

“网红展”成年度文化消费热点

好好观展不如拍照发朋友圈？

■本报首席记者 范昕

刚刚过去的一年里，约300个特展在申城此起彼伏举办。其中，一类由社交媒体捧红的“网红展”很是突出，成为一大令人瞩目的文化消费热点。最有代表性的，当属全年刷屏的teamLab数字媒体艺术展，先有“teamLab：油罐中的水粒子”为油罐艺术中心揭幕，后有teamLab“无界美术馆”登陆黄浦江。

“网红展”其实不那么容易定义。它们内容丰富、形式多样，共性或许在于，以夺人眼球的场景，极大程度满足了当下人们热衷于拍照、打卡、发朋友圈的需求。有专家留意到，“网红展”是文创产业里不可忽视的一股力量，带动了社会效益和经济效益的大力提升。也有人更为关注“网红展”究竟能如何丰富人们的精神文化生活，认为这类展览经过爆发式增长之后，未来定将去粗取精，迎来一轮洗牌。

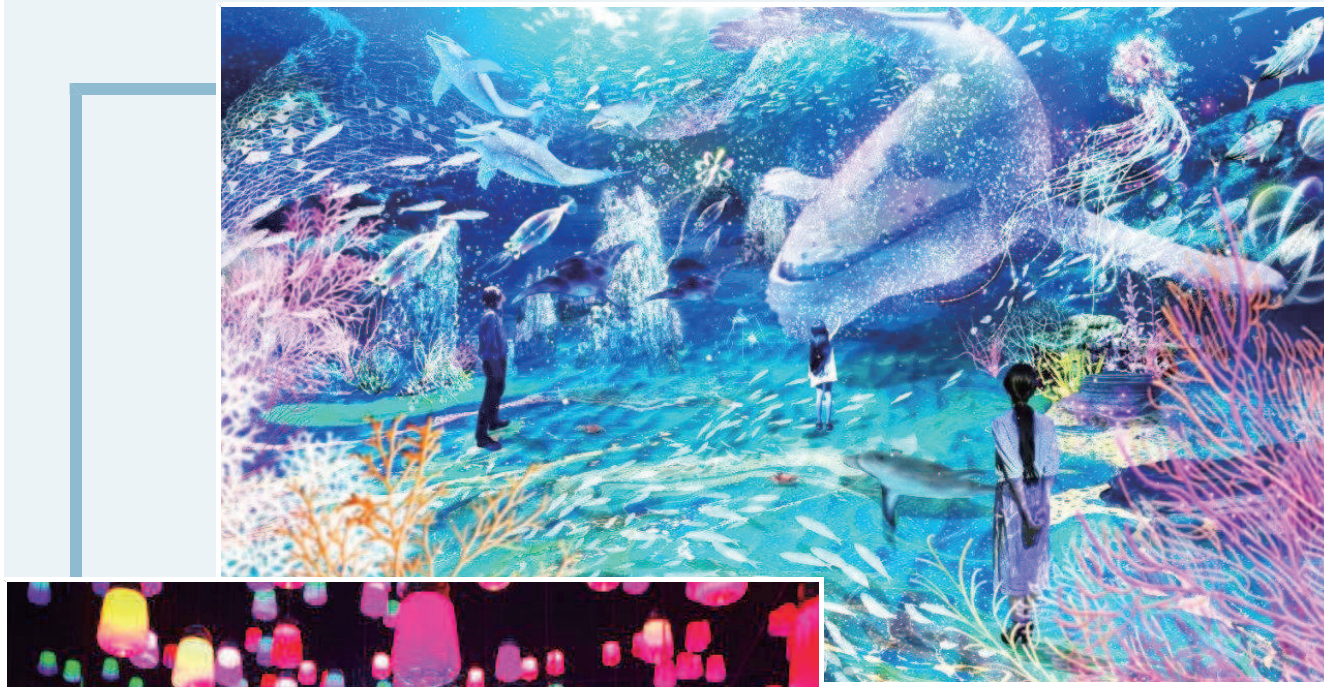
能不能成为“网红展”，出片率高低了算

“现场拍照出片率99.99%，刷爆你的朋友圈。”某个“网红展”的这句广告语很有代表性，正抓住了大多数观众的心思。“网红展”俨然“造梦场”，通过搭建缤纷多彩的布景，营造出一个个超现实的迷人场域。不必提前为观展做功课，径直奔向展品前，拗几个造型，“咔嚓咔嚓”拍上一通，美美地上传到社交网络，观众就算完成对展览的“到此一游”。

以全球当红艺术团体teamLab为代表的数字媒体艺术展，无疑是一年间申城“网红展”最耀眼的个案。2019年3月下旬至8月下旬，这个团体先以“teamLab：油罐中的水粒子”在油罐艺术中心上演申城首秀，吸引20万人次观展。尽管近200元一张的票价着实不菲。11月初，这个团体又将整座“无界美术馆”搬至黄浦江，用6600平方米展示约50件作品，持续引爆观众的打卡热情。

利用新媒体技术与观者产生互动，形成极具想象力的沉浸式观展体验，可谓teamLab的制胜法宝。其展览中标志性的潺潺流水、蝶飞花舞、灯光森林早已成为社交网络一道亮丽的风景。仅“小红书”网络平台上发布的全球各地teamLab展览看展笔记就多达6000多篇。“穿干净的白色，光影在衣服上才好看”“蹲着拍最出片”……网友们的温馨提示，关心的几乎全是怎样在这个展拍出一张好照片。

饶有意味的是，无论商业化还是专业化的艺术展览，都有可能最终创造“网红效应”。前者如“爱丽丝仙境缤纷之旅”“如海·空间”“多杰尼欧：365度现实倒影”等展览，都有着美颜滤镜或超现实浸入式场景的展览，内容包括情感、童话、玄幻、外太空、植物、动物、食物、潮玩、怀旧等，选在人流密集的商业空间展



▲上海环球金融中心举办的“如海·空间”垂直沉浸式展览带来一场多感官艺术盛宴。

▲去年11月初，全球当红艺术团体teamLab将整座“无界美术馆”搬至黄浦江，用6600平方米展示约50件作品，引爆观众的打卡热情。（均资料照片）



出，成为商场吸引客流的一种方式。后者以“草间弥生：爱的一切终将永恒”“如果你的眼睛不用来看，就会用来哭”“光/谱 鲍勃·迪伦艺术大展”等展览为代表，展出地在美术馆，艺术家原本有着相对严肃的创作理念，不过炫酷的作品及展陈效果因社交网络而加速传播，从而被赋予“网红”意义。

切中文化消费心理，又会否稀释艺术带来的感动

“网红展”之所以流行开来，很大程度上是因它们切中了当下都市人内在的文化心理需求。“很多人尤其是年轻人在用一种消费心理观展。他们对于艺术文化没有多少神秘感，更多地关注展览的娱乐性、互动性，在体验过程中或是拍照发朋友圈后获得一种减压。这类展览的多样化表达方式，也的确拉近了艺术与大众之间的距离，极大地丰富了人们的休闲娱乐生活。”上海油雕院美术馆副馆长傅军说道。在业内看来，“网红展”带来的大量观众，其实是新进入展览市场的增量，值得受到关注。

谁能吸引到新兴经济体中大量的新一代文化消费者，谁就能在未来的文化消费市场中占有重要的一席之地。这是上海社会科学院文化产业研究中心主任花建教授前不久在长三角文创发展论坛给出的观点。他认为，人性中有共通的对于文化、艺术和美的追求，未来世界范围内文化艺术的力量会越来越明显。正因如此，以“网红展”刷出满满存在感的特展行业有着广阔的发展前景。“它们的边界和容量正在不断变化，将迎来新的跨越期和增长期。”

与此同时，不少人也对“网红展”的浅表化、娱乐化倾向表示出一种担忧。艺术评论人林霖的看法就很有代表性。“今天，发达的科技给了艺术展览和艺术作品的呈现方式以更丰富立体的样貌和更‘无界’的可能。然而，当艺术越来越景观化而沦为社交时代‘刷屏’的附庸，或者成为愉悦观者的消费筹码，它们曾经代表的美与智慧、曾经带给人们的感动，又该何处安放？”在她看来，这些才是艺术在人类历史长河中应有的分量，是超越时空、最终为人们铭记的东西。

美术馆里的展览不应主动追求“网红”效应

“‘网红展’越来越多，可以说是特展行业蓬勃发展的序章。再往下走，这类展览必将面临洗牌。”上海市会展行业协会文创特展专委会副主任贾布指出。她举例道，某些“网红展”采用的手法很容易复制，比如热衷于通过大量的镜面营造迷离梦幻的效果。“纯场景打卡式消费型‘网红展’成本低、山寨壁垒也低，很可能过不了多久就会出局。”

至于“网红展”会不会威胁到严肃、专业的艺术展览，这样的担忧倒也大可不必。有人直言：“年轻人去打卡展拍照，严肃的展览没人看了吗？放一百个心，他们根本就不是一类人。”这与傅军的看法不谋而合。“商业的归商业，学术的归学术——随着文化消费市场的日渐成熟，这种分化和细化将会是一个必然趋势。”她也提醒，“商业空间里的展览，追求流量无可厚非。但美术馆里的展览不应主动追求‘网红’效应，迎合观众，而更应肩负起一定的社会责任，给予观众艺术认知、审美上的引导。”

辣评

该「改造」的不是女性外貌，而是对「女性美」的狭隘认知

黄启哲

日前，一档打着形象改造旗号的综艺节目遭遇网友“贬损、物化女性”的批评。原因是节目中的几位女性因素颜、衣着简朴、身材不完美，遭到明星嘉宾的调侃，甚至诞生“是女人就得化妆”这样的极端言论。节目打着“改造”名义窄化“女性美”的定义，最终不过是在地制审美焦虑、加深偏见。而真正亟待被“改造”“纠偏”的，不是女性的外貌，而是时下影视综艺对“女性之美”的狭隘认知与偏见。

一档标榜“治愈系”的生活类节目，缘何引发“看十分钟就来气”的网友差评？因为节目在面对不同年龄、不同身份的女性时，都在兜售同一套审美标准与幸福观念。拿第一期节目来说，面对拥有博士学位的素人女嘉宾，明星嘉宾执着于向其介绍“BB霜”“气垫”这些化妆品种类，为她涂上鲜艳的口红，全然不顾女生本来的需求是改善独居生活带来的孤独感。节目组甚至安排明星嘉宾还是单身的女生赠送婚纱，美其名曰“分享幸福”，就连明星自己都觉得“有些冒犯”。

当然，网络热传的截图文字，并不能涵盖节目的全貌。节目组也围绕饮食、家居装潢等方面为素人嘉宾提出建议。整个过程中，被“改造”的女性也不时会有“还不错”“感受到善意”的感叹。只可惜，不管是体验健康饮食，还是外貌改造所带来的新鲜感，终究抹平了现实生活的烦恼遭遇。最后，反倒是普通观众的弹幕“对症下药”：独居女孩最缺少的是朋友，而不是独自一人在众目睽睽之下，穿婚纱“闪耀登场”；二胎妈妈最需要的是丈夫能够分担日常育儿的辛苦，而不是一顿与丈夫的烛光晚餐；医生母亲最需要的是与孩子建立更亲密的沟通，而不是在所谓迟来三十年的婚礼上反思“事业固然重要，但女人终究还是要回归家庭”。

这也就不难理解一档看似温和感人、追求美的节目，竟遭大众一边倒的批评。因为节目中的嘉宾所具备的独立思考、聪慧理性、优雅得体等闪光点，恰恰是亟待被社会认可与赞赏的“女性之美”。作为大众传媒，理当认可她们在专业领域所取得的成绩，以及为家庭育儿所作的辛苦付出，进而帮助她们建立自信，破除来自社会、家庭的偏见。节目却选择粗暴地否定她们的现状，刻意凸显“改造”带来的视觉变化。可以说，节目迈进“好看”的每一步，其实都在窄化“女性美”的定义。基于这样的理念，婚礼、烛光晚餐等温情桥段，也就只能是停留在综艺惯用“感动”套路上的浅尝辄止。

遗憾的是，向女性受众兜售如此狭隘论调的，还不只这一档综艺节目。一些所谓“大女主”影视剧，打着励志的旗号，不见职场奋斗辛酸，留下的记忆点只有频繁更换的时尚造型和口红色号。这无疑将舆论从早些年视化妆为“涂脂抹粉、矫揉造作”的误解偏见，引向“女性外貌至上论”的另一个极端。

都说艺术源于生活，高于生活。可眼下，大众对于“女性之美”的认知，反倒走在了创作者前头。电影《紧急救援》还未上映，片中女搜救救生艇长原型宋寅在过去几年间，多次引爆话题。不能扮美、皮肤黝黑的地，照样收获“大美了”“太帅了”的赞美。“敦煌女儿”樊锦诗对莫高窟近一甲子的守护，为江南女子的知性之美写下新的注脚。她们所彰显的“女性之美”，是在专业领域的出色能力与举手投足间的自信洒脱。正如宋寅呼吁行业给予女性更多机会一样，我们同样期待在银幕、荧屏之中，她们这样的“女性之美”不再只是惊鸿一瞥。

高冷的古籍“出圈”，为今人活泼泼地感知

“风景与书”特展亮相明珠美术馆

■本报首席记者 范昕

日前正式登陆明珠美术馆的“风景与书”特展，汇集了颇多难得一见的古籍善本，却凭借别开生面的策展思路，令原本略显高冷、沉闷、小众的古籍“出圈”，走到当下，走到人们身边。涵盖古籍善本、古代书画、当代版画、油画、装置、艺术家手书、手稿等200余件作品集结在展览中，开启一场关乎书籍与艺术、时光与记忆的独特旅程。

有四件重量级古籍限时亮相此次展览，仅在1月18日向公众呈现。其中包括北宋杭州西湖昭庆寺刻本《结莲社集》，钱谦益手书、民间仅存的《大佛顶首楞严经疏解蒙钞》，晚明流行歌曲的歌词集《吴骚合编》，“秦淮八艳”之一马湘兰存世唯一书信真迹《马湘兰致王百毅手札卷》。

《结莲社集》是现存最早的北宋孤本诗文集，2015年曾创下单册中国古籍拍卖纪录，具有极其珍贵的文献价值和版本价值，对中国印刷史、书史、篆刻史及造纸史的研究亦具重要意义。北宋时期杭州昭庆寺一位名为省常的僧侣模仿晋僧慧远，创立西湖白莲社，引来名流时杰纷纷入社，众人所作的诗篇也在大中祥符二年（1009）被汇编成《结莲社集》。此书序文为柳公权《玄秘塔碑》字体，正文为颜真卿《麻姑仙坛记》字体，风格面貌与南宋浙刻稍有不同。《结莲社集》自南宋以后中土失传，近年来从韩国回流。

《大佛顶首楞严经疏解蒙钞》从版式看应为晚明最重要的文学家钱谦益刊刻稿本。由于该书未被刊刻便遭禁毁，因而是一件幸存之作。如今《大佛顶首楞严经蒙钞》存世已不多，原稿仅有五册，二册藏于中国国家图书馆，一册藏于上海图书馆，一册已归美国伯克利大学东方图书馆，这是民间仅存的一册。

《吴骚合编》可被理解成“晚明流行歌曲的歌词集”。所谓“吴骚”，说的只是昆曲上承楚骚之意味，楚骚就是楚辞。这本书收录的大多是南曲，曲词精密，审音严谨，并有武林、徽州刻工所制版面插图若干，刊刻水平实为一时之选。书内版画精美，为项南洲、洪国良、汪成甫三人合刻，共22幅插图，都极工丽精致。人物、屋宇、庭院、竹树，表现细腻入微，为古代版画不多见之精品。此书为晚明杭州两兄弟张楚叔、张旭初合编，刻于明崇祯年间。当初郑振铎为买下此书，与一盐商争得不可开交，最终空手而归。后来黄裳用几辆三轮车车的明清刻本换得，这曾是轰动上海滩的传奇。

《马湘兰致王百毅手札卷》为马湘兰致心爱人王穉登信札八通，字字恳切，篇篇真情。此卷前有吴湖帆等人题词，后有十几位古今名人作跋，群贤毕至，极为壮观。

此外，展览展出的珍贵古籍还包括中国古代印刷品中难得的早期实物——刊刻于五代吴越国时期的《雷峰塔佛经》，宋代蜀刻龙爪本《资治通鉴》，南宋江西庐陵刻本《通鉴纲目》等。值得一提的是，此次展览让观众看到古与今、书籍与艺术、文本与图像的一连串对话。例如，周小英为众多古籍善本题跋书写，探索如何让勘校和题跋成为艺术，用活泼的方式延续这一古代文人传统生命。杨小京则以古人阅读手卷、立轴的方式眼光观看风景，创作出《西湖十景》等组画，对古代书籍插图作出回应。

名作《原野》推出15分钟“沉浸版”

■本报记者 童薇菁

上海话剧艺术中心新版话剧《原野》昨晚迎来第100场。此次，主创团队特别策划了一场快闪式演出。在1月17日至22日四天的正式演出前，演员们利用话剧大厦4楼排练厅旁的走廊，上演了一段15分钟的华彩段落，沉浸式的体验让观众对这部经典有了耳目一新的感受。

漆黑的走廊里，观众们分列两旁席地而坐。戴着镣铐跳下囚车的仇虎寻到焦家试图报仇，情节就从这里开始。与演员方寸之间的距离，让你能听得见仇虎的愤怒在呼吸间喷薄而出；在明暗对比的空间里，焦母望向你的眼神，将恐惧、悬疑统统放大。

这15分钟的快闪，不是将剧场版剧情简单地挪移到走廊上，而是经过了特别的编排，浓缩了剧场版《原野》前20分钟的剧情。“绝不是删减，相反，可以将其视作是剧场版的‘开场’。”制作人黄一萍介绍说。新版《原野》的导演何念原本就是沉浸式戏剧的创作高手，曾创作有《消失的新郎》，颇有人气。在他看来，悬疑题材和沉浸式戏剧的调性本身就非常相配。

“《原野》快闪”的灵感源于主创的脑洞大开。他们充分利用剧场空间，结合创作本身的现代风格探索更多新奇有趣的表达方式，让戏剧变得更有吸引力。“让更多年轻人爱上经典，是我们的愿望。”何念说。这场演出并不售票，观众只需要在上话的微店里花20元购买一杯上话“剧院魅影”咖啡的“真巧是你”热饮，便可提前预约，每场只开放给24位观众。此次试水成功后，此类新奇时髦的戏剧体验将会在安福路288号越来越多。



上海话剧艺术中心话剧《原野》剧照。

（演出方供图）

单。对后人排演自己作品，曹禺曾这样表示：“职业剧团，排《雷雨》会成功，排《日出》会成功，但排《原野》可能失败。”足见《原野》的排演难度之大。

2017年，上海话剧艺术中心导演何念用新锐的手法改编了《原野》，在创作中努力尝试让审美情趣和当下的新生代观众相契合。该剧当年作为上海大戏院的开幕大戏首演，并在全国各地20多个城市

巡演，深受年轻观众的喜爱。

新版《原野》大胆调整剧本结构，从第三幕开始讲故事，尤其注重人物的心理变化和情感表达，向观众呈现了一场两难的复仇、一个命运的抉择、一次人性的对话和一种爱恨的挣扎。与此同时，何念也借着这个关于复仇的命运悲剧故事，向观众解读曹禺对“人生困境”的疑难以及对神秘宇宙的哲学思考。

“现实主义基础上的象征主义，是这部剧作最大特点，于是我们在排演中加入了表现主义的舞蹈剧场形式。”在接受本报采访时何念介绍说，“当情绪在舞台上放大，当人物内心不断得到外化，观众能强烈地感受到人物内心和不同时空的转换与激荡。”昨晚演出过后，新版话剧《原野》还将在1月31日至2月9日继续演出，陪伴观众度过一个热闹精彩的文艺新年。