

2018年7月14日

编辑:康辰辰

大观园

【第123期】

年轻人怎样定义“文化”

张熠

年轻人的狂欢

“你所扮演的角色别人也喜欢,就会很有共鸣感”

近日,在第十四届中国国际动漫游戏博览会上,coser通过自制或购买特定的服装和道具,用化妆、外形、行为、语言等表现方式在展会上重现动漫游戏角色,以表达自己对这些角色的钟爱。

除了日本动漫,近年来,国漫中

的人物也成了年轻人的追捧对象。从《大圣归来》《大鱼海棠》到《狐妖小红娘》《秦时明月》《全职高手》,“国漫”在年轻群体中的热度一直居高不下。去年发布的动漫产业大数据显示,中国互联网漫画用户达9725万,国漫比日漫更受95后、00后欢迎;点击破亿

作品中,国产原创漫画占90%以上,人气榜前列也多数都是国产漫画。

动漫这种年轻人喜闻乐见的表达方式,或许能为传统文化找到一条全新的表达之路。丰富的传统文化资源势必能为动漫作品提供源源不断的创作灵感。在国漫发展之路上,前有取材于《西游记》的上海美术电影厂经典之作《大闹天宫》,后有源于《庄子·逍遥游》的动画电影《大鱼海棠》。我们有理由相信国漫必将前景大好。

古风的“传统”

“喜欢古风音乐或汉服是再普通不过的生活方式”

如果说cosplay或动漫强调的是年轻人中的“新潮”一面,那么创作“古风”音乐、穿汉服则呈现了年轻人的“传统”一面。

打开B站(网站:哔哩哔哩),刚放暑假的小夏热门熟路地找到“音乐”类目下的“古风”标签,沉浸其中。她的手机中存了许多古风音乐,有古风歌手音频怪物、河图、晃儿等

人的作品,“古风音乐意境优美,令人仿佛回到一个古色古香的、快意恩仇的时空”。在B站上,“古风”标签下的原创音乐多达数千首,热门曲目点击量甚至高达数百万,无不弹幕满屏。这些词曲都带有中国韵味,讲究复古风格与古典审美情趣的古风音乐,在网络上掀起一股音乐潮流。

“古风音乐的词往往和古代的汉语、传统的思想挂钩,用婉约的、耐人寻味的东西去表现情感,古风音乐的意境能让人感受到重回田园、重回战场、重回家国梦。”古风作曲家丢子解释道。如今,古风音乐爱好者的规模正在不断扩大。2016年,在鸟巢举办的国风音乐盛典吸引了将近5万名古风音乐爱好者。这些年轻的亲历者最推崇“古风”那种难以诉诸语言的中国式美感。在他们的不懈努力下,一种全新的音乐风格逐渐为世人所知。

文化消费需求

“过了这个村就没这个店,限量版买到不易”

而在每一个瞄准年轻人的动漫展会现场,cosplay、动漫粉丝、游戏迷、古风音乐爱好者,这些看似跨度颇大的标签可能会毫无违和感地出现在同一个人身上。年轻群体在重新定义他们的文化的同时,也衍生出文化消费上的惊人需求。

刚刚结束的第十四届中国国际动漫游戏博览会,公众板块活动现

场交易额达1.74亿元。年轻观众除了乐意为印刷品、模型、服饰、生活用品等动漫周边埋单,大量受访者还对“中国传统文化”和“动漫主题旅行”抱有浓厚兴趣。他们乐于接受将动漫游戏文化与其它形式文化嫁接在一起的文化消费新模式,对动漫小镇的开发等文旅结合新形势抱有相当大的期待。

在青少年中,动漫是最为通用的话题,因而去动漫会展“逛逛”更是一种重要的社交方式。调查显示,15岁以下受访者往往会结伴一起参加名人偶像见面会、购买限定品和特殊展品。从线上到线下,独乐乐不如众乐乐。对于动漫迷而言,展商纷繁、新作云集的动漫展会,正是他们寻找知音的重要线下空间。

走进这群正在定义“文化”的年轻人,认识年轻人的文化,打造具有标识度的国漫品牌,依旧大有可为。(据《解放日报》)

脱贫攻坚题材话剧《高腔》惊艳蓉城

本报记者 陈早先

“艺术地教授了很多很好的乡村工作方法,为第一书记立了言。”“给我印象最深刻的是鲜活、接地气的对白,让我感到十分亲切。”7月10日,四川省首部脱贫攻坚题材大型原创话剧《高腔》登陆蓉城,在观众中引起强烈反响。

四川味儿的脱贫攻坚故事

话剧《高腔》由四川人民艺术剧院创作演出,编剧李扬舟、孙梦竹根据著名作家马平的同名小说改编。以两个贫困户在化解宿怨的过程中寻觅花田沟产业发展之路为主线,着力塑造了以米香兰、牛金锁为代表的新农村青年群体和第一书记丁从杰等人物形象。

四川文化元素贯穿全剧始终。对白是四川方言,剧中有机融入了川北薹草锣鼓和川剧武旦表演程式。“牛金锁”就是以广安市柑子镇桅子村经营小花圃的单身汉为原型,“花田沟”则以南充市仪陇县安溪湖村和遂宁市蓬溪县拱市村为原型。

一唱众和的脱贫攻坚壮歌

面对脱贫攻坚这一宏大主题,《高腔》勇敢地将从具体的困难和矛盾切入。一开场的村民大会上,群众的质疑、干部的不认真以及部分群众之间的矛盾就鲜明地呈现出来。

如何落实脱贫攻坚的政策?怎么打动员贫困户的内心?帮扶干部们实干、苦干加巧干,改变了贫困乡村的面貌也唤醒了贫困户对美好生活的向往。

两年过去,在大家的共同努力下,花田沟呈现出一派欣欣向荣的景象。而花田沟前进的每一步,都赢得台下热烈的掌声。

戏曲高腔的特点是表演质朴、曲词通俗、一人唱而众人和。自此,“高腔”这个带有点儿迷惑性又饱含戏剧色彩的隐喻引领着观众直指话剧主题。

边巡演边提升打磨

自5月以来,该剧在达州、宜宾、内江等地巡演。巡演过程中,剧组听取当地观众,特别是基层干部的观感,不断进行提升打磨。该剧主创表示,成都演出的版本就是打磨提升的升级版,接下来该剧还将进一步完善,并展开全国巡演。

许多驻村第一书记看完后纷纷点赞,认为该剧反映了他们当前工作的实际情况,对脱贫攻坚一线工作具有现实指导意义。

“这也体现了话剧《高腔》的创作初衷,就是反映脱贫攻坚这个伟大的时代任务。”四川人民艺术剧院院长罗鸿亮说。

静待

周文静(山东) 摄



北京儿艺邀听障儿童观看儿童剧《灰姑娘》

北京儿艺一直希望把最好的剧呈现给所有的儿童、所有的观众。她表示,希望通过这次活动,让孩子们知道自己是被全社会关爱的。

一位家长表示,“希望孩子能像灰姑娘一样拥有善良、坚强、乐观的态度,成长为一个健康、积极乐观的好孩子。”(据《北京青年报》)

近日,北京儿童艺术剧院打造的经典儿童剧《灰姑娘》公益观剧活动在首都剧场举行。百余位来自北京健康翔学校的听障儿童及其家人走进剧场,一同感受《灰姑娘》带来的温暖与关爱。

北京儿童艺术剧院的孟奕表示,每个人都有去享受、热爱戏曲艺术的权

利。北京儿艺一直希望把最好的剧呈现给所有的儿童、所有的观众。她表示,希望通过这次活动,让孩子们知道自己是被全社会关爱的。

一位家长表示,“希望孩子能像灰姑娘一样拥有善良、坚强、乐观的态度,成长为一个健康、积极乐观的好孩子。”(据《北京青年报》)

“C位”该是什么位

郭超

每隔一段时间,媒体上总会出现一两个爆款综艺类节目,各领风骚一两年,然后跟风者众,最后归于沉寂。今年的爆款是两个选秀类综艺节目。随之诞生了一个流行词“C位出道”。“C”是英文单词center的缩写,“C位”是中间位置、重要的位置的意思,该词尤其是在明星艺人当中尤为明显,在娱乐圈里,“C位”是大咖位,是对艺人实力的最好证明。“出道”本意为初次登场,是对于歌手专用词汇。“C位出道”的意思则为形容某个歌手艺人在团体中的实力很强,作为团队灵魂中心人物被大家所关注。

其实,“C位”并非今年才流行起来。只要稍微留意,你就会发现,近几年有不少的娱乐新闻被冠以“C位”之名。比如在某个明星慈善夜,几个明星在合影时“抢C位”;在某电影发布会合影时,某个打酱油的女配角占了主角的“C位”。

明星在意“C位”,粉丝也在意“C位”,人们对“C位”的推崇,甚至到了病态的程度。在一个大型活动的官方海报上,往往会出众多明星,谁在前、谁在后?谁居左、谁站右?谁名字大、谁名字小?这些问题让主办方挠头不已。

有人感慨,早些年演员合影,并没有“C位”之说。合影时大家互相谦让,德高望重、年资较长的人往往在大家的推举下站在中间。可是,如今演艺圈的某些人连这一点廉耻都不顾了,谦让一下都不会了,无论出自真心还是假意。

其实,“抢C位”与文艺界的许多乱象是相伴而生的。演员拍戏用替身,自己甚至不到场;不想怎么把戏演好、把角色塑造好,总是想着怎么炒作,怎么上头条;霸气不体现在塑造形象上,而是体现在走红毯时“抢C位”的功夫上。在超高

人气和真金白银面前,“C位”可不只是一个位置那么简单。当下,演员天价片酬的现象尤为突出,去年,四个行业协会联合发布了《关于电视剧网络剧制作成本配置比例的意见》,目标直指影视剧天价片酬现象。这在一定程度上有利于遏制明星片酬无限膨胀,防止过分夸大“粉丝经济”的力量。可是,要想根治文艺界的乱象,需要令行禁止,更需要理性引导。粉丝对影视明星的盲目追捧,是明星追逐“C位”从而赢得更多利益的土壤。引导粉丝理性追星,培育风清气正的网络环境和社会氛围,不是一日之功。

同时,我们要认识到,明星不仅是一种经济现象,更是一种文化现象。明星的生产是一种符号意义的生产,对社会文化、社会生活有着巨大的影响力和渗透力。那些具有巨大经济价值的明星,对我们的社会、文化产生的影响不可小觑。他们的不良言行,也会受到严苛的监督。

古人言,“德不配位,必有灾殃”。那些只知道求外在排位,而不加强内功修炼的明星,对社会传递的是经济至上、娱乐至死的观念,无视社会责任和社会效益,他们迟早会被人们忘记,被粉丝抛弃。在历史长河中和老百姓心里,他们是没有位置的,而那些兢兢业业的老艺术家们,他们站在哪里,哪里就是“C位”。



伏日酱豆香

梁永刚

酱豆是乡间一道历史悠久鲜美可口的传统美食,其用料考究,要以上等的黄豆为主料;工艺复杂,须经拣豆、煮豆、拌豆、晒豆等多道工序,每一个环节都不能出现问题,否则就会影响酱豆的质量。制成后的酱豆鲜香醇厚,老少皆宜,是餐桌上一道咸淡适宜极具特色的美食,深受人们喜爱。除了可以满足自家一年四季佐餐食用,酱豆还当作礼品馈赠亲朋好友,传递着浓浓的亲情和乡情。

制作酱豆的过程俗称为“晒酱豆”,一个“晒”字道出了制作酱豆的主要秘诀。一年中能够晒制酱豆的日子屈指可数,酷暑盛夏三伏天是最佳时机。三伏天太阳毒气温高,也就迎来了晒制酱豆的黄金时间。此时,地里没什么农活儿,农人们可以挂锄歇上十天半月,于是家家户户都忙活着晒酱豆,随便走进一户农家,入眼就能看到大大小小的酱豆盆,不失为乡村里一道亮丽的风景。

旧时的乡间,庄户人家都缺盐少油,一碟鲜香适口的酱豆是农家餐桌上的“尤物”,调剂着寡淡无味的寻常生活。门前屋后种的那点儿时令蔬菜往往接不上季节,更多时候需要一日三餐就着咸菜下饭,故而家庭主妇们便把晒酱豆视为农家生活的一件大事,哪怕日子过得再清苦,只要守着几盆酱豆,心里也就有了十足的底气。在乡间,农人们还把能不能晒出一盆好酱豆,作为评价巧妇的一个重要标准。那些连酱豆都做不成的村妇,往往会被村人嘲笑,视为不会过日子的“反面教材”。

三伏天的乡间,几乎家家户户晒酱豆,一个个蒙着薄纱盛满酱豆的陶盆,或高高擎在院墙之上,或稳稳居于屋檐之下,或散放庭院之中,静如莲花,沉默不语,仿佛正等待着主人揭开面纱酱香扑鼻的庄严一刻。有时一阵风吹过,吹乱了陶盆的矜持,惊扰了酱豆的酣梦,于是那丝丝缕缕的醇香过柴门,穿小巷,在村庄里弥漫开来,或者说,整个村庄都浸在酱豆浓郁醇香的香气之中。即便你只是一个过路人,酱豆的香味也会出其不意地钻入你的衣

衫,染香你的一段旅程。

乡谚说“富人一本账,穷人一盆酱”,在昔日生活拮据的乡间,一盆色香味俱佳的酱豆是农家餐桌上的主要菜肴,也是一道受人喜爱的下饭咸菜。母亲常说,菜是引食草。想下饭必须有菜,但菜只是个引子,多少不拘,好赖都中,饭是主食,菜是副食。酱豆的吃法很多,蘸馍就饭,炒菜掺拌,下酒佐餐,可谓是五花八门,应有尽有。酱豆冷热皆可入味,冷食时有一种原汁原味的鲜香,用勺子从坛子里直接挖出,淋上几滴小磨香油,看上去色泽明亮,闻上去香味盈鼻,吃起来满口生津。热食须经热油锅烹制而成,俗称“熟酱豆”。烹制熟酱豆的过程并不复杂,在炒菜锅里倒上一些油,放入葱花、大蒜爆炒,然后用勺子往热锅里舀上几勺酱豆,不停翻炒后,加适量小火慢炖,待炖至黏稠即可出锅食用。因酱豆保持了黄豆弥久纯正的清香本质,又具有酱香浓郁的口味,农人们还将其作为佐料,通过与其它时令蔬菜混合,经过炒、焖、烧、烩后,加工成一道道清香郁郁特色独具的菜肴,调配着农家的一日三餐。美味的酱豆能下饭,亦是下酒的小菜,乡间不乏好饮之人,囊中羞涩买不起好酒好菜,却一点也不影响喝酒兴致,一碟寻常的酱豆,几盅廉价的大曲,也能喝出庄稼人的闲适自在。

母亲每年三伏天晒制的酱豆,合着一日三餐的粗食淡饭,不仅养育了我们一家人,还伴随我走过了艰苦的童年和少年。后来我渐渐长大,离开故乡进城上学,继而参加工作,岁月更迭,物是人非,始终不变的是我喜食酱豆的习惯。如今,母亲老了,再也没有气力为我晒制酱豆了,我想吃的时候就跑去超市买上一瓶,很是方便。吃来吃去,却怎么也吃不出当年融入我生命中的浓郁酱香。我终于明白,那浓浓的乡愁,只能蕴含在母亲亲手制作的酱豆里,这种亲情的味道是其它酱豆所不能代替的。

食坊闲话