理者已经开始关注并引进大数据技术,通过建立科学健全的数据库,聘请专业的数据分析人员,通过数据的全面分析找到大数据环境下数字出版传播发展存在的不足之处,合理控制的数字出版传播内容才能吸引更多的观众,帮助在其在未来的发展中找准自身的定位,制定科学的战略目标,从根本上解决发展的难题。

二、大数据环境下数字出版传播过程中遇到的重难点问题

(一) 重视程度不够

大数据环境下数字出版传播的主要目的是传播更多的知识,吸引更多的观众。部分管理者忽视了大数据环境下,数字出版传播行业会产生大量的数据,仅仅依靠传统的人为记录很难在有限的时间内完成内容的编辑工作,严重影响数字出版传播行业的发展进程,只有充分的借用大数据环境下数字出版传播手段才能实现数据的准确分析和全面应用。部分管理者对于数字出版传播工作重视程度不够,因此,针对大数据环境下数字出版传播研究应用的投入资金不足,无法建立有效的数据收集、统计、整理、分析系统,使得数字出版传播的大数据分析难以取得令人满意的效果,最终导致参与的人员积极性不高,工作效率十分的低下,统计的数据不准确、不全面,数据难以得到有效应用,利用这些数据最终得到的结果也无法准确发现其中的问题,做出的决策也就不科学,不完善。

(二) 缺乏对数据的有效认知,难以转化为数字出版传播成果

大数据环境下,数据可以对几乎所有问题进行分析判断,为管理者提供科学决策的依据,尤其是针对数字出版传播行业,使用大数据技术进行分析势在必行,而很多数字出版传播人员由于受传统观念的影响,不能正确认识到数据的具体实用价值,对于大数据环境下数字出版传播缺乏研究兴趣和探索动力,缺乏对数字出版传播数据进行有效整合的观念,最终,很多实用价值强,应用价值广的数字出版传播数据被束之高阁,没有真正的给数字出版传播人员提供科学有效的成果,这些数字出版传播数据没有经过信息化方式进行分析,处理的方法比较粗糙,最终导致大数据环境下数字出版传播难以取得实际的成果。

(三) 部分数字出版传播人员观念落后

数字出版传播的能否取得成果的关键在于工作人员是否能够充分利用大数据开展精准分析,提出科学论断,部分数字出版传播人员观念落后,学历水平不高导致大数据数字出版传播发展缓慢,难以取得良好的成效,也就难以得出有效的结论为数字出版传播行业服务。部分数字出版传播人员不具备专业的大数据技术和知识,对于数字出版传播数据分析的不全面,提供的结论出现错误,缺乏现代化的大数据思维和意识,对大数据环境下数字出版传播的认识不足,还有的数字出版传播人员,缺乏实际的工作经验,不能准确判断出数据的真实性、有效性,在开展大数据

环境下数字出版传播的研究时未能根据工作的实际情况提出切实可行的建议,仅仅只是对数据进行分析得出的结论不能准确的把握住数字出版传播的核心内容,完成数字出版传播的要求。

(四) 大数据环境下数字出版传播缺乏与时俱进的意识

当前社会的发展进步十分迅速,大数据环境下数字出版传播开始成为人们重点关注的问题,也是未来数字出版传播发展的主要方向,面临信息时代的飞速变化和种信息科学技术的不断创新,很多的大数据环境下数字出版传播问题逐渐的凸显出来,需要时刻保持与时俱进的意识,才能帮助数字出版传播行业适应时代发展的需要,始终为的数字出版传播发展提供坚实的保障和良好的服务。面对社会环境的千变万化,大数据环境下数字出版传播需要保持创新创造的思维意识,积极主动的创新优化模式和方法,帮助数字出版传播行业更好地适应时代的发展。

三、大数据环境下数字出版传播发展的优化措施

(一) 提升数字出版传播人员的信息化水平

大数据环境下数字出版传播需要更多的专业人才参与其中,因此,提升数字出版传播人员的大数据技术水平是必要途径。提升数字出版传播人员大数据水平可以全面保障大数据环境下数字出版传播行业取得良好的发展成果,加强对数字出版传播人员的培训学习,鼓励数字出版传播人员积极主动学习大数据技术和知识,能够为大数据环境下数字出版传播的发展献言献策,贡献自身的全部力量,培养自身对于数字出版传播过程中产生的数据敏锐性,保障数字出版传播工作在大数据环境中取得良好的发展成果。

(二) 创新大数据环境下数字出版传播理念

传统的审计模式效率低下,已不能满足当前大数据环境下数字出版传播工作,打破传统观念,创新大数据环境下数字出版传播理念,注重审计工作的创新和发展可以全面提升内部数字出版传播水平,提升综合管理能力。大数据环境下,创新优化审计管理机制,建立高效的信息化审计平台,充分借助大数据技术完成数字出版传播的全面进步,帮助取得历史性突破,保障健康可持续发展。

(三) 创新大数据环境下数字出版传播理念

传统的数字出版传播模式效率低下,已不能满足当前大数据环境下数字出版传播工作,打破传统观念,创新大数据环境下数字出版传播理念,注重数字出版传播的创新和发展可以全面提升数字出版传播行业的信息化水平,帮助数字出版传播行业吸引更多的读者。大数据环境下,创新优化数字出版传播管理机制,建立高效的大数据平台,充分借助大数据技术完成数字出版传播行业的全面进步,帮助数字出版传播行业取得历史性突破。

(四) 打造科学高效的数字出版传播的大数据平台

随着信息化进程的逐步加快,数字出版传播过程中产生的数据规模会逐渐扩大,打造科学高效的数字出版传播大数据平台是当前数字出版传播发展的重中之重,需要投入更多的资金资助研发数据化平台,使得大数据环境下数字出版传播能够充分发挥自身的作用,提升了数字出版传播人员的工作效率,实现数字出版传播行业的智能化。

四、结束语

大数据环境下,利用数字出版传播过程中产生的数据为数字出版传播的发展提供参考价值是大势所趋,是未来数字出版传播行业发展的主要方向,面对数字出版传播过程中产生的大量信息数据,需要紧紧依托大数据技术,构建高效实用的数字出版传播大数据平台,确保大数据环境下数字出版传播的创新性发展。

参考文献

- [1] 王辉.大数据时代数字出版产业的发展趋势[J].传媒,2019(18):61-63.
- [2] 赖文锐.数据挖掘在我国数字出版中的应用研究[D].湘潭大学,2019.
- [3] 郭亚军,刚榕限,黄圣洁.大数据环境下数字出版知识服务主要模式研究[J].现代情报,2018,38(11):3-8.
- [4] 孙鑫.大数据时代中国出版业的发展战略研究[D].山西大学,2015.