

版权区块链为音乐产业保驾护航

中国出版传媒商报 10月10日,“2020北京音乐版权论坛”在京举行。论坛由北京市委宣传部(北京市版权局)指导,北京版权保护中心、北京互联网法院、首都版权协会共同举办,邀请了版权管理和司法部门、音乐产业、区块链技术等领域的领导、专家、音乐人和学者,共同探讨区块链技术在音乐版权确权、授权、鉴权、用权和维权领域的应用场景,行政司法协同治理机制如何服务好音乐产业,利用区块链技术构建音乐产业的可信数字基础设施和数字生态以及区块链技术如何赋能《视听表演北京条约》中的表演者权利等主题。

北京市委宣传部巡视员卢志鹏、首都版权协会副秘书长宣宏量、北京互联网法院立案庭庭长赵

立新、知名音乐家戴玉强、太合音乐集团高级副总裁刘鑫、青年歌唱家焦瑞然等出席并作主题发言。卢志鹏指出,北京市历来重视音乐产业发展,北京市版权局高度重视科技助力版权保护,深度探讨区块链如何推动音乐产业发展,探讨“区块链—天平链”如何协同治理,在确权、授权、维权等方面发挥更有效的作用。宣宏量谈到,未来,区块链在音乐版权资产数字化交易方面将发挥重要作用。赵立新认为,“区块链—天平链”协同治理机制是全国首个版权领域的行政司法协同机制,采取链上数据的对接,贯通版权产生及解纷流程,有利于解决版权案件中权属不清、流转不畅、商业维权等问题。

论坛期间,宣宏量、北京互联网法院综合审判二庭法官朱阁、北京信度度科技CEO马臣云、Vfinemusic合伙人陈鑫、音乐制作人崔轶玄等出席了圆桌论坛,共同探讨音乐版权发展。(闻创)

以现代设计激活传统文化与古典之美

■刘运来(河南文艺出版社刘运来工作室总监)

刘运来工作室是河南文艺出版社的一个分支机构,成立于2018年,是以书籍设计和文创产品开发为主的工作室。本文从微观角度来分享刘运来工作室对文创产品探索实践的过程。

从书籍设计的角度,对产品进行探索。作为一名书籍设计师,我做了十几年的书籍设计。过去长时间专注图书设计,我对该领域存在的可能性进行了多种尝试,设计的图书入选了五届“中国最美的书”,也得到了有一定程度的认可。我开始从更多维度思考书籍设计,找到解决问题的方案。从做设计到做产品非常偶然,我喜欢笺纸,享受“故纸温暖”,想把这样的感受认知与大家分享。但我认为,不能把笺纸当成文物存放起来,而应该放在当下的大背景下寻找其特有的文化认同,针对当下很多人劳碌奔波、不快乐和缺乏安全感的社会现象,从传统生活方式和雅趣里挖掘一种文化认同感,这是一种时尚怀旧。2016年,我以笺纸为主题策划编写《笺谱日历》,快要下厂时,一个直逼灵魂的问题摆在眼前:“这书怎么卖?”为此,我想到了众筹。如何给参与者回报?责任编辑提出,你是一个设计师,最好能让大家分享你的设计产品。于是我陆续设计了以笺纸为主题的本子、便签、信封、红包等相关产品。这就是我们最早的文创产品,但主要目的不是用来销售。在我看来,设计的最终目标是解决问题,并将其转化为对目标用户有用的产品。

2017年,我开始收集各种反馈信息,翻看了京东、当当读者对产品的评论,把批评、建议下来,改进当年产品,尝试以用户思维来做产品,从读者出发,为用户着想,在产品设计中强调功能性。为了更好地实现笺纸的书写功能,反复调整产品细节。比如开本:第一年日历开本为115mm×190mm,第二年调整为120mm×190mm,实现了宽度加大、书写范围扩大,使用者写字时手腕相对也舒服多了。用纸:2017年日历采用轻涂纸,色彩还原度高,但吸墨性稍差,写字不容易干。因此,2018年更换为书写一样流畅但吸墨更好的内文纸。装订方式:第一年日历受装订方式限制,不能平摊,第二年把日历送到北京雅昌印刷后完美解决了该问题,并改进装订方式,使得日历的每一页都可以撕下来,不会造成散页。总之,通过材料选择、细节设计让读者使用起来更方便,体验更舒适,实现产品的好看、实用、有内涵、有细节。2017年,该日历入选“中国最美的书”。

值得关注的是,河南文艺出版社通过探索多种销售渠道,线上线下双管齐下,如今产品销售渠道包括实体店、京东、当当、淘宝、有赞商城以及出版社微信公众号和微店等。同时,出版社拓展了企业定制业务,与深圳农村商业银行、阳光保险集团、建

动态

山东鲁南书城“场活动寻找中国味道”

中国出版传媒商报 今年国庆期间,山东鲁南书城举办非遗体验课堂,打造“非遗小小传承人”活动。据介绍,非遗体验课堂选择皮影、剪纸、布艺、面塑4个项目,共计9个场次,共约110名小读者参加,让孩子通过亲手制作非遗作品,感受非遗魅力,寻找“中国味道”。

据了解,皮影、剪纸、布艺、面塑非遗体验课堂均分为两个部分,第一部分是介绍相关非遗文化,第二部分是非遗文化体验制作课堂。例如,面塑课堂将传统工艺和现代工艺结合,选择孩子喜欢的卡通形象,用加工后的轻黏土制作萌萌哒A梦面塑,配以现代工艺的玻璃罩,完成后可保留自己制作的非遗作品。剪纸课堂根据孩子年龄分为剪纸和雕刻两个体验课堂,配以现代工艺相框,完成后可保留自己制作的非遗作品。布艺课堂选择了流传千年的布老虎,让孩子感受了一针一线缝纫的魅力,激发孩子的兴趣,引导孩子在生活中进行手工缝纫。皮影戏课堂现场让孩子感受独特的唱腔,感受枣庄当地的皮影文化。

鲁南书城旨在将传统文化与现代文明互融共生,打造慢意生活,打造枣庄人专属的传统文化栖居地。未来,鲁南书城将持续完善非遗活动,开展特色主题学习营,加强与外界合作,聚合多方社会资源,与收藏家、非物质文化遗产传承人等资源合作,打造一个集传统文化藏品展示、交易、讲座于一体的综合文化空间。(李亚文)

业集团、华为等众多企业达成了合作关系。

走出擅长的领域,离开舒适区,完成了从“书籍设计师”到“工作室开创者”身份的转换,开始“图书+文创”探索。2018年8月,河南文艺出版社刘运来个人工作室成立,这也是中原出版传媒集团首个个人工作室。从一本日历到一个工作室,我用了3年时间,完成了个人转型。2018年工作室成立之后,经过我们反复调研,初步确立了“图书+文创”的出版思路,为此我们注册了商标。书籍品牌是“纸图”,从品牌名可以看出我们的图书定位区别于新媒体阅读,着力于纸质书制作,注重其功能性和艺术性。

文创产品是“尺素风雅”,为此,我们以有一定市场基础的《笺谱日历》为中心,围绕笺纸开发了一系列文房用品,如日记本、便签本、盒装笺纸、手工木版水印笺纸,并延伸到日常生活用品,如餐垫、杯垫、茶席、冰箱贴、帆布袋、徽章、纸扇、小夜灯、挂历、台历等。这些产品设计思路是用传统经典文化打造现代生活美学。2019年7月,首批文创产品在第29届全国图书交易博览会上亮相。

此外,工作室打造的IP孵化项目“阅会艺文空间”获得了2019年河南省高成长服务业专项引导资金。这是我们精心打造的一个融合出版项目,目的是为了探索既经典又现代的生活美学。为了进一步扩大品牌影响力,我们先后举办了多场读者见



面会及小型笺纸展览,还开启了研学活动,让传统文化走进校园。2019年,我受邀在郑州大学作了《北平笺谱》讲座,参加了厦门大学举办的“2019遗产科学论坛”,并以《笺谱的保护与活化利用》为题作专题演讲,推介笺纸艺术,进一步拉近与读者的距离,让更多人了解笺纸,走进笺纸的世界。2020年虽受疫情影响,但我们克服重重困难,带着文创产品参展了多个活动,例如书店组织的“古风文化市集”、BIBF线上直播等。

下一步,我们一方面将从用户需求出发开发新的产品,建设文创产品线上线下渠道;另一方面,逐步建立笺纸数据库,精耕细作,使之成为工作室、河南文艺出版社乃至中原出版传媒集团一个出版品牌。

通过做这些产品,我真切地感受到传统文化的价值之所在,实现了传播知识和传承文化。通过文创产品探索,我们让小众的笺纸,被更多人所熟悉、喜欢,让传统文化中有价值的东西在这个时代发扬光大。我认为,这是一个有意义的工作。

品必配位 以文创形态传播文化

■赵龙(机械工业出版社文创产品创作中心)

出版社做文创产品并不是新鲜事,企鹅兰登、故宫文创都较早推出了文创产品并取得成功。机械工业出版社文创中心成立于2018年11月,经过前期1年多时间的筹备,出版社对整个文创产品线进行了规划和开发。



知识的传承有其自身的发展过程,从最早的甲骨文到竹简,再过渡到纸书、电子书等,万变不离其宗的是传播知识和文化的属性,知识传承的载体可能发生变化,但核心还是传播文化、传承文明。所以,机工社希望不仅仅通过图书出版传播文化,还可以通过文化产品传递更多知识,创造出更契合、更适宜的服务方式,提升知识服务价值,让文化温暖和启迪更多人的思想和心灵。

文创产品应具备高知识性、高新颖性、高融合性和高附加值。作为一家出版社,就高知识性来说,我们认为文创产品不仅是一种符号化或审美的产品,更多的是应赋予产品更多的文化性和知识性。高新颖性则是针对目前市场情况,为了让更多普通受众接受,应对知识进行降维,将其承载到更新的载体上。时代在变化,知识的载体也应该发生改变。高融合性是指要将知识点和喜闻乐见的产品进行融合。高附加值则希望更多的人能够喜爱我们的产品,生产商也需要进一步提升产品的使用价值和商品价值。

做科普文创产品有怎样的价值?机工社前期做了大量的市场调研,结果显示,市场上科普类文创产品较少,也发现了科普类文创存在的一些问题,例如整体产品设计相对单调,部分产品只对文化IP符号进行了简单附加;同质化较严重,没有特别突出或亮眼的产品。因此,在研发上,要避开红海,找到具有机工社自身特点的发展之路。

机工社成立于1952年,在科技工程领域深耕细作。那么在文创领域如何融入这一优势?最终,我们选择了建筑系列的产品作为切入点,推出具有榫卯结构的一系列古建筑拼插产品。动手实践是加深人们对工程技术理解的重要途径,而建筑是民族文化的结晶,读者在拼插古建筑的过程中除了审美和益智,还能学习到大量优秀传统文化知识,体会古人的高超智慧和中国传统工艺的博大精深。我们希望通过文化产品实现中华传统工匠精神的传承,让更多人了解古代建筑。

该系列产品由机工社文创中心独立策划研发,充分利用出版社建筑、机械类专业人员、图书编辑,以及机械工业信息研究院等优势,在产品方面完成了专利注册。目前,古建筑拼插产品已有两个子系列

产品面世——北京四合院和苏州园林。

如何做建筑系列文创产品?这些古建拼插产品同时也是现代化工业生产的产品,产品突破了传统建筑模型的纯外观拼装、一次性拼装、无场景拼装等形式,通过采用ABS工程塑料,可以反复进行拼装,易保存、耐收藏,适合多应用场景,打造了集知识性、观赏性、故事性、娱乐性于一体的优势。

产品在传播优秀传统文化的同时,也展现了现代工业文化和中国工业价值观。为了保证产品的科学性和严谨性,我们动用了大量科研人员进行技术研发,所有产品按照实际建筑的比例结构,在设计角度上体现了装配简便、结构稳定、精致逼真、可反复体验四个特点。首先,设计时要考虑装配的便捷性。“发烧友”可能认为设计得越复杂越好,但我们在前期的策划和调研时发现,如果想面对更广泛、更大众的市场,就应该降维处理,适于更便捷的操作。因此我们在两者之间进行了平衡。其次,产品结构稳定,一般情况下拼装好后不会分开。产品使用ABS塑料材质,可进行反复拼装。再次,产品在还原古建外观和内部构造之外,还通过场景设计,为建筑赋予浓厚的人文气息;追求精致逼真,将所有细节做到极致。例如在做苏州园林产品时,我们高度还原了水、木、石的场景特点,让受众直接触摸传统文化,把古典园林带回家,打造沉浸式、体验式的拼插产品。

同时,建筑系列产品也体现了社会效益,古建承载了中国古代的建筑知识和文化,对普及中国古建知识,传承优秀的传统文化,起到了推动作用;手工拼装体现了机工社的工匠精神,让更多受众追求工匠精神,体现工业文化。机工社文创中心将塑造工匠精神,传播工业文化,强化工程教育这三个理念作为“机工文创”的初心和使命,探索开发知识服务的新载体。

未来,机工社将文化元素与有形产品进行深度融合,通过“科普文创”提高受众的文化素质和工程素质。融合各方面要素让知识内容更加系统化、普及化,与时代接轨并且利于传播,形成创新形态的知识载体,更加有利于文化传播,拓宽图书产品的表现形式。我们希望通过匹配自身的文化基因,延伸产业链,为传统的出版注入新的生机与活力。

聚焦 书画

一朵红色的荷花,一片绿色的荷叶,一只黄色的蜻蜓,在星星点点浮萍的衬托下,一幅优美的画面将人们带入“清香十里是荷花”的佳境。一块陋石,一株苍松,一只仙鹤,构成了一幅“松鹤延年图”,陋石的隐隐现,苍松的枝枝叶叶,尤其是那只仙鹤绒毛的纤纤细细,可掬的神态活活泼泼使人恍如跨进松鹤林中而流连忘返。这就是卢斌采用没骨花鸟画技法创作的绘画作品给观众带来的独特艺术视觉,同时也是他的绘画作品被人们喜爱收藏的魅力所在。

年近五旬的卢斌,现供职于山东临沂市美术馆,是新华书画院特聘画家、临沂美协理事、北京书画艺术院特聘画家、中国书画艺术研究院山东分院秘书长。出版有《卢斌花鸟画作品集》、《卢斌彩墨画作品集》。

主攻中国没骨花鸟画技法是卢斌最鲜明的艺术特色。他认为,清代方薰在《山静居画论》中所说:“画不用墨笔惟以彩色图者,谓之没骨法。”这句话中传递着一个画种的技法表现形式:作画不用墨线勾勒线条,直接用彩色颜料以晕染、混染、层染直接在画面上着色用以描绘物象形象、精神的技法,称之为“没骨法”。这也许是古人对没骨绘画艺术最直接、最纯朴的理解。当然没骨技法不可能只是一句话那么简单,它也是由整套技法组成,步骤明确,用意清晰。

首先,在理论研究领域,有关“没骨花鸟”的理论体系有待重新梳理与建构。今天大多数的艺术家与学者都把“没骨”视为中国画技法的一种,介于工笔与写意之间。

而实际上“没骨”一词,在传统的技法体系之外,更重要的是创作观念的体现。技法对应观念,这是中国画的重要特征。目前,工笔花鸟画技法有两种前景,一种是进一步开拓双勾技法的表现力,发展双勾晕染的“有骨路”;另一种是进一步弱化乃至舍弃线条,发展线条融一的“没骨路”;前者在工笔花鸟画技法中历代都

占据着主导地位,后者一直时隐时现地发展着。中国没骨画艺术创作领域,要冲破的就是束缚画家的传统单一画法;只有面对古人,冲破古人,超过古人,才能使中国新没骨画在中国画坛上成为强有力的艺术语言。

其次,要想掌握没骨花鸟画技法,必须在写生上多下功夫,对草虫的形体、结构、色彩、动态、习性、特征等有感性认识,才能提高作画过程中的应变能力 and 创作水平。对于大型花卉,如牡丹、荷花、芙蓉大多采用渲染的技法突出花头特点,这在恽南田、华新罗的作品中都可以见到。对于小型花卉,如桃花、海棠是没骨法长于表现的题材,也有众多优秀作品传世。对于某些小型花卉、蔬果而言,没骨法特别适合表现,比如紫薇,特别适合没骨表现。同时还要注意季节性。四季花卉的花期不同,同样要符合季节时令的草虫,不能违背自然规律。如初春时只有一些蜜蜂在活动;春暮时天气转暖、百花争艳才有蝴蝶翩翩起舞;秋天是花卉繁盛的季节,相应也是品类众多的秋虫的活跃期。要熟悉描绘对象结构、掌握其特征,仔细琢磨各种草虫的一举一动,长期写生记录下来,不断积累素材。

第三,主动寻找创作语言。每一种技法都有其特别之处。只有尽量多地掌握它,才能使我们在这个时代丰富自己、提升自己。尽管我们不一定以专攻没骨花鸟为目标方向,但没骨花鸟画技法的对中国画家来说仍然是十分有益的补充,往往会在学习者受益终生。

卢斌说:“在艺术创作中,我一直思考如何使自己主体精神通过艺术语言充分表现,去挖掘内在的精神,让其永恒的精神更具时代气质的内在活力及没骨花鸟画艺术语言的天然精神价值取向。我们在新时期用新的眼光去看自然的一草一木,与古人感受应该是不同的,这种不同就来源于变化着的时代,在当代没骨花鸟画的发展上来讲,虽然当代的没骨花鸟画与传统意义上所说的文人画有着很大的不同,但是从当代没骨花鸟画现有年的发展来看,无论从笔墨语言、画面构成,视觉感受,都显示出一种类似的特征。从西方的绘画中、从民间地域性很强的艺术中、从现代设计理念之中寻求更多可结合的点,使没骨花鸟画的艺术语言形式更具有时代气息富有现代感,表达出不一样的审美意境。在创作中注意以实写虚、以浓写淡、以神写韵,作品不落俗套,力图摒弃平庸的通俗表现技法,达到一个超然的境界。”

清香十里是荷花——谈卢斌的没骨花鸟画技法

■樊国安

