Neo-reading

大众的效率追求延伸到文化消费领域,以最短的时间了 解最复杂的剧情,既能充实个人见闻,也为社交提供谈资。但 艺术和效率很多时候不能兼容,当一部作品以5分钟的形式 被呈现,你很难关注细节关注审美,更别谈艺术体验和享受 了,那些存在于经典之作中的深刻情感与精确表达不见了。

互联网的旷野里鱼龙混杂、泥沙俱下,永远呼唤精品。如

果漫无目的被牵着走、胡乱"吃",即使少吃多餐,即使吃了足够 多,受众仍然营养不良。中国传媒大学网络视频研究中心研究 部主任周逵说:"我现在是以'速食'为主食,已经体现出了'工

伤'的征兆。 想起那首经典的诗:我爱你,不光因为你的样子,还因为和 你在一起时我的样子……这样的美好是可以通感的,不仅限于 爱情。当我们与精品和经典之作相遇,或者每一次深度阅读之 后,深沉的感动长留于心,自己也喜欢自己或掩卷静思或与知 音歌哭笑闹的样子。我们知道,那是积极的心理体验,是丰厚

悟空"英雄变格"折射时代精神 读书

的精神滋养。

文格洛夫宝刀未老 🍇

速食时代,更应避免文化营养偏差

中国传媒大学网络视频研究中心研究部主任、广电智库专家周逵

□长江日报记者 马梦娅



周逵

紧跟时代,下得了厨房进得了书房

中国传媒大学网络视频研究中心研究部主任周逵是 广电智库专家,由他担任总导演、总策划的《追光者》《中 轴骑妙行》《冷暖人生》《走进和田》等多部电视和网络视 听作品,曾先后获得中宣部"五个一工程"奖、国家广电总 局年度精品和芝加哥国际电影节艺术与人文贡献银雨果 奖等

周逵的工作离不开各种数字传播产品。今年他参 与了多档喜剧和脱口秀节目的共创,也常常和许多业界 的大咖共同探讨传播的流量和路径。周逵对数字时代 下的文化产品感触颇深,他表示,"我现在是以'速食'为 主食,已经体现出了'工伤'的征兆。"他的研究内容是跟 速食文化非常密切的网络视听内容。无论是长的剧集 还是短的微短剧,手游或者MOBA(多人在线战术竞技) 类游戏,每局只需二三十分钟就可以完成的,他都能接 受。他坦言玩不了像《塞尔达传说》那样需要几百个小 时才能完成的游戏,"我没有那个耐心。相比之下,我更 倾向于玩一局大约十分钟的《FIFA》,因为这样的时间成 本更为可控"。

速食的文化产品好不好?他认为不能一概而论。每 个时代人们都需要"多巴胺"和"内啡肽",这是人的生理 需求,无论是在现代还是前现代社会中都是如此。这两 者一个是奖励机制,另一个是补偿机制;一个带来先甜后 苦的体验,另一个则是先苦后甜。这种需求在任何时代 都存在。

周逵自己也制作了一些"速食内容",过去几年他一 直在拍摄一部名为《追光者》的微纪录片,共拍摄了三季, 每集大约六到八分钟,总共制作了一百集。今年,他的团 队也在尝试制作一些微短剧,"因为这个领域实在是太受 欢迎了"。周逵觉得从研究的角度来讲,你下得了厨房才 进得了书房,得自己当厨子,可能才能抽身其外去进行研 究。

开垦好自己的"互联网田野"

近年来,周逵明显感受到出版社为了适应时代,也在 做相应的调整。最突出的表现是"出版逻辑变了",出版 社也会按流量逻辑来做事情,什么火就做什么,甚至有一 些策划组会组成写作团队,根据大数据来选定一个可能 会火的题材,迅速地去完成。"也许那都不是真人团队,是 AI在做这件事。"周逵对此表示,"这真是令人汗颜的方 式。"

实际上,正是身处数字时代,人们需要的文化产品越 丰富,创作者越不能用速战速决的方式去产生速食文化 产品。

在他看来,人们在享受数字文化产品的时候是"少食 多餐"的。比如我们消费短视频、微短剧时,一次"吃"的 量很少,但频率很高。其实我们的总体摄入量和以前比, 不但没有变少反而变多了,然而我们的观看和阅读效率 并不一定提高了,甚至可能是变慢了。因此,如果从更宏 观的角度看待速食文化,人们追求的并不是效率,而是多 元化。人们想要快速消费眼前的内容,然后去寻找更多 有趣的内容。

既要保持与时代同频的多产,还要保证产品的营 养,周逵形成了自己的工作方式。他说,每次深度阅读 或者学习之后,都会形成多巴胺的刺激,"我会思考如何 将多巴胺转换成我的创作灵感"。他在微信上组建了许 多与自己对话的群,根据不同的内容分成不同的组别, 例如与AI相关的新闻、与音乐相关的资料、与脱口秀相 关的梗,甚至是给他启发的社会性话题等,这是属于他 个人的阅读笔记,"相当于我无时无刻不在营造我的互 联网田野"

网络给我们带来了更大的视域,却又因为我们的阅 读习惯把我们关进了信息茧房。周逵认为,对于网络展 现给自己的"看似辽阔却同质化的语言表达"要时刻保持 清晰的认识——语言是愈发鲜活了,但那些存在于经典 之作中的深刻情感与精确表达却不见了,"它也许会变得 更粗鄙了"

语言代表思想,而形式雷同的语言是风险。周逵希 望所有人的互联网田野是开阔的,播下的种子是蓬勃而 充满能量的。

据《2023—2024年中国微短剧市场研究报告》显示,2023年国内微短剧市场规模为373.9亿元,同比增长267.65%。预计 到2027年,国内微短剧市场规模将超1000亿元。 在数字时代的浪潮中,我们置身于一个前所未有的快节奏、多元化的文化环境。在这个时代,生产文化精品的环境发生了前所

未有的变化,速食文化产品成为人们的日常。

推崇速度和效率的速食时代,我们还需要文化精品吗?快节奏之下,文化精品究竟如何产生?是依靠先进的数字技术打造震 撼视听的作品,还是回归传统、深挖内涵以创作出触动灵魂之作?

长江日报《读+》周刊专访中国传媒大学网络视频研究中心研究部主任周逵,探讨这个时代文化精品的诞生之路,思考时代背 景下经典作品应具备的特质,为数字时代的文化发展贡献智慧与力量。

速食时代改变了我们的阅读习惯

读+:作为研究传播学的专家,您如何看待速食时 代读者阅读习惯的变化?

周逵:我想讨论一下速食文化,但前提是先说说什 么是速食。速食就是快餐,现在的人对于快餐的理解和 我们最早接触快餐时候的理解是不太一样的。我小时 候,大概20世纪80年代末、90年代初,本地开了第一家 肯德基,大家觉得这是城市时尚的特征。城市化到一定 程度,效率达到一定程度后,在你的城镇里出现了第一 家快餐店或者速食店,它是这个地方城市化的一个阶段 性成果代表。在那个时候,快餐或者速食甚至是和传统 饮食不同的一种饮食文化多样性的呈现方式。以前中 国人在家吃包子,突然有一天去吃汉堡了,它意味着另 一种食欲打开的可能性。

尽管现在大家对于快餐文化和速食文化,好像更多 的是以一种批评的角度去谈,但其实这个词一开始进入 我们生活的时候,代表了现代性、效率、城市化,代表了 我们城乡融合的一个结果,所以它其实是以偏正面的方 式出现的。

我们今天不仅吃得更快了,做所有事情都变得更快 了。我们谈恋爱是"速配",不少年轻人对服装追求"快 时尚"品牌,这个"速"可以加在任何动词之上,它本身并 不意味着整个文化消费领域的一个特例,而是社会各个 行业都面临着一个快速化的选择。因此,我们无需过度 理想化地陷入一种迷思,认为快速的东西都是不好的, 或者慢的都是好的。相反,我认为应该辨证地去审视这

在这样的时代背景下,我们不仅仅是阅读变成碎片 了,我们的对话也变成碎片了,但我仍觉得需要有深度 思考。

比如我和您今天的对话,这是一个在当下很难得的 话题,我觉得批判性思考还是很重要的。

数字化阅读本身没有错,而在于人们如何利用这 种数字化的过程。我身边有很多朋友每天都在勤读, 比如用微信读书等,然后分享到朋友圈,这也是很好 的。并不是说一定要捧着一本书才叫阅读——当然 你得找到数字化的精品。待会我们再讲精品这个问

我觉得数字阅读的好处在于,第一它有分享性,当 下分享本身就能够唤起其他人的阅读欲望,甚至是形成 一种阅读的共同体。另外一点是,结合 AI 的使用,我发 现出现了一些新的阅读方法,比如对话式阅读。你可以 把阅读内容发送给AI软件,一边阅读一边与它探讨,这 在以前是不存在的方法。

所以对于这些新的东西我们还不太好去定性,但 是我觉得似乎人们被卷入的程度更高,在当下,人们的 阅读习惯还是在不断地发生变化,不能一概而论。

读+:这些变化对您的学习习惯以及产品创作有何

影响? 周逵:阅读本身已经发生了变化,这里不仅仅指

的是阅读习惯,还有阅读的理解本身。传统的阅读是 纸质书多一点,进入数字时代,70后、80后、90后、00 后甚至10后这五代人都在面临一个整体社会阅读的

从我个人来讲的话,这个变化呈现出叠加态,并不 是说我现在开始电子阅读了以后,就舍弃了很多纸质阅 读,我仍旧会买很多纸质书。

阅读纸质作品,有一种"时间交换"的体验。一个人 写一本纸质的书,可能需要5年、10年,我们阅读它的时 间可能是一两周,从思想层面来说,这对于阅读者是最 划算的"时间交换"。

另外,从阅读的品质上来讲,我们要进行结构性思 考和方法论层面的深度思考,多阅读纸质书是非常必要 的。因为它的语言内容和语言形式都是经过仔细的考 量,有多重把关的。

当然,我们不能把电子阅读剔除到阅读之外,它对 于人们的认知是有帮助的。首先,我们需要与迅速更新 世界的信息同步,而传统纸质书的出版周期太长了,这 是它最大的问题——整个知识生产的速度慢了。其次, 一些新的语言形式每天都在发生变化,电子阅读可以帮 助我们及时感受到这种变化。

我自己的小孩有许多电子的方法去学习,但是我还 是给他订了适合孩子阅读的报纸。所以我觉得两者都 需要,从人的自身发展和人的批判性思考来看,纸质阅 读和电子阅读都不可偏废。

创作文化精品,必须与当下连接

读+:在数字时代,您认为文化精品的定义是否发生

了变化?如果有,具体体现在哪些方面?

周逵:关于文化精品的界定,要看界定的主体是 谁。各个时代都有对于精品的界定争夺和话语场的问 题,在数字时代,它依然存在。

和传统时代相比,它可能有以下特点:第一,它的全 球流动性更强了,数字化的内容更容易突破本土的疆 域,从而产生巨大影响。第二,文化精品更在乎它的当 下性,从近两年的作品来看,无论是虚构或非虚构创作, 其根源都是反映着当下现实主义。第三,时代语境下, 流行文化作品成为精品的可能性会更多。

现在对于文化精品的定义,可能跟社会情绪和社会 总体价值的思潮结合得更紧。文字优美、结构形式漂 亮、反映宏大主题等,都是对于文化精品的判断,但还需 要增加一些新的维度,也就是和当下性的连接,比如它 是否对于社会思潮有及时的反馈? 我觉得这个定义可 能更加多元化一些。

读+:在您看来,文化精品往往有哪些共性特征?

周逵:这个话题让我很想用美食的方式来诠释,也 许这样回答大家更有代入感和共情感。由于文化精品 的类型和表现形式太多了,我就拿精品剧作举例来说

精品菜和精品剧其实有相似之处,包括以下几点: 第一,食材好。对于精品剧来说,食材相当于它的剧本 来源。观察近期广受欢迎的剧集,它们的剧本通常非常 出色,比如改编自著名的科幻文学作品或公认的文学佳 作。它的底子就很好,食材好菜才好,这是第一位。这 意味着制作精品内容对前期脚本和剧本的要求极高,无 论是对原创还是改编的要求都非常之高,这也是以前的 一些非精品内容经常忽略的部分。第二,口味丰富。我 们看到有些所谓的速食内容,它就是加麻加辣、重麻重 辣,"宫爆一切""麻辣一切",都是一个口味。精品不一 定是做得贵,而是它能把食材原本的滋味做出来,满足 味蕾对不同滋味的体验需求,而不只是一个味道。从剧 的角度来讲,就是使观众沉浸在不同故事的魅力之中。 第三,摆盘好。这并不是说要精品化摆盘,而是讲究卖 相。最后一点很重要,有"锅气"。过去做饭,一进厨房, 锅气迎面扑来,就让人很有食欲。但是现在我们买的预 制菜、速食类的菜,往往没有锅气。好的作品是有锅气 的,锅气本身是接地气,也是人间烟火气,在地文化的气 息能扑面而来,你能感觉到厨师在烹饪过程中的匠心投 人以及菜品的唯一性,这一点对于用户来讲是至关重要

所以总结一下,食材好、口味丰富、摆盘好、有"锅 气",咱们这道菜就成了。

读+:经典的文化产品之所以成为"经典",一定是具 有持久性这个特点,才能历经岁月流传下来。在您看 来,数字时代的文化产品是否更难达到"具有经典性"这 个标准?

周逵:经典文化产品的和文化精品的评判标准可能

不太一样。"精品"是一个人工的标签,而"经典"可能还 要经历更多的历史沉淀。从有些角度来说,经典一定是 精品,但是精品不一定能成为经典。经典已经有典藏的 意义,它必然要承载着更多的时间的重量和时间的评

价,这两者之间从时间跨度上是完全不一样的。 有些东西一出来你知道就是经典,比如辛爽的《漫 长的季节》,在我看来它又是精品又是经典,这是毋庸置 疑的。

当下的精品能不能成为经典,有的时候可能是需要 二次加工的,是要看时间和社会的发展走向,它不断地 在被审视,不断地被再评价,它不是一成不变的。比如 说从《西游记》到《黑神话:悟空》,它就是从经典到另一 种经典,产生了二次文本衍生的能力。

你看中国文学名著那些经典,无论是《三国演义》 《水浒传》,还是《红楼梦》《西游记》,都经过了很多次的 二创,全世界其他的一些经典作品也是这样,必须面临 二创的挑战。

明清小说也流传于市井之间,篇幅不一定很大。莎 士比亚的作品在最初也是以大众文化产品的形式出现, 并非自诩高端。这些作品随着时间的沉淀逐步成为经 典,我们今天阅读和观看的作品,未来也可能成为时代

所以我觉得经典有一个特点是,虽然它历经岁月, 但它也是具有当下性的作品,人们一直在不同的时代重 读经典的作品,再和它发生对话,重新去阅读它、理解 它,甚至颠覆它。

多样化与深度体验并存,避免文化营养偏差

读+:您认为在当下,人们还需要深度文化体验

吗?

周逵: 我觉得这也是关于多样化的一个悖论——我 们祈求多样化,但往往在每一个多样化的点位上介入得 都很浅。比如,新闻的速食化导致我们每天看很多的新 闻,但每一条新闻都是以非常浅的方法去阅读的,这是 最大的问题。即便速食化地阅读了很多新闻,但如果对 每一条新闻的理解深度不够,也可能导致我们在每个点 位上都存在一种浅薄化认知的风险。对此,我们可以多 阅读些深度报道或者结构性的报道,可以带来解释性的 东西,这是传统新闻时代一种非常重要的新闻品类,今 天这种新闻却非常少见了。

当然,以上只是我对新闻这方面的举例,对于每件 文化作品,我们都需要深入地去理解,具有深度文化体 验的作品能够成为人们与自身文化根源相连接的纽带, 人们对具有深度文化体验的作品有着多方面的需求,这 类作品在文化传承、精神需求满足、社交和知识获取等

方面都发挥着重要的作用。

当我们对每个复杂的社会现象都以速食化的"一 句话标签"去理解的时候,例如,一句话来理解"巴以冲 突的前世和今生",理解各种国际冲突和地缘政治问题 的时候,我们就可能进入一种非常可疑的环境。当速 食变成你唯一的消化系统时,你就可能出现营养偏差

读+:对于那些渴望在数字时代创作出文化精品的 创作者, 您有什么具体的建议?

周逵:其实是有一些创作方法论的,根据多年来我 对这些创作者的观察,总结了几点。第一个就是要面向 全球,这很重要。我们现在已是身处一个全球传播的时 代了,创作的内容会面临全球传播的局面。我们的读 者、观众的格局也是开放的,所以在创作上也必定要注 重人群的需要。

中闻集团武汉印务有限公司承印

第二点,我觉得还是要扎根。扎根这件事在如今变

得极其重要,我真的不太喜欢"采风"这个词,"采风"没 什么问题,只是这个意向似乎有些轻飘飘的。我们和许 多项目组去做选题的时候,会去各个地方做调研,目的 是必须在一开始就确定明确的目标,把选题抛出来,去 走访去深究,做出大家感兴趣的东西。

我觉得对于社会来说,长内容的生产者和生态营 造者是非常重要的角色。否则,我们会在无数的微观 事件上撕裂得非常严重。我们也看到了一些社会事 件,对个人来说是大事,对社会来说却是小事。在这些 小事上,我们会发现,由于速食化、浅表化消费,社会的 分歧可能会越来越大。因此,我特别期待未来有平台 价值的企业能够通过结构性表达的高质量作品产出, 缝合这些裂缝,弥补这些分歧,让我们成为一个更加统 一的整体。

说到底,不管是我们自己的阅读(这里的阅读指作 品,也指人生),还是我们创作出的东西,都不能辜负他 人的时间和期望。

印刷质量监督电话:027-85888888

本社社址:湖北省武汉市江岸区金桥大道113号新长江传媒大厦

邮政编码:430013