無錫日報

「太湖周刊·焦点」

周刊第585期

2021年7月23日　星期五

主编 韩　玲　编辑 张　庆
视觉 李湛胐　组版 郑淑棉

请关注太湖周刊微信公众号

第二届 文化场馆月

“人，是城市的目的与尺度。以人为本的城市是什么模样？”今年上半年，三联生活周刊主办的首届三联人文城市奖评选活动引发了各方关注。我们生活在城市中，可对于“什么是城市”，尤其是“什么是好的城市”这样的问题，似乎都难以回答。不少专家和学者的观点是，下一轮的城市竞争将会是城市人文的竞争，富有特质的城市生活方式将会吸引人才，而人才决定了城市的未来发展前景。

借力文化场馆　雕塑城市人文

人，是城市的目的与尺度

文化场馆

打破刻板印象

“随着城市化进程的加快，越来越多无个性、无区别的场所会令城市越来越刻板。”同济大学人文学院教授张生曾在接受采访时如是说，而要打破这种刻板感受，文化场馆是一个较好的选择。

今年锡城的文化场馆月又悄然开启，引导人们去寻找一个个雕塑城市人文的佐证：走进国保景区薛福成故居，庭院深深，气势恢宏，来到锡绣工作室，十组亲子家庭在非遗传承人胡晔新和邵敏的指导下，一针一线地绣着荷花。旁边，资深拍客张物华举起镜头，按下快门，记录下女红研习会开班的第一天。来到无锡博物院的社教体验中心，一场“王者荣耀”AR体验课正在进行。孩子们打开桌上的pad，扫一扫画册上的“小眼睛”图标，吴王僚的宝剑和讲解立即从屏幕上跳了出来。“吴地文明”系列AR课现已开发了8组，唤醒了一件件“镇馆之宝”。无锡市图书馆别出心裁，带领读者走出图书馆，行走天地间。“经典不停步，永远跟党走”红色主题阅游吸引了十余组家庭参加，大家走进“先锋农场”、匡村中学旧址、“锡流”纪念馆，听讲解、读经典，深度寻访，在丰富多彩的活动中，增长党史知识，重温红色记忆。东林书院内，碧池曲廊，屋宇鳞比，来此体验书院生活的游客络绎不绝。行一场传统拜师礼，赏一场实景演出，品一杯咖啡香茗，体验一把投壶射箭，再到手作工坊做一页手账。作为洛闽文化的中枢，这座千年古书院正绽放出时代光彩。

这个夏天，人们去文化场馆“打卡”，向历史文化致敬，发现城市独特的个性和魅力……

主题活动　塑造城市精神

无锡美术馆里，戏曲脸谱绘画体验课上，孩子们充满想象力的创造，令画家陈皓惊喜连连。走进美术馆教孩子们画画，陈皓觉得很新鲜。一场绘画体验课下来，孩子们意犹未尽，嚷着下次还要来。无锡美术馆的美育功能被深度释放，公众亲近艺术的热情被一次次点燃。“越来越多的孩子走进场馆，把去美术馆、博物院看展纳入自己的日常行程中。”美术馆负责人告诉记者。

在不断接受、感受中，身处其中的人们越来越明晰地感受到文化场馆所传递出的城市气质和个性，也体验到艺术和人文活动对个人带来的冲击。没有开幕仪式，却有人们涌入各种文化活动现场；无须广而告之，一场体验活动的名额放出即被秒杀；告别走马观花，在场馆内外深度触摸城市文化。近一个月，无锡市第二届文化场馆月将密集带来87场主活动、600余场子活动，线上线下绘就一幅多彩图景，吸引市民及周边地区的游客纷纷前往“打卡”，恋上场馆之夏。

“对于文化和艺术的感受力，能够帮助人们更好地理解生活和感受生活。”专家对于人文城市重要性的阐述，已然上升到塑造城市精神的高度。如今，文化场馆也已经成为名城无锡的城市灯塔。文旅融合，为文化场馆赋能，让城市灯塔越发闪耀。

形成共识　锻造人文特质

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。市文广旅游局以深化文化体制改革为契机，以活化利用文化遗产为突破口，推动文旅高质量发展供给侧结构性改革，持续扩大文旅产品和服务供给，为文旅融合发展注入新动能。去年以来，在疫情影响背景下，无锡人均接受公共文化场馆服务次数达到5.06次、国内旅游接待人次6010.2万人次，稳居全省前列。

建筑师张永和表述过关于人文城市的标准：人的尺度，应该成为城市空间确定的最基本参考。如何为城市中的人提供更好的、更有质感的人文感受，是文化场馆必须思考的问题。作为无锡全力打造的文旅品牌，“无锡市文化场馆月”集中用一个月的时间，通过市、区、街道、社区四级文化场馆联动，线上线下结合，不仅为市民游客提供精彩纷呈的高质量惠民活动，更是从服务、管理和创新感受等维度进行预演。

“当然，一座城市要获得真正的人文气质，必须打破场馆的‘围墙’，无论是建筑还是街景，形成全城处处可见的人文气息。”在文旅局相关负责人看来，文化场馆无疑是提升城市人文气质的轴心和枢纽。一座座文化场馆将不断激活无锡文脉之厚重、城市创新之灵动，并在经历人文城市新一轮建设的当下，通过各个方面建设推进，形成更为强劲的人文聚合力。

（韩玲、张月）

关注

锡城沉浸式演出市场渐热

能否成为城市下一个爆款？

17日晚，在无锡大剧院“黑匣子沉浸式演艺空间”内，爆款戏剧作品《窦娥》上演，通过声、光与舞台的相互配合，给现场观众带来不同于以往的沉浸式体验。沉浸式剧目、演出正涌进锡城文旅生活的方方面面，在文化消费中扮演着越来越重要的角色，那么，对沉浸式内容的打造能否带来文旅消费的下一个爆款呢？

■沉浸式演出激活剧场

“昨天的演出票几乎售罄，之后几场演出预售情况也很不错，即使有的还带着‘小众’‘先锋’的标签。”大剧院运营中心总监崔建彬告诉记者，日本导演山田由梨的小剧场戏剧《嘿！我失眠了》、龚琳娜与丈夫老锣的龚罗新艺术乐团专场音乐会等都会在这个沉浸式空间陆续上演。

沉浸式的演出，从本质上改变了参与者与作品内容互动的方式。前不久，无锡演艺剧场内，一场名为《拯救小说家》的原创沉浸式话剧进行了预演。该剧讲述了民国年间，一个知名剧作家在无锡啼笑皆非的遭遇。与一般话剧演出不同，演员们频繁走下舞台，与观众互动。“先生买把枪吧，只要100银圆。”当演员说出剧中台词，观众没有准备的临场反应令人捧腹，为演出加分不少——“我没有银圆，都改用手机支付了。”除此之外，该剧的出品方原石剧社还邀请观众上台，现场演绎剧中片段，“过了一把当演员的瘾。”两次上台的“90后”观众小蒋告诉记者，这样的感受很特别、很有趣。原石剧社的小米说，这个剧目早在几年前就排演过，今年重新改编，特意增加了观众的“戏份”，就是为了满足观众沉浸式的需要。

随着越来越多的小剧场在锡城出现，如何找到满足市场需要的演出内容成为一个难题。无锡文发演出经纪有限公司总经理奚明告诉记者，沉浸式演出方式是一个较为合适的选择，“这次，我们在演艺剧场引入这一沉浸式话剧演出，期待这个本土剧社能通过提供新内容，给观众以新感受，剧场也能焕发新活力。”

■解构文化消费升级新需求

“沉浸式剧目有很强烈的故事性、角色性和交互性，能够多方位、全角度调动参与者的注意力。”奚明说，随着人们文化消费水平的普遍提高，消费需求渐趋多元，人们已不再满足于置身事外，更希望获得“完全投入”的状态，并愿意为此“买单”。由此可见，沉浸式演出火爆的背后，是对文化消费新需求的满足。

所以，各种沉浸式体验项目如雨后春笋般出现在景区、商场和文化展馆内，逐渐成为文旅融合发展进程中，提升吸引力的重要“砝码”。上周末，古运河上的沉浸式实景演出《运河四季》继去年运博会之后再次亮相，沿着运河两岸，在跨塘桥、南下塘沿河小铺子、码头弄、大公桥、清名桥、望湖门等点位，歌舞、音画、戏曲、情景剧以及灯光秀等多种艺术手段一一出场，游船载着游客穿行在演出所营造的“行如水间，游于画中”的意境中。“虽然演出是免费观看的，但带动了运河游船的客流，之后固定每周五、周六晚7:00–8:30演出，我们也会通过岸上与游船的互动，给游客提供更好的体验。”江南古运河文化旅游股份有限公司相关负责人说。

“通过沉浸式演出获得的体验感是独一无二的，有时还能从中交到朋友。”沉浸式演出爱好者余舒告诉记者，自己去过的锡城沉浸式剧本体验馆已经多达20个，他期待锡城能有更多“全沉浸式”的感官盛宴，也期待这些演出能发挥更强的社交属性。

■与本土文化融合形成“强磁场”

据了解，在锡城，不仅仅是演出，锡城公园景区、文化场馆也在筹划影视IP的沉浸式主题化开发和以剧本杀为核心的沉浸式综合游玩项目。“得深挖无锡本土资源和从本土文化中寻找提炼主题，将创意内容和文化内涵植入场景中，形成吸引市民和游客的大IP，并对这个IP进行深入打造。”奚明说，“戏剧幻城”就是一个成功的案例，它通过21个剧场、每天700分钟的沉浸式演出，勾勒出中原文化的全景图。该项目在河南一亮相就成为爆款。

专家表示，演出等沉浸式文旅体验内容在锡城刚刚起步，有很大的迭代升级空间，需要在加强故事情节设计、优化体验上下功夫，提供更优质的文旅服务。在市文旅局相关负责人看来，深度开发沉浸式项目，丰富文旅活动场景，让市民游客感受到城市文化的温度，从而增强黏性，使他们成为接触点和分享触发点，自愿在社群里分享、推荐，才有可能形成吸引更多人了解无锡、爱上无锡的爆款产品。

（韩玲）