



评论区

# 有怨气不如勇气

□ 泉子

近日,一张包贝尔怒斥金扫帚奖创始人程青松的朋友圈截图广泛流传。截图中,包贝尔言辞激烈,对程青松大爆粗口,质疑金扫帚奖评选规则的公平性和评委资质的专业性,让他大发脾气的导火索正是在今年的第十三届中国电影金扫帚奖中,他因电影《阳光姐妹淘》被评为“最令人失望导演”。

金扫帚奖是由《青年电影手册》主编程青松发起的“差评”奖,自2009年起按年度评选最令人失望影片、最令人失望导演、最令人失望编剧、最令人失望男演员、最令人失望女演员等奖项,相当于中国版的金酸莓奖。在事件迅速发酵后,10月10日,《青年电影手册》在微信公众号公开了评委名单及投票结果:在27位评委的投票中,邓超龙执导的《图兰朵:魔咒缘起》和包贝尔执导的《阳光姐妹淘》分别以19票和13票

位列第一和第二,两人同被评为本届金扫帚奖“最令人失望导演”。翻阅历史消息不难发现,在今年8月,《青年电影手册》就在微信公众号公布过第十三届金扫帚奖评选规则和评选程序,首先通过第一轮观众投票产生提名名单,之后再由专业人士和影评人组成的评委会从提名名单中实名投票产生各奖项,并公布了24个观众网络票选联合投票公众平台。因此,虽然金扫帚奖在权威性和公信力方面可能有所不足,但是这一“民间”奖项确实一定程度上可以体现“民意”,传达大众的声音。

让包贝尔此次“获奖”的电影《阳光姐妹淘》,翻拍自韩国同名电影,原版电影的豆瓣评分高达8.8分,好于98%的喜剧片和97%的剧情片,是一部广受观众欢迎的高口碑经典电影。然而,珠玉在前,包贝尔执导的翻拍版却饱受诟病,陈旧的喜剧梗、照搬的场景呈现、失败的本土化改编、偏离的女性主题等槽点百

出,超过90%的观众在豆瓣上给出了三星及以下的评价,最终该片豆瓣评分仅为4.4分。在豆瓣评论区,更有不少观众直抒不满,差评铺天盖地。由此可见,包贝尔执导的《阳光姐妹淘》质量确实未能获得普遍认可,包贝尔获评“最令人失望导演”也并非无理取闹。

在微博热搜话题下,网友“火上浇油”,除了指责包贝尔过于自大,对自己导演水平没有足够清醒的认识外,还评论包贝尔气量狭小、“受不了差评”。

同样曾被评为“最令人失望导演”的王宝强当时面对差评的表现在此时被提起。在2018年第九届金扫帚奖评选中,王宝强首次执导的电影《大闹天竺》被评为“最令人失望影片”,王宝强也被评为“最令人失望导演”。当时,王宝强不仅亲临颁奖典礼现场,而且接过“金扫帚”诚恳致歉:“这是我第一次当导演,确实是欠缺经验,自己也知道有很多不足的地方。希望这是第一次,也是

最后一次。感谢金扫帚给我这样一个机会来向观众说声对不起,未来我会不断地努力和学习,一定努力成为大家心目中一个比较合格的导演、一个比较合格的电影工作者。”王宝强的表现广为人称道,是因为他直面差评,承认不足的勇气和虚心自省的态度。

法国剧作家博马舍说“若批评不自由,则赞美无意义”,面对差评,有怨气不如勇气,发脾气不如长志气。与其把矛头指向主办方,不如勇敢地直面差评,正视观众评价,虚心接受批评,自省不足之处,时刻警醒,鞭策自己,努力拿出高质量作品,以优质作品为底气,方能证明自己并获得大众的肯定。这也适用于所有电影工作者,不想手握“金扫帚”觉得扫兴,就别让观众在影院败兴,比起夸张的“好评如潮”,对差评也该足够重视,勇于直面差评,虚心接受意见,着力改进不足,提升创作质量,与观众携手共同促进电影产业的良性发展。



## 射击世锦赛 张博文收获1金1铜

□记者 于晓波 通讯员 史文平 报道  
**本报讯** 近日,2022年国际射联射击(步手枪)世锦赛在埃及开罗举行。在男子10米气手枪团体赛中,张博文和两名山西运动员组成的中国队以16比10战胜伊朗组合获得冠军。这是张博文的首个世锦赛冠军,也是中国队首次获得今年刚设立的ISSF步手枪世锦赛(单项世锦赛)的男子10米气手枪、气手枪团体冠军。随后,张博文和搭档姜冉馨又在10米气手枪混合团体赛铜牌争夺战中获胜。本次世锦赛张博文共收获1金1铜。

## 跳水世界杯 男子双人十米台练俊杰夺冠

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 报道  
**本报讯** 10月21日晚,在2022年国际泳联跳水世界杯男子双人十米台决赛中,我省练俊杰搭档队友杨昊全程领先,最终以444.84分领先第二名99.51分的巨大优势夺得冠军。比赛中,练俊杰和杨昊第一轮就领跑,直到最后一轮,毫无悬念将冠军收入囊中。

## 省教练员学院 第五期培训班圆满结业

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 王宁 报道  
**本报讯** 10月21日,经过近3个月全面系统深入学习,山东省教练员学院第五期教练员培训班学员顺利结业。本期教练员培训班于8月1日开班,参加培训学员共152人,其中全运冠军25人,许多学员都曾在全国、亚洲、世界比赛中摘金夺银,获得佳绩。自2010年成立以来,山东省教练员学院以促进山东竞技体育可持续发展为己任,成功举办4期教练员培训班,先后为我省及各市培养了338名优秀教练员、运动员,在促进我省体育事业发展、助力体育强省建设中发挥着重要作用。

## 2022省男子篮球联赛11月开打

□记者 于晓波 通讯员 宫尚文 报道  
**本报讯** 近日,“青州·华邦建设杯”2022山东省男子篮球联赛暨“体总杯”选拔赛举行分组抽签仪式。13支队伍分潍坊和青岛两个赛区参赛,其中潍坊赛区有潍坊、德州、东营、滨州、烟台、山东华邦6支队伍参赛;青岛赛区有青岛、淄博、日照、威海、聊城、临沂、济南7支队伍参赛。

## 淄博籍选手苏炜德入围 国家体操队征战世锦赛大名单

□记者 于晓波 报道  
**本报讯** 第51届世界体操锦标赛将于10月29日至11月6日在英国利物浦举行。近日,在中国队确定的大名单中,淄博籍运动员、第十四届全运会男子自由操冠军苏炜德入围。

## 山东省运动处方 第一期线下培训班举办

□记者 于晓波 通讯员 刘昕彤 报道  
**本报讯** 日前,省体育局、省卫生健康委在济南联合举办山东省运动处方第一期线下培训班。此举旨在加强体卫融合人才队伍建设,对于现有体育、医疗专业人才,两端发力,分类培训,促进体育与医疗知识和技能融合,培养运动处方技术精英,打造运动处方培训的“山东品牌”。本次运动处方培训班采取线上和线下相结合、理论和实操相结合、学习和考核相结合的形式进行,来自山东多家体卫融合试点单位负责人等50余人参加培训。

## 我省备战十五运篮球集训队 完成军训拉练

□记者 于晓波 通讯员 郑保军 报道  
**本报讯** 10月21日,省篮管中心完成了备战十五运篮球集训队军训工作,共有83名集训队运动员参加,从10月14日开始,共为期一周的时间。此次军训主要内容有爱国主义教育、基本军事知识、内务、队列、军姿、步伐等,其间还组织队员军训拉歌、指导员励志讲座、消防安全培训及演练、爱国主义观影、军训汇报表演等活动,实行全程军事化管理。

## 滨州首家 “智慧社区健身中心” 开放

□记者 于晓波 通讯员 董会青 报道  
**本报讯** 近日,由山东滨盛文旅体育产业集团有限公司投资建设、山东滨州菲林豪斯健身产业发展有限公司负责设计运维的滨州首家“智慧社区健身中心”花落滨城区西市街道并正式向市民开放。

## 济南技术型购彩者 喜揽足彩29万元大奖

□记者 于晓波 通讯员 赵晋 报道  
**本报讯** 近日,传足14场胜负游戏第22122期开奖,幸运的济南购彩者张先生(化姓),收获一等奖1注,二等奖13注,奖金共计292572元。

# 老牌综艺离场前的变与不变

□ 王臻儒

10月6日,在最新一期《天天向上》播出后,节目组突然在官微宣布节目将升级改版。消息一出,很多网友认为,此次改版其实是节目停播的委婉表达。当时连广告时间都不舍得换台的90后可能无法想象,这档曾带大家无数欢乐的综艺如今会以如此黯淡的方式离场。

“敬请期待”作为离场感言虽显体面,却掩盖不了这部老牌综艺一直苦苦寻求转型发展而不得的辛酸。谈及节目高开低走的原因,部分观众表示,节目走下坡路显然受到播出时间调整、原班人马出走的影响。但这样的归因倒置了问题和现象。事实上,早在进驻“深夜档”之前,《天天向上》就已经积攒了各种问题,对一直关注节目的观众而言,这样的结局其实并不意外。

近年来,《天天向上》收视率下滑,反响口碑不佳,看似是观众口味变刁、舆论监督变严,其实反映的是节目在飞速变化的市场环境中的“变”与“不变”。

有人说,《天天向上》变了,变得好像失去了初心。盛年的《天天向上》不执着于邀请当红明星,而是从各种垂直小众领域中挖掘牛人。许多网友发现,有不少当时登场的素人或明星如今成了“顶流”,观众在笑声中领略各行各业的酸甜苦辣,节目也真正做到了引领潮流。“潮流制造机”称号的背后是每一期节目的用心策划。但随着短视频快速发展,浮躁心理凌驾于内容创新之上,邀请流量明星成了获得收视率的捷径,《天天向上》显然也没能躲过这潮流。主持人与嘉宾的距离拉远了,节目与其他同质化访谈节目更像了。当节目的新奇程度比不过五花八门的互联网产品,当

节目的文化底蕴不能再满足大家日益增长的文化需求,被时代“拍在岸上”就是必然的结局。

也有人说,《天天向上》没变,永远依赖主持人“撑场”。《天天向上》曾因几位主持人敢于自嘲、相互“挖坑”的风格而备受好评,几年后这却变成了节目唯一且鸡肋的招牌。互联网公开化、透明化的特点赋予了每个网民同等门槛的信息获取能力,而生于饭聊年代的《天天向上》没能随着时代发展不断进化自身的内容创新能力,或是及时注入新鲜血液,而是一直依赖几位主持人“撑场”。人员变动对节目带来巨大影响,不难理解,但人员变动本不该成为节目失去新意的“变量”。

其实,原班主持团队早就因缺乏尊重、玩笑过火等受到诟病,但这些问题就像“房间里的大象”,制作者不改

变,直到群众监督更加透明,舆论要求愈发严格,文娱领域开展综合整治,被打个措手不及才醒悟过来要“求变”,匆忙转型效果自然不尽如人意。

其实,不只是《天天向上》,内容创作和参演嘉宾一直是综艺节目长寿路上的“拦路虎”。但一些综艺通过机制调整、内容创新作出了积极尝试。《欢迎来到蘑菇屋》作为《向往的生活》衍生综艺,不再设置常驻嘉宾,而是抛开脚本,邀请飞行嘉宾在蘑菇屋“自由发挥”;每一季《大侦探》都会结合观众在社交平台的评价,邀请反响不错的嘉宾参与下一季的节目,让新嘉宾与原班人马、观众的磨合中逐渐擦出新的火花。

观众在长大,环境在变化,不打磨好自己在市场中的立身之本,靠再多情怀和花样也无法追上时代发展的脚步。

# 付费自习室是门好生意吗

□ 朱子钰

整齐的隔板、柔和的灯光和一应俱全的基础设施,放眼望去都是在学习的伙伴,一个沉浸式的读书空间付费自习室就此诞生。从2019年率先在一线城市出现,四年过去,付费自习室延续了活力,从城市开到了县城。近日,“河北一县城开办超10家共享自习室”的消息冲上了热搜,引发热议。这个城区人口只有4万、连GDP都靠后的县城在短短一年内,成为自习室最“卷”的县城之一。

面对日益激烈的社会竞争,知识内卷、本领恐慌、压力加大、鞭策着人们努力追赶适应环境,一股狂热的学习需求

逐渐蔓延,这时,安静的学习环境尤为重要。咖啡馆因过于嘈杂,无法集中注意力而被网友“放弃”。公共图书馆安静、整洁,但目前仍然不能满足群众需求。根据相关数据,截至2021年底,全国已有公共图书馆3215个,差不多每40余万人有一家图书馆,特别是在县城,更缺乏这种免费的学习场所。由此,付费自习室迎来了市场机遇。

“你只管学习,其他的交给自习室”。付费自习室的受众,有专注于考公、考研、考证的备考人群,也有立志于提升自己、学习新技能的职场人士。为了提高效率,他们宁愿“花钱买自律”,找到学习的仪式感。于是,付费自习室

变成了部分群体的“刚需”。付费自习室市场下沉到县城,说明其市场空间在不断扩大,入局者也越来越多。

虽然需求旺盛,不过,仔细分析一下,目前付费自习室的运营思路还处在初级阶段。它的准入门槛不高,只要有场地,配齐桌椅等基础设施便可开张营业,核心还是租赁经济。由于推出的服务相对单一且同质化明显,售卖学习卡成了其唯一的盈利点,大多数商家一张月卡售价为450元。正是如此,用户在选择消费的时候,价格、地理位置成了他们主要的考虑因素。另一方面,根据艾媒咨询发布的报告,目前中国付费自习室日均价格集中在20元以上,中国

消费者对付费自习室的价格接受区间集中在20元以下,55.6%的中国消费者认为中国付费自习室价格偏贵。一边是供应端盈利点单一,另一边是消费者对价格不满,双重夹击之下,付费自习室面临的困境可想而知。

随着学习成为更多人的日常习惯,付费自习室用户数量依然有增长空间。对入局者来说,想要做好这门生意,探索多元化的运营模式、提供差异性的特色服务,拓宽盈利方向是当务之急。毕竟,市场是试金石,留存下来的付费自习室一定是跟风和冲动型“选手”,而是勇于“探索者”,付费自习室想要谋求更大发展,势必要在理念上更进一步。

# 情景喜剧要去哪儿

□ 卢昱

“嘿,朋友,我们好久不见,你在哪里?”近日,经典古装情景喜剧《武林外传》官方进驻微博了。网友纷纷猜测,这架势是不是为了翻拍预热,齐刷刷留言表示反对。官微很快就回应:“大家安心啦~没有要翻拍,只是好久不见,想回来跟大家好好唠唠。”

经典作品往往稀缺,站在金字塔的上端。细数从《编辑部的故事》《我爱我家》到《炊事班的故事》《家有儿女》《武林外传》,这些经典作品似乎没有随着时间流逝而消失,反倒人们心里越来越深刻。2022年,我们一面反对经典被复刻,一面期待新经典诞生。

从观众的角度看,经典作品百看不厌,尤其是对角色和剧情的刻画令人回味无穷。以《武林外传》为例,当年看是喜剧,现在看是人生。《武林外传》里同福客栈的各位江湖人士,每个人都充满了灵气,喜怒哀乐酸甜苦辣,包容、侠义、正直、勇气、善良等最最常见的人性美被揉进了一集集的鸡毛蒜皮,让人回首时,释然一笑:虽然生活有太多不如意,可明天依旧会继续。

各种娱乐元素跨界、碰撞,也是情景喜剧不可或缺的。《武林外传》本是古装故事,却夹杂了大量的现代现实生活元素,如海选、传销、才艺比赛、电子游戏、各类广告、红歌、流行歌曲等。这些笑料的添加不仅增强了喜剧效果,加强

了作品的艺术感染力,引发观众对现实因素的共鸣,也折射出创作者对历史与现实的思考,从而使得《武林外传》不仅仅是一部为了搞笑而搞笑的充满小噱头的艺术作品。

从创作层面看情景喜剧,其实难度颇高,它既需要外在的喜感,贴合大众,营造集体真实感,又不能忽视内在的蕴涵,表达社会的差异和多元。把幽默植根于对文化的理解,典型的抓取、话题的掌控,需要编剧有一定的文化、生活素养积累。同时,情景喜剧表现手段和表演风格也需要很强的分寸感,它比电视剧更飞扬,比舞台剧更贴切。而且情景喜剧的剧种形态要求诸多室内戏,除了加入部分外景镜头和字幕外,一般不

再需要后期加工。这都直接导致了情景喜剧的表现手段匮乏,对内容精准与精彩度的要求很高。

这些限制,很容易将创作者的视角集中在职场、情场、家庭的琐事上,加上传统观念的束缚、创新意识的不足、文化价值的流失等影响,国产情景喜剧同质化明显,观众容易出现审美疲劳。

观众的眼睛是雪亮的,对高质量作品的期待也是迫切的。当下情景喜剧在互联网碎片的切割中,陷入尴尬境地,一方面未能形成完整的产业链,一方面生产力跟不上市场需求。情景喜剧怎样才能走出困境?或许只有内容深耕细作,以优良口碑发掘潜在观众,才能重新带动这一剧种的蓬勃。