

标新立异里的真诚，野蛮生长中的困窘

——评新综艺《种地吧》

余俊雯

把十位平均年龄20岁出头、且几乎没有任何农耕经验的少年扔到142亩广阔的田地上，直面播种、灌溉、施肥、收获、运营农场、直播带货、自负盈亏、创立农夫集市等真实挑战，他们会迎来什么样的丰收？又会与这片土地产生怎样的情感联结？

近日，这支年轻的“种地小队”开始了为期192天的耕地之旅，也就成了一档新综艺《种地吧》。这档劳作纪实真人秀一经播出，褒贬不一。有观众认为这是打着“种地”名义的“作秀”，但也有更多的观众在看过几期节目之后态度发生明显变化。随着节目的热播，观感上的巨大反转彰显出了节目的独特意味。

一场嘉宾受众共同参与青春实验田

近年来，在乡村振兴政策的推动下，越来越多的综艺节目将创作视角对准乡村生活。《向往的生活》以餐食为主要表现形式，展现乡村生活的自给自足；《宝藏般的乡村》在漫游旅程中感受乡村变化；《哈哈农夫》体验渔夫、牧民、果农等的生活状态……一时间，清新美丽的田园风光、舒缓惬意的乡野生活跃然于荧屏之上。节目就地取材，远离都市喧嚣，试图构建田园牧歌式的乌托邦世界。但节目中的“乡村”“土地”“田园”更多的是作为一种符号化的象征，用于展现乡村生活图景的空间感，并没有与节目中的人产生直接性的利害关系，仍然停留于被观赏、感知的表象层面。

而《种地吧》将创作目光直接聚焦为“土地”，以耕种土地、收获粮食为故事主线，没有刻意制造话题、游戏，只是通过

少年们收割水稻、挖建排水渠、搬运化肥、播撒种子、收获小麦、运营农场的真实忙碌串联起所有拍摄，将乡村生活以往的元素展示拓展为主体化体验，完整再现粮食从无到有的生产全过程。他们用实际行动扎根土地，带领受众沉浸式体会每一粒粮食的辛劳，以及“一分耕耘一分收获”的踏实感。

十位少年是节目组从全国300多位候选人中精挑细选出来的，以历时192天的劳作记录粮食的生长，也见证他们自己的成长，其本质仍然属于养成类选秀。中国观众对于“选秀”有着天然的情结，渴望赢得尊重、获得成功。对于少数满腹才华的普通人，选秀节目为他们提供了一个“被正式看见”的机会，通过节目书写“命运的扭转”；而对于少数才华不够突出、又极具表现欲的普通人，选秀节目是他们“表达自我”的隆重舞台，使其不在乎结果，充分享受过程；对于大多数爱看热闹的普通人，选秀节目满足了他们评头论足的随心所欲。这三方面的使用与满足正是“人”作为主体性的意义体现，是“我想”“我秀”“我选”不同层面的“被看见”与“被观照”，真正将“人”落实为节目核心。选秀节目因同时具备“选”的悬念感以及“秀”的视觉奇观，成为备受观众喜爱的节目形态，也是综艺制作团队不断精耕细作的模式土壤。

从某种程度而言，该节目是一场嘉宾与受众共同参与的青春实验田。节目里，少年们化身“麦田里的守望者”，悉心呵护麦苗长成麦田；节目外，受众以“云监工”的身份观察他们的种田日常与进度，等待麦田和少年们的共同长成，构成节目陪伴感和养成感的现实隐喻。



综艺《种地吧》剧照

倡导乡村青年力量的回归

综艺节目作为影响力、传播力巨大的文艺形态，肩负着媒体的导向性和社会属性。《种地吧》正视了当前全世界面临的难题，即粮食安全问题。仓廪实，天下安。尽管我国粮食供给总量充足，但中国粮食供求中长期仍处于紧张态势，加上国际复杂环境影响，保障粮食安全是一个永恒的课题。据联合国粮农组织发布的《2022全球粮食危机报告》显示，2021年有1.93亿人经历了粮食危机，粮食不安全程度进一步恶化，比2020年增加近4000万人，创历史新高。我们必须增强勤俭节约的意识，夯实“中国的饭碗要捧在自己手里”的底气。

粮食对于农民的重要性正如人才对

于乡村振兴的重要性，乡村发展，关键在人。但近年来，随着城市化进程的深入，乡村青年人口流失严重，越来越多的年轻人远离土地、淡漠乡愁，农耕文化正面临着消弭的危机。留住年轻人、引进青年人才，是乡村建设焕发活力的必然。因此，节目组特意挑选了一批少年，通过真实、完整的劳作过程传播农耕文化，强调年轻人种地的重要性和必要性，呼吁青年力量的介入与回归，试图让屏幕前更多的年轻人看到重返田间地头的可能性与可行性，重新拾起中国人的躬耕精神和乡愁情结，以真情实感增强他们建设美好家乡的使命感、责任感，从而把乡村振兴落到实处。

节目聚焦劳作，在一播一种里经营全景式乡村生活，在一耕一作里投射出传统农耕文明的文化价值。这种做法规避了不良审美导向的风险，剔除了“饭圈文化”的糟粕，将“选秀”舞台巧妙置于农田自然

中来，跳脱了传统的以歌舞才艺表演为主的“选秀”内容，转向开垦、播种、做饭、修葺、开挖掘机等诸多技能的掌握，比拼少年之间敢于吃苦、乐于奉献的精神、团队协作的能力和为人处世的智慧，通过深化德、智、体、美、劳的价值内涵实现传统养成类选秀节目的突围，亦让大众看见综艺节目从有意思迈向有意义的转变。

除此之外，节目中所运用的联合式收割机、稻谷烘干机、半喂入式稻麦脱粒机、播种无人机等农耕生产工具也是对乡土文化内涵的深度挖掘，既是展示中国劳动人民智慧的结晶，也是见证中国式农业现代化发展与变迁的重要视角。

“耕作”除了对田地的种植之外，还应包含对内心的耕耘

《种地吧》采用“长视频+短视频+直播”的组合模式同步开发内容，试图满足不同群体的多重需求，但从目前已播出的正片内容来看，一些不足正在暴露。

毋庸置疑这是一档极具挑战性的节目，超过半年的拍摄周期，全天24小时的不同断录制，导致节目组容易迷失在海量素材里。尽管节目开头交代了主要任务背景，但具体到每一期节目中来，其故事脉络仍然不够清晰，尤其是少年们播种、施肥等具体任务节点缺乏明确的时间线梳理，为受众的观看和理解增添了不必要的障碍。有限的资金与无限的困难是节目中的重要戏剧冲突，也是贯穿节目发展的隐形线索，但是当前，少年们的资产状况没有得以直观明确地展

示，蕴藏在内的戏剧冲突也没有生动自然地表现出来，一定程度上削弱了节目的精彩度和悬念感。

节目组大胆启用了素人嘉宾，其优势在于更好地体现真实性，但也会为此给观众带来建立认同感的难度，因此需要后期更加细腻的笔触对其进行刻画、描摹。但从已播出的效果来看，除了脾气越小童、佛系大哥蒋敦豪、乖乖男赵一博、唯一经验者李耕耘之外，其他少年的形象不够突出，后续亟待进一步加深少年们的性格记忆特点。

《种地吧》将躬耕精神、粮食安全、乡村振兴这些宏大选题作为节目的立意点和创意点，是难得的勇气，但也面临着如何做实做透的现实困难。从当前的内容来看，观众确实能够感受到节目的真诚以及少年们的努力，但节目在一些关键细节上存在衔接上的断裂，可能会引起争议，进而引发对节目真实性的质疑。例如节目组在开头交代了少年们学习各种农具，甚至取得了相关资质证书，但实际操作却状况百出，成果堪忧，中间省略了他们从学习到实习上岗的经历，导致不少观众发出“他们真的学过吗？”的质疑，进而降低对节目整体的信任度。

真诚无需演绎，凭借真情流露自能打动人心。“耕作”除了对田地的种植之外，还有对内心的耕耘。希望节目组能够从头至尾守住这份真诚，引领积极向上的生活态度，利用勤恳踏实的精耕细作、顺应自然的规律作息回归心灵的纯净，以劳动的充实治愈现代人的精神压力。

（作者为广播电视艺术学博士、杭州师范大学文化创意与传媒学院助理研究员）

与谁相遇，分享盛大春天

——评张炜小说新作《橘颂》

王雪瑛

北极村、高密、商州、山东半岛、阿坝，当代作家对故乡的文学书写，建构着峰峦叠嶂气韵生动的中国当代文学版图。张炜以生动、清澈的文笔书写对故乡与童年的深情回望，完成了长篇非虚构作品《我的原野盛宴》；三年后，他以独特奇妙的构思，以虚构的方式创作了最新小说《橘颂》，大繁若简地呈现了耄耋之年的主人公回到故乡祖居山间石屋，对自己经历的梳理，对家族历史的回溯中，与生机盎然的春天相聚的故事。小说将历史与现实、坚守与迁移、自然与人文等融会贯通起来，在对“橘颂”美好隐喻的演绎中，抵达顺应自然、坚守理想、超越自我的生命意境。

互为镜像的人物设计

柳树还没发芽，春天还在路上。这是我近日阅读张炜新作《橘颂》的起始。小说主人公八十六岁的老文公望着窗外对橘颂说，“我们去山里的石屋住一段吧，那里的春天比这里大。”“橘颂”是小说的篇名，还是陪伴在老文公身边的橘猫的名字。

老文公带着橘颂一起乘车翻山越岭，来到了大山深处的宽河岸边，挥别了汽车司机，他们住进了北岸孤单的石屋，与南岸的石屋群隔河相望。晚霞中古堡似的村落，没有狗吠和人声。黑夜降临后，他们没有看见灯火通明的对岸，而是看见了繁星闪烁的夜空，终于从幽暗模糊的石屋群中，发现了一处微弱的亮光……

串疑问在他的心里升起，丝丝青生气在夜色中弥散，春天不远了。春天是整部小说的核心意象，春天的脚步，春花的次第盛开，引导着小说的时间线索，主要情节与人物的心理活动。隔河相望的石屋隐藏着什么秘密？他们将与谁相遇，一起追寻盛大的春天？

第二天上午，他们过河上岸，来到了宽敞的十字街口，房子在，街道在，大树也在，人不在了。他们遇见的第一个人是头发花白的李转莲，她解答了他的内心疑惑：“人都搬迁到热闹的镇上，都去城里打工了。”山水怀抱中的石屋村落，只剩下三个了。她还向老文公介绍了住在村东的“老棘拐”和他的重孙水根。

山高水长，天地开阔，依河谷走势而建的石屋群，南岸北岸隔河相望的村落构成小说的现实场域中，张炜塑造了四个人物，还有与主人公相伴相随的橘颂。从开阔的文学场域到精要的人物设计，张炜运用疏朗、洗练的笔触形成中国画“空故纳万境”的留白，得清旷于厚朴中的美学神韵。

李转莲能稼穡善绘画，挖春日的野菜，逮冬日的大鱼，忙时耕耘，闲时绘画，她的三间石屋，篱笆小院，两个畦垄，无不透出主人的勤劳能干，安心生活的定力。有一辆串乡车连接着清寂的村落与

外面的世界，李转莲也成为老文公与外界联系的枢纽，请她代买的蔬菜、鱼肉与充电宝等日用品，维系着老文公的日常生活与亲友的沟通，手机将远隔重洋的家人和彼此牵挂的老友带入了他的山居生活。

老友一生研究海洋，现住半岛东部沿海，他是老文公一起工作时的邻铺，他们同行过风雨兼程的长路，他沙哑的嗓音成为他的岁月中熟悉的声音，多少次将他从失落和困境中救起，退休后他们天各一方，手机通话让他们跨越空间克服距离，保持着岁月在苒间彼此心灵的相通。“你这家伙不能趴下，你还得往前爬……”等老友大活儿完工时，我要赶去喝一杯。”老友那粗喉大嗓的喊话，成为他坚持写作砥砺前行动力。

除了带着橘颂去河岸游走，老文公每天都要享独自思索和写作的时光。他觉得自己就像向往大海的海豹，如同海豹最终的归宿是大海，他在暮年的心愿是写成一部关于自我、大海与家族的大书。老文公与老友互为镜像，相互倾听心潮的波澜，相互解读命运的轨迹。他们你中有我，我中有你，在彼此的人生中产生了“互文”的回响，他们在小说的人物塑造上产生了双向的“对话性”，与王蒙的小说《猴儿与少年》中主人公施炳炎与王蒙的人物设计有着异曲同工之妙。

如果说李转莲拓展着老文公与现实空间中人物之间的沟通，老友间的通话延伸着老文公内心世界的心理活动，那么老棘拐则陪伴着老文公回溯着历史向度中他的家族谱系。虚岁九十的老棘拐目光清亮，腰背挺直，结实硬朗，他的人生中流动着石屋村落的历史。他知道老文公祖上都是干大事的，老爷爷盖起了奇妙石屋，爷爷栽种了满山树木，爸爸修建了现代铁路……他能猜解出老爷爷在大石屋和小石屋里隐藏的窍门，他领着老文公走进了十字街口的家族老宅，老爷爷亲手设计修建的高大石屋。他帮助老文公发现石屋内的炉灶连通了不同烟道，调节着石屋的供暖，他还期望老文公住在他留恋的石屋村。

老文公记得奶奶告诉过他，父亲在修好铁路的第一年，回到了故乡老屋，他在屋内凿出了一口压水井。从此老文公家压水井中有最纯的清水，而老棘拐的家里有全村最甜的山泉，他的儿子孙子一家都在城里打工，而他舍不得这泉水，离不开石屋村。

君子之交清如水，纯净如水的情感，也是人生旅途中的甘泉。老文公、李转莲、老棘拐等，他们之间的朴实真挚的关系，建立在与山水自然相亲的日常生活中，互助互爱，自然清澈又亲近温煦。老文公在祖居撵房后，无论是老棘拐对他的药酒疗愈，还是李转莲对他的饮食照顾，都是亲人般的妥帖。

诗意橘颂的多重互文

《橘颂》以现实与历史，村内与村外

的双重线索，由四个人物串联发展出更多的人物，老文公家族三代先人的故事自然地编织在小说的总体叙事中，有效地扩大了小说的容量，既删繁就简突出叙事主体，主次有序地设计出小说的叙事景深，又巧妙地把小说情节的推进、人物生命意识的提升、小说深邃的艺术内蕴与春天将至的动态时序结合起来，春天的气息弥散在小说的叙事语境中，给读者的审美、思绪提供充分的回旋空间。

两岸的绿色越来越浓，白海棠开了，丁香开了，近岸的白沙上蒲苇翠绿，蝴蝶旋舞。老文公长时间仰望着，一低头，又是一道道石墙上垂挂下来的紫色藤萝，是哗哗流淌的鲜花瀑布。这里的春天很大，不仅让人沉迷在春光明媚中，还可以品尝春天的山野美味。老文公已经享受过山里荠菜与香椿的香嫩。

在桂花盛开的夜晚，老文公领着橘颂，邀请了李转莲、老棘拐和水根到他的石屋，一起分享山里盛大的春天，品尝他做的各色新鲜美食，其中不可或缺的是他端出的香气扑鼻的桂花饼。

烛光闪闪，枝叶摇曳，桃花沁香，这也是张炜邀请读者加入的春天盛宴。李转莲送来了她潜心绘就的画卷，展露出斑斓的色彩；累累硕果缀满枝头的橘树正是老文公内心所思所想的橘树，也是对中国诗歌史上屈原的经典之作《橘颂》的生动注解。老文公心里的《橘颂》是诗，身边的橘颂是猫，显然橘颂是老文公春天晚宴的第二位主人，是张炜笔下的拟人化形象；橘颂是老文公倾诉的对象，是他梦中的“书童”；又是独立专注的思考者，是自然率性的精灵，也是水根的玩伴，远在大洋彼岸的老文公孙子的牵挂。橘颂，是张炜小说的意趣所在，如此独特的“互文”，蕴含着读者的认同，风趣中的诗意，成熟中的天真，橘颂，与老文公相伴左右，增添暮年岁月中活泼的童趣。

老年，是个体生命历程中的真实阶段；迁移，也是时代发展中的现实状态。张炜没有在小说中概念化地直接讨论历史、家族、老年、记忆、生死等这些宏大命题，而是将这些命题，提升到行云流水的自然时序中，在春天万物茁壮生长中体会与思索。张炜以具体写实与诗意隐喻的交融结合，吸引着读者的沉浸参与，形成了小说丰富的审美意蕴。

他为坚守家园和文化根脉的他们开启了春天的盛宴，他没有让石屋村落成为一片空寂的飞地，而是一处在时代变革中留存了友爱、真诚与勇气的家园。在繁华城市中长大的孩子，可以从《橘颂》中了解住日的山野乡土生活；也可以让成人感受山乡田园的召唤，从生生不息的自然中，汲取生命能量，提升自我的人生意境。

这是一部充满了张炜诗性文学气质的生命之书，又是一幅生气盎然的春和景明图，在风传梅香的早春，阅读张炜的《橘颂》是一次独特的心灵体验。

所谓虚拟偶像，是指通过虚拟现实、增强现实、人工智能、运动捕捉、实时渲染等技术手段制作的高度拟人化数字形象。全球第一个真正意义上的虚拟偶像当属2007年在日本出道的初音未来，这个充满未来感的时代少女虚拟形象形成了前所未有的国际性影响。2012年7月我国虚拟偶像洛天依正式出道，在二次元文化中掀起了虚拟偶像热潮。这些虚拟偶像跨越了空间藩篱，突破了次元壁，如同电视剧《完美的他》所展现的那样，可以全天候一对一陪伴消费者，让消费者沉浸式感知偶像的存在。

当下借助人工智能和数字资产之潮，虚拟偶像在各个领域争相涌现，不仅霸屏了多个文艺晚会，表现出在娱乐行业的强劲风头，也吸引了越来越多的企业投身其中重金布局。然而十年来，我国虚拟偶像虽层出不穷但真正形成持续影响力的寥寥无几。也许我们可以通过三个问题，来一探虚拟偶像产业发展究竟遇到了什么阻碍，面临着哪些挑战。

“永不塌房”，是否可能？

虚拟偶像的广受追捧，就实质而言是用虚拟形象满足了消费者的心理投射。与经常“翻车”“扑街”的真人偶像不同，初音未来、洛天依这些虚拟偶像在外形上契合最流行的时尚观念，也不会艺德缺失，拥有近乎完美的人设，几乎达到了“无菌审美”的标准。

不过，虚拟偶像并没有真正属于自己的记忆、认知、情绪和意识，其二次元内容都被人为赋予了故事背景和人格特征，自然会伴随着失格风险。虚拟偶像需要依赖真人来帮助设计言论举止，甚至还需要“中之人”（在虚拟偶像幕后的真人扮演者）与消费者互动。虽然现实操作中，虚拟偶像幕后的“中之人”身份被尽可能保密，以避免真人形象曝光后影响消费者对虚拟偶像形象的接受与认同。但“中之人”身份意外曝光的事件并不鲜见，这对虚拟偶像形象的建立与维护来说是一个巨大的隐患，情况严重的时候甚至会导致虚拟偶像的间接“塌房”。乐华娱乐与字节跳动共同推出的虚拟偶像女子团体A-SOUL曾豪言“永不塌房”，但就在成员向晚2021年生日前夕，官方计划从海外采购5套力反馈手套供“LV1线下见面会”使用，不料很多粉丝认为线下互动就会挑明“中之人”身份破坏虚拟偶像的初衷而强烈抵制，最终这场精心策划的见面会会被迫取消，官方不得不出面致歉。

虚拟偶像的形象元素是其IP价值的核心部分，只要偏离用户预期就可能带来灾难性后果。但虚拟偶像的造型、服饰、年龄和人设一成不变的话，其形象就会高度定格而无法陪伴消费者尤其是未成年消费者一起成长。目前虚拟偶像的形象设定普遍较为年轻，比如洛天依就被设定为来自外星球的情感丰富的15岁美少女，很难想象洛天依的未成年粉丝十年后仍对这个形象青睐有加。同时，很多消费者希望能够自助式参与虚拟偶像的形象开发，但其审美观念和个人偏好存在明显差异，这对虚拟偶像的形象管理提出了又一个挑战。因此，虚拟偶像的形象元素无论变还是不变，都面临着“塌房”风险。

内容不够，技术来凑？

无论制作方还是消费者都在追求虚拟偶像的绝对完美，这就对虚拟偶像的形象生成、驱动、互动和维护都提出了很高的支撑要求。要想打造出能够破圈的虚拟偶像投入成本不菲，入局门槛不低。首先是前期的设计制作成本，其次是“出道”后维护形象的运营成本，然后还有虚拟偶像每次发表单曲、参与演出或制作互动视频都需要投入大量的财力人力。比如为一些头部虚拟偶像打造一支单曲的制作成本就达200万元，举办一场全息虚拟演唱会的成本高达2000万元。若不能投入足够资金，制作效果将大打折扣，那样虚拟偶像只能伴随“五毛特效”而很快被消费者摒弃。

虚拟偶像能否成为『完美的他』？

陈钢

法规伦理，如何保证？

媒介技术的演进不可能离开法规伦理而独立发展，虚拟偶像自不例外。随着越来越多虚拟偶像出现，相应伦理问题不断涌现：虚拟偶像和消费者的互动愈加频繁，社会影响不断扩大，该如何看待这虚实之间的新型伦理关系？如果消费者尤其未成年消费者习惯于从虚拟偶像身上寻求感情寄托，对他们的线下人际关系会形成怎样的影响？这些虚拟偶像作为“高效打工人”会不会形成降维打击，冲击人类的就业机会，挤压人类的生存空间？

一般而言，消费者总希望跟其互动的虚拟偶像形象越自然、动作越流畅越好，从而享受到更逼真的互动体验。不过，这些虚拟的数字人是否无限接近真人最好呢？恐怕未必。“恐怖谷效应”指出，人类对仿真人偶一开始会持正面态度，不过随着这些机器人仿真程度越来越高无限接近真人时，人类反而会产生厌恶甚至恐怖的情绪。

虚拟偶像不仅涉及日常伦理的新领域，还对我国现行的法律法规提出不少挑战。目前我国还缺少针对性的法律法规和行业监管政策，导致不少虚拟偶像的代言、演出等经营性行为一直游走于灰色地带。虚拟偶像虽然拥有人格化形象，但并非真人，始终不具备真人的身体与思想，因此在带货方面存在着致命软肋，尤其在带货化妆品、食品类产品时，会给消费者明显的虚假感。而且，虚拟偶像背后就是人为操控，自然存在虚假带货、带货假货的种种可能。

对于虚拟偶像，虽然粉丝沉迷的是“偶像”特征，但有些颇具野心的资本可能只重“虚拟”二字——将虚拟偶像作为新技术的试验场，以便更好地在网络技术领域开辟土。

（作者为上海政法学院上海纪录片学院副教授）