

网红文化畸形，会给线下现实生活造成污染

因盗窃5辆电动车被判入狱4年6个月的周某，4月18日从广西柳州监狱出狱时，享受了一把“明星”的待遇，除了他的家人外，迎接他的还有网红经纪公司，200万签约、综合开发、直播提成的合同承诺，以及保时捷和玛莎拉蒂的轰鸣，制造了一个现实又荒诞的场景。

周某如此有“名声”，是因为2012年6月因盗窃被民警抓获时被摄像机记录下了这样一句话，“打工是不可能打工的，这辈子都不可能打工的”，四年后的2016年7月，包括这句话的视频突然在网上蹿红，不少人拿它做文章。

八年间因盗窃四次入狱前科累累，从头到尾无任何出狱后重新开始正常生活的打算，在正常的舆论环境中，周某根本不可能被追捧，而现在，他的“我偷电瓶车养你”竟成网红语录，出狱有人迎接，家中有人围堵，好逸恶劳的形象，有可能要被包装成“一呼百应”的直播间“偶像”，这种匪夷所思的行为，已经网红文化的“另类景观”。

大衣哥朱之文家的大门被人一脚踹开，门口一群人喜笑颜开举着手机在直播，这样的丑态已经是网红文化的常景。类似的画面，也曾出现于上海“流浪大师”沈巍走红时，有人嬉皮笑脸要认他当



爹，有人对着直播镜头喊着要嫁给他。如果说早期的网红文化还只是聚集于网上的“眼球效应”，停留于线上的恶搞，那么现在的“流量变现”则使得网红文化出现了畸形化倾向，会给线下的现实生活造成污染。

无利不起早，网红经纪公司对于周某

的追捧，是建立在这一产业“变现渴望”基础上的，谁都知道，周某的故事和出格言论在主流社会并无生存土壤，但一些网民的好奇，仍然可能给网红经纪公司带来收入，利用周某的网红身份，在其出狱后的短期内无所不用其极把周某的“价值”一次榨干，是这些网红经纪公司打的

如意算盘。

过往的例子可以证明，凡是具有流量影响的网红，都会被公司盯上，哪怕只是暂时地红几天，也有人想“借鸡生蛋”，比如成为“支付宝锦鲤”的信小呆，“发际线男孩”小吴，都曾被公司签约，现在都早已没有水花。但据报道，小吴曾有每天10万元的收入，想必这也是网红经纪公司眼睛紧盯网络红人的缘由。

网红以及网红经纪公司在合理的前提下，通过正常运营获取收入没问题，但与其它行业一样，网红产业也应遵守底线，不能为短期利益，把整个行业搞成一片恶臭。如果多次偷盗四次入狱且无悔改意识的周某，被网红经纪公司真的捧成了“流量金蛋”，这不仅是对网红产业的损害，也是对社会正常价值观的一次挑衅。

过去有网民“欣赏”周某，原因是各种各样、非常复杂的，除了有人羡慕周某“好吃懒做”也能成红人外，更多人可能只是在消费周某打发时间，并无意成为周某那样的人。如果网红经纪公司与周某真的如愿在线上线下“掘金不止”，这会加速人们对网红产业的反感，会伤及那些凭借诚实劳动而在这个产业里生存的人。拒绝网红文化的畸形化倾向，加强自律才是当下网红产业自救的重中之重。 韩浩月

喊麦空洞粗野，匹配流行音乐的无病呻吟

一首名为《惊雷》的喊麦作品，因为被歌手杨坤在直播时批评而进入热搜，“要旋律没旋律，要节奏没节奏，要律动没律动”，这是杨坤对《惊雷》的评价，这首歌的原唱MC六道回应称，“《惊雷》比你任何一首歌都火。”

杨坤与MC六道的“骂战”构成了一道奇异的场景。说他们之间的“交流”是一种“骂战”并非夸张，因为两人除了正常的批评与反批评之外，还使用了诸如“恶心”、“没脑子”等攻击性言辞。值得注意的是，杨坤是在网络直播时发出上述言论的，这意味着，作为一名“传统歌手”，杨坤与他的批评对象，是在同一平台、同一语境下进行“交流”的，他们有着平等的身份，一定程度上，跳进了直播热潮的杨坤，并不比MC六道“高大上”。

但在批评姿态上，杨坤却占据了高位，以前辈与“正统创作”的站位，对“不入流”的MC六道进行了一番“指教”。类似的“指教”，也曾出现在郑钧等歌手的口中。这标志着，流行音乐的创作，正面

临着一种分野，网络喊麦所制造的流行热度，正在抢走网民对传统流行歌手的关注，对喊麦的批评，多少都包含着流行歌手在心态上的一种失落，当然，这种失落是以捍卫音乐标准的口吻表达出来的。

社交媒体与直播平台的发达，在方便了人群沟通的同时，也加剧了审美的分裂，什么是好的音乐？尤其是什么是好的流行音乐？共识正在减少，而共识的减少，是在流行音乐难以再诞生经典的基础上产生的，在一些网友看来，喊麦虽然空洞粗野，但与大量无病呻吟的流行音乐相比，并没有更多值得指摘之处，而在经历过文学与音乐黄金时代的人们看来，除了“文学已死”这个说法之外，恐怕还会多一个“音乐已死”的想法。

在这个背景下，杨坤批评《惊雷》，反而给《惊雷》通往更多听众打开了一条通道，在杨坤发声之前，很多人压根没听过这首据说已成“当下最热”的喊麦歌曲。在杨坤的“介绍”下领略《惊雷》“风采”的听众，自然是对这首堆砌词语、不知所

云的喊麦歌曲报以鄙视态度的，但不喜欢可以让一首歌甚至一名歌手消失的时代已经过去了，哪怕那些不承认《惊雷》有任何音乐价值的人，因为《惊雷》可以玩梗而加入到传播它的队伍当中。

曾把《一人我饮洒醉》唱红的喊麦歌手MC天佑被封杀，歌与人如今都成为过去，对于喊麦歌曲代表作的记忆模糊，并不意味着喊麦会消失于网络娱乐当中，相反，时不时有新的喊麦歌手与歌曲出现，体现出喊麦野蛮的生命力，这种生命力的来源，并非创作本身带来的，而是受众的关注带来的，与其对喊麦歌曲进行审美层面的判断，不如更多地去关注喊麦受众的群体以及他们的消费心理。

诸多明星进入直播间卖货，不少明星像杨坤这样也通过直播增加曝光量获取关注，不断更新换代的互联网平台，在制造出李佳琪、薇娅等“新超级明星”的同时，也让传统意义上明星丢掉矜持，用更低的姿态来与网红争夺眼球、追逐利益。生存逻辑势必改变创作逻辑，在明星网红

化的今天，不难理解为什么有太多演员热衷于综艺、太多歌手喜欢扎堆直播，因为本业已经无法给他们带来成就感。

而即便是在杨坤成名前，过着住地下室、夜总会卖唱的生活，他的作品里也闪烁着理想主义的色彩，把音乐视为自身生活的表达载体，把创作当成改变命运的赌注，这让当时的听众能够敏感地从他的作品里找到共鸣。比起批评喊麦歌手，包括杨坤在内曾经流行的歌手们，或更该反思为何他们引领的流行音乐创作后继无人，反思本该处在创作黄金期的他们为何再也写不出被四处传唱的作品。

《惊雷》成为网络走红歌曲，并非一个“劣币驱逐良币”的故事，在无营养的歌词、无旋律的曲调背后，也许藏着很多人的无聊、空虚与创伤，只是，这大量受众的情感没有被“正统”的创作者感受与发现，于是，“退而求其次”成为许多年轻网民的选择。音乐并没有死掉，这是因为好声音的标准仍然坚硬，死掉的，是一颗颗热爱创作的心。 韩浩月



川陕名吃

地道陕西名吃，聘请原陕西文、八沟国宾馆主厨省师傅和赵师傅及其团队主理厨艺；同时聘有精通川菜、粤菜和各类家常菜的驻店厨师；新的经营理念，为您提供一流的服务。店内设**钓鱼台豪华包厢**（最多容纳60人）及**大型宴会厅**（可容纳300人以上），酒水齐全，卡拉OK助兴。环境优雅，空间宽敞，自拥上百停车位，可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊，交通便利，诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长：**柳奇** 敬呈

肉夹馍



凉皮



羊肉泡馍



夫妻肺片



地址 (DC店和Rockville店)
2700 New York Ave. NE,
Washington, DC 20002
316 N. Washington St.,
Rockville, MD, 20850

营业时间
周日至周四: 11am-10pm
周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)
(202)534-1620 (DC)
(301)-875-5144 (MD)

* 从马里兰大学沿1号路南下，从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave东行，均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食，纵情欢歌。

长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理，有意者请电洽。

钓鱼台豪华包厢

