

观察

碰撞

耿银平

停办三大晚会 呼唤大众娱乐时代

双拥晚会、公安部春晚、文化部春晚和央视春晚被称为“春节四大晚会”。20多年来，前3台晚会与央视春晚一样，已成为中国人春节文化的一部分。今年，“中国春节四大晚会”中只剩下中央电视台春晚晚会一棵“独苗”，其他3家今年“暂停”。荧屏少了3台晚会，并没有减轻今年春节的喜悦，反倒给观众们减了负，有更多时间享受其他娱乐。至于由此节省下来的办晚会经费，应该不是一个小数字吧？

虽然当下的艺术发展进入了“眼球娱乐时代”，借助“网络出名”、“电视成名”就可以速造出“著名艺术家”，眼球传播成了最权威、快捷的艺术手段，可不要忘了，对于和柴米油盐酱醋茶亲密接触的民众而言，艺术舞台再大，也没有社会舞台、群众舞台宽广、诱人、亲近；娱乐效应再灿烂，终究缺乏群情激动的人气、地气和现场感。

尤其是“眼球娱乐”太多，电视艺术产品增加了更多的功利性、投机性，春晚平台成了一些艺人的“梦想发动机”，充斥着虚情假意，嗲声嗲气，观众早就产生审美疲劳了。尽管“央视春晚”每年不乏精彩节目，观众喝倒彩的总是不断，就是最好的证明。

所以，国家“停办三大晚会”，绝对不是为了打压文化发展的“百花齐放”，而是对文化发展的实事求是的科学引导。真正的文化和艺术，仅仅满足于“眼球娱乐定位”、“关门表演”，是不够的，还应该走下荧屏，走向群众；走出虚拟空间，走向广阔的充满汗水泪水和泥水的社会大舞台。好节目不但要受到评委的赞誉，更要受到各界观众的“充满泥土味的社会好评”。让更多文化充满基层温度、群众热度、泥土湿度以及饱满的真诚度，这才是各种艺术品最应该具有的精神内核和公共情怀。和群众心灵相通、情感共振，与民同乐，文艺才能成为改善社会面貌和精神风度的壮美力量。



来源：《重庆商报》

回想往年春节，连一个小小的县级市都搞所谓的“春节晚会”。与此同时，街头文化和民俗活动“面黄肌瘦”的，缺乏群众喜闻乐见、形象生动的文化活动，群众想看一场“现场版文化大戏”，已成了一种艺术奢侈。不少地方的地方剧团无法生存，不少戏剧演员不得不改行当商贩。这种舍本逐末的文化发展倾向，早就该及时扭转了。

网友的期望也证明了这一点，“电视里播的挺热闹，就是没几个人看。实际春节期间的每一天都有很多传说和故事，为什么就不能把这些寓意美好的东西搬到街头、巷尾、广场、公园，全民同乐？”“春节期间组织一下企业、社区、村组的文体体育活动，像篮球、乒乓球、拔河类的活动，可增加春节氛围，对民族凝聚力也很管用”。“‘春晚’应该多样化、群众化，反对商业化，决不能成为明星‘走穴捞钱’的平台。”民声不可违啊。

比如赵本山的刘老根大舞台，就是一个成功的例子。本山传媒将沈阳中街的“刘老根大舞台”打造成了东北二人转的最高殿堂和旗舰剧场。每天晚上，这里都是灯火辉煌、笑语连天，都有“赶大集、过大年、看大戏”的欢乐气氛。剧场外立面的三层，设置了一个“毛驴拉磨”的标志性景观。在“毛驴拉磨”下面的“快乐广场”上，演员们会同时扭起欢快的东北大秧歌。这种扎根大地的文化思路，很值得借鉴。

多一些这样的“草根艺术”、“大众娱乐品”，多一些和群众时刻互动的艺术，充分尊重群众艺术感情的艺术，我们的文化才能具有黏稠的泥土味、汗水味以及社会潮声，才能得到真正的发展和繁荣！

神州

“90后”在说什么？



聚焦

张意轩 任甜甜

追求新潮，崇尚自我，张扬个性、非主流……哪个是你心目中“90后”的形象？

“90后”，是“80后”的派生词，指1990年1月1日至1999年12月31日出生的一代中国公民。由于中国实行计划生育政策，“90后”普遍为独生子女。

从“70后”开始，中国代际都曾获得过“垮掉的一代”的称号。作为出生于中国经济迅速发展时期的“90后”，也继承了“世袭”的头衔。

那么，“90后”在说些什么？他们追求的时尚又是什么？或许，跟你想象中不一样。

爱“东方姑娘”和“致青春”

当“70后”和“80后”在劈天盖地地批评和指责《新笑傲江湖》的种种不是的时候，以学生为主的“90后”却为“东方姑娘”所倾倒。《新笑傲江湖》自开播后收视率一路飘红，甚至一度破3。

虽然“70后”和“80后”纷纷“吐槽”《新笑傲江湖》的“雷人”之处，“90后”却不以为然。据人人网年度数据报告显示，《新笑傲江湖》成为“90后”2013年最钟爱的电视剧，连续4个月居热词提及率之首。

分析人士表示，对于深受漫画和网络游戏影响的“90后”来说，大义凛然和荡气回肠不再是“武侠”二字的注解。武侠可以是敢爱敢恨的言情偶像剧，也可以是可具象化参与的网络游戏。对于社会上已经固有的概念和判断，他们并不盲目遵从，他们有自己的喜好并喜欢明明白白地表达出来。

不过，也有意料之外的。

《小时代》被认为是作家郭敬明献给“90后”的青春祭，其最大的目标受众正是“90后”年轻人。继“70后”和“80后”热血、残酷的青春影像之后，“90后”年轻人的群像生活第一次被《小时代》全面地搬上了大银幕。而电影《致我们终将逝去的青春》讲述的是“80后”那代人的理想和爱情。出乎意料的是，《致青春》以更广泛的受众群获得了更大的追捧，提及率是《小时代》的1.4倍。

中国人民大学社会学系副教授王水雄认为，《新笑傲江湖》迎合了1990到1995年出生的“90后”们无厘头的心态，让他们可以吐槽或痛批，或者在颠覆经典中找到一种心理满足感；而对于“95后”，特别是靠近“00后”的“90后”来说，《新笑傲江湖》迎合了“90后”不断自我强化的偏好，他们可能会更加入迷。

而在南京大学社会学院副教授胡小武看来，“90后”的文化趣味或影视审美出现了一种娱乐化倾向。同时，随着“90后”慢慢地接触社会，他们可能会拒绝表层的赤裸裸的物质主义的生活方式。

追求个性不忘自我娱乐

“不明觉厉”、“十动然拒”、“人艰不拆”、“喜大普奔”、“累觉不爱”……这些是在“90后”话语里经常出现词汇。在网络上，“90后”正在用他们自己的思维和观点告诉这个世界他们的生活方式和存在价值。他们是网络时代的“新人类”和“创新者”。

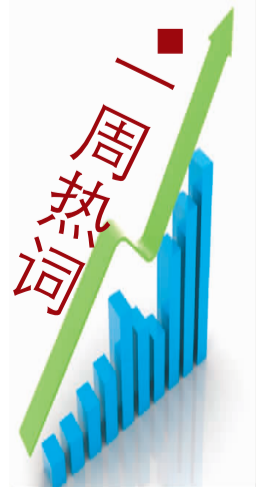
在超过75%的活跃用户是



2013年流行的网络热词

海外综艺节目

随着《爸爸去哪儿》等节目的火爆，国内电视综艺节目的网络版权费厮杀日益激烈，搜狐视频转而开拓海外综艺节目的蓝海。日前正式宣布引进美国王牌综艺节目《周六夜现场》。这是该节目开播39年来首次正式登陆中国市场。这部美国电视史上最长寿的综艺脱口秀节目进入中国之后，每周将与NBC同步更新。《周六夜现场》自1975年开始播出，以谈话形式结合时下热门新闻进行娱乐与吐槽，一直人气很旺。由它捧红的演员及主持人堪称“美国娱乐名人堂”。



据人人网统计，“90后”更喜欢电影《致我们终将逝去的青春》

“90后”的人人网上，这一点体现得更为明显。其统计数据显示，这些网络热词在2013年人人网热词月传播统计中均达到数万次数以上，且累计传播趋势呈上升趋势。

以“十动然拒”为例，这个产生于人人网的词汇，在2013年8月的提及率高达24304。“90后”面对挫折和失败时，不再是借酒消愁、郁郁寡欢，他们更喜欢以娱乐自己、自我解嘲的方式来排解负面情绪。

对此，胡小武分析表示，在网络热词的传播群体中，“90后”可以算得上是首席话语群体。作为网络时代成长起来的一代新人，他们更加时尚，更加贴近时代脉搏。而这些灵光乍现的创意通过网络的平台发酵和传播，也推动形成了当下年轻人特有的网络文化。

王水雄则认为，随着网络互动的发展，新词在同龄群体中有着广泛的使用率和较大的传播范围，同时这些词较好地抓住了一些新闻热点和社会趋势，不无调侃、讽刺、搞怪、无厘头和“颠覆传统”的色彩。但大多数词汇会随着青年群体步入社会而逐渐淘汰掉。

互联网时代的原住民

“90后”一代是伴随着互联网成长起来的一代，作为信息时代的优先体验者，互联网在他们的成长中起到了重要的作用。相关专家分析表示，作为

跨屏

中国互联网视频行业的较量正在日趋白热化，谋求转型正在成为视频网站在新年的努力方向。在移动互联网快速发展的背景下，多屏互动和全线性移动端布局，也正是视频网站的新方向。继苹果、安卓的手机与平板电脑端的产品之后，迅雷看看日前正式发布了其基于电视端的看看TV。业内人士表示，在4G牌照发放的背景下，实现电脑、手机和电视的多屏联动将成为视频网站抢夺观众眼球的突破之路。

非遗

政府主导、企业投入、公众参与

的非遗保护模式一直备受肯定。作为这一模式的先行者，“BMW中国文化之旅”又迎来了一次成果展。日前，BMW（宝马）携手中国艺术研究院（中国非物质文化遗产保护中心）在北京举办为期5天的2013“中国文化之旅”回顾展，为公众铺开一幅瑰丽多彩的文化画卷。本次展览荟萃了2013年文化之旅两条线路上的非物质文化遗产精品，从巧夺天工的景德镇制瓷、婺源三雕、鄱阳脱胎漆器等手工技艺，到充满浓郁地方风情的金溪手摇狮、南丰跳傩，展览内容涉及瓷、雕、糝、伞、戏、道、药等多个分主题。数十位资深传承人亲临现场进行技艺展示，全面生动地展示了中国传统文化魅力。

至于台湾电影，在内地普通观众眼里，还很遥远、陌生，很多人甚至还处在“李安是台湾人，他的《少年派》为国争了光”的认知层面上，此不赘述。在张艺谋、冯小刚这两位电影领军人物摊上大事的背后，是国产电影，尤其是商业电影青黄不接的断代危机。也许大家都该静下心来，为国产电影的未来想一想出路。



史兴庆

最近，电影圈很热闹，先是张艺谋超生，后是冯小刚骂人，两大领军人物都“摊上大事了”。超生事件，足以让张艺谋走下众人景仰的“神坛”；骂人事件也是如此，冯小刚在很多人眼里依然“率性”，却未必那么“可爱”了。

我们知道，商业大片的票房往往是靠大导演和大演员来支撑的。一时的吵吵闹闹，可能短期内会拉动票房上涨；但从长远来看，如果这大导演在公众眼里“自毁长城”，口碑不再，那对商业片的发展是不小的打击。

有人说还有艺术电影。诚然，早年张艺谋的新民俗电影、冯小刚的贺岁喜剧，都给国产电影带来过辉煌。但从近年情况看，张艺谋拍商业大片间隔里拍出来的艺术片，反响平平；而冯小刚在远离贺岁喜剧多年后重操旧业的《私人订制》，更是干净利落落地得了个差评。指望这两位能梅开二度，引领国产电影再攀艺术高峰，怕是有点悬。

这俩领路人摊上了大事，也让国产电影青黄不接的痼疾凸显出来。

我们知道，第五代导演之后，也有所谓的第六代、第七代，但那更像是一种习惯成自然、顺了嘴儿的说法。无论第六代还是第七代，虽然各有各的成就，但都缺乏老一代导演那种社会影响力。有些第六代导演不齿商业片，而投资者对他们也不“感冒”，互相排斥，走不到一块儿；主旋律影片同样如此。两条路都走不



通，就只有艺术电影上的追求了，但在艺术上又失去了早年的感觉和冲劲儿，难以弄出“大动静”来。

第六代里，贾樟柯、陆川、宁浩，这哥仨是最活跃的，也颇有些观众缘儿，但，不可否认的是，这新哥仨，比张艺谋、冯小刚、陈凯歌这老哥仨，无论商业影响，还是个人魅力，都不是一个档次。

第七代里，也不乏能拿到千万投资、年轻有为的，但尚缺少必要的艺术磨砺和生活积淀，大多作品既看不到像前辈那样“力透纸背”的功力，也欠缺电影来造梦或反映现实、透视人性的火候。

香港电影要好一些，王家卫、陈可辛、成龙、刘德华等一大帮导演和国际巨星，还支撑着门面，而且，还有新的票房增长点出现，比如，近年来甄子丹就从从不火“打入了”巨星行列，票房上能独当一面；“老妖”徐克玩起了3D电影，效果还不错；还有古天乐、谢霆锋、吴彦祖等中生代，虽然个人票房号召力有限，“单打独斗”不行，但在同一部影片里“抱团”，倒也能赚钱。但，新世纪以来，港片的春天始终没有真正到来，只不过开发出了内地市场，生存状态好了一些。香港导演“新陈代谢”的不平衡状态，也并不好于内地，新人崛起之势，远抵不上前辈的衰退速度。演员更是如此，基本上还是靠那几张老面孔“打天下”，都“奔六”的人了，还在银幕上跟小姑娘谈恋爱，而且，恐怕还得谈下去，因为投资方和观众已形成了心理定势，不看到那几张熟悉的面孔，不掏银子。

至于台湾电影，在内地普通观众眼里，还很遥远、陌生，很多人甚至还处在“李安是台湾人，他的《少年派》为国争了光”的认知层面上，此不赘述。在张艺谋、冯小刚这两位电影领军人物摊上大事的背后，是国产电影，尤其是商业电影青黄不接的断代危机。也许大家都该静下心来，为国产电影的未来想一想出路。