

在“新新人类”聚集的视频平台上，最受追捧的却是充满了传统文化元素的作品——

当“极新”爱上“极旧”

阅读提示

近年来，网络文艺传播和接受方面出现“极新对极旧”现象。平台提供的传统文化元素内容也向着越来越精致、越来越有差异化的良性方向发展。这也推动青年人去了解传统文化知识。国风、古风内容风靡网络，体现出优秀传统文化有着强大的生命力，也折射出当代青年人的文化自信。

融合，在青年群体中收获了极佳反响。他们纷纷通过弹幕、微博、网页等留言：“太美了”“看哭”“当晚最佳”“再刷亿遍”。

用年轻人喜欢说的话、喜欢的表达方式来展现，让传统文化有了新的活力。”B站资深用户张恒志说。

一些非遗文化传承的短视频内容也活跃了起来。

朱付军生活在素有“中原泥塑第一村”之称的河南省浚县杨玘屯村。以前的杨玘屯整个村子家家户户都做泥塑，受此影响，朱付军从小就喜欢做泥塑。但因为挣不了多少钱，而今村子里只有不到一半的人还在坚守这门老手艺，多数都是老年人。2018年，因为在工地上摔伤了腿，原本在外打工的朱付军选择回家养伤。朱付军重拾儿时爱好。他尝试捏了一个泥塑拖拉机发布到了快手，没想到，这条视频一夜之间播放量就突破了200万。从那以后，朱付军开始在快手上发展，靠短视频传播泥塑技艺。

在快手上，朱付军创造了全新的泥塑创作方式，他把泥塑做成剧情、段子，甚至通过绿布抠像技术还原影视片段。除此之外，朱付军还用泥巴制作了电影《头文字D》的精彩片段。他用泥巴拍摄的电影在村里播放，成为孩子们夜晚的最大乐趣。

从2018年至今，朱付军已经帮助一百多

位手艺人销售了10万多件泥塑作品，总销售额达到120万左右。

截至2020年12月31日，快手平台上，国家级非遗代表性项目覆盖率达96.3%，1372项国家级非遗代表性项目中，快手涵盖1321项。抖音的数据表现也呈现这样的特点。

优质内容才是王道

年轻人对传统内容的追捧折射了这样一个道理：传统文化不是过时的东西，而是可以进行新媒体化改造赋予其网感的。传统文化进行当代转换，已经有了很多成功的尝试。优质内容才是王道，其余只是外在的技术形式，这已成共识。

清华大学新闻与传播学院助理教授虞鑫认为，国潮回归、国风大热、传统文化内容在青年群体中受热捧，这些说明了中国优秀传统文化有着强大的生命力与吸引力，也折射出当代青年人对中国传统文化更加自信。

“他们生长于国家经济实力不断提升、人民生活水平不断提高的环境下，在精神文化层面有更丰富的选择，也有更强烈的创作表达欲，对中国传统文化的接受与表达上更加自信，也更加开放包容。”虞鑫说。

这让我们认识到，追逐新潮并非青年人

的唯一“天性”，他们对传统也不会敬而远之。

热衷却挑剔

在目前流行的传统文化短视频内容中，传统文化艺术中精华部分的“点”被提炼出来。如将诗词、情怀、意境等元素进行抽取，巧妙分插进网络文艺的适当环节；主题设定、人物性格、故事陈述等，进而与当代青年人的价值观念、行为习惯等融合对接。

近期，在爱奇艺上线播出的文化类网络综艺《登场了！敦煌》正是这样一部向海内外观众讲述敦煌故事、传播中华优秀传统文化的节目，从礼俗、服饰、音乐等多个方面向观众展示了当地辉煌灿烂的历史文化遗产。

节目巧妙利用纪实影像与真人秀结合的拍摄手法，以年轻化的语态、寓教于乐的表现形式，传播趣味盎然的历史知识，呈现纷繁多姿的文化景观，有助于激发年轻观众对优秀传统文化的认同感，将文化自信根植于心。

在传播方式上，受青年受众追捧的传统文化视频通常都进行了认真细致的传播策划，通过引发青年人在网络社交空间大量的、密集的分享，达到高度渗透、刷屏传播的效果。毕竟在这样一个媒介融合时代，当下的青年人早已经习惯了“众乐而非独乐”“接受而非寻找”的内容接触方式。

实际上，“数字原住民”一代的当代年轻网民，经过互联网使用、新媒体生存的长期培育，已经习惯于期待高创意、有品质、能分享的网络视听文艺作品，并形成了独特的审美方式。

这对创作者提出了更重要的挑战。提供更加有智慧、有水平的传统文化视听产品，或许已是一种时代性要求。



北京:非遗直播迎新春

2月3日，在位于北京市海淀区的中国京西皮影非遗园，京西皮影传承人王熙（右）与视频主播向网友介绍牛年主题皮影。当日，“文化进万家·视频直播家乡年”系列主题活动皮影专场在位于北京市海淀区的中国京西皮影非遗园举办。据了解，本次活动通过视频直播探访非遗传承人的形式，为网友带来皮影戏技艺展示，感受非遗文化魅力。 新华社记者任超摄

G视线

“综N代”创新：只在25%里做文章

本报记者 陈俊宇

刚刚过去的1月，“综N代”接连推出。《天赐的声音》迎来第二季，《我就是演员》第三季、《欢乐喜剧人》第七季、《新相亲大会》第五季、《最强大脑》第八季、《跨界喜剧王》第五季、《百变大咖秀》时隔七年回归。

进入第八季的科学竞技节目《最强大脑》，是其中最为“常青”的国产综艺。“观众基础是节目长寿的主要原因。”《最强大脑》制片人王刚接受《工人日报》记者采访时表示，“该节目制作有一定的门槛，整个综艺市场仅此一档，内容、选手被反复消耗的次数很少。”

每一档“综N代”节目都在不断地尝试从策划、嘉宾、环节等方面注入新元素，都在自身进阶上提升审美与创新内容表达空间。《最强大脑》的新一季节目从赛制、赛程设计到挑战项目，都在原有模式基础上进行了大胆创新。

在新一季中，88位选手有叱咤国际商界的创业精英，还有拥有多项专利的“科学”才俊，更有清北等名校的“金牌”学生，加上最小年龄9岁的少年组加盟，都让这场没有硝烟的“登顶挑战”看点十足。

任何一档“综N代”都会面临相似情形：随着一季一季的播出，观众对节目已经非常熟悉了，新鲜感就会降低。这就需要制作团队，不断加入新元素，让每季节目都有不同以往的新特质。

近几季的《最强大脑》都增加了综艺真人秀的部分，把选手备战交流讨论的场景呈现在观众面前。选手的这些互动，在一定程度上丰富了节目的内容，让节目更具人情味。不过，综艺与竞技如何平衡，是个避免不了的问题。

“我们始终保持着清醒的头脑，《最强大脑》之所以吸引人，之所以能一直做下去，是因为它是一个脑力强竞技性节目，比赛的逻辑根本千万不能丢、千万不能模糊。”王刚一再强调，“‘根本’是75%，这一核心不动。所谓创新，就是在25%做文章，每一季给节目加入一个新的元素，让它保持新鲜和活力。”

“综艺节目做N代之后没有一个是轻松的，就像跑马拉松一样，得咬着牙往下做。”王刚与不少同行有过交流，大家都很同感，“我觉得很重要的一点就是不能失去信心，只要真正投入精力和时间去研究节目，一定能够找到新的方法来诠释节目主题，常做常新。”



大足石刻“异地过年”

1月29日，江苏苏州博物馆举行“海棠独香——大足石刻的发现与传承”开展仪式，这也是该馆举办的首个世界文化遗产类展览。本次展览将持续到5月5日，参展文物将留在苏州“异地过年”。大足石刻重庆市大足区境内，于1999年列入《世界遗产名录》，代表了公元9至13世纪世界石窟艺术的最高水平。此次参展的有国家一级文物释迦牟尼佛像等50余件（套）大足石刻精品，并配合图片、视频集中展示其独特的艺术魅力。

南京专业艺术考级培训惠及职工

本报讯（记者黄洪涛 通讯员洪媛）日前，由南京市总工会主办，南京市工人文化宫、江苏省朗诵协会共同承办的“宁工尚学”在职职工培训朗诵考级特训班开课。

特训班上，江苏省朗诵协会会长高英、副会长傅国等为学员带来深入浅出的理论指导，还通过现场互动，帮助学员将理论融入实际应用。首期学员共计36名，他们中有专业院校的老师、有刚参加工作的职场新人，更多的是企业一线工人。

南京市工人文化宫负责人介绍，此次培训也是“宁工尚学”品牌推出的首个特色培训项目，“宁工尚学”旨在聚焦南京百万工会会员8小时工作之余的“碎片时间”，通过音乐、舞蹈、美术、摄影、体育等各类培训活动的高效开展，采用线下、线上相结合的形式，更好地服务一线职工。

南京市工人文化宫将扎实推进“宁工尚学”培训项目，在普惠广大职工的同时，与省市、全国权威机构合作，搭建专业考级平台，使之更好地发挥职工文化普及、推广、提高的指导服务职能，满足全市百万企事业单位职工日益增长的精神文化需求。

本报记者 车辉

综观2020年短视频平台上林林总总的视听节目，一个有趣的特点越来越突出——“极新”爱上“极旧”。明明是“新新人类”聚集的视频平台，火爆的作品却是如《我在故宫修文物》等纪录片、综艺节目、影视剧。即使吸收了一些中国传统水墨画风格的原创动画作品如《雾山五行》，也掀起了一阵观看热潮，网友直呼过瘾。

这些内容，青年人不仅热衷观看，还被其中的人物、事件、情节、时间节点等引发好奇心，进而去浏览传统艺术作品，了解传统文化知识。专家认为，这背后体现了新一代青年人的审美习惯和文化选择。

“国风”“古风”成爆款

“极新”遇到“极旧”的现象，在B站上面表现尤为突出。

被称为B站的哔哩哔哩是最具影响力的二次元网络社区之一，每年除夕的拜年祭、元旦的跨年晚会等吸引许多人关注。以中国传统文化为背景的原创歌曲已成为近年拜年祭的保留节目，内容涵盖三国文化、西游文化、金庸小说等，成为年轻用户中的“爆款”。

2020年拜年祭上，导演之一超然最满意的是一首关于汉字的歌曲《横竖撇点折》。“传统文化能引起大家精神上的共鸣，使用动画及虚拟歌手作为外在表达形式，可以给人耳目一新的感觉。”

而在2020年12月31日晚，B站跨年晚会上，青年演员裘继戎表演的《惊·鸿》，以舞蹈将6种优秀传统戏曲片段进行了创意混搭和



“蓝骑士乐队”成员在演唱。

“蓝骑士乐队”唱响《无名之辈》

外卖小哥登上总台网络春晚舞台

本报讯（记者贺少成）2月4日，中央广播电视台总台网络春晚开场——经典IP搭配流行街舞，国乐牵手“二次元”，“元气主播”王冰冰与6位热血说唱歌手同台……网络春晚带给网友一场“年度高能盛典”。

在这场晚会上，有一支由外卖小哥组成的“蓝骑士乐队”，他们带来的一首《无名之辈》，引起网友广泛共鸣。

“也许很累，一身狼狈。也许卑微，一生无为。也许永远成为不了，你的光輝。无名之辈，我是谁。忘了谁，也无所谓。继续追，谁的光榮不是伴着眼泪。”有网友评论，“蓝骑士乐队”唱出了全国700多万外卖小哥的心声。

在700多万外卖小哥中，可谓“卧虎藏龙”——“蓝骑士乐队”就是由几位热爱音乐的外卖小哥组成。乐队成员宋金文说，

自己是“换了赛道却意外实现了梦想”。他原本一直坚持做音乐，后因家中遭遇变故，加上音乐道路波折重重，经朋友推荐才做了“骑手”。在送外卖的过程中，他与其他几位志同道合的“骑手”组成了乐队，大家很享受外卖边唱歌的生活状态。

在宋金文眼里，“蓝骑士”是一种精神，是一种积极面对生活的勇气、一种催人前进的动力、一种永不言弃的信念。回首极不平凡的2020年，在数亿居民居家不断粮的背后，是700万外卖小哥的风雨兼程；中国经济的一枝独秀，离不开830亿件快递所打通的“微循环”。因此，“蓝骑士乐队”这首歌，不仅送给外卖小哥，也献给交警、护士、教师、快递员、保洁阿姨、大厂员工等所有为了梦想而奋斗的人，和所有向陌生人释放善意的人。

“也许很累，一身狼狈。也许卑微，一生无为。也许永远成为不了，你的光輝。无名之辈，我是谁。忘了谁，也无所谓。继续追，谁的光榮不是伴着眼泪。”有网友评论，“蓝骑士乐队”唱出了全国700多万外卖小哥的心声。

在700多万外卖小哥中，可谓“卧虎藏龙”——“蓝骑士乐队”就是由几位热爱音乐的外卖小哥组成。乐队成员宋金文说，

G艺评

毕竟是春晚

归春晚，那也恐怕只能是让人怀一下旧，然后一切照旧。

陈佩斯回不到从前，春晚也回不到从前了。

这当然也没什么。春晚的式微，不是因为某个超级明星的淡出，而是我们的时代更多元了，我们的文化生活，有了更多的选择。

陈佩斯小品昔日造成的万人空巷，当然首先是因为它们足够优秀，但恐怕还有一个相当重要的因素——它们有幸诞生在一个笑声匮乏的年代。

不知道这么讲，今天那些依然在认真搞笑的喜剧人，心情是否会好受些。但至少，我们对待春晚的心态可能会更平和。

我的意思是，人们大多是厚古薄今的。以一个客观中正的标准，从前的春晚没有那

么完美，今天的春晚也没有那么难看。我们之所以习惯性地抱怨，春晚不好看，那不是春晚真的有多糟糕，而是我们的视听环境、娱乐渠道更丰富多元了，我们的口味变得挑剔了。

事实上，春晚是全国人民的春晚，它要照顾到所有人的喜好和口味。从艺术的规律看，这几乎是不可能完成的任务，但春晚必须这么定位，否则全国人民不答应。这是它不得不承受的“生命之重”。

记得当年冯小刚曾借用白岩松的一句

话说，“有人骂春晚不是新闻，有人夸春晚才是新闻。当春晚总导演，不仅难，而且还很凶险。”这固然是一种调侃，但也的确道出了春晚的不易。

有趣的是，纵使大家对春晚有各种不满，但春晚依旧是春晚。有数据统计表明，去年除夕当晚的春晚收视率较往年大幅增长，除了电视端直播为5.89亿人，来自新媒体平台直播也累计达到11.16亿人次。

而今年，抖音成为央视春晚独家互动合作伙伴，除夕当晚将派出12亿元红包。一年前，拿下春晚合作伙伴的快手曾派出10亿个红包。

都说年轻人不爱看电视了，电视已经不再是客厅的C位，但一年一度的春晚恐怕是个例外。“尽管平时不看电视，但是除夕夜，我还是会和长辈一起看春晚，更重要的是，这样才能跟得上微博里爱豆的热搜和朋友圈的讨论。”有年轻网友如是说。

或许也正因如此，这几年春晚在节目编排上越来越“讨好”年轻人，越来越重视和互联网、自媒体的互动。

春晚不只是回到从前，它还必须往前走。

春晚都38岁了，似乎没有从前那么好看，但它还不老。