

1.7亿点赞，实时在线超过48万人，成交金额1468万元……头部主播与头部作家、头部期刊的相遇，再次让人们见识了文学与直播联动的巨大可能性——

直播能否让文学有效“寻亲”

文化观察

新与旧的相遇

与传统售卖途径相比较，更能直观感受到这些直播数据的含金量。以《人民文学》做客“与辉同行”直播间那次为例，短短4个小时，《人民文学》2024年全年订阅卖出了8.26万套，99.2万册，成交金额1785万，销售码洋1983万，突破了单场图书销量最高1000万的纪录。而据《人民文学》主编施战军事后透露，直播结束后，线上销售额还在不断增加，到第二天下午四时时已经卖出120万册。相比2023年的发行量，这相当于该杂志近两年的销量。

可以想象，一次直播，吸引了多少文学忠实读者圈层之外的人前来围观。文学期刊上一回的高光时刻，恐怕要追溯到上个世纪。在很长一段时间内，文学期刊都是当代文学生产的前沿阵地。多少作家在此出道，多少经典作品在此孕育，不同时期的文学期刊足够串联起一部生动的当代文学史。不过，近些年来文学期刊读者严重流失，是一个不争的事实。

阅读习惯的变化，信息传播渠道的多元化，娱乐方式的更新迭代，从根本上压缩了文学的生存空间。传统订阅模式的难以为继，则进一步将传统文学期刊导向了艰难生存的困境。邮局订阅，显然已经超出了新一代读者的经验和体验，如今很多期刊通过微店、网店等方式开辟销售渠道，仍然未能大范围普及开来。

在这种情况下，一场关注度空前的直播恰逢其时。四个小时的直播完成了两年的业绩——在开辟到合适的宣发渠道后文学期刊迸发出的能量、文学持续散发的巨大魅力大家有目共睹。说是抓住救命稻草，似乎也不为过。但对于这次文学期刊与线上直播的联手，很多进一步的担忧也接踵而至，譬如，下单的人们到底是冲着头部主播和头部作家去的，还是冲着文学期刊本身的吸引力？虽然读者下单时不手软，但拿到手后真的会认真阅读吗？《人民文学》与《收获》两大老牌文学期刊所创造的销售成绩，必然会对同行产生启发，这是否意味着文学期刊都要来一趟直播间才能“起死回生”？

销售奇迹的难以复制性

这些担忧并非空穴来风。文学期刊走进直播间方才起步，从广义上看，文学与直播的携手已经不是新鲜事。每逢图书展会，出版社的展位上都少不了一架架正在直播的手机，图书编辑、作者化身主播亲身推介，往来读者则对此习以为常。

然而，乘着直播带货的东风迅速成长的图书直播，实际效果与表面上的热闹并不相称。此前，有媒体摸底全国50余家出版机构，近一半的受访机构表示直播效果不佳。在直播平台上随机检索，图书直播间的在线人数寥寥无几。与“与辉同行”两场文学期刊直播的浩大声势相比，可谓天壤之别。

因此，将两场直播战绩归功于头部主播和头部作家的功劳这一想法也确有佐证。梁晓声、蔡崇达、余华、苏童等人与有着强大粉丝基础的“与辉同行”直播间，这一班底本身就是强有力的引流。“如果不是这次直播，很多人不了解这个杂志，也不知道从哪里订阅。”对一些网友来说，嘉宾和主播知名度远高于老牌文学期刊，甚至构成了促使他们下单的直接理由。在这个信息海量的时代，人们作出消费选择也越来越依赖名人效应，头部主播推介什么，什么便会随之爆火。过分依赖头部主播的流量，依然是当前文学直播的明显局限。

图书人局直播间，旧与新相遇上，也会有水土不服。进入直播的领地，不可避免地要迎合直播带货的行业逻辑，靠低价和畅销度等指标抢占市场份额。然而，图书并非一般意义上的快消费品，其更重要的是作为承载思想文化内容的载体。

低价卖书能赚来吆喝，换来短暂的流量，并非长久之计，甚至可能会对图书行业产生实质性伤害。将图书当成纯粹的商品，用售卖一般商品的方式售卖图书，不光会让读者因情绪上头而下单却买来闲置，发挥不了其应有的价值，也很难在快节奏的带货中真正将图书的精华呈递给目标读者。

搭上直播带货的快车，相比以往固然给文学打开了更多被看见的机会，但如何被有效看见，却是个值得细细琢磨的问题。

让文学与读者畅通无阻

在《人民文学》走进“与辉同行”直播间时，施战军形容其为文学“寻亲”，具体解释为“我们希望让这本有75年历史的文学刊物和更多年轻人面对面，找到更多的读者朋友。”两场直播说明，文学的潜在受众一直存在，对阅读的需求也一直存在，需要在适当的时机唤醒他们的阅读欲望，激起消费热情，让文学作品与读者之间建立起畅通无阻的通道。

诚然，文学作品想要拥抱更多读者，不能仅仅靠一两次直播，更不能过分依赖头部主播的号召力。一些出版人的态度是理性的，“一两次的爆火不能代表次次有效，直播对文学期刊的助益，关键还是得看潮水退去之后的结果。”

文学期刊直播的两次破圈，虽然并非文学界的常态，但仍然具有一定的启发性意义，即利用新的传播手段，在这个“酒香也怕巷子深”的时代主动走出高阁，在文学与读者的双向奔赴中迈出更多步伐。

这其中，严肃文学需要攻克的核心课题是，与新的传播手段接轨时，既有效融入新媒体的逻辑，又不一味向流量缴械投降，坚持自身的文学本味。在“与辉同行”直播间，主播与作家选择的并非传统的带货方式，而是畅谈与期刊的故事、作家之间的交友过往、文学感悟，搭建了一场最适配文学的销售场景，这才是其叫好又叫座的关键。

文学走近读者的最终诉求在于养成读者的阅读习惯，建立起文学与生活的长久连接，其需要的不只有直播间，可以是作家走到台前、拉近与年轻人的距离，也可以是文学作品的多维度呈现和影像化、立体化展示，但最终依靠的还是作品的质量和厚度，以及文学难以被取代的直抵人心的力量。正如北京师范大学教授张莉的观点，“当下大众阅读趣味日益多元。互联网技术催生文学传播机制创新，但文学艺术的生命力始终来源于高质量的、经久不衰的内容本身。只有作品经得住读，才能让主播的推广变得更可信。”

文化视点

直播行业需要门槛吗

据光明日报微信公众号，最近，“直播行业到底要不要设门槛”这一话题在微博上引发讨论。说起来，在当下直播是一件既容易又复杂的事。点开手机，打开相关软件，动动手指点一下就能开始自己的直播。直播似乎又很复杂，一场专业的电商直播不仅需要主播具备直播技巧和个人魅力，还展示着团队的市场营销、产品管理、团队协作、资源调配等知识和技能，镜头背后的分工和合作像一个庞杂的系统。

讨论网络直播行业是否需要门槛，一是在讨论能力门槛，即专业人才的培养；另一方面则是在讨论规则门槛。随着行业发展，直播行业参与主体越发多元，需要明确的法律和政策层面的规则规范，明确规则和底线，保障行业的健康发展。对规则的尊重、对底线的坚守也恰是直播人才专业化职业培养中的重要一环。

面对庞大的市场规模，直播电商行业的专业化趋势是行业发展的必然选择，也是适应市场需求、提升竞争力的关键举措。只有不断提升专业水平，才能推动直播电商行业朝着更加健康、可持续发展的方向发展。

“文化+旅游”

跳出山河做文章

据广州日报，如今，旅游行业的发展可谓百花齐放。前有大学生“特种兵式旅游”，将行程安排铺满，在高效中玩出性价比；后有“一部影视剧带火一座城”，让云南大理、广东江门等影视剧取景地成为新晋网红打卡点，随着剧集宣发迎来游客高峰。博物馆游、演唱会游、美食游、反向旅游、盖章式旅游……随着公众个性化出行的需求增加，自定义旅游正在成为旅游行业发展的重要趋势。

“文化”何以脱颖而出？追本溯源，年轻人对“文化味旅行”，本质上是对文化体验需求的提升。随着物质生活水平的不断提高，不少秀美山河早已成为一些人亲身路过的风景。而在科学技术的迅猛发展下，通过电视节目、手机短视频等输出端口，诸多壮丽景象都可以通过视频内容呈现在公众面前。当领略风光不再是人们出行的首要目的，山河之外的人文风俗显然更具吸引力。

在此背景下，如何讲好山河之外的故事，考验着各地文旅的功底。如何打通堵点、化解困境？一方面，要深挖底蕴，突出特色。另一方面，也要数智赋能，增加科技感。此外，必须认识到，在宣发方面，包装只是营销的一种方式。社交平台上的“吆喝”或许能带来流量，但文旅发展的核心还在于服务，想要赢得“留量”，关键是要真诚、用心。

伴随着“文化+旅游”的深度融合，当继续做好山河之外的文章，以旅游为文化增加阅历，以文化为旅游赋予内涵，让更多人在读万卷书与行万里路的“双向奔赴”中，品味文化魅力，提升旅行获得感。

音乐剧

“火”起来更需沉下来

据人民日报，近年来，戏剧市场持续火热，原创音乐剧表现亮眼，《绽放》《理想之城》《雄狮少年》《东莞东》等一批现实主义题材、中华优秀传统文化题材的作品热演，取得市场和口碑的双赢。

音乐剧是什么？如果说丝丝入扣的剧情是纬线，那么贯穿始终的音乐就是经线。音乐剧作品中的音乐一定要经得起时间的考验。国产音乐剧在创作中，往往会自然而然地结合中国音乐，但我们要认识到，中国音乐不是古乐的简单复刻，而是体现在多样的音乐表达之中。此外，音乐剧还要注重音乐对戏剧人物的精准刻画，音乐与戏剧需要相互交融、互动前行。音乐剧产业的长远发展，需要建立在艺术风格和音乐创作的精耕细作之上。

火热市场带来无限期待，也迎来新的考验。音乐剧是用音乐讲故事，音乐性、戏剧性和思想缺一不可。音乐剧，“火”起来更需沉下来。希望音乐剧从业者尊重艺术创作规律来打磨作品，夯实艺术创作的根基，让中国音乐剧涌现出更多精品力作，推动戏剧舞台艺术蓬勃发展。

科技激发

舞台艺术创新活力

据中国文化报，科技与舞台艺术有着千丝万缕的联系。近年来，舞台艺术领域广泛应用各类科技手段尤其是虚拟现实、人工智能、云计算等数字技术，拓展着艺术表达的新空间、新形态，为观众带来耳目一新的审美体验。

据北京师范大学艺术与传媒学院院长、艺术科技融合创新中心主任肖向荣观察研究，相较于技术手段带来的感官愉悦，中国观众总体上更喜欢有人物、有情感的故事。中国的旅游演艺项目从模仿国外的“大秀”到打造更符合中国人欣赏习惯和需求的叙事性作品进而日益走向繁荣的历程，也证明了这一点。纯粹的炫技顶多可以愉悦耳目，不大可能具有营养与深度，形式的营养与深度来自思想内容，必须从内容那里分享价值与意义。

科技发展日新月异，新的技术更能带来新的可能性。有理由相信，在对思想意义的努力坚守和对科技创新的不懈追求下，将有更多艺术感染力强、思想内涵深刻的舞台艺术作品与观众见面，让观众在剧场中感受视听震撼，也增强精神力量。

（口记者 李梦馨 整理）

拿什么拯救“词穷”

一些复杂且深刻的表达方式逐渐被遗忘。当需要离开网络环境，进行更为规范和正式的交流时，有人会发现只剩下空洞的文字和笨拙的言辞，无法流畅地表达自己的思想和情感。

这种方式对富有逻辑性的规范化表达方式构成了挑战，进一步影响了语言表达背后的思维方式，在现实生活中往往让人感到不自在。受碎片化阅读习惯的影响，这种沟通方式更易导致人们忽视遣词造句的重要性，在需要表达时词不达意。

一些年轻人在现实生活中感到社交压力，因此投入虚拟世界，将网络世界的社交往来当作与外界的主要联系。在各大网络社区和平台，“梗”作为一种社交语言，成为他们强化身份认同和表达自我的途径，也在一定程度上

限制了年轻人精神世界的深度和广度。从本质上看，语言的贫乏不失为一种精神的贫乏。

沟通交流是人际互动中不可或缺的重要环节，它不仅是信息传递的桥梁，更是心灵相通的纽带。在语言和文字表达的背后，隐藏着人们的思维和认知。通过有效的沟通交流，我们可以深入了解彼此的想法和感受，建立更加紧密和谐的人际关系。从更宏观的角度来看，语言承载着民族的文化基因，是维系文化凝聚力的基石。然而，“词穷”的文字失语现象对传统文化构成冲击，使个体表达方式变得粗劣，长此以往，带来的是对民族文化的沉重打击。

“词穷”现象应当引起我们的高度重视与深刻反思。针对年轻群体所面临的这一困境，我们必须采取多元化的方法和途径进行引导。其中，提升语言文字应用能力的最佳途径便是

广泛阅读、深入阅读。通过系统的学习和不断的实践，我们可以促进思维与语言表达能力的和谐共生，实现二者的相互促进。在信息时代，尽管快速浏览成为常态，但我们绝不能忽视深度阅读的价值。对于经典之作，唯有细细品味、反复琢磨，方能领悟其中的真谛，洞察书中的深刻哲理。阅读需要持之以恒，利用零碎时间进行阅读，积少成多，逐步丰富自己的知识体系，夯实语言文字基础。

此外，我们还需减少对虚拟环境的依赖，增加线下社交活动。真实的互动交流和生活体验对于锻炼表达技巧、提升表达能力至关重要。作为年轻人，更应保持积极向上的生活态度，多与家人、朋友进行面对面的沟通，有意识地培养自己的表达能力。



王臻儒

近日的一项调查数据显示，超过半数的受访青年认为自己在过去几年中的语言文字表达能力有所下降，同时伴有词汇量不足、表达方式单调等问题出现。互联网时代，知识普及变得轻而易举，而“词穷”现象也相伴而生。

在互联网世界，人们的交流方式日趋多元，随着互联网媒介的飞速发展，流行语和表情包等简洁直观的表达方式成为人们“直抒胸臆”的新宠。但这种浅白直接的沟通方法导致