莫让平台的逐利心拉低“饭圈”的价值底线

王彦

辣评

“饭圈乱象”屡禁不止，恐怕各类追星平台扮演了纵容、诱导等不光彩的角色。

近日，国家网信办发布消息称，一些网络平台中存在大量诱导未成年人参与应援打榜、大额消费、煽动挑拨青少年粉丝群体互撕谩骂造谣生事的不良信息和行为。这是继今年7月“清朗”未成年人暑期网络环境专项整治后，国家网信办具体点名、重点整治的最新进展。

一石激起千层浪，网友颇为集中的一句评价说道，“苦平台久矣”。这句感慨背后，各类围绕追星而设计的平台之多、诱导打榜的花样之杂、牟利的企图心之明确，都是网友久捱的“苦”。

随着网络与人们生活的深度介入，娱乐界的“饭圈乱象”备受诟病。一边是相关部门不断约谈、治理，另一边却是乱象屡禁不绝，不乏愈演愈烈之势。究其原因，一批唯利是图的平台俨然成为滋养痼疾的温床。

比如在某社交平台，“饭圈互撕”几乎已是每天一小架、每周一大架的阵仗，戾气丛生。不理智的粉丝固然是互撕主体，然而挑事的营销号、以榜单来煽动粉丝攀比心的各平台账号也在推波助澜。拥有一个账号，就可以随意甩几张处理过的截图、抛几句似是而非的话，打着“吃瓜”的幌子造谣传谣，煽起粉丝群体间的对立情绪。在各类以“星”为名的小程序中，都能找到引诱粉丝打榜的痕迹。

这些平台与营销号所图的，就是个“利”字。“饭圈互撕”于他们，拉起了流量、提高了“日活度”，这些数据在商业途径上都可直接变现。而那些粉丝大战后的满地狼藉，如艺人相关的网络搜索“黑词条”等，又能摇身一变、融进“明码标价撤词条”“比价固词条”的灰色交易产业链。当粉丝用集资方式购买大量账号投入到打榜之中，利益涌动处，尽失底线。

青少年可以各自偏爱不同的艺人，但倡导“饭圈”理性健康地交流，则是平台方在监管中必须恪守的规则底线。遗憾的是，一些平台在畸形的利益驱动下，时常会纵容、煽动青少年为了一句话大动干戈。粉丝其实成为了牟利的工具，他们为偶像付出超乎常理的大额消费，最终，营销方、渠道方、平台方赚得盆满钵满，留给青少年的却是病态的攀比心，留给网络的则是负能量的生态与风气。

要让“饭圈”迷途知返，各社交媒体平台责无旁贷，必须配合监管部门主动作为，切不可为眼前的利益带偏青少年的社会教育。具体来说，平台可对巧立名目的榜单说“不”，以免粉丝被流量至上的资本逻辑裹挟；平台更应拉紧法律与社会公序良俗的红线，对网络空间的违法失德行为采取零容忍态度。

只有拧紧平台的价值阀门，才能避免逐利心拉低“饭圈”的底线。

上海出品动画电影《新愚公移山》上映收获好评

小成本动画电影如何撬动传统文化代际传承

■本报记者 张祯希

“这是我儿子人生中的第一部电影，我特意选择了传统文化题材，对孩子是一种教育。”国产动画电影《新愚公移山》公映后，一位带着三岁儿子前来观影的母亲这样描述选择的理由。让这位年轻妈妈没有想到的是，这部动画片不但让自己看得津津有味，连首次进入影院的儿子也沉浸其中，甚至重复了不少片中台词。

“变”是《新愚公移山》赢得大小观众认可的关键。影片在借力经典优势的同时，却没有拘泥于文本局限，而是根据当代价值与情感判断，进行“故事新编”：原著的主人公从愚公变为愚公的儿子清风；原著中仅寥寥数语描绘的山神被赋予了幽默的戏剧看点；“移山”这一看似“不自量力”的行为则被引申到对梦想的坚守。人与长辈的关系、人与环境的关系、人与梦想的关系被植入故事之中，让不同年龄阶段的观众都能找到属于自己的共情一刻。

作为一部二维手绘小成本动画电影，《新愚公移山》在制作层面上与《大鱼海棠》《哪吒之魔童降世》等动画大制作不可同日而语；与同期不少院线大片相比，其排片量与宣传手段也十分有限。然而，小而精的作品才是撑起产业的大多数。这个基于传统寓言，专注故事本身的小制作，不啻为探索国漫小精品撬动传统文化代际传承、海外传播潜力的有益样本。

《新愚公移山》在借力经典优势的同时，没有拘泥于文本局限，而是根据当代价值与情感判断，进行“故事新编”。图为该片海报。

以当代视角为古典文本注入新活力

经年累月的传播、解读，让《列子》中这则短小寓言信息超载，如何用当代观众普遍接受的逻辑、观念重构故事，是《新愚公移山》一大创作难点。《新愚公移山》的文学统筹吕凡妮说：“影片中没有一个绝对反派，因为我们想讨论与展现的并非人与自然的对抗，而是人与环境如何和谐共生，以及人何以为最初的梦想前赴后继、燃尽一生。”

为了让附加信息“清零”，构建合理的人物动机线。《新愚公移山》专门请来迪士尼中国公司原创意总监、编剧马克·汉德勒参与创作，并从孕育文化的大地中探寻故事的起承转合。“在我们写剧本的第一页之前，团队就穿越了大半个中国，从上海出发去了陕西和河南，研究和了解愚公移山故事的根源。”马克·汉德勒介绍。在采风中，这位外国编剧被中国人基于农耕文明的安土重迁思想所感动，于是他为“移山”安上了一个更具说服力的由头：愚公的部落正在经历从游牧文明到农耕文明的转化阶段，移山是为了给农作物更多的种植空间与阳光。

主人公的转移则是《新愚公移山》对原文本的最大改编。片中新增了愚公儿子清风一角，这个初出茅庐的小伙子，在影片一开头便通过一场精彩的成人礼测试，展示出过人的智慧，在之后的情节中，又成为打破人类与自然界沟通壁垒的“中间人”。片中，以清风与山中精灵微光为代表的年轻一代，为以愚公与山神所代表的长辈们，提出了更为积极的双赢方案：用移山替代挖山，为人类与山中生灵留出生存空间。从“智慧老者”到“少年英雄”的主视角转变，缩短了古典文本与当代少年儿童的心理距离，也拓展出打破内心偏见、代际交流等更具当代性的命题。

“国潮”质感助力中国故事走出去

区别于目前动画市场上流行的三维大制作，《新愚公移山》选择了二维手绘风格。这一形式的选用除了基于成本把控外，更出于对作品形式与传统文化气韵“适配性”的考量。片中作画感十足的山水背景，承载着宋画《千里江山图》的风格与意境，让观众眼前一亮。此外，影片在配乐中也大量运用了传统戏曲元素。中国风浓郁的视听效果，配上当代性的创新解读，让作品洋溢着浓浓的“国潮”质感。

动漫是跨文化传播的有力载体，《新愚公移山》在传承传统文化的同时，也担负着助力中国故事走出去的使命。据片方透露，《新愚公移山》计划于明年在海外推出，目前该作品的翻译配音工作已在进行中。

翻译，是影视剧跨文化传播的一大门槛，《新愚公移山》在文本翻译上，十分注重海外市场的接纳度。以片名为例，经过中外人士几轮交流，《新愚公移山》最终定名为《The Old Man and Two Mountains》。片方介绍，译法参照了海明威的《老人与海》。“两个故事并不完全对得上，但有共同的精神，英语文化背景的观众只有在迅速接受其相同之处后，才能进一步理解其不同。”SMG炫动传播有限公司（哈哈炫动卫视）总经理郭炜华说。片中在翻译细节上所下的工夫，以及对传统民族元素的巧妙运用，都彰显着小制作“走出去”的传播雄心。

以南京东路大楼重装开张为契机，120岁朵云轩全新姿态扎根上海繁华商圈

有120年历史的“朵云轩”修缮后重新开张有什么亮点

本报讯 （首席记者**范昕**）位于南京路步行街的“中华老字号”朵云轩门店大楼整装修缮完毕，本周六将以全新面貌亮相。今年是朵云轩创立120周年，修缮后重新开张的门店变身艺术体验式消费新空间，从艺术呈现到经营模式，都会呈现线上线下的各式亮点。

店内建筑构造非常独特：以天井回廊式结构打通传统楼面，用一件行云流水般的大型艺术装置贯穿一楼二楼中庭，全新的朵云轩南京东路门店视野通透，有古雅的文房特质，也有灵动的现代气息。这样的布局很适合门店向传统文化体验空间的新零售模式转型。据介绍，这里将承载朵云轩线上线下多渠道、多业态融合的全场景体验式“新零售”形态，满足消费者个性化、场景化的购物需求，进而形成线上线下融合的“新零售”云商模式。

门店一楼、二楼是“朵云书房”的体验式消费场所。其中最引人注目的大型艺术装置“朵云行草”，总高7.8米，由国际知名空间艺术家、设计师冯羽与朵云轩团队共同完成，将传统书画装裱技术与当代艺术装置设计完美结合。装置中有“砚台”元素，可徐徐转动，底本中可见苏东坡行草“云”字，结构外部则使用了传统书画绫布和朵云轩特有的木版水印画谱、笺纸图案予以装裱。这是大型艺术装置进入南京东路商业实体店的一次大胆尝试。

整装修缮完毕的朵云轩南京东路门店。 （朵云轩供图）

全新的“朵云雅集”平台设在二楼，是另一个温馨的艺术会客厅，这里有五朵海绵布云灯，镂空的云窗，古色古香的木质家具，营造出别致的空间氛围。门店内的一块电子触摸屏非常醒目，供人们更为便捷地查询商品信息，成为线上线下融合的一个鲜活注脚。

伴随物理空间全新升级，门店产品更新升级将全面启动，保持既有传统文化气息的同时，完善相关产品门类，且呈现更加时尚化、生活化的品相，推动业态转型。例如，一批周年庆定制产品将集中推出，包括朵云轩百廿年纪念定制宣纸、朵云轩百廿年纪念定制毛笔——“入木”“华章”“至味”和百廿年纪念定制墨“朵云玄香”等。朵云轩携手第一食品带来共同开发的联名款礼盒——“云点”，以现代设计理念实现朵云轩独有书画图像元素与食品工艺的融合，成为“好吃、好看、有文化”的“艺术食礼”。朵云轩与玉佛寺联名的文创抄经套装礼盒也将亮相，限量发售，带来静心、清心、养心的高品质抄写体验。

门店重装开业之时集结于此的，更有一系列多样化的艺术创意展陈、艺术策展等活动，促进消费形态升级。

当天下午，苏州吴文化博物馆、吴中博物馆馆长陈曾路将于二楼“朵云雅集”主讲《文物里的江南》，同时展出库藏文徵明行书立轴和即将亮相朵云轩120周年庆典拍的文徵明手卷、明贤尺牍。当代海派名家的书画精品将在位于三楼的朵云画廊集中展示推出。四楼朵云沙龙推出的则是《云中对弈——朵云轩旧藏与当代艺术家对画展》，选取朵云轩大库藏品30件，涵盖董其昌、祝枝山、“四王”、“扬州八怪”、“金陵画派”等历代名家及谢稚柳、吴湖帆、刘海粟、林风眠等海派大家，并盛邀当代知名海派书画篆刻家分别选定一件库藏精品进行有针对性的创作，用“对画”的创新形式，进行一场跨时空的艺术对话。这些形形色色的艺术活动，未来不仅将成为该门店“新零售”的一种常态，也将促成南京路步行街艺术文化消费的新引擎。

作为朵云轩创立120周年盛典的重要组成部分，“百廿朵云寿 桃实相共尝”朵云轩120周年庆典拍卖会、“大美朵云”朵云轩120周年珍藏精品特展等将相继举行。

『演艺大世界·二〇二〇上海国际音乐剧节』闭幕演出原创音乐剧《蛋壳里的心跳》周六亮相

『华语原创音乐剧孵化计划』板块晒出亮眼成绩单

本报讯 （记者**吴钰**）两届活动共收到224部包罗万象的作品，三四百位有才华、有热情的创作者参与其中，为中国原创音乐剧发展点燃了新的动力……这是上海国际音乐剧节“华语原创音乐剧孵化计划”板块晒出的亮眼成绩单。

9月19日，上汽·上海文化广场自制的原创音乐剧《蛋壳里的心跳》，将带观众领略台前幕后的真情实感和精彩瞬间。这也是演艺大世界·2020上海国际音乐剧节的闭幕演出。

据透露，该剧汇集了“华语原创音乐剧孵化计划”十多部优秀作品的代表曲目。这之中，既有《南唐后主》中强烈民族风格与电子乐的融合，也有《为什么跳舞》中的南美风情、《电台的最后一夜》中的婉转动情，还有来自《南墙计划》的独特京韵布鲁斯风格……编舞梁燕妮还将戏曲元素融入了现代舞动作中。“全剧没有两首相像的作品，百家争鸣的音乐风格，让观众可以通过这部作品‘验收’华语原创音乐剧的作曲水平。”音乐总监周可人表示。

上海文化广场副总经理费元洪告诉记者，自2019年年初开启“华语原创音乐剧孵化计划”以来，两届活动吸引了大量原创人才加入其中。在这个庞大的创作团体中，创作者鲜活丰富的个性化经历，远远超过了在舞台上展现的剧本情节和歌曲音符。将其汇聚成一台戏，赋予每个片段独特的主题和情感表达，不仅将呈现创作者的人生百味，也将真实展现中国音乐剧的创作动态、映射行业的发展状况。

那些未被展开的故事才是音乐剧的全貌。于是，《蛋壳里的心跳》便应运而生。据编剧付哲透露，《蛋壳里的心跳》从开完大纲会到剧本交稿大约只有一周的创作时间，而演员们八月底才正式开始排练，但对音乐剧共同的热爱和创作的热情，成为这部剧作的黏合剂。“剧目的创作和排练过程，对观众来说可能比较神秘。而《蛋壳里的心跳》将原原本本展现真实的剧组日常。”导演马达介绍，12位优秀音乐剧演员将在不同场景中不断转换角色，展现“华语原创音乐剧孵化计划”中喜怒哀乐的众生相。据透露，演员们深受触动，一度在排练中感动到相拥而泣。

“原创剧目孵化不止舞台上光鲜的一面，我们希望展示的还有生活中最朴素、平凡、真实的内容，这是一份回归初心的制作。”费元洪说。从初创时期的《极致百老汇》、2017年的《法语音乐剧明星集锦音乐会》、2018年的法语音乐剧版音乐会《悲惨世界》到去年的《西尔维斯特·里维和他的朋友们：德语音乐剧明星音乐会》，上海文化广场往年这类演出主打世界群星的闪耀。而今年，这台特别的演出聚焦到了当下，聚焦到了戏剧的本质和大幕背后的人们。“1974年，时任百老汇热门编舞、导演迈克尔·本内特带着一台录音机走进排练厅，向舞者们发问：你们是谁？从哪里来？为什么要进入演出行业？这些被记录下来的关于热爱的故事成为‘后台音乐剧’最具里程碑意义的作品《歌舞线上》。如今，中国音乐剧的‘歌舞线上’也将登上演艺大世界·2020上海国际音乐剧节的舞台，让观众身临其境感受最具真实感染力的‘戏中戏’。”