

大众日报
客户端大众日报
微信

文化视点

飞盘为什么突然火了

据光明日报，这个夏天，飞盘无疑是最为火爆和耀眼的一个。一项运动的火爆，离不开多方的推动。但是那么多运动，为什么偏偏飞盘成了“天选”潮流运动？

恐怕还是要回归这项运动本身。飞盘的参与门槛很低。一身运动服、一双跑鞋，一副手套及一个飞盘，就是全部的必要装备。场地方面，专业的飞盘比赛在足球场进行，如果只是休闲娱乐，一块空地就足矣。当然，在飞盘玩家中，燃脂也是人们热爱它的一大原因。

很多飞盘玩家表示，玩过一次后，还愿意继续留下来的人，大多是被其独特的“包容”所吸引。飞盘运动虽然男女同场，但与很多需要强对抗和身体接触的竞技运动相比，飞盘不允许身体对抗，给了体力悬殊的人同场竞技的可能性。更重要的一点，飞盘赛场上不设裁判，犯规与否，需要双方各出一名队员进行协商。如果无法达成一致，那么比赛回到争议发生前的上一个位置，即便是国际级的联赛也是如此。

除了极强的包容性，和飞盘密切相关的，还有它天然的社交属性。飞盘在玩的过程中，天然地需要和别人交流：两人对传、团队合作、赛后复盘都涉及沟通，“社恐”不用担心没有话题。

飞盘能飞多远，仍然取决于这项运动本身。目前从事飞盘运动的选手，大都非全职。飞盘在中国的发展仍然处于初级阶段，群众基础薄弱，配套产业没有发展起来。同为观赏性不错的运动，篮球、橄榄球这些运动都已经深度商业化，飞盘还有很长的路要走。

释放博物馆的时代魅力

据中国文化报，博物馆是弘扬中华优秀传统文化的重要窗口，近期三星堆博物馆火爆“出圈”、香港故宫文化博物馆开馆、中国国家博物馆迎来110岁生日……博物馆不断进入大众视野。

博物馆是地域文化的灵魂，其展品凝结着一个国家、一个民族的乡愁，是历史和时代的见证者。

博物馆搭建起文明对话的平台，在连接古今、融通中外中提高了人们对中华优秀传统文化的认识，以润物无声的方式滋润着人们的文化自觉、文化自信，吸引着越来越多的观众。

随着网络技术的迭代发展，加上疫情影响等因素，“云端”成为不少博物馆为观众提供服务的重要方式。一些博物馆还推出数字藏品，让文物通过富有当代表达的方式触达更多受众。文博工作者要强化责任担当，不断提高做好文博工作的使命感、责任感和荣誉感，积极推进文物保护利用和文化遗产保护传承的方式方法，挖掘文物和文化遗产的时代价值。文博工作者通过举办内容丰富、形式多样的活动，让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都“活”起来，有利于让博物馆里的事迹走进人们的日常生活，让人们跨越时空，感受古今中外的文化瑰宝。

警惕网红景点

打卡“照骗门”

据中国消费者报，每年七八月份都是旅游旺季，一些网红打卡景点被排上了消费者的旅行日程，但部分打卡景点与网络图片不符，网络上一些短视频或照片中的人间仙境、盛世美景实际上却杂乱不堪，让慕名而来的消费者大感失望。为此，某地消委会近日发布消费提示，提醒广大消费者警惕网红景点打卡“照骗门”。

该消委会指出，网络推广的景点照片可能与实际不符，因此游客在选择景点游玩时，应尽量关注官方发布的图片及相关内容。由于每个消费者的旅游观感不同、拍摄角度不同，以及拍摄制图等软件的应用不同，因此不要太信任网上的图片和相关信息。

游客应理性看待网红景点，不要盲目跟风打卡。建议游客在去打卡之前，关注景点的最新情况和口碑，以及官方发布的信息，谨慎选择。

旅游过程中，一旦发生旅游服务质量问题或旅游消费纠纷，要保存好合同、发票、景点门票等相关材料，首先与商家进行协商，协商未果可直接拨打当地12315热线或向旅游主管部门、市场监管部门、消费者保护组织进行投诉。

（□记者 刘一颖 整理）

“2022年中国小说论坛”举行

□记者 李梦馨 报道
本报济南讯 7月9-10日，“2022年中国小说论坛”在济南举行。

论坛由山东大学主办，山东大学文学院承办。来自国内外的二百余位专家学者围绕“文献版本”“叙事传统”“比较视野”等学术问题展开学术讨论。其话题前沿，覆盖面广，专家学者畅所欲言，卓见迭出，提出诸多新见解、新观点，开拓了小说研究的新疆域，为学界奉献了一场高水平的学术盛宴。

这是继“2019年中国小说论坛”之后，第二次举办该项活动。目前在我国的小说研究界，不乏重头古典小说所命名的专题学术会议及专题小说研究论坛，其中有的已达国际规格，但这种集宽领域、多角度、高规格等多个特点于一身的综合性小说研讨会，在国内学界仍属填补空白。其作为全国综合性学术会议的优长之处——涉及面广、问题之多、学者之众、水平之高，皆为专题形式的小说研究会议所不能及。



疫情中火了“云演出”，但当疫情防控向好时，线下表演也会重打精神纷纷登场，经典剧目在开票几分钟之内便全部售罄，脱口秀巡演热火朝天，各大音乐节强势回归——

剧场仍是归处

文化观察

□ 本报记者 田可新
本报实习生 赵静

延期一停演一重启，当下演出行业在疫情中不断被迫按下暂停键，循环往复。面对困境，剧院和演出团队开启了“云演出”模式的探索。借助互联网和视频平台的力量，各种线上演唱会、舞剧、话剧等开展得如火如荼。当疫情防控向好时，线下表演也会重打精神纷纷登场。经典剧目在开票几分钟之内便全部售罄，脱口秀巡演热火朝天，各大音乐节强势回归……这些火爆的场面，让人不禁感慨，演艺市场“线上取代线下”的判定依旧为时尚早。剧场，依旧是观演双方、舞台艺术的最终归处。

线上演出，更多还是在赚吆喝

不久前，《云南映象》和陶身体两个知名舞团的告别成为整个线下演出行业遇冷的缩影，疫情之下的演艺市场连生存都变得困难重重。中国演出行业协会发布的《2021全国演出市场年度报告》显示，2021年演出市场总体经济规模为335.85亿元，与2019年同比降低41.31%。其中，演出票房收入140.28亿元，与2019年同比降低30.00%。这种窘境到了今年上半年还在延续，一季度全国取消或延期的场次约9000场，全国演出场次较2021年同期降低25%以上，票房收入降低35%以上。

所以，各大剧场和演出团队打破空间限制，将内容搬至线上，“云演出”乘势而起。“看上去是创新，本质上是自救。”省城某演出经纪公司的工作人员坦言，演出停摆，折损的不仅是排演团队、剧院的眼前利益，更持续消耗着人们对剧场文化消费的热情和动力。“得让演出存留温度，不能坐等观众走光了。”

而伴随着一些知名演员、经典剧

目的下场参与，“云演出”有了意外收获。歌手李健联动相声演员岳云鹏、作家余华、钢琴家郎朗开展了一场“老友新赏音乐会”，这场兼容演唱会、新歌发布会、好友聚会精彩纷呈，一晚登上6个热搜，单平台播放量超3000万，堪称“‘云演出’的天花板”；“中国摇滚之父”崔健首场视频号线上演唱会“继续撒点野”开唱，超50万人预约，4500万人在线“撒野”，1.1亿多点赞量，各路网友纷纷表示这是“挽救”了近期的内娱生态。此外，像歌手王源、组合五月天等线上演唱会也引发不小关注，频频出圈，线上音乐演出产业在疫情期间也如雨后春笋，不断发展壮大。

显然，人们观演需求依旧旺盛，甚至在疫情的特殊环境下变得更加急迫和强烈。这种从属于文艺领域的新概念与形态，有强适应性和变通性，还意味着人们走进直播间就等于坐在了VIP观众席。高科技的加持更保证了演出的视听质量。对此，广大云观众也回报以打赏和极高的流量。“纵观整个过程，不论观、演哪一方，都从被动适应变为主动探索。他们各取所需，或是享受剧目，或是享受掌声，部分先行演出团队甚至还获得了名利双收的红利。”山东大学新闻传播学院副教授刘佳说。

尽管“云演出”发展势头迅猛，但目前来看尚未形成成熟的商业运作模式，想要实现长远发展和大规模的推广还有很长的路要走。刘佳认为，当前良好的收视数据大多基于公益演出的方式，一旦采用付费方式播放，公众是否愿意“买单”，主办方与平台显然信心不足，不敢冒进。由于我国目前在线用户付费意识尚未普及，因此从免费到付费阶段的跨越还需要时间，如何在互联网中实现付费“云演出”的形式，仍是潜在的商业难题。

“总共两杯奶茶钱，还能不限量回看。大热天的，都不易，看着辛苦您就快戳链接下单吧！”一相声团体的

演员在微博上的推文写得已

经足够“卑微”。然而，直

播数字看起来并不特别理想，最高峰时也只有200人次走进直播间，这其中还有相当数量选择的是5分钟免费试看。“线上演出更多是为了赚吆喝。”他坦言。

线下剧场，

才是那个更和谐更生动的“场”

除了商业模式尚未成型外，“云演出”还有更明显短板。当下的线上演出对于制作者和演出团队来说，只是简单地将线下内容搬运到线上，以录播或直播的形式通过互联网平台进行传播。传统的舞台表演方式，加上手机小屏的呈现，难以给观众带来耳目一新的观感和实时互动的体验。此外，目前的“云演出”似乎千篇一律，承办方对其认识也缺乏理性和创新意识，多数线上演出仅成了追求流量的手段，缺少了“云演出”这种新业态的创新性和独特性。

“隔屏仍似隔山。直播节目之间的采访、感言环节有时过于冗长。录播的节目体验感多数抵不过MV和演唱会专辑。很多时候，人们看着看着，还是会感慨，‘云演出’到底还是‘权宜之计’的味道浓了些。尽管在平台和技术的推动下繁荣一时，但线下演出长期培养出来的剧场文化难以被这种短时应急所呈现。”娱评人钟楠表示。

相形之下，线下演出却以“云演出”难以比拟的优势，让人怀念与追逐。6月12日北京人艺迎来70周年生日，备受观众期待的人艺经典剧目《茶馆》随着疫情好转也恢复线下演出，开票仅2分钟，5场演出门票已经全部售罄。此次上演的《茶馆》70周年纪念版中，集合了1999年第二代《茶馆》的经典阵容，是一次久违的舞台盛事，不少观众直呼“太值了”。

“终于等到现场嗨翻天的时刻了。”95后济南姑娘李婧刚刚在二手玫瑰济南演唱会现场“玩上了头”，现在又对自己暑期环游音乐节的安排满怀期待。“7月15日威海半月湾国际沙滩音乐节，7月22日枣庄青鱼音乐节，7月30日烟台仙海音乐节和潍坊新青年音乐节……”她如数家珍。“热烈的情绪四处奔涌翻滚碰撞，只此一面之缘的朋友一起跳跃一起沸腾，这是偏向慢节奏的、甚至有些安静的‘云演出’所无法传递的情绪。”她说。

曲艺演出更需要实现“对话”。在端午节假期期间，笑果文化已在西安、深圳、广州、南京和杭州完成了14场演出，接下来他们还会带着专场、主打秀、城市漫游计划等多个线下演出产品系列，和大家一起感受线下演出的魅力。德云社重启巡演，首站便定在了济南。7月8日的三筱专场；7月9日，张九龄王九龙的专场，排期一出就引起了人们网上围观热议。不少粉丝纷纷抢票，有的还打算沿着偶像的演出路线一路追下去。“我们能看清台上的一举一动，能随声附和，甚至把现场变成大型群口相声现场。”德云女孩悠悠满足又期待。

这当然还是观与演的双向奔赴。“我们即便在闭馆期间，也每天对观众留言的热点问题进行一次回应并推进。这段时间以来，更是在精心引进、合理排

期。”山东省会大剧院的工作人员告诉记者，下半年，他们已经定档多部大剧好剧。爆款舞剧《只此青绿》就将于8月30日至8月31日再度登上该剧院的舞台，9月3日到4日，孟京辉的经典戏剧作品《恋爱的犀牛》也将与山东的话剧迷见面。“线下剧场是艺术演出的主阵地。我们希望为艺术家和观众营建一个更和谐、更生动的‘场’，让身处其中的每一个人能够因为艺术同呼吸、共命运。”这位工作人员说。

双线并行，该怎么走

既然线下是归处，那么线上演出是否境地尴尬呢？倒也不是。线上演出近期的火爆，其实倒逼演出行业思考，未来如何提升应变能力？是否需要重新布局？双线并行，是否可行？

在刘佳看来，文化与科技、演艺与科技的融合势在必行，演出线上线下融合同样也是大势所趋。然而，表演终究是观众和舞台在现场的共情共振，剧场文化是难以被替代的，未来或许放在长期辅助线下内容推广的位置会更好。

线上演出受众群体广泛，陪伴性强，完全可以承担更多的艺术普及和推广任务。尤其对于京剧等传统文化来说，“云演出”完全可以实现由点出发获得公众的关注和喜爱，进而逐渐转变为认可与共鸣。这种模式让越来越多的群体接触到云上高品质的演艺作品，营造出更多的场景和增量，让互联网更深层次地与演艺挂钩，助推了传统艺术的落地生根。那些可能逐渐远离人们日常视野的戏曲和艺术，在云端活出了“第二春”，线上演出对于优秀传统文化的宣传价值不容小觑。中国国家京剧院就此开辟了一个全新的推广渠道：采用“5G+4K”云直播模式推出了经典大戏《龙凤呈祥》，由京剧表演艺术家于魁智、李胜素担任主演，还创新使用了智能应用，包括看大戏、角儿来了、琴师鼓师视角等，加入了云导赏、云解说，让更多的年轻观众看得懂京剧，进一步爱上了传统艺术。

此外，线下演出的互动性、现场感和视觉冲击，也是线上需要努力的方向。正如著名导演赖声川所说：“剧场的绝对魅力，在于它的现场性。它的浪漫在于，它是生命短暂与无常的缩影。”这种魅力，吸引着观众，也连接着表演者。今年4月崔健的线上演唱会结束后，他坦言“睁眼看不见互动的人，只能看到一片工作人员。”目前，线上演唱会大多维持了传统演唱会的进行模式。如何给歌手和观众创造现场感，还是线上演出平台未来要解决的问题。

“既然展露了勃勃生机，线上演出的使命有必要延续并不断激发新的活力。演出行业应该顺势而为，以线下为根，发挥线上优势，推动‘云演出’模式从复制到定制，借助XR、VR等科技手段，将‘云演出’打造成区别于线下演出的特色品牌，让更多特色文化飞入寻常百姓家，通过线上直播等方式留住大众吸引关注。”省城一位业内专家指出。“市场和观众对于优质演艺产品、精品剧目的渴望没有改变。线上与线下的实时互动，传统与新生的火花碰撞，都离不开表演艺术这个核心的指引，一切探索和尝试都应致力于满足舞台表演和作品创作的需要，好的内容仍然是行业生生不息的动力所在。”

当然，也有人会说：他们这么做，是对当前

高考制度中一些不正常不合理现象的充分利用，这样似乎为其行为赋予了某种“侠盗”色彩。我们应该知道，即使有问题，我们也应该寻求有建设性的解决方法，而不是鼓励以错制错。这就好比在一个市场供应存在问题的情况下，仍然不该鼓励那些有能力的人去做黑市生意一样。道理很简单：以错制错，吃亏的仍是绝大多数普通人。

清楚：他不过是一个在特定领域的竞争中因为个体能力出众而谋求不合理利益的规则破坏者，其损害考试规则游刃有余的同时，给大量能力不及他的考生带来了损害。

当然，也有人会说：他们这么做，是对当前高考制度中一些不正常不合理现象的充分利用，这样似乎为其行为赋予了某种“侠盗”色彩。我们应该知道，即使有问题，我们也应该寻求有建设性的解决方法，而不是鼓励以错制错。这就好比在一个市场供应存在问题的情况下，仍然不该鼓励那些有能力的人去做黑市生意一样。道理很简单：以错制错，吃亏的仍是绝大多数普通人。

拆拆连续三次考上北大的所谓神迹

很多，有一些网友认为，全某某辛苦学习，只要法律不禁止，以“职业考生”的方式来实现自身利益最大化，没有问题。

为什么会出现这种现象呢？不难发现，大量支持全某某的人，首先是被其“学霸”“考神”光环折服。最典型的就是这种说法：请那些看不惯的网友也考个高考状元看看，这么搞人家，是因为自己心里酸了吧。所以，讨论这个问题，我们首先要做的就是拆拆连续三次考上北大的神迹。

通常人们想当然地以为，三次考上北大，就是完成了三次难以完成的任务，但实际上是陷入了一个思维盲区：能够一次考

上北大的人，就已经证明了其实力符合北大的要求，那对于这个人来说，三次考取北大，更接近于三次重复行为，而且随着他对功课的更加熟悉以及心智的进一步成熟，考北大相对来说也就一次比一次容易。这就如取得奥运会的参赛资格，对于普通人来说是难以想象的，但放到运动员身上，能够入选一次就意味着多次入选也很正常。如果明白了这一点，全某某的光环也许就不那么耀眼。这种集体性的崇拜，不过是“高考状元”情结在社会有强大号召力而形成的虚假光晕而已。

剥去了这层光环，全某某事件的实质就很

杠有理儿
社会现象 文化解读

□ 朱子钰 李梦馨

考生全某某自2020年以来，“三次高考都考上了北京大学”，并累计获得了200万元的奖金，此事近日引发了热议。按理说，这明显是钻高考政策空子的行为，理应得到一致批评和反对。但出人意料的是，线上支持的声音