■本报记者 王彦

短短几天,《种地吧》官微掉粉百 万,相关争议屡被观众送上热搜高 位、持续发酵

作为一档劳作纪实类真人秀,《种 地吧》第一季于2023年2月上线。从 不被看好到迅速圈粉,该节目不仅跻 身2023年综艺口碑榜前列,第二季亦 无缝衔接,其10名成员更是登上今年 央视春晚分会场舞台,俨然有着形成 热门IP并实现IP价值的向好趋势。情 势在第三季到来前急转直下。7月19 日,节目组发布"招聘启事",被视 为阵容换血的预告,瞬间遭到忠实观 众的集体抵制。连日来,节目组、节 目成员先后发声回应,依然无法阻止 节目拥趸愤怒"掀桌"。

《种地吧》一家之迷茫, 毋宁看成整个 综艺乃至影视创作行业发展的痛点, 值得更深、更广泛的思考。

内容赢得流量后,能否避 免"粉丝经济"的陷阱?

做节目,流量逻辑与内容逻辑哪

种田、沉浸式、真人秀, 只看这些关 二分天下。最集中的质疑莫过于"初 心"二字。10个演艺圈的无名之辈零 片酬种地6个月,是出于对土地的热 爱与敬畏,还是将节目当作"成名" 的跳板?节目组闯入农耕劳作的综艺 还是如他们所言"想做真正有意义

劳作纪实互动真人秀《种地吧》相关争议屡上热搜

文化

综艺黑马"翻车",戳中多少行业痛点

知,到了解一粒种子如何经辛勤耕耘 也令观众因为"消费者"的身份而产 后化作一碗米饭,了解科技赋能下现 代化又不失传统的乡土中国; 也看着 "一粥一饭, 当思来处不易; 半丝半 个勤天"如今落入消费主义的"饭圈 缕,恒念物力维艰"的中华传统美 德, 经由扎实的劳作, 在网综里被凸 显、被推崇。可以说,第一季长达半 年多的录制和播出周期里,年轻人真 综艺黑马"翻车",或许偶然中有 实地犯错、真实地流汗并流泪、真实 必然。这出闹剧所戳中的,与其说是 地耕耘和收获,为观众带来了正向的 价值反馈和治愈的情绪价值。观众托 起节目、跑出黑马数据,10名年轻人 则以"十个勤天"之名吸纳155万活跃

流量,这本是节目底层逻辑的胜利。 可一切在《种地吧》赢得流量后渐渐 偏离。先是节目成立"十个勤天"关 联公司,经营范围包括水果种植、谷 《种地吧》正式开播前,乡村、物种植、豆类种植、油料种植等,随 后又拓展出服饰品牌业务。假如说前 键词,人们的好奇心与不信任票一度 者尚且有"助农"的社会效益,后者 时,节目出品方在赞助商盈门的前 提下, 仍持续推进商业化运作, 开 发节目周边、举办"十个勤天"演 唱会、爱奇艺甚至开启了音乐节线上 新赛道,是想以创新稀缺性博眼球, 观看收费通道等,加速节目IP的变现

流量与利益捆绑, 推动观众转变为粉 持观望态度的观众一点点信服了。他 丝、消费者,流量经济、粉丝经济的 们跟着10个年轻人从对农事一无所 过早介入,稀释了节目本身的立意,

生了更多话语掌控权。初心走调, 《种地吧》更重"经济账",难怪"十

当"人"赢得关注后,能否 回归安身立命之本?

当艺人,节目赋予的"人设"、个 人能"留得住"的作品,孰轻孰重?

陈少熙、何浩楠、蒋敦豪、李耕 耘、李昊、鹭卓、王一珩、赵小童、 人全名单。于普通网友,他们或许仍 是演艺圈的"小透明"。但对《种地 吧》的高黏性观众——一群以"禾伙 命名的粉丝群体来说,"十个勤 既是值得点赞、追随的优质偶 还是无可取代的整体。本轮闹剧 的导火索,即节目组在"招聘启事" 里透出"有人来、有人走"的意图,

而在外界看来,这种从寂寂无名 到拥有百万粉丝的艺人成长过程中所 建立起的深度联结, 其实与偶像生态 "养成系"颇为类似。只不过, 对比偶像练习生展示唱跳、比拼艺 能,《种地吧》更像是以田间劳作为 仅本身拥有超常规的制作和播出周 期,10名成员还分别在抖音、微博等 平台开设账号、不定期直播,以长时



节目第二季中,"十个勤天"与当地村民并肩协同,在沙漠里种下梭梭树,让人们感受年轻人对土地的热忱。(节目剧照

间的曝光来换取观众的陪伴

诚然,节目拥趸的陪伴为这批年 轻人提供了新的展示机会, 让获得更 多人气与关注的他们,有了再多一 次机会逐梦演艺圈。同时, 踏实耐 劳的农耕生活,也以劳动之美、坚 韧之力为一些综艺节目的过度娱乐 不同经纪公司、赛道各不相同的年 轻人想要回归本业,不得不面对成

败皆萧何的困境。一方面,《种地 吧》的拥趸在现阶段很难接受"养成 团体就此各奔东西或注入新鲜血 液;另一方面,"十个勤天"单飞后 各自的唱演艺能如何, 仍是未知数。 毕竟,过去的两季节目,10名年轻 人的吃苦耐劳、坚韧乐观得到了点 何,在过去这段时间里,尚未得到

创

舞剧《雷雨》今晚在沪首演

《种地吧》官微持续掉粉,"十个 勤天"10名成员似乎被观众保护得很 好。殊不知,警钟已然响起。当 "人"赢得关注后,这10名原本该锤炼 艺能、打磨作品的演艺青年,能否交 付思想精深、艺术精湛、制作精良的 作品,以满足广大观众而不局限于 "禾伙人"的精神文化需求?毕竟,德 是艺人安身立命之根,作品则是安身

高科技供给正在"解锁"新型展览业态

近十个数字沉浸展集结亮相申城

■本报记者 范昕

躬身从凿开的墙洞中钻出,将与 户外工地上辛劳作业的一众石匠、泥 瓦匠等相遇,听叮叮当当的敲击声在 耳畔回响,仿佛回到八百年前巴黎圣 母院建造的年代;缓缓上升至塔尖,所 处的60多米高度不免吓人一跳,向外 望去,中世纪的整座巴黎城尽收眼底, 似乎能切身体会到,脚下这幢建筑的 从无到有,是怎样的壮举……近日于 上海展览中心东二馆启幕的"永恒的 巴黎圣母院"VR数字沉浸展,作为"中 法文化之春——中法建交60周年特别 呈现"项目,以数字科技赋能文化艺术, 营造出逼真的体验感,令人感叹"这个 展览已达next level!"

值得关注的是, 这样 展并非仅此一个。单单在申城,眼下就 有包括在上海博物馆升级呈现的"消失 的法老:胡夫金字塔沉浸式探索体验 展"、于西岸美术馆持续升温的多功能 沉浸式体验项目"深空未来"、亮相衡 山路8号的"秦潮觉醒"XR沉浸式体 验、登陆新世界大丸百货的"无限The Infinite"XR太空沉浸展等近十个文化 和科技融合展览项目,几乎同时与观 众见面。

新质生产力正撬动起文旅市场的 为展览业推开了一扇通往新世界的大 门。然而,这样的新世界给人们带来的 惊喜到底能持续多久,还有待业内进一 步释放想象、扎实探索。

有多身临其境?

等比例的虚拟形象,以第一视角在虚拟 者体验。 世界中自由行走,实际上,观众在现实 世界也需要迈开脚步,实地探索,以完 成虚拟与现实的重叠——或许正因巴 黎圣母院本身占地面积不小,展览得配 套足够敞阔的空间,让观众犹如亲临现 展体验。

拟现实中不仅精准再现巴黎圣母院这 幢经典建筑从广场到内部的每一处细 穿行、跨越、攀升、俯瞰……观展过程 上涂鸦、玩耍和游戏。 中,人们会跟随虚拟向导的指引逐步深 入探索,不由最大化调动自身感官,凭 空做出若干动作,由此窥探建筑内部诸 多隐秘的细节:28根石柱支撑的梅花 形拱廊、千余棵橡树建造而成的尖顶、



到身边的同行者一同踏入这场旅程。

现存最大的金字塔顶部,俯瞰吉萨高原

时而被卷入"原物质"狂想曲,时而 穿越至水城威尼斯,时而似钻进达·芬 学博士后、上海理工大学网络与新媒 奇的大脑……正于西岸美术馆举办的 "深空未来",是亚洲首个8K沉浸式体 拟技术最大限度延伸了人的各种感 验空间,自去年年底亮相起持续火爆, 官,让人们可以超越时空去体验各类 场。如是独特的"沉浸式探索"模式,正 如今已迭代至2.0版本。其内容包罗万 艺术作品和不同的生活情境,更重要 是展览的魅力所在,创造了颠覆性的观 象,涉及天文、地理、生物、历史、文化、 的是让人们的思维可以在无限广阔空 览存在着良莠不齐,在内容端大多偏 借由高分辨率扫描技术,展览在虚 形 8K 投影,空间中配备多个激光传感 融合的文旅场景让不同国家、种族和 可言的"拼装""混搭"。当人们对炫 器,超高清视效得以还原宇宙星空的每 语言的人沉浸式体验同一个氛围,同 酷科技手段带来的新鲜观展形式不再 一道沟壑、每一寸肌理,传世名画以平 处一个场景,引发人类共通的感 陌生,势必对内容提出更高的要求。 节,也将人们带回建筑建造、改建、火 方毫米计的微小细节;甚至于投影大屏 受,这将更有利于实现文化沟通和 后续这类展览能否持续圈粉,给大众 灾、修复等几个关键性时间节点。推门、不时变为"游乐场",让观众尽情在"场"文明共鉴。有意思的是,在高科技 带来源源不断的惊喜,需要创作团队

技术开辟的想象空间, 能否持续延展?

综观时下的高科技沉浸展,大多 明大展"连连看,收获到对于古埃 什么?

手段,让虚拟与现实的交融变得可能, 米的标志性玫瑰花窗……甚至还能看 字塔内部构造复杂,现实中并未向游 巴黎圣母院",一位网友坦言,有机 在体验模式上,"消失的法老:胡夫 们可穿越回古代埃及,有惊无险地探 那瑰丽的玫瑰花窗。 金字塔沉浸式探索体验展"与前者颇为 索金字塔前所未见的"神秘"和"危 类似,它们的技术团队均为法国知名 险"。2019年,一场意外的火灾烧毁 疑为展览业带来更广阔的想象空间, VR工作室 Excurio。穿梭于金字塔心 了巴黎圣母院的尖塔与阁楼屋顶,这 不断丰富文化艺术的供给类型,亦不 虚拟的奇幻体验,让人 脏,见证历史的解构与重组;站在埃及 座历史悠久的建筑不得不关闭重建, 断提升消费者的文娱审美体验。上海 "永恒的巴黎圣母院"则弥补了人们 大学新闻传播学院教授王虎指出,《上 全景;乘坐"太阳船",在第四王朝时期 目前无法走进巴黎圣母院的遗憾,并 海市贯彻落实国家文化数字化战略的 不见展品,但见千余平方米空空如 的尼罗河上航行……这些,都是观众能 纵览其八百年历史风云。"秦潮觉醒" 实施方案》明确了以发展数字化文化 也的展览空间,究竟是怎么一回事?体 在这个展览中解锁的奇幻体验。"消失 将观众传送至两千多年前的秦朝,破 消费新场景为核心的战略,以此赋能 验"永恒的巴黎圣母院"VR数字沉浸展 的法老"可谓全球首个商业化运营的大 解秦始皇陵的秘密。漫游外太空更是 城市空间、打造数字化文化消费地 全过程的45分钟里,记者心中的问号 空间沉浸式探索项目,去年于上海开启 普通人不敢想象的,而"深空未来" 标、推进文旅IP开发,构建数字文化 终被拉直。尽管佩戴头显,生成与本人 亚洲首站,至今吸引超过10万名参观 "无限The Infinite"等展都带大众做 产业新模式和新业态。在元宇宙文旅

体系青年教师杨柳向记者分析道,虚

客完全开放,借由"消失的法老",人 会一定要亲眼看看巴黎圣母院,看看

前沿科技创新的元宇宙场景,无 领域,他认为新兴技术带来的全方位 这类展览受追捧不无缘由。传播 沉浸式体验正在推动文化生产与传播 方式的变革。

不过,面对最近一段时间"井 喷"的高科技沉浸展,尤其是所谓VR 行进式大空间沉浸展,也有业内人士 表示出一些担忧。眼下的众多此类展 旅游、艺术、体育等领域。3D眼镜搭配L 间中自由移动。也有专家提出,数实 于普及性,甚至有些是没有太多逻辑 沉浸展中体验过一番身临其境之 以更加澎湃的创意,不断激活技术。 后,人们往往会对展览聚焦的场景 杨柳认为,未来这类展览或许还可以 产生愈加浓郁的兴趣。有观众表示 进一步思考,人们对元宇宙类文旅项 将"消失的法老"与上海博物馆备 目的体验,除了愉悦身心,增广见 受瞩目的"金字塔之巅: 古埃及文 闻, 感受美的熏陶以外, 还能收获些

■本报记者 宣晶

的"雷雨"时空里,各色生 灵互相纠缠,织成一张硕大 无朋的网。今晚,原创舞剧 《雷雨》将在上海东方艺术 中心首演,八位舞者共同掀 起一场关乎宿命的"狂风暴 雨"。《雷雨》剧本发表90 周年之际,这台新作以全本 全角色的创编将这一文学经 著人物纠葛,又通过当代视 角重构经典文本,通过"混 沌时代""药引""爱之恒 河""巨影"等24个章节, 联起一条环环相扣的命运

昨天下午,记者来到东 艺探班《雷雨》, 恰逢知名 舞蹈家山种正在排演舞段 "巨影"。只见她缓缓走到舞 台中央, 在巨大悲影中慢慢 回首, 开启一段尘封久远的 回忆,以隐忍的肢体语言 "剖白"鲁侍萍的内心世 鲁侍萍有她的爱恨与不甘。 演绎这样一个角色,需要深 刻理解人物内心世界和所处 环境的复杂性。"山翀透 露,舞剧另辟蹊径,放大鲁 侍萍的人物弧光, 让故事从 不同的视角展开讲述。

开放包容的视觉语汇给 《雷雨》建立全新的"形式 感",多媒体光影划分舞台 空间,将多维的"雷雨"时 空抛入观众的视线。一座巨 型深邃的环形楼梯矗立于舞 台后区,人物不断流动穿 梭,形成空间视觉的"蒙太 奇"。环形立面暗喻着深渊 入口,形成立体复合的"视 觉景观"。记者发现,舞台 上还设有一个巨型"跷跷 板",仿佛心灵空间的天 平, 称量着每一个剧中人的

略带悲伤的音乐渐起,舞者们陆续 方艺术中心总经理雷雯透露,舞剧《雷 登场,以独到的叙述方式叠映出人物 雨》将于11月起开启30余场的全国巡 "本色"。周萍(张傲月饰演)用一段特 演,还计划走向世界舞台。

殊手舞在展现角色之间 的红尘纠缠; 蘩漪(孙 秋月饰演) 在身体表达 上被引导成一只敏感黑 猫; 周朴园(沈徐斌饰 演) 化身充满压迫力的 黑色漩涡;四凤、鲁大 海、鲁贵、周冲等角色都 呈现出新的姿态。"这段 舞蹈体现了八个人的命 运纠葛, 你们要尽量抱 团,收得紧一些。每个人 的脚底都丝滑一点,尽量 往里挤压,内'卷'出群 舞的冲击力。"总编导赵 小刚在一旁指点, 打磨动 作细节 为了建构富有东方

哲学意味的舞剧品相, 赵小刚采用穿插、复 调、对位与多声部的样 式,注重身体语言蕴含的 情感咏叹调性。"曹禺先 生写《雷雨》,并不落笔 在'宫斗'或是非上,而 是用悲悯的心情书写剧中 人的争执。舞剧贴近曹 里的创作思想。以简洁 浪漫的调性,充满东方 哲思, 呈现人性与命运 的力量。"赵小刚说, "'以舞带戏'是创排 的核心理念, 让观众看 到由'舞蹈'本身穿透 文字所带来的心灵映 现,引导观者体察人物的 情感堆叠,最终通向戏剧 矛盾聚焦爆发的思想冲击 点,让'戏质'与'舞 质'同构。"

舞剧《雷雨》是 "东艺制造"首部原创舞 剧作品,延伸剧场在舞 蹈领域从纯引进到制作 出品的全新探索。"舞剧 《雷雨》将经典文本转化 为适应时代审美与精神 需求的美学舞台,展现 了'东艺制造'不断发 展的审美个性。"上海东



东方艺术中心原创舞剧《雷雨》举行彩排。

本报记者 叶辰亮摄

发行专线电话: (021)62470350 广告专线电话: (021)62894223 本报北京办事处 本报浙江记者站

北京市崇文门东大街6号8门7层 杭州市庆春路182号7楼

电话: (010)67181551 电话: (0571)87221696 定价每月30元 零售1.00元 上海报业集团印务中心

本报地址:上海市威海路755号 邮编: 200041 电子信箱:whb@whb.cn 电话总机: (021)22899999 传真: (021)52920001(白天)