



【热帖】

# 从线上到线下 文艺范生活的另一种打开方式



【微观】

## 为什么别人会屏蔽你的朋友圈

“怎么知道对方把自己拉黑或删除了?”“怎么知道微信好友在朋友圈屏蔽了你?”有一段时间,如上种种验证攻略甚是流行。但不管验证与否,一个不可否认的事实是,肯定不是每条都受欢迎。心理学者陈武就为网友分析了一下,什么样的朋友圈最招人烦。

1.总是抱怨。

有些人爱在朋友圈发牢骚,一开始大家还安慰一下,时间久了,就不知道该说什么。

在线上的朋友圈,人们对负面情绪的反感会比日常生活中大。原因是,在现实生活中人们已经承受了很多压力,如果在线上还经常看到他人的负能量,自然觉得受不了。此外,在朋友圈发布消极的状态违背了“亲密私密性”原则。一个负面的状态让几百个人看到,反而疏远了彼此心理的距离。

2.“装”得厉害

很多朋友圈状态,会让网友觉得“装”。

哈佛大学曾做了一个心理学实验。研究者随机把每4个人分为一组。每组中均有1人被安排看一个特别精彩的视频,其余3人看非常一般的视频。看完后,他们各自分享自己的心情,然后聚在一起聊天。结果发现,那些看精彩视频的人,感觉自己在聊天中被冷落和排斥了。

发朋友圈最根本的一条,就是要明白只有极少部分人对你的生活琐事感兴趣,你却直播给了所有人。

@明路:坚决屏蔽只发广告没有个人状态的人!

@无言的沙丘:最烦那种今天卖面膜、明天卖保健品的主儿,还有那些天天嘟嘟嘴、剪刀手的傻白甜。

## 重庆高校现苹果表白

现在表白不送花,流行送水果了?网友爆料,重庆大学城熙街满地苹果,而且表白成功!前有柚子表白,后有苹果表白,表白都不按套路出牌。

有意思的是,上次这个男生用柚子表白不成功,而这次告白成功了。虽然表白结果不同,但表白利器的结局是一样的,表白后,柚子两分钟被抢光,这次则是眨个眼的工夫一个苹果都没有了。

网友评论:

@伊落向北:除了柚子和苹果,我还喜欢吃西瓜、猕猴桃、车厘子、凤梨、芒果……想表白的人轮换着来。

@圆圆那么圆:听说有人用一地的“苹果”表白,一溜烟跑过去,还真是苹果。

@艾伦北卡:以后会不会出现西瓜表白?

□苏倩

## 线上圈来文艺粉

有人开玩笑,所谓艺术,就是普通人搞不明白的东西。但到了艺术美学科普类公众号这里,类似“中国画为何要留白”“如何理解抽象艺术”等乍听“阳春白雪”“不明觉厉”的内容,变成了好玩的故事、好笑的段子、好看的漫画。这些公众号试图用网络语言,“萌萌哒”把艺术讲明白给更多人听,并靠线上知识传播+线下花样活动,很快积累了大批粉丝。

公众号@意外艺术,通过文章、视频、音频等诸多形式在线推广艺术知识。在“查·百科”中按原始艺术、古希腊古罗马、浪漫主义、现实主义等各个时期和流派对艺术进行梳理,文章也按“热门”“干货”“古人”“名家”等进行了分类。“艺术很难吗”系列视频中,通过10分钟的视频,就能迅速了解一幅名画、一则神话的源远流长。

公众号@Ink创客美学,设置了“侃”“撩”“嗨”三个栏目。“侃”栏目以轻松视角和幽默语言讨论艺术美学领域的常识和八卦,类似《为什么油画里的女人都偏胖》《梵高和毕加索互换人生会怎样》等等。“撩”栏目提供加群二维码,群内做固定的艺术分享,瓷器、音乐、绘画、古籍均有涉足,线上讲座会提前一周预告主题,通过群也能获取艺术展讯。“嗨”栏目则招募粉丝报名线下不定期看展、学画体验。当然,“侃”可不是漫无边际地瞎侃,而常是为了配合“嗨”的活动。例如招募粉丝参观国家博物馆的威尼斯画展,就专门侃了这样一篇文章——“总看不懂油画?那是因为你不了解背后的故事!”

公众号@西厢全民艺术,定位是“艺术虽是圣地,但并非遥不可及”,希望每个人都能做个艺术家的梦。相较于其他公众号,主打绘画的西厢线上内容和线下活动都更加精细,除了油画、国画、工笔画等常

晒娃、晒包、晒美食、晒旅游,似乎是朋友圈的常态,但是你见过非专业的朋友晒各种高大上的艺术展、音乐会以及自己新鲜出炉的画作吗?随着各种兴趣圈子风行网络世界,一批艺术美学科普类公众号蓬勃发展,那些心中本有诗与远方的小伙伴们,体验文艺范儿的生活变得愈发简单。

规品种之外,还有玻璃彩绘、瓷器绘画、布艺绘画乃至3D立体画、鹅卵石绘画等等。

## 艺术小白的油画课

艺术美学科普类公众号的粉丝有来自各行各业的小白领,也有人到中年的全职妈妈,他们在绘画、音乐方面没有童子功,可以说不仅是“素人”,更是“小白”,但大家都希望在忙碌工作、寻常日子之余能感受一些艺术熏陶,提高一下个人审美,不至于逛博物馆、听音乐会的时候完全无感。此外,找点时间、找个地方静下心,学习新鲜知识,享受美好事物,也是减压利器。

@Ink创客美学半年内组织过十几次油画、水彩画线下体验活动,地点一般选择咖啡馆,每次课程3小时左右,规模15到20人。对油画一无所知的粉丝,3个多小时能完成一幅像样的作品吗?对此,Ink创始人之一少禾说,课程会详细讲解绘画步骤和注意事项,教大家如何打线稿、如何上色、如何解决常见问题。学习内容通常是先画一些比较简单、容易临摹的作品,如印象派或抽象派大色块画作,就算完全零基础的爱好者画出

来也不会特别“辣眼睛”。当然,画画是为了体验用简单笔触描绘广袤世界的快乐,与原作用有多像并不是关注点。

网友“火星仁儿”热衷于参与线下活动,她说:“第一次画担心自己搞不定,但老师表扬我的画能表现出内心的纯净,她让我们发挥主动性,不是一味临摹。当初是带着好奇心去的,感觉绘画可以陶冶情操啊,让自己静一下。现在还保持着好奇心,但还多了求知心,时间长了确实受益良多。”

@西厢全民艺术拥有独立画室,线下活动显得更加从容。零基础粉丝最开始主要画中小画幅,从临摹起步,一般两个小时或一个下午,通过专业老师讲解指导就能画完,即使没有搞定也不用着急,之后可以继续来慢慢作画,直到完成作品。西厢负责人魏奥奇表示,许多人都希望送给朋友一幅自己的亲手画作,显得更有诚意和纪念意义,而三四十岁的粉丝,则多会选择长期课程来提升水准、培养爱好。

## 美学O2O能走多远

少禾把自己的美学科普定义为“轻美学”。她认为,普通人对生活品质和文化情趣的要求普遍提升,亲近艺术正变成潮流,大家想了解音乐、愿学习绘画,不是为了考学求职,而是兴趣使然。艺术美学科普类公众号现在虽然很多还处于小打小闹的阶段,但未来是很有想象力的事业。

当然,在各类公众号井喷的今天,艺术美学科普类公众号的吸粉速度虽然超出运营者的预期,但相对于动辄坐拥百万粉丝的生活类、情感类等公众号,依然显得比较小众,在垂直领域内的发展尚有局限。在公众号人口红利逐步减退的时期,这些文艺范儿的公众号如何获得更大关注,准确定位目标受众,增强互动社交属性,都是亟待解决的问题。

历来年末,我们总是新年计划做起来意气风发,年终总结写开去滞涩凝重,就像文艺青年们的案头,总是日历好翻,手账难结。

这几年,仰赖文艺青年们的一力推动,手机时代早已淡出案头,墙面的日历又卷土重来,出现在各大图书电商的销量排行榜上。尤其岁尾临近,微博、朋友圈里开始不断冒出这样那样的日历晒单:端庄如《故宫日历》,极客范儿有《果壳物种日历》,亲情流有《日课》系列,还有适用于各种文艺青年起范儿

【日志】

## 热闹的日历 苍白的手账

□阿三

的《企鹅手账》《单向历》……从前嫌日历没用的你,现在反倒发愁起桌面不够大,摆不开各路风格迥异的日历了。

曾经,日历的作用仅仅在于记录时间,提醒时令,后来,电脑和手机只用了屏幕一角,便接管了日历的所有功能,顺便也夺去了翻动日历背后的意义。

于是,这让人想起今年网易lofter发布的首个文艺青年报告,将这个热情又矫情的群体,勾勒出冰山一角。比如,“书吧+咖啡馆+衍生产品”模式的城市生活文化空间成为文青们最喜欢出入的地方,而“用佳能拍妹、在岛国旅行、听小众民谣、看大牌电影”是他们最耀眼的标签。

而想要从众多文青里脱颖而出,能不能漂亮得涂满Moleskine、HoBo或Gillio Compagna Medium等华丽丽的的手账,就成了胜负手。

我的同事中,也有过好几个女文青入了手账坑,看她们自学艺术字、色彩搭配、简笔画、摄影,针对早晨吃什么、逛街买什么、看什么电影、读什么书这些生活琐事,都要第一时间拿出工具包,绞尽脑汁想配个什么文字,用哪款胶带,选什么颜色的彩笔……大部分没坚持几天就半途而废了。

而仅有的坚持记手账的女文青,最大的支持者,是网上的同好。在文艺青年的集散地豆瓣里,无差别小组“手账”有近15万名成员,此外还有根据手账本品牌细分的“kikkik手账”“我们用TN写手账”“smythson手账部落”等小组各占山头,泾渭分明。

文青们本是为了摆脱网络,回归纸张手写的手账,最终还是把他们逼回了互联网。

所以,今年这个时候,朋友圈里的文青们,谈论手账的已远远少于日历。而仿佛听到了文青们的心声,今年的日历,除了继续精美的创意和印刷,还贴心地增加了记录空间,将二者合一,极大方便文青们的装腔需求。

装腔也好,赚钱也罢,愈发精美的日历和手账,是少有的能让我们视线从屏幕移开,看向真实生活的物件。一页页绵密扎实的纸张滑过手心,汇成厚厚一本,仿佛未来大把大把的日子,生机勃勃,宽阔无边,迎面而来,无论下一个年末,我们留下的是怎样的笔迹,至少在此时,我们心里的期盼,远不是手机上的电子日历能够给予的。