

经典永不过时

## “弹幕版”四大名著电视剧受年轻人追捧

本报综合消息 6月12日,哔哩哔哩弹幕视频网站(又称B站)上线央视版四大名著电视剧引发广泛关注,视频评分、系列播放量、弹幕量都一骑绝尘,迅速霸占B站各大榜单,相关话题和讨论也呈刷屏之势。截至7月27日,一个多月的热度仍在持续,四部经典电视剧依然稳居B站电视剧排行榜前列,播放量分别为:1994年版《三国演义》3623.3万,1986年版《西游记》1473.7万,1987年版《红楼梦》1058.1万,1998年版《水浒传》1024.5万,相关数据还在持续攀升。B站上线经典版四大名著电视剧缘何如此火爆?“经典+弹幕”的形式为何受到年轻人的追捧?我们从中能获得什么启示?

## 1 内容为王:经典永不过时

“央视版四大名著电视剧在B站的重新上线之所以引发高度关注,首先源于文学经典和影视经典本身的永恒魅力及其传承过程中积累的深厚群众基础。”中国人民大学国学院副教授梁海燕认为,“四大名著中的英雄神魔、儿女柔情以及那些鲜活的人物形象经过数百年的传播,在我国文学史上以及广大学者、读者心中已经确立了无可撼动的地位。”

四大名著均有大量翻拍的影视版本,1986年版《西游记》、1987年版《红楼梦》、1994年版《三国演义》和1998年版《水浒传》是公认的经典,是无数观众心中不可逾越的巅峰之作。经典之所以是经典,不是拍摄画面多华丽、运用特效多高级,最重要的是在所有主创人员的共同努力下,演员演活了每一个角色,留下了一个个经典的形象,此外,一系列脍炙人口的经典音乐也已成为贯穿不同时代的悦耳长音。

提到《西游记》,我们脑海中会立即浮现出六小龄童饰演的孙悟空等师徒四人以及各路神仙妖怪的形象,不自觉地哼唱起《敢问路在何方》《天竺少女》《女儿情》那些熟悉的旋律。作为重播超过3000次,老少咸宜的国民剧,它“承包”了无数人的童年记忆,也承载着数代人的西游梦,几乎每一个孩子都有过模仿“齐天大圣”孙悟空等经典角色、扯着嗓子喊“敢问

路在何方”的经历。提到《红楼梦》,欧阳奋强饰演的贾宝玉、陈晓旭饰演的林黛玉、张莉饰演的薛宝钗、邓婕饰演的王熙凤等人物形象早已成为诸多70后、80后、90后的青春记忆,《枉凝眉》《葬花吟》《红豆曲》伴随几代人的成长。还有《三国演义》中唐国强饰演的诸葛亮、鲍国安饰演的曹操、李靖飞饰演的张飞等各路豪雄;《水浒传》中李雪健饰演的宋江、宁晓志饰演的吴用、臧金生饰演的鲁智深、丁海峰饰演的武松等水泊梁山108将都是无可替代的经典荧屏形象。《滚滚长江东逝水》《历史的天空》《短歌行》《好汉歌》等经典曲目也一直传唱至今。

“因为这些文本蕴涵着人类的情感主题和文化基因,所以它们才能重新在年轻人社区里迅速流行起来,以各种新颖的方式拥抱着这个时代的变化。”中国传媒大学传播研究院副教授黄典林说道。也许,杨洁、王扶林、张绍林等传奇导演、编剧,马德华、闫怀礼、周野芒、赵小锐等老戏骨,阎肃、王立平、谷建芬、赵季平等词曲大家对于很多年轻人来说已经稍显陌生,但是由他们刻画、饰演的经典角色以及创作的经典曲目永不磨灭。内容为王是永恒真理,四大名著以及央视版四大名著电视剧依靠其经典魅力在不同年龄段的读者和观众心中播下了种子,在不同时期总能唤起各代人的集体记忆。

## 2 形式创新:走进年轻人的文化社区

B站即将上线央视版四大名著电视剧的消息刚发布时,很多人的第一反应是“我的童年回来了”,童年记忆、青春记忆被瞬间激活。以往四部经典电视剧很少有机会集体亮相,而这次组团出场的方式无疑让人眼前一亮,尚未开播,网友就开始盘算“先看哪一部”。连日来,四部经典电视剧热度不减,除了经典永不过时的魅力和集体亮相的惊喜,逐渐成熟化并积累了大量年轻受众群的“弹幕+”形式也是重要原因。

近年来,弹幕以其特有的即时性、交互性与新奇的视觉体验受到了广大用户尤其是年轻用户的欢迎,逐渐成为观看各种视频的标配。B站作为弹幕文化的发源地之一,吸引了大量的年轻网民。“十年过去了,B站从一个个人网站成长为中国最大的年轻人的文化社区。”2019年6月26日,B站成立十周年之际,董事长陈睿介绍,“B站吸引了1.01亿的月度活跃用户,其中大部分都是年轻网民。也就是说,在中国每4个年轻人中就有一位是B站用户。”B站的用户群是中国互联网用户群最年轻的群体,90%是25岁以下,以90后、00后为主。这也为央视版四大名著电视剧在B站的火爆打下了坚实的受众基础,尤其是一些鬼畜视频(指音乐与画面高度配合、剪

辑上高度重复从而带来喜感的一类视频)名场面的传播更是让年轻受众对四大名著组团上线充满了期待。

央视版四大名著电视剧上线之后,拥有最火鬼畜视频(诸葛亮骂死王朗名场面)的《三国演义》一直处于领跑位置,“我从未见过如此厚颜无耻之人”也再度被人津津乐道。此外,《三国演义》中张飞的“俺也一样”,《西游记》中孙悟空的“我叫你一声你敢答应吗”,《红楼梦》中贾宝玉的“这个妹妹,我见过的”,《水浒传》中潘金莲的“大哥,该吃药了”等都成了观剧打卡名场面,单从弹幕“厚度”上就能感受到观众的欢乐。很多人冲着几个名场面看完了整部剧。其实开心的不只是网友观众,曾经的主创团队也为之感到欣慰。

1986年版《西游记》摄像师王崇秋在网友留言的千呼万唤中撰文表达了自己的看法。他着重肯定了B站上线完整版《西游记》(1986年之后播出的基本都是删减版)这一行为:“央视后来再也没做到的,各大视频网站也没做到的,B站做到了!且不说什么版本的问题,就说这个完整性,对网友们来说是个惊喜,对我们主创人员来说,是个尊重。”他同时对弹幕这种新形式表达了赞赏:“上面一行行的留言常常把我乐得够呛。”



## 3 经典与新媒体擦出别样火花

“经典因其强大的内容穿透力和文化传承性,在互联网时代依然能够成为年轻人的精神食粮。”影评人张榆泽说道,“而且,依托新型传播方式开始有了从‘传播’到‘传承’的转变。”经典作品或精品节目与新型传播载体相结合,擦出别样火花,给我们带来了很多有益的启示。

所谓酒香不怕巷子深,经典是永不过时的。但是,就像酒出巷子“要想富先修路”一样,经典的传播与传承也需要开拓和探索时代化的载体和渠道。“年轻人知道自己喜欢什么,会主动发掘并传播传统文化之美,这种年轻的动能是传统文化在中国的群众基础。”陈睿认为:“让年轻人自发地去传播中国的传统文化,这才是中国传统文化复兴的关键。”

近年来,李子柒、阿木爷爷等中国网红将非物质文化遗产、中国传统工艺和短视频等新形式相结合,受到了国内外网友的广泛关注;剪纸、竹编、糖人等一批中国非遗和一些博物馆“镇馆之宝”通过直播活起来、火起来;《一剪梅》

等经典老歌在短视频平台重新掀起一波热潮;《雨人行》等精彩舞蹈节目通过新媒体传播成为现象级舞蹈作品。这些事例既让我们感受到了经典和精品的重要生命力,同时也看到了创新形式的重要性。

当然,新事物的发展往往伴随着一些问题,无论是弹幕文化还是愈加流行的短视频都还有许多需要完善的地方。近日,多位媒体评论员就饱受诟病的“祖安文化”(源于游戏,以对喷、骂人、说脏话为乐,追求骂人要有创意,脏话要足够恶毒)发表评论指出,这种不良现象充斥弹幕和短视频平台,并在年轻人群中肆意蔓延,这对青少年群体的健康成长和精品文化的正向传播,危害是极大的。本次B站上线央视版四大名著电视剧,大批盛赞之余,也有网友表示“我是来看视频和弹幕的,不是来看骂人的”,表达了担忧和不满。相关专家表示,对于此类问题,有关部门和视频网站平台的监管措施必不可少,不能让好事因一些不良现象打了折扣。

## 全国复工首周票房破亿

大片《1917》8月来袭

本报综合消息 截至7月26日,全国有近5100家影院复业,复工率达44.97%。电影院有序复工,观众们也积极支持。据猫眼数据,全国首周(7月20—26日)票房已破亿元。《多力特的奇幻冒险》以3567万元的票房收入夺冠,重映的《误杀》以2315万元居亚军,《喋血战士》收1915万位居第三。

好消息是,复工后的首部院线大片《1917》宣布将于8月7日上映。作为备受瞩目头部影片,此番定档,在网络掀起广泛热议。不少观众在网络上表示,“这部电影必须得在影院看才过瘾”。

早在今年1月初,《1917》就已率先登陆北美市场。这部影片在国内未映先热,不仅在豆瓣有着高达8.5的超高分,在网络上更是有着极高的讨论度。《1917》讲述两名士兵坚守

一个信念,奔赴死亡前线,生死两难的故事。《1917》在摄影方面大胆创新,采用一镜到底的拍摄方式展示战争的无情与残酷,“现场直播”一战战场,令观众有身临其境的感觉,解锁了战争类型电影的全新形式,为观众带来真正意义上的沉浸式观影体验。

在最新曝光的《1917》“争分夺秒”版预告片中,再次释出许多电影中的全新镜头以及画面,为电影沉浸式体验观感带来更多期待。例如,士兵存活人数与倒计时数字的对比、无人区的片刻安宁与遭遇突袭的无预警转折,情节张力十足,让观众与主角“同呼吸,共命运”,共同感受这趟生死速递的紧张与刺激;而低空盘旋的敌机、烽烟四起的战壕等场景,既能满足观众对于视觉奇观的需求,也充分证明这是一部只有在大银幕前观看才能拥有完美视听体验的大片。