据不完全统计，近4年来播出的选秀类综艺节目超过20档

“成团”之外，爆款选秀综艺还带来了什么？

本报记者 曲欣悦

阅读提示

一年又一年，在荧幕上轮番登场的是一张张形形色色的青春面孔，不变的是一波又一波粉丝对新晋偶像的热情拥趸，以及各种节目“爆梗”在社交媒体平台上居高不下的热度。据艺恩数据发布的《2020年中国偶像产业发展报告》显示，2020年中国偶像产业总规模或超1300亿元，青春态爆款网络综艺助推偶像产业进入规模化发展快车道。

四月中旬，一年一度的团体选秀综艺节目又进入到白热化阶段，《青春有你第三季》《创造营2021》《乘风破浪的姐姐2》也都将迎来“成团”时刻。据悉，今年下半年，互联网视频平台及各大卫视还会有多档选秀综艺节目将要播出。

进入第四年，“成团”之外，爆款团体选秀综艺节目还带来了什么？

打破套路寻求创新

2月18日，新青年励志综艺节目《青春有你第三季》拉开帷幕。在节目片头，一组镜头回放了过去几年各大平台选秀节目的经典片段。在片尾，一个核心问题出现——“团体选秀带来了什么？”

节目给出的答案是“机会”，但同时也提出“机会”背后的“问题”，例如观众对同类型节目的“审美疲劳”，偶像的“千篇一律”“业务能力不强”等。而这些问题也是所有对选秀综艺节目报以关注的人，心中共同的疑问：偶像选秀节目每年不断出现，同质化内容和桥段反复上演，如何还能做出一档仍旧被大众认可并接受的综艺节目？

“一档节目解决不了所有问题，但并不代表我们什么都不做。”短片的末尾这样写道。在今年的赛程中，节目将目光投射到偶像产业的各个环节上，并从中获取到创新灵感。

首次亮相不是唱跳舞台，而是让119位训练生接受来自30家媒体的提问和质询。而在这场“意料之外”的初登场上，有的训练生谈吐得体、情商高，有的性格形象反差萌，还有的紧张但却真实可爱……这些个性化因素让节目在初期就打造出有记忆点的选手群像，增加了观众对之后舞台表演的期待。

而在舞台表演方面，节目也创造性地增加了一个“我想”舞台的环节。所有训练生从选歌、编曲、编舞、舞台概念等细节上就参与到幕后的创意设计中。训练生与制作团队沟通舞台主题、呈现效果的过程也被搬到了节目中。一些过于天马行空的设想也展现出了部分训练生作为“菜鸟”的青涩感。

“这是我们将态度和实力相融合的一次舞台考核。希望鼓励每个人都勇敢地思考男团究竟要用舞台展现什么？打破以往大众对于男团只是‘卖人设’‘没实力’‘没个性’的刻板印象。这也对应了本季节目的口号——‘用自己的路子和世界过招’。”爱奇艺小怪兽工作室负责人、《青春有你第三季》制片人吴寒对《工人日报》记者说。

据不完全统计，近4年来推出的选秀类综艺节目超过20档。激烈的同质化竞争下，打破套路寻求创新成为一条必由之路。

更加专业的选秀综艺人

三月末，在北京工作的小宇作为观众来到了河北廊坊大厂影视小镇，参与了《青春有你第三季》公演环节的录制。当天共有6首歌曲、12组舞台依次登场。

“每一个舞台结束后，都会有一群工作人员上台根据歌曲主题再重新布景一次，短则十几分钟，长的超过半个小时。”小宇对此印象深刻。

作为一名“老秀粉”，小宇早期就开始关注国外的一些选秀综艺节目。2018年，《偶像练习生》刚推出时，由于舞台服化较为单一曾被粉丝们亲切地调侃为“土偶”。“现在不管是主题曲还是公演舞台，明显能感到节目包装越来越精致了。”小宇感叹道。

“三年过去了，我们在节目的各个细节上确实有很多的进步和优化。”制作人吴寒表示。例如舞台不再是一味地追求视觉冲击，而是更能从主题概念去整体设计；形秀编排不再是一味追求唱跳结合，而是更加从容地使音乐编排和舞蹈设计相互呼应；摄像剪辑的镜头概念，不再是机械地转播和录制，而是通过镜头语言去增加更多肉眼无法感知到的视觉冲击。

“专业领域的从业者确实越来越多，这是一种很好的现象，但也同时需要每一个从业者能够更加努力地精进自己的业务水平。有了量变，下一步我们应该一起努力创造质变。”吴寒说。

出道了，然后呢？

每逢年末，在社交媒体平台上，许多粉丝应援组织都会自发梳理自己偶像当年的工作行程。而从罗列的行程表中，除了为数不多的晚会表演、粉丝见面会、综艺录制，更多的行程是直播带货以及参加各种商务代言活动。曾有观众调侃，唱跳偶像在成功出道后，还是会不可避免地成为“带货主播”或者“种草博主”。

尽管每年各类偶像团体综艺选秀节目都会给大众输送数百名新鲜面孔，但偶像出道后的出路何在，“出道即巅峰”依然是整个行业的痛点。

从赛时节目里的中插广告，到赛后各类商务代言，偶像的商业价值往往首先被挖掘出来。粉丝围绕偶像所做出的直接或间接的购买行为，所产生的经济效益也被概括为“粉丝经济”，成为偶像产业的重要一环。

但商业资源也让粉丝们感到“又爱又恨”。对粉丝来说，商务的青睐意味着明星的号召力得到了市场的认可。但过于密集的商务行程也消耗掉了部分寄希望于偶像依靠实力出圈的“事业粉”的追星热情。

“粉丝文化以‘偶像养成’为最突出特征，越来越强调流量明星与粉丝个体成长的伴生性，因此除了常规的线下追星活动，青少年粉丝群体也深度参与到明星形象运营的商业活动之中。”中国艺术研究院副研究员孙佳山认为，这就意味着需要更深刻地理解当前广大青少年粉丝群体，真正有效地引导他们建构起积极、健康、向上的价值观。

“一方面，新一代青少年应当端正追星的心态，以精神的成长、独立和完善为目的，避免被资本撬动、裹挟的粉丝经济所绑架；另一方面，从家庭到社会，都应当努力为‘90后’‘00后’等新一代青少年提供充满包容、尊重的成长环境，尽到各自应尽的义务，而不是对于粉丝文化采取污名化的、物化的和想当然的态度。”

还有业内人士认为，靠平台推动的偶像行业，的确让很多公司完善了自己的训练生培训体系，市场运作都在与时俱进，但从整个行业的角度来看，偶像产业仍需构建更完整健全的生态。

“偶像产业的发展需要引导明星在自身职业素质和商业机制之间做好平衡。依托于粉丝文化发展而来的新型偶像产业在我国还是一个新兴行业，需要不断培育，予以正向引导，进而实现高质量发展。”孙佳山说。

“2020年度全国十大考古新发现”评选结果出炉

近日，“2020年度全国十大考古新发现”评选结果出炉。贵州贵安新区招果洞遗址、浙江宁波余姚井头山遗址、河南巩义双槐树遗址、河南淮阳时庄遗址、河南伊川徐阳墓地、西藏札达桑达隆果墓地、江苏徐州土山二号墓、陕西西安少陵原十六国大墓、青海都兰热水墓群2018血渭一号墓、吉林图们磨盘村山城遗址等10个项目当选。

今年入围终评的20个项目中有不少是“考古中国”项目新成果，也有配合基本建设考古工作新发现，这些项目涵盖现代人类起源、文明起源、夏文化研究、统一多民族国家形成与发展、丝绸之路考古等重要学术领域。评选由中国文物报社、中国考古学会主办。（苏墨）

G 视线

国家大剧院 供图

《浴火重生》揭幕中国交响乐之春

本报讯（记者苏墨）日前，武汉爱乐乐团登台国家大剧院，在指挥家邵恩的率领下，以大型抗疫交响作品《浴火重生》为第七届中国交响乐之春揭幕。

2021年恰逢中国共产党成立100周年，本届中国交响乐之春以“百年辉煌·时代回响”为主题，在4月8日至5月7日为期一个月的时间里，将有来自全国14个省（自治区、直辖市）的22支交响乐团共赴这一交响盛会。50余部中国题材交响乐作品，带观众重温筚路蓝缕的革命岁月，纵览美丽中国的山河秀美，歌颂新时代的幸福生活。

大型原创交响曲《浴火重生》，创作启动于抗疫形势最为严峻之时，是国内首部以抗击疫情为主题的大型交响乐作品，由作曲家关峡领衔，邵恩及杨帆、黄凯然四位作曲家共同为武汉爱乐乐团公益创作。作品中，既融入了作曲家在疫情下对于生命思考，抗疫必胜的信念，也有他们对于中国交响乐创作的探索。

本场音乐会于4月10日进行线上播出，除了《浴火重生》，本场音乐会还有另外两部作品——吕其明《红旗颂》和关峡的《第一交响序曲〈激情燃烧的岁月〉主题曲》。

在武汉爱乐乐团开启本届中国交响乐之春之后，中国交响乐团、中国爱乐乐团、上海交响乐团等国内顶级交响乐团与宁波交响乐团、江苏交响乐团、西安交响乐团等交响生力军也将纷纷登台。来自少数民族地区的广西交响乐团，在壮族盛大的传统节日“三月三”歌圩节之际献上一场“八桂嘉年华”；首次来到北京的大凉山交响将在交响套曲《温暖的群山》中展现凉山彝族的历史、自然、人文与时代风貌。

第41届全国最佳邮票评选颁奖活动将在上海举行

本报讯（记者陶稳）第41届全国最佳邮票评选委员会工作会议日前在北京举行，确定颁奖活动将于4月28日在上海举行。

据了解，今年最佳邮票评选活动沿用了往年的规则，设置1个最佳邮票奖、2个优秀邮票奖、1个最佳设计奖和1个最佳印刷奖。其中，最佳邮票奖和优秀邮票奖由群众投票产生，最佳设计奖、最佳印刷奖由专家委员会评选产生。

全国最佳邮票评选活动已经连续举办40届，活动主办单位包括中华全国集邮联合会、中国邮政集团有限公司邮票印制局、工人日报社、中国邮政文史中心等。本届最佳邮票投票活动开始于今年2月10日，持续一个月时间，全国共有近80万人次通过不同形式参与投票，相比去年增加4万余人次。

主办方还随机抽取了1万名微信投票中奖者、5000名网络投票中奖者和1000名手机短信投票中奖者。中奖者将获得第41届最佳邮票评选纪念张、发奖大会张、纪念封各一枚。

据悉，第41届最佳邮票评选活动颁奖大会将于4月28日在上海东方艺术中心举办，主题为“一路‘邮’你 奋进前行”。届时颁奖现场还将举办设计师签售、“建党百年全国集邮展览”及“全国少年儿童邮票创作设计获奖作品展览”等活动。

儿童长篇小说《阳光无界》作品研讨会召开

本报讯（记者陶稳）4月11日，云南省普洱市青年作家李梦薇的儿童长篇小说《阳光无界》作品研讨会在北京召开。该书讲述了中缅边界儿童和睦共处、倾心相助的故事，是一部充满童趣和民族友爱的作品。

这部作品是以作者李梦薇的儿时记忆为原型，以拉祜族少年波而与连寨相邻的爱尼族、傣族、汉族少年互帮互爱的故事为主线，讲述中缅边界儿童邻国同伴之间的纯洁友谊。书中还包含了大量的热带雨林景观、少数民族风俗文化、精神信仰等描写。

研讨会上，与会作家、评论家、民族文化研究专家等从多民族文化融合主题延展、中缅边界儿童交往故事描写特色、少数民族作家创作的语言张力等多个方面，对作品进行品评研讨。

《阳光无界》一书于2017年由辽宁少年儿童出版社出版。此次研讨会由中共普洱市委宣传部、普洱市文联、中国少数民族文学学会共同主办。

G 艺评

有病的何止庞麦郎

刘颖余

“我的滑板鞋，时尚时尚最时尚”，当年那个唱着《我的滑板鞋》的人疯了。

他为人熟知的名字叫庞麦郎，全称为约瑟翰·庞麦郎，但他的出身没有名字显示的那么国际化。原名庞明涛的他，家境贫寒，没红之前是陕西宁强县的一个农村青年。

庞麦郎的确红过，2014年他创作的一首魔性洗脑神曲《我的滑板鞋》，红遍大江南北，甚至获封当年“Top20金曲”。2016年，经华晨宇改编翻唱后，这首神曲更是广为人知，还曾在YouTube音乐星光汇“年度十佳”中名列榜首。

《我的滑板鞋》当年红到什么程度？就连导演贾樟柯也为它站台。他说，从歌中看到了小镇青年的孤独。“《我的滑板鞋》把我听哭了。时间，时间，会给我答案，多么准确的孤独啊。”而主持人窦文涛的感受则更加复杂，“一个青年最大的梦想不过是一双滑板鞋，他在得到这双滑板鞋之后，是那么的开心，这种开心让人感动，也让人心酸”。

显然，庞麦郎和他的歌打动了不少人。红这件事，不只是让庞麦郎得以快速地签约公司、出专辑、开巡回演唱会，而且还给了他巨大的错觉：他有超凡的才华，可以成为国际巨星。

但事实上，他既不识谱，也无基本的乐理常识，节奏、技巧、流派一窍不通，他也似乎无意在专业上去充实自己，而只是沉浸在自己超级巨星的梦想中。他不仅给自己取了外国名字，而且还自认有法国血统，住在台湾基隆；他执着于“国际化”，出奇地喜欢英文，房间里留下的啤酒罐都是写满英文字母的百威；他坚持自己作为国际巨星的身份，哪怕观众寥寥，也不想降低演出票价。

庞麦郎放不下国际巨星的执念，所以他红的时间极短，快速地“凉凉”。他后来有一次上热搜，竟是因为“庞麦郎开演唱会台下7位观众，14位保安”。在河南安阳的一次演出，有人拍了短视频，标题赫然为“庞麦郎开个唱：仅7位观众，现场依旧摩擦”。

让人诧异的是，无论红与不红，庞麦郎似乎总能让媒体兴奋。2015年，一篇《惊惶庞麦郎》的长篇报道，就曾让庞麦郎饱受争议——不得不佩服记者，“惊惶”二字用得如此毒辣。即便是在前不久爆出因精神疾病被送入医院强制治疗后，庞麦郎依然被不少媒体翻炒，做出各种长篇报道。

这些报道，到底给一个鲜活的个体造成怎样的困扰和伤害，我们不得而知。让人难以理解的是，庞麦郎到底具有怎样的“公共性”，要让媒体那么不遗余力地去呈现“真相”和细节？

2019年曾跟拍过庞麦郎的导演夏大朋，曾经说过，“如果你不把他当作一个明星、歌手，而只是把他当成一个有自己爱好的远房表哥，就可以理解了——他有一个自己的小世界。”

可惜的是，经历起起落落后，庞麦郎怕是回到那个“自己的小世界”，也难了。

庞麦郎疯了，那些曾经取笑他的人终于可以消停了。可叹的是，即便在宣布他疯了的消息时，经纪人想的还是要把“流量引过来”。

这，或许才是这个世界的真相。庞麦郎所做的一切，不过是像常人一样，渴望被世界看见，他的错误是用力太猛，最终伤着了自己。

庞麦郎是有病，他不能正确看待“爆红”这件事，缺少对自我清醒的认知，对专业没有基本的敬畏。但这个世界上，有病的又何止庞麦郎。

上海：市民艺术夜校火热开班

4月12日晚，上海市群众艺术馆市民艺术夜校春季班正式开班，吸引不少市民前来“充电”。

作为上海公共文化服务的公益艺术教育项目，自2016年开办以来，吸引、引导了众多零基础中青年群体走进艺术之门。今年夜校正式扩容，推出舞蹈类、音乐类、美术类、传统文化以及生活时尚类等共46门课程。3月16日，开启报名，1200个名额在5分钟内就被一抢而空。 王初 摄/人民图片

本报社址：北京市东城区安德路甲61号 邮政编码:100718 定价:全年352元 每季88元 2月29.26元 其余月29.34元 零售:逢4版0.56元 逢8版1.12元 广告经营许可证京东工商广字0184号 工人日报社印刷厂印刷