

上周,有两大新闻恐怕能在今年的中国文化新闻榜单上留个名次。其一,正在热映的游戏改编电影《魔兽》在华票房正式突破十亿元大关,成为年内最圈钱的奇幻电影作品。其二,上海迪士尼乐园正式开园,门票早在两周前就销售一空。

说到这里,可能有的读者会奇怪,游戏改的电影、以动画形象为主题的游乐场,这算是文化吗?的确,虽然迪士尼乐园被定义为“重要文化产业”,虽然为《魔兽》和迪士尼买单的主力军是当今中国最有消费能力的80后、90后成年人,但在很多人的观念中,迪士尼所生产的米老鼠唐老鸭,依然不过是“骗小孩子的玩意儿”。《魔兽》的命运则更惨,倒回几年前,沉迷于这玩意儿还是一桩需要被家长带去找陶教授谈心,甚至找杨教授电击治疗的“病”。

其实,稍微懂一点文化史的人都会知道,所谓“文化”其实是一个不断发展的概念,一种新的文化门类在诞生之初难免会遭受白眼甚至打压,这几乎是世界通行的规律。在中世纪,欧洲人对“文化”这概念一直卡得很严,规定只有《圣经》和《荷马史诗》这样的名作在装订时才能采用“对开本”的形式,被装订成真正书的样子。小说、戏剧这些下九流的“非文化”产品,都只能像今天的演草纸那样从上方装订,一看就不把它们当盘菜。然而,到了17世纪,英国出版商偏偏冒天下之大不韪,把一本戏剧集装订



【所谓潮流】

《魔兽》与迪士尼：80后文化的『独立宣言』

□王昱

今年端午节,杭州一游乐园举行了一场特殊的毕业典礼。10对即将毕业的大学生情侣身裹粽叶,在大庭广众之下玩起“滚床单”的游戏。通过这种仪式,他们宣誓以后遭遇大风大浪也绝不分手。此举招来外界的诸多非议,甚至引来了“伤风败俗”的指责。确实,在端午节用这种方式上演一出“露肉”大戏,看客难免会觉得不伦不类。

追求爱情的忠诚和坚贞自然是美好的,但这与端午节风马牛不相及。作为历史悠久的传统节日,端午有着深厚的文化内涵,从最初的祭祀到后来的纪念屈原,再到民间的驱病辟邪,种种寓意,都跟“滚床单”毫无关系。甚至有学者写文章说,端午节属于九毒日之首,应“节欲安阳,最忌行淫”,若果真如此,该活动真是貽笑大方了。更何况,商家的目的其实很明确,作为“端午民俗套餐”的一部分,这种奇葩搞怪的节目不过是一个噱头,用来吸引眼球,来获得更大的客流量。于是,端午节被消费了,传统文化被利用了。如果屈原复活见到此情此景,可能又要忧郁地转身跳江了。

对于传统节日的炒作,近年来并不少见。在消费主义时代,各种文化都被拖上了商业的马车。商家端午卖粽子、七夕卖鲜花、中秋卖月饼,这些行为都无可厚非,毕竟并未远离节日的文化内涵,我们要警惕的是过度的商业化和娱乐化。大庭

【第三只眼】

文化的砖,别随意搬

□魏新丽

广众之下,用粽叶包裹的半裸身体拥抱在一起,这完全是为了获得娱乐的效果,它颠覆了节日的文化内涵,瓦解了节日的严肃性,挂着端午的名头,却把这千年的节日当做消遣和炒作的由头,参与者缺乏对文化应有的尊重。

每一个传统节日都保留着传统文化的密码。节日的形成是基于一个族群共

成了对开本的样子,此举气得尊贵的坎特伯雷大主教先生在写给友人的信中大骂:“我实在不敢相信,那些鄙俗的下流胚在拥挤的戏院里临时编出来的胡言乱语,居然也能结集出书。”那么,坎特伯雷大主教口中“下流胚”编出的“胡言乱语”到底是什么呢?莎士比亚的戏剧是也。是的,倒回400年前,没人认为莎翁的戏剧是啥“文化”,就像今天没人敢认为它不是文化一样。

人类接受新文化的速度远比新文化产生的速度要慢得多,这个现象的内在原理是:年轻人甚至小孩子永远是最愿意接受和承认新鲜事物的群体。想要新文化被主流社会所认同,不能指望“顽固派”们回心转意,而是要等到他们老去,让成熟起来的年轻人接管主流社会的掌舵权。从这个意义上说,《魔兽》大电影、迪士尼乐园、眼下在中国红得发紫的“IP热”,近两年出现井喷并非偶然,其本质原因是,在这些概念中浸润长大的80后、90后正在成长为中国消费主力军和话语掌控者。这些“抢班夺权”者急于通过一种方式彰显自身与父辈所推崇的文化符号的不同,而《魔兽》和迪士尼很适时地出现并满足了他们这个需求,虽然《魔兽》故事讲得并不好,而迪士尼乐园的票价死贵,但这些都不能阻挡年轻人捧红它们的欲望。从某种意义上说,《魔兽》和迪士尼已经不再是一部单纯的电影或一座游乐

场,它们已经成了年轻人用门票堆出来的一纸文化“独立宣言”。

展望未来,年轻人所带来的这波“新文化”极有可能在电光石火之间就把我们过去认为是“文化”的那些东西打得片甲不留。因为文化的发展规律告诉我们,一种文化类别能否兴盛,不在于它看上去格调有多高,而在于它有多少人捧。无论是17世纪经常在露天公演的莎士比亚戏剧,还是19世纪在巴黎小报上连载的大仲马小说,其成为不朽名著的根本动力都来源于受众的欢呼而非某教授的肯定。而相比于领着工资、一年半载写个中篇小说就算高产的高傲的严肃作家,那些兢兢业业码字、时常要接受读者批评意见的网络写手、动漫脚本设计师至少在创作状态上更接近于莫泊桑、巴尔扎克这些“祖师爷”。指望后者有朝一日产出精品,显然是种更靠谱的期待。

假以时日,那些当年“骗小孩子”的动漫和游戏一定会成为一门足以获得后世尊敬的文化,这不是个问题,真正的问题是我们什么时候才愿意承认这个既成事实。从汉赋、唐诗、宋词、元曲到明清小说,中国人习惯于花上一两百年去鄙夷一种文化,而后再用一两百年接受它,最后用更长的时间去推崇、缅怀它——在文化进程缓慢的农业社会是没有问题的,但当信息时代之潮汹涌而来时,这样的节奏只能让我们在洋人们掀起的热闹中一次又一次交上白卷。

端午潮派对中,商家自然是深谙此道。越是肤浅,越是俗艳,越是能引人狂欢,因此,暧昧的“滚床单”表演让人兴奋,这归根到底还是要满足人们隐秘的窥私欲。

这两年,我们能看到很多裸照的新闻。在故宫拍裸照,在西藏圣湖拍裸照,在大理拍裸照,这几乎成为一种风气。支持者打着艺术的大旗,将此种行为贴上文化的标签,好似有了文化认证就有了免死金牌。然而并不是所有的行为都是行为艺术,并不是所有的裸照都堪比大卫的雕塑。这三起事件,都可以归结为在不适宜的地方做不适宜的事情,不过是一厢情愿的哗众取宠罢了。我们并不是反对裸照,也不反对露肉,而是反对这种头脑空空的肤浅尝试。我们也不反对在公共场合表达爱意,但是情爱也应有更好的表现方式。

对于商家来说,文化就是一块砖,哪里需要往哪里搬。他们只注重商业效果,要内涵没内涵,要审美没审美,却想着借用传统文化的外衣,给自己脸上贴金。这体现了当下一种畸形的文化追求。端午节毕业照事件,只是一个特殊的典型案例,类似的例子每时每刻都在上演。在被商业利益裹挟的社会中,每个人都很难独善其身。精神匮乏、信仰缺失、价值观混乱,对于传统文化,我们不知如何发扬,对于当下文化,我们也不知如何去创造,无知和迷茫才造就了种种奇葩文化现象。

【观剧者说】

“像美剧”意味着什么

□韩松落

如何赞美一部内地电视剧?“像美剧”。

“像美剧”其实只是一个比喻,并不是只用美剧作为最高标准,它真正的意思是,这些剧不是那种肤浅的、快餐式的、过目即忘的影像制品,而是一种高于我们印象里的电视剧的产品,它并没因为不在电影院上映就降低要求,它在另外一方面,在容量上,很可能已经超过电影。就像HBO有线电视台的口号所说的:“这不是电视,这是HBO。”《潜伏》、《甄嬛传》、《琅琊榜》都得到过这种评价:像美剧。

像美剧?什么地方像?为了像美剧要满足哪些条件?很多人以为,只要投资额度高、情节密度高、影像质量高,就像美剧了,其实不是,让一部电视剧像美剧的,是另外一些东西。最近看的一部电视剧,在我心目中,就像美剧,这就是孙红雷主演的《好先生》。

这个剧的人设和故事,借鉴了硬汉侦探小说,主人公就像劳伦斯·布洛克和雷蒙德·钱德勒笔下的硬汉们一样,比较颓,酗酒、赌博、沉沦于江湖,有一身技艺,却在往事的纠缠之下,半死不活地活



着,在最好的朋友因为送醉酒的他回家而死之后,他带着朋友的骨灰和朋友唯一的女儿踏上回乡之路。整个故事双线并行,一条是现在,一条是过去。现在这条线,讲述他重新振作的过程;过去那条线,讲述他如何陷入人生低谷。孙红雷演这个一身缺点的男人,他痞、赖,甚至有点直男癌,但性格纯良,又饱经沧桑,让这纯良多了点锐气。

说起来,它和我们以为的那些美剧要素并没有多少相符的地方。一个男人的回乡之旅,情节密度高不到哪里去;大部分戏在室内,投资额度也未必高;尽管那条副线设置在美国,却是在意大利拍的;主人公虽然是厨师,而且曾是米其林餐厅的主厨,但整部剧却并没有加入太多行业剧的元素,很多和厨房、和后堂有关的细节,并没有展开来写。

让它像美剧的,是那种沉郁的调子、沉郁的音乐、沉郁的外景,主人公郁郁不得志,配角们一个个貌似狗血不断,但却郁郁寡欢,所有这些,都合伙起来告诉观众,人生有多么不易,长路有多么难行,人和人之间的机缘有多么神秘,就连它的片头,也是模仿《真探》的,而《真探》的基调也正是这样,暗淡而低沉,神秘而忧郁。

这都和现在的大部分国产剧不一样,许多国产剧闹、浮、虚,画面很白很艳,人物扁平,故事狗血,努力抛弃文学性,似乎一沾上文学性,就会损坏商业性。而《好先生》分明在努力追求文学性,就是让人物的性格尽力饱满,命运历程清晰,故事有韵味,回想起来有颜色、有气味。

美剧也好,英剧也罢,真正的精华,不只在投资额度、情节密度、影像技术上,而在于文学性上,有人、有事、有情、有味,所以《绝命毒师》会用一集的容量讲打苍蝇,《真探》会用大段的台词讨论玄奥的哲学问题,《傲骨贤妻》、《新闻编辑室》引入社会风云,为的都是文学性,为的是借助影像,创造一个世界,这和托尔斯泰、麦尔维尔干的是同一件事。

是不是“像美剧”,区别就在这里吧,是不是有一点点创造世界的野心,一点点讲述人生的耐心,以及是把观众当成成年人,还是当做一个又一个需要甜食的巨婴。