

“原来传统文化这么好玩”(上)

历史文化类纪录片《如果国宝会说话》海报走红网络

国宝“反差萌”，忍不住因惊喜而喝彩

编者按

传统文化在新的传播环境中，如何融入人们的衣食住行，进而成为社交“话题”？新年伊始，看似“高冷”的文物和古文字话题，被推上了网络热搜榜，它们如何走出博物馆或学术课堂，进入我们的大屏小屏，并在指尖点击间刷屏朋友圈，既是一个传播现象，也值得传统文化研究者注意。

今天起，本报推出“原来传统文化这么好玩”系列报道，以热搜榜上的案例为题，和读者一起再发现传统文化。你会发现，哪怕跨越千年，传统距离当下生活却并不遥远，它们可以很活泼、很生动，并且一直是滋养我们的精神之源。而在举重若轻的新颖包装背后，唯有对传统文化的理解和领悟、尊重和敬畏，方能守正出奇。

本报记者 张桢希

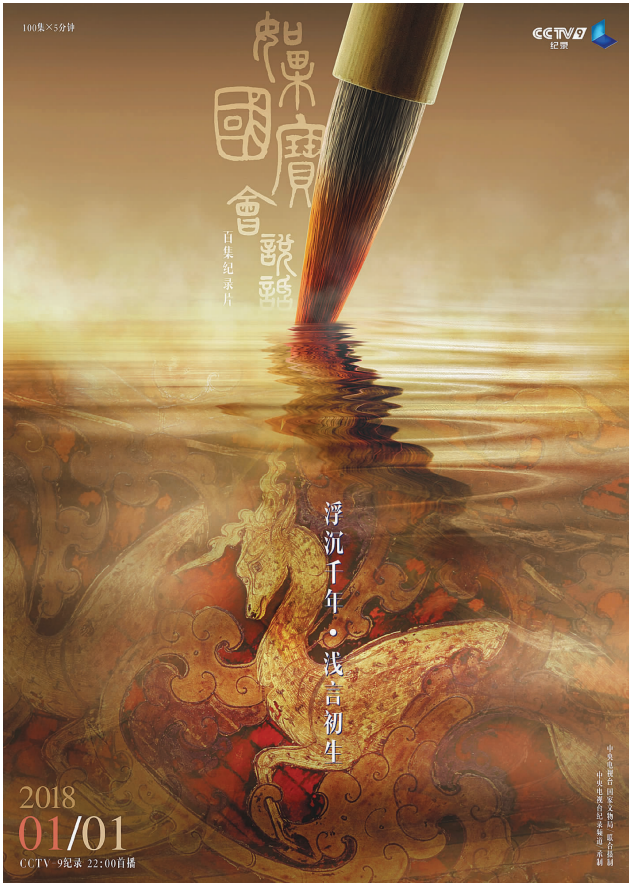
眉目舒朗的三星堆青铜人像雕塑自发言：“说我像奥特曼的，你别走”；表情迷惘的人头壶被做成了“抱抱我”“爱我”“吻我”的“三连”表情包；冬至那天，海报上的大克鼎盖着饺子问：“各位老饕，约一碗水饺可好？”……

央视纪录片《如果国宝会说话》的多组文案海报近日走红网络，不仅画风活泼、想象力惊人，让国宝们大显“反差萌”，成为大家热烈转发的网络“爆款”。

新媒体时代，生硬的滚动广告与苦口婆心的说教式植入，已很难吸引人们的注意力，这样的传播环境变化却也为传统文化提供了一个渠道多元、表达多样的传播“快车道”。新奇有趣的文案让这些原本静处于博物馆一隅待人观赏的文物，瞬间有了生动的个性和面对面的热度，也成就了让传统文化与现代生活顺畅对话的经典案例。

相关点、反差感与互动性是这组海报走红的关键词

记者了解，《如果国宝会说话》



在渐进色的背景上，一支毛笔轻点水面，激起几圈涟漪，显现出文物的精美局部。图为纪录片《如果国宝会说话》的海报。

的创意海报好几组。这些海报的设计者既有中国电影圈的海报高手黄海，也有央视纪录片频道90后云集的宣传团队。精致的“文艺范儿”与活泼的“时尚范”兼具，试图“圈地”更多的受众群体。

渐进色的背景上，一支毛笔轻点水面，激起几圈涟漪，与画笔隔水而对的则是文物被放大的精美局部。这是纪录片最早的四张主海报，端庄大气极富人文情怀，面向的是主流观众。其实这套海报很有来头，创作者黄海以往海报作品包括了《黄金时代》《一代宗师》《太阳照常升起》等文艺片佳作。请来著名电影海报设计师，在国内电视纪录片领域并不常见，海报中透出的文化底蕴让不少网友转发点赞。

与主海报的“端庄美”拉开差距的是一组极具网络趣味的海报。圆形中空的太阳神鸟金箔边写着“这款美颜，我要了”；三星堆青铜人霸气发语“说我像奥特曼的，你别走”、越王勾践到两边分立的“看剑”两字，简洁震撼……央视纪录片宣传推介制片人、《如果国宝会说话》宣推总策划李艳峰告诉记者，这组海报是宣传团队、撰稿人以及摄影组共同头脑风暴后进行“二次创作”的产物，目标受众是90后、00后，其中相关点、反差感与互动性是其

走红的关键词。“文物给人沉稳厚重的印象，离年轻人似乎很遥远，但我们却通过黄帝、奥特曼等年轻人熟悉的事物建立文物与当下的连接感，海报中的文字也特意设计成‘对话体’。”

节目播出期间，这些文物又随着各类网络文案，进一步“融”入当下生活。除了装饺子的大克鼎、成了表情包的人头壶之外，器壁厚度不足一毫米的龙山蛋壳黑陶杯也被做了“精致三连”表情包——“外表要靓丽”“身材要显瘦”“今天也是个精致女孩”，既符合国宝特点，又契合当下潮流。

“不降格”的内容呈现，为年轻化网络包装托底

有学者指出，新媒体时代盛行的浅度阅读模式对传统文化具有的完整性、逻辑性和想象力的文本进行了解构。以新媒体技术为核心的传播形态总是无法回避文本碎片化的困扰，而简洁轻快的信息接收习惯也在冲击人们接触传统文的方式。《如果国宝会说话》这一“营销案例”的可贵之处在于，为年轻化的网络营销托底的，是其“不降格”的内容追求与后期不懈的文化价值发酵。

纪录片中100件文物的介绍，建立一个中华文明的“影像博物馆”，纪录片中的国宝们来自全国近百家博物馆和考古研究所、50余处考古遗址，诞生时代从新石器时代到宋元明清，历史跨度达8000年。纪录片在趣味中凸显出的是国宝对文明演进的贡献，以及对全人类的价值。被形容为“肌肉萌”的陶鹰鼎，是仰韶文化时期陶器艺术价值与实用价值结合的典范；形似“愤怒的小鸟”的鸱尊，引出的是猫头鹰这一形象在古今中外艺术作品中的大量出现……支撑这份“举重若轻”的是大量的研究论证工作。徐欢说，一集五分钟的内容背后是可以支撑一部系列片的学术积累。

用趣味表达吸引观众之后，进一步发酵国宝的文化价值，也是宣传的重点。李艳峰透露，宣传团队将围绕《如果国宝会说话》这一品牌开展一系列活动。比如携手国家文物局和各大大博物馆，在微信发起“给国宝建微博”活动，引发大家与“国宝”对话；比如，携手旅游部门发起旅游主题活动，在旅行中寻找国宝文化之美；再比如，与一些文艺类公众账号合作，让其为纪录片中的文物提供更多的背景文化介绍。

首周末票房不足千万美元，上映五周后票房过亿

是什么让一部歌舞片“后劲”仅次于《泰坦尼克号》

本报记者 吴铨

影片《马戏之王》上映五周票房累计已超过1.13亿美元，成为好莱坞史上最成功的逆袭案例之一，引发评论关注。一个月前《马戏之王》在北美地区上映，首周末票房仅为880万美元，影评网站上骂声一片。但到了第二个周末，《马戏之王》票房飙至1500万美元，几乎是首周的两倍，此后更是一路高歌猛进，令不少业界人士大感意外。目前该片票房已经是首周末票房的12.8倍，虽然很难打破《泰坦尼克号》终票房是首周末票房21倍的纪录，却也成为票房后续发力最猛影片之一。

简化人物经历，被评论界诟病却获得观众肯定

由于制片厂多把宝押在首周末票房，提前攻击大量排片以确保票房走势，首周出师不利，却能在其后扭转局势的影片可谓凤毛麟角。

好莱坞判断电影口碑、最简单的方法是计算“乘数”，即用电影的北美票房总额除以首周末票房。一般来说，品质合格的大制作电影乘数一般在3左右。如2017年口碑稳健的迪士尼电影《美女与野兽》乘数约为2.9，而广受好评的《神奇女侠》和《寻梦环游记》乘数达到4.0——这说明观众给出了积极的反馈，口碑累积带动后续观影。目前，《马戏之王》的乘数达到了惊人的12.8，而且仍在不断攀升。

《马戏之王》取材于真人真事，讲述身处社会底层的巴纳姆从一无所有，到开创世界上第一家马戏团的故事。没人肯花钱欣赏他的奇思妙想，但在经历了一系列挫折、与合作伙伴的分歧后，巴纳姆仍坚持不懈地努力成为了最著名的“造梦大师”。



影评人诟病电影改编过度简化了人物的真实经历，忽视了历史中巴纳姆的残酷一面。该片将巴纳姆塑造为英雄，解救了长胡子的人等“怪人”，使其从被贬损的人生困境中走上舞台，成为给观众送来欢乐的完美艺人。事实上，在当时的马戏团中，剥削和歧视都相当严重。

但“简化”反而助长了票房。影评人和大众的观影视角有所不同，简化的影片才能更好地娱乐大众。《马戏之王》的电影专辑也汇集了一批最优秀的音乐剧制作人制作，包括去年托尼奖最佳原创音乐奖得主本吉·帕塞克和贾斯汀·保罗，他们的作品音乐剧《致埃文森》和《爱乐之城》主题曲都令人过耳难忘。剧组随后挑选了百老汇备受好评的音乐剧明星对歌曲进行演绎。果然，《马戏之王》的配乐专辑立即冲上排行榜榜首。

投资时因启用新人导演而不被业界看好

影片主演休·杰克曼，大概是好莱坞如今为数不多还能胜任歌舞片的演员了。虽然观众对他的印象大多停留在超级英雄电影，但他其实更像好莱坞黄金时代的全能型演员，能歌善舞，出演严肃戏剧也毫不违和。

《马戏之王》的诞生，基本是休·杰克曼一力推动。他挑选了迈克尔·格雷西来执导这部电影。格雷西是视觉总监出身，此前电影拍摄的经验完全空白。杰克曼与他在拍摄广告时相识，2009年就公布了这个项目，但苦寻多年才找到愿意投资的公司——一部成本高达8400万美元的电影，启用新人导演，风险委实过高。

当好莱坞，制片厂几乎不会不会因为个别演员的强烈要求就进行巨额投资，他们需要“品牌”基础。2017年，排在好莱坞票房榜前位的几乎都是系列电影，续集、翻拍和儿童动画，包括杰克曼的《金刚狼3》。

福克斯投资《马戏之王》，是一场不被看好的赌博。上映后首周末票房不佳，杰克曼和导演就背上了骂名，不少媒体幸灾乐祸。专家也认为该电影虽然歌舞俱佳，但作为传记片并不合格。即使它最终成功了，也没有在好莱坞激起太多水花。影评人认为这要部分归功于休·杰克曼从《金刚狼》“退休”攒下的人气。此外，由于福克斯正在被更加保守的迪士尼收购，未来像《马戏之王》这样昂贵的原创传记片获得投资的机会，越来越渺茫了。

网络文学诞生20年，爆发式增长的同时，依然存在“量大质不优”现象

《复兴之路》等优秀原创作品获推介

本报讯（记者姜方）国家新闻出版广电总局和中国作家协会日前联合发布2017年优秀网络文学原创作品推介名单，《岐黄》《择天记》《华簪录》等24部作品入选。该活动是继2015年和2016年后第三次举办，本届共有380部作品参选，申报数量创历届之最。

去年7月，国家新闻出版广电总局和中国作家协会联合印发《关于开展2017年优秀网络文学原创作品推介活动的通知》，截至申报结束，共收到来自北京、上海、浙江、江苏等11个省（区、市）的41家网站、机构报送的作品。

与前两届相比，本次征集的作品呈现出很多新特点。据评委会主任、中国作家协会网络文学委员会主任陈崎嵘介绍，今年的申报作品中，现实题材明显增多，反映人民群众主体生活和当下人们精神心理的作品量多质升。如描写国企改革历程的《复兴之路》，展现当下都市女性生活的《全职妈妈向前冲》，直面80后情感价值观的《糖婚》等。“原先那种网络文学不食人间烟火和幻想类作品一家独大的现象有所改变，题材、内容及风格开始出现多元化格局。”陈崎嵘说。

2017年恰逢网络文学诞生20周年。眼下，网络文学已成长为数字出版产业不可或缺的重要内容。据国家新闻出版广电总局数字出版司对当前市场规模较大、影响力较强的45家重点网站发展情况的统计，截至2017年12月，各网站原创作品总量高达1646.7万种，其中签约作品达132.7万种，年新增原创作品233.6万，年新增签约作

品22万。出版纸质图书6942部，改编电影1195部，改编电视剧1232部，改编游戏605部，改编动漫712部。其中一批具有强大社会影响力的作品，既呼应着互联网时代新的阅读方式和审美趣味转变，也渗透着新生的创作群体对时代发展、社会生活的观察与思考。

网络文学丰富与发展了当代文学的版图，并揭示了当代文学多样性和多元化的发展趋势。当下，与网络文学有关的评选、推优等活动日渐增加。对此，本次推介评委、中南大学教授欧阳友权认为，评选活动为读者提供了一种引导性路径，让他们了解在浩如烟海的网络作品中，哪些是好的或比较好的，从而更便捷地找到自己喜爱的作品。“网络作品的爆发式增长，客观上存在着‘量大质不优’‘星多月不明’的现象，评选推优无形中为网络创作设置一种标杆、一个尺度，那将会形成一种文学的‘旗语’，对网络文学创作有一定的示范性。”

24部作品入选推介名单

- | | |
|--------------|------------|
| 1、《复兴之路》 | 13、《夜旅人》 |
| 2、《岐黄》 | 14、《武林大爆炸》 |
| 3、《草根石布衣》 | 15、《完美世界》 |
| 4、《全职妈妈向前冲》 | 16、《鹰属领主》 |
| 5、《诡局》 | 17、《择天记》 |
| 6、《恩师求抱》 | 18、《原始战记》 |
| 7、《别怕我真心》 | 19、《君九龄》 |
| 8、《如果深海忘记了》 | 20、《万古仙穹》 |
| 9、《糖婚》 | 21、《华簪录》 |
| 10、《秋江梦忆》 | 22、《朱颜·镜》 |
| 11、《心照日月》 | 23、《天域苍穹》 |
| 12、《交换吧，运气！》 | 24、《大玄战记》 |

当红戏剧女高音带来歌剧“旋风”

普契尼经典歌剧《图兰朵》昨起连演三晚



新版普契尼经典歌剧《图兰朵》在上海大剧院彩排。本报记者 叶辰亮摄

本报讯（记者徐璐明）上海歌剧院与上海大剧院联合出品的普契尼经典歌剧《图兰朵》昨天起在上海大剧院上演。届时，取自于中国民歌《茉莉花》的优美旋律，将连续三晚飘荡在上海舞台。

《图兰朵》是普契尼最伟大的作品之一，讲述了一个西方人想象中的东方传奇故事。这也是他一生中最后一部作品，作曲家在世时未能完成全部的创作。

1921年5月普契尼开始为《图兰朵》第一幕动笔谱曲。直到写到第三幕中柳儿自杀，图兰朵如何由“冷”到“爱”，作曲家始终没有找到最具说服力的音乐表达。1924年的5月，普契尼患上了喉癌，临终时，他的随身皮包里还装着《图兰朵》终幕的草稿。

普契尼去世后，他的家族和出版社选择了意大利作曲家弗兰克·阿尔法诺继续写《图兰朵》，出版社要求他“不需要有自己的音乐想法，仅仅按照大师留下的草稿来写即可”。1926年4月26日，在米兰斯卡拉歌剧院，由指挥大师、普契尼的生前好友托斯卡尼尼指挥首演了这个完整版《图兰朵》。剧情到第三幕柳儿自刎时，托斯卡尼尼放下指挥棒对听众说：“就在这里，普契尼永远放下了笔。”

在此次上海歌剧院版《图兰朵》导演

罗伯特·安多看来，作为一个承接20世纪意大利歌剧传统与20世纪现代音乐的作曲家，普契尼领导歌剧进入了新的时代。他大胆地将意大利传统中的优美旋律和现代音乐的新要素结合起来，创作出了色彩丰富、细腻婉转的管弦乐。“《图兰朵》这部百科全书式的歌剧就好像一个多棱镜，折射出20世纪音乐中的现代性的碎片。”

可以说，《图兰朵》是中国观众最为熟悉的经典歌剧之一。此前，上海大剧院的舞台上至少展示过三个版本，2007年推出的与苏黎世国家歌剧院和上海歌剧院联合打造的上海大剧院版《图兰朵》；2008年又上演过国家大剧院版；2012年，大剧院艺术教育板块推出的高清晰度系列中，放映过纽约大都会歌剧院版。

而此次《图兰朵》邀请到当红戏剧女高音玛丽亚·古列吉娜出演图兰朵。古列吉娜是唯一一个在斯卡拉歌剧院的16部新制作中都出演过主要角色的演员，1991年起，古列吉娜就在纽约大都会歌剧院演出了165场不同歌剧剧目中的女主角。在强大的演出阵容号召之下，此次《图兰朵》一开票，便创造了三场演出在三周之内售罄的上海歌剧票房纪录，刮起了强劲的图兰朵“旋风”。

歌剧《汤显祖》赴捷克和匈牙利演出

本报讯（记者姜方）上海音乐学院50余位师生携原创歌剧《汤显祖》于1月12日至18日赴捷克和匈牙利，开展为期一周的巡演。上音的此番巡演受邀于欧洲青年歌剧院，这是该歌剧院的舞台上第一次出现非欧洲院校制作的歌剧身影。

作为欧洲青年歌剧院开幕演出，《汤显祖》亮相于久负盛名的匈牙利李斯特音乐学院。演出结束后全场爆发出长达10分钟的掌声。尽管语言不通、背景不同，却不妨碍欧洲观众与汤显祖完成跨越时空的心灵牵手。舞台上的汤显祖选择让所有情感倾泄在创作中。竹笛、二胡、中胡、琵琶和古筝的加入，为这部歌剧凸显了独特的音响色彩，也激发起不少人的好奇心。当中国民乐奏响时，前排观众纷纷俯身探向乐池，意图一探究竟。

演出结束后，李斯特音乐学院副院长、作曲家拉扎·菲茨特表示，中国传统乐器、昆曲韵腔的出现让他眼前一亮。“这些中国本土化的元素与西方作曲技法相结合，在《汤显祖》中相融和谐。”菲茨特还强调，他能深切感受到主创在歌

剧民族化的叙述、表达方式上付出的努力。

亮相欧洲青年歌剧院的前一站，上音还在捷克亚纳切克音乐与表演艺术大学进行访问演出。座位席上，有热爱艺术的普通观众，也有专业的音乐学者。“情不知所起，一往而深。生者可以死，死可以生。”帷幕徐徐拉开，当汤显祖笔下粉墨装扮的昆旦杜丽娘，低吟浅唱《牡丹亭》中的这句台词，她委婉细腻的声音直抵小剧场最后一排。

亚纳切克音乐与表演艺术大学校长、作曲家伊沃·米戴克尤表示，在中小型剧场的舞台上呈现这样一部舞美风格精致、简约的作品，不仅没有损坏《汤显祖》的宏大主题，反而对人物刻画起到了聚焦作用，实属难得。

带队赴欧的《汤显祖》总导演、上音副院长廖昌永说：“我们走出国门，带出去的不仅是一部歌剧，更要传承和弘扬中国传统文化内核，让更多人了解中国的人文精神和精神风骨。”尤其是中捷两国同样致力于本民族风格的音乐发展之路，如果《汤显祖》得到捷克观众的认可，极具意义。