

上世纪八九十年代拍摄的四大名著电视剧近日在网站再度受到热捧—— 年轻人为何喜欢扎堆在B站看老剧？

B站(哔哩哔哩的简称)近日上架了上世纪八九十年代拍摄的四大名著电视剧,受到用户的热捧,其中1994年版《三国演义》迄今为止的播放量已经超过1700万。B站的年轻观众为何会打破“代沟”,追捧起比自己年龄还大的经典电视剧?这种有趣的文化现象引起了一些学者的关注。中国艺术研究院学者孙佳山认为:“年轻人通过弹幕的形式对四大名著电视剧进行重新解读,这让经典作品有了跨越时代的力量,同时也反过来提醒创作者和研究者,要关注和研究弹幕这种年轻人的网络语言。”

超过58万的追剧人数和82万条弹幕,说明年轻观众拥抱经典的热情

“我从没见过有如此厚颜无耻之人”——1994年版《三国演义》电视剧中诸葛亮阵前痛骂王朗的这段素材,多年来被UP主们加工成饶舌battle、变调等多种形式的作品重新演绎,为无数B站用户带去了欢乐时光。因此,当1994年版《三国演义》上架后,大量B站用户直接“空降”到第69集35分50秒处“打卡”,屏幕画面被“我的青春又回来了”等弹幕覆盖得严严实实。

不过,与超过1700万的播放量相比,还有两个数字更值得关注:超过58万的追剧人数和超过82万条的弹幕数量——这说明B站观众并非打完卡就走,而是认认真真地留下来追看并讨论剧情。而同时上架的1986年版《西游记》、1987年版《红楼梦》和1998年版《水浒传》,累计播放量也超过2000万。B站观众对经典名著电视剧的热情并非个别电视剧的单独现象。

据B站董事长兼CEO陈睿透露,B站的平均用户年龄在21岁左右。是什么原因让年轻人扎堆在B站上看比自己年龄还大的经典电视剧呢?一方面的确有情怀因素,与童年相关的记忆引起了他们的共鸣,弹幕中经常出现类似“童年的回忆”“经典之作”之类的文字,

多少有一种“考古”的心态;另一方面,这些经典作品本身的质量过硬,因此成为B站UP主们大量二次加工的创作素材,除了背景故事解说、配乐欣赏、历史文化追溯等内容,更有大量B站上流行的鬼畜视频和“名场面”。

研究互联网文化的北大中文系博士李强认为:“B站上这种经典影视剧的二次创作或者说再加工如此流行,反映了年轻人强烈的参与意识,就是‘我要参与,我要制作,我要表达’。”事实上,B站用户在经历了大量鬼畜视频的洗礼后,也对原作有了很强的讨论表达欲望。

用源自游戏、二次元、社交媒体等新词解读,让经典呈现全新活力

拍摄于三十多年前的经典电视剧,曾经是父母甚至爷爷奶奶的最爱,但B站上的年轻人用弹幕重新解读了它们。正如孙佳山所说:“经典名著的电视剧具有开放性的特点,不同年代的人们虽然共享了同一个版本,但是进入的方式和思考角度是不一样的。”

在B站看影视作品,如果关掉弹幕的话也许会失去一半乐趣。比如,当张飞擂鼓助阵的时候,弹幕飘过“太鼓达人上线”;关羽得知刘备消息后向曹操辞行时,弹幕飘过“关羽是曹操永远得不到的SSR”;另一条弹幕则用关羽的口气说:“虽然你给我又买皮肤又买坐骑,但我还是喜欢刘备。”《红楼梦》中的林黛玉出场时,弹幕上飘过“林怼怼要营业了”;而当她酸溜溜地“内涵”贾宝玉时,弹幕点评“情侣过招,招招致命”。

“太鼓达人”是一款热门电子游戏,“SSR”是卡牌类游戏里非常稀有的卡牌分类,而“林怼怼”是指黛玉十分率性、说话直来直去……这些网络用语和其中的“梗”,是B站用户眼中识别彼此身份的暗号。与早期鬼畜视频相比,如今的弹幕文字更多的是用青年人自己的语

言符号来解读名著,并形成了基于社群范围内的交流和思考。有专家认为:正是因为这种能够经过不同代际、不同年龄、不同文化背景的多样阐释,才让经典影视作品具有跨越时代的生命力。

破译“秘密语言”,影视创作者建立起与青少年审美心理之间的联系

用游戏、二次元等概念对经典名著剧情和人物的有趣点评,引发集体共鸣甚至狂欢,为更多网生代观众打开了通向经典作品的新鲜入口。“网生代”观众通过弹幕文化“聚”在一起

观剧,在为弹幕上各种灵光一闪的神评论“哈哈哈哈哈”之余,也对经典本身产生了更多兴趣和思考。

仅以电视剧《三国演义》的影评区为例,目前已有评论3000多条,其中不乏数千字的深度分析。比如一篇关于诸葛亮人物综述的文章洋洋洒洒超过1.2万字,采用了论文的书写格式,文末附有六篇正规学术论作为参考文献。文章从人物生平、杂谈、相关诗词等多个角度对诸葛亮进行全面梳理。也有文章从古诗词分析角度对《三国演义》片头曲和片尾曲进行解读。还有文章中介绍《三国演义》1994年电视剧版在走向海外过程中的一些“冷知识”,如剧中人物形象被

大量日本游戏模仿,风靡欧美的万智牌游戏中有刘备、曹操、孙权、袁绍等人物卡牌等。

弹幕吸引观众,让观众形成兴趣爱好后又产生更深度学习的渴求,这种正向激励的现象也正在引起更多学者和创作者的关注。北京电影学院文学系教授张献民指出,弹幕与视频之间、弹幕词条相互之间的关系具有很高的可分析性,并且“诚实、透明地反映某类人群的集体心理”。事实上,近年来不少影视剧创作者也越来越关注弹幕文化,通过研究弹幕来寻找并掌握年轻人的“秘密语言”和“心灵密码”,渴望以此建立起与青少年审美心理之间的联系。(《文汇报》卫中)

传统文化需要现代表达

司聃

近日,央视版四大名著电视剧在哔哩哔哩甫一上线,便受到网友们的热烈追捧:播放量、弹幕量一骑绝尘。有研究者认为,经典名著作为传统文化重要组成部分,改编为影视剧早已成为一种传播方式,而互联网弹幕乃是对此种传播方式的又一突破。

中华优秀传统文化承载着中华民族的精神世界,是民族特质与集体人格的具体体现。现代中国人在对文化的反溯中,可以知晓自己根源何处,知晓民族的情感审美及价值信仰来自何方。那么,如何将传统文化从抽象概念与范式化叙事中抽离出来,以润物细无声的方式细化到现代生活之中呢?

集文字、音频、图像、信息互动为一体的新新媒介,提供了一种可能。互联网传播中,信息交互性进一步强化,经过内容再解读、生存情境再演绎,受众与经典名著之间的距离被缩短,不仅有利于内容记忆与信息扩散,而且经过新新媒介的渲染,更多人重拾对传统文本的兴趣,渴望在更深层次进行解读。

其实,部分经典本身也经历了不同媒介的传播过程。以三国故事为例,西晋陈寿所著《三国志》中粗陈梗概的史料为其源头,之后,又历经数个世代的累积。晚唐李商隐《骄儿诗》中有“或谑张飞胡,或笑邓艾吃”一句,小小孩童便知晓张飞是虬髯公而邓艾口吃,可见三国故事早在晚唐之前便已经在民间流传。在这一过程中,说书艺人是重要媒介,通过口耳相传,使三国故事家喻户晓,让忠恕仁义的精神深入人心。除此之外,还有以三国故事为内容的杂技表演。在古代社会,相较纸本阅读,听书、观戏无疑更为便捷有效,也更利于故事快速传播。

现代社会,大众接受传统文化的途径不仅是说书听戏,还有广播、电视、电影等媒介,更有以李子柒为代表的主播在社交媒体上分享传统生活方式,向全球受众重现春耕秋收、造纸制笔、染布裁衣等过程,在图像、声音、文字的叠加中,大众对“日之夕矣,羊牛下来”的传统田园生活有了具体的感受与认知。同时,田园风光、古朴器物成为传统生活

方式的衍生,为历史记忆与当下情绪建立联系,激发出大众的强烈共鸣,唤起他们的归属感,继而对中国传统文化产生认同。

可见,在现代传播过程中,新新媒介的作用显著:以大众喜闻乐见的方式阐述较为抽象的“传统”概念,在视觉、听觉的共同刺激下,受众的想象力进一步被激发,在直观的审美中实现跨时代的心灵碰撞,继而产生共情。

作为几千年经验的总结与民族智慧的结晶,中华优秀传统文化滋养着世世代代的中国人。传统文化需要现代表达。在文化异彩纷呈、丰富多元的当下,更应利用新颖的传播方式,让中华优秀传统文化更好地走进当下、融入生活。



四川博物院 “大篷车”流动博物馆走进叙永县

本报讯(记者 漆世平 实习记者 李林暄)为传承红色基因,讲好新时代文物背后的故事,7月3日,四川博物院“大篷车”流动博物馆来到泸州市叙永县,为当地群众送去“传承红色基因 牢记初心使命——川陕革命根据地红色文物”流动展览。

本次展览展出了80余件川陕革命根据地时期的文物实物及130余件图文资料。活动现场还设置了书画体验、拓片制作、古代体育游

戏等互动项目,同时现场还通过直播把叙永县的“五黑一绿”土鸡、绿壳土鸡蛋、香肠腊肉等特色农副产品,扎染、苗绣等非物质文化遗产创意产品,推介给了广大网友,帮助当地群众脱贫增收。

据了解,四川博物院“大篷车”流动博物馆成立于2009年,足迹遍布部队、厂矿、学校。目前,四川博物院“大篷车”流动博物馆的服务已覆盖省内46个城市。

菜老菩头汤

沈诗琦

“芳菲歇去何须恨,夏木阴阴正可人。”夏天,对于诸暨人来说,是一年一度、过期不候的菜老菩头汤季节。

诸暨人所推崇的菜老菩头汤就是干菜熬成的汤。干菜大多由新鲜蔬菜经日晒晒制而成,或晒干后再以盐腌渍而成的,如干豆腐片、茄子干、南瓜干、干豆角、雪里蕻等。别看干菜看起来褐乎乎、皱巴巴的,一根根、一片片蜷缩着挤在一起,外观实在不甚吸引人。但其实一入口,便会顿感它的爽脆鲜香。从烹饪方法来讲,无论烧、炒、炖、扒,都脆嫩鲜美,与荤菜菜肴搭配,相得益彰,令人回味无穷!

诸暨人最常用的干菜主要是由大叶芥菜制作而成的。芥,其性辛热而散,故能通肺开胃,利气豁痰。菜老菩头汤中所用的菜老菩头便是由芥菜的茎晒干腌渍的,因其纤维组织细密绵长,故而很有嚼头,传说能嚼上七七四十九遍,直嚼得人口舌生津、神清气爽。

家乡有谚语云:“三日勿吃干菜汤,脚里有些酸汪汪。”对于诸暨人来说,防暑生津的菜老菩头汤是夏日里的不二选择。这道汤不仅独具鲜香,更有开胃功效,做法也并不复杂。先把菜老菩头扔进清水里,待其自行浸涨开来,随后丢入锅中,注入清水,以大火烧开,此间可以准备配料:一点姜丝、一把河虾、一匙黄酒。就如此熬着,看着汤滚起一个个大泡泡,咕嘟咕嘟的声音不绝于耳,熬到菜汤由清转褐,浓郁的香气钻入鼻腔,投入配料即成。炎热的夏季,咸香的汤水最能补充人体内因出汗而缺失的盐分,干一碗菜老菩头汤,清爽的汤水顺食道而下,在肠胃里穿行、鼓荡,喝得人浑身舒畅,哪还想起“苦夏”一说。

一间屋,一张桌,三五个朋友,三五碗汤,闲适的氛围让喝汤也显得别有趣味。记得多年前曾有友人邀我去诸暨喝一碗菜老菩头汤。当时尚未识得此汤的我不由发问:“那是什么汤?”他们纷纷发出“吓”的声音,打趣我道:“夏天必喝菜老菩头汤,难道夏天还没敲你家的门?”

鸣夏

张成林(江苏)摄



2020“寻美乡村·乐游眉山” 乡村旅游季启动

本报讯(记者 胡桂芳 实习记者 袁矛)为贯彻落实中央、省委、市委关于夺取抗疫和经济社会发展双胜利系列部署,重振眉山文化旅游发展信心,重塑“文化眉山 美丽乡村”形象,推动“安逸走四川 好要在眉山”行动,7月4日,由四川省眉山市文化广播电视和旅游局、眉山市农业农村局、眉山市总工会等联合主办的2020“寻美乡村·乐游眉山”乡村旅游季活动启动仪式在该市青神县汉阳湖景区举行,活动将持续到9月5日。

据悉,本次活动期间将举办启动仪式、7场主场和10余场分场活动、摄影/短视频/游记3场大赛、颁奖仪式等,每场活动都植入竞技比赛、现场直播、电台主播“公益带货·扶贫助农”等方式,寓教于乐的同时,打造乐游眉山好吃好耍新模式,吸引广大成都、重庆及周边市州游客、工会会员体验眉山乡村旅游,宣传推介眉山乡村旅游和特色农副产品,助农增收,刺激眉山文旅经济的发展。

据了解,结合眉山乡村旅游特色,眉山市文广旅局还精心推出9条全新的眉山乡村旅游精品线路产品,供广大游客选择。

大观园

【第298期】

“竞妍——清代中日伊万里瓷器特展”亮相成都博物馆

本报讯(记者 漆世平 实习记者 李林暄)近日,成都博物馆与东莞展览馆联合举办的“竞妍——清代中日伊万里瓷器特展”在成都博物馆三层临展厅正式开幕。168件(套)东莞展览馆中日伊万里瓷器,再现了古代海上丝绸之路之上东方文化与世界文化的交流、碰撞与融合。

记者在现场看到,展览通过序章以及三个单元串联起关于伊万里瓷的往昔故事。“青花矾红彩山水纹棱口盘”“青花矾红彩折扇花卉纹将军罐”等典型日本伊万里瓷,呈现了日本伊万里瓷从诞生到兴盛的外销历程与艺术风格演变脉络,“青花矾红彩描金花卉纹扇形盘”“青花矾红彩描金芦雁纹盘”等展品,则集中体现了“中国伊万里”纹饰之精美丰富及其与日本伊万里瓷的差异。“青花矾红彩描金徽章纹盘”“青花矾红彩描金花卉纹咖啡壶”等多样化的外商定制器形与纹饰则反映出瓷器承载的文化交流与融合。据了解,展览将持续至10月11日,全程免费向公众开放。

成都“抗疫”主题 职工书画摄影展开展

本报讯(记者 胡桂芳)7月4日,由成都市总工会、中建三局西南分局工会联合举办的“抗疫”主题职工书画摄影作品展在天府新区秦皇湖畔举行。展览共分为“同声相求”“同舟共气”“同舟共济”3个展区,作品展现了火神山、雷神山医院建设及成都区域防疫复工中涌现的动人瞬间和作者发自肺腑的感怀。展览现场,职工志愿者、100余名书画爱好者与艺术家们同台挥毫泼墨、丹青共赏。据悉,该展览将持续至7月10日。

“文艺是最好的交流方式,欣赏文艺作品,参与文艺创作是广大职工美好生活需要的重要组成部分。”成都市总工会相关负责人表示,在今年的新冠肺炎疫情防控斗争中,中建三局西南区域职工“逆行”建设火神山、雷神山医院和多个方舱医院,展现出始终对党忠诚、始终听党召唤、始终勇于担当、始终使命必达的精神风貌,令人钦佩和动容。