

# 2019年十大文化事件

人物

## 罗晋：等待每一个剧本灵魂



中国青年报 中国青年网记者 沈杰群 实习生 余冰珂

罗晋的微博简介上，写着特别短的4个字：我就是我！罗晋形容自己的演艺事业状态是随遇而安：喜欢做喜欢的事，不做不喜欢的事，等待着每一个即将出现在我生命中的剧本中的灵魂。

在演艺圈十几年，罗晋塑造了许多形象：《美人心计》中痴情的汉朝皇帝刘盈，《破冰者》中隐藏身份的卧底警察靳远，《归去来》中的清澈少年书澈，《幕后之王》中不近人情的制作人淳于乔，以及在最近的热播剧《鹤唳华亭》中，被观众评价“太难了”从头到尾的太子萧定权。

观众看到的是悲伤，罗晋却认为，对于萧定权而言，这是一个理想主义者的圆满人生，他没有屈服于任何人和事情。

遇见，是罗晋很喜欢提及的词。一个人每一阶段想要去表达的东西不一样，是否能遇到一个你此时想要去尝试的内容和角色，都没有定数。但我会拼尽200%的力去做好眼前该做的事情。很庆幸的是，我眼前做的这件事情是我喜欢做的。

2019年，罗晋拍了一部剧叫《卖房子的人》，出演一位房屋中介。当你走入这一群人时，会觉得这是生活中必须的一部分，不能缺少的暖心人群，而这个人群之前是被很多人不理解的。罗晋说，希望这样的戏能够让看到这个人群的艰辛与不易。我们每个人都关注自己的生活圈，但很少看到别人的生活是什么样的。我希望能够多一些这样的戏，让大家看到身边不同的人和世界。

除了遇见角色，罗晋乐意遇到生活中不同职业的人，他对身边所有人都感到好奇，例如接受采访时就想了解那个站在镜头后面的人，打车也能和出租车司机聊上半天，大家会有各自视角上的观点和想法，就会延伸出很多话题。我希望能够慢慢去了解这个行业的生活习惯和心理，很有意思。

选择出演《鹤唳华亭》萧定权的原因，是被角色特质打动了。即使在复杂环境中，依然能够坚持初心，保持干净，且最后坚持自我，在罗晋看来这就是过瘾的人生。至于自己与这个角色的互通之处，罗晋笑了笑：我比较干净，我也喜欢圆满。

在顶流演员名单年年更迭的当下，观众对罗晋的印象是佛系、营业寥寥。罗晋曾对媒体表示，他的确不喜欢主动吆喝，因为演员需要一个很安静的创作环境。一旦进了剧组，如果还给他频频安排通告，那他会感到崩溃。我是一个不会同时做几件事的人，就是笨，我只会做一件事。

《鹤唳华亭》拍摄过程很虐心，但200多天全身心沉浸的创作令罗晋很享受：演员在拍戏时做的一件事情就是自我催眠，全剧组人帮你一块催眠，让你相信你就是他。当你突然有一天能够去感受这种沉浸感时，你会觉得演戏其实是件特别好玩的事。

《鹤唳华亭》凭借高能反转的剧情和精致考究的服化道备受好评。罗晋回忆，在开播前，剧组成员坐在一起一句句吃透剧本，学习宋朝礼仪。之前拍过很多古装戏，但我觉得这部剧的礼仪是最繁缛的。比如，昏定晨省，怎么省？每天对着自己的父亲行礼时，手在哪儿？头在哪儿？身体往下伏的幅度是多少？跪下后是脚尖点地还是脚背压在地面？有很多细节需要注意。

不拍戏的时间里，罗晋倾向于放空。拍戏遇到的角色，遇到的事情都很复杂，情绪波动比较大。生活中我会选择放空，或者多地去给自己积攒一点能量，比如看看路边的人。罗晋喜欢看电影，并且一定会认认真真地看完。如果我看电影看困了，我就踏踏实实睡一觉，起来接着看，一定会看完。看看外面的世界都发生了什么，看看别人都是怎么拍电影的。

罗晋最近爱看的电影是《小丑》，电影也好，影视作品也好，我们可以在美好的东西里面看到阴暗，同理，我们依然可以在阴暗的东西里面看到很多的美好。

回顾做演员的这些天，罗晋觉得，心境上最主要的改变，是越来越学会去包容和理解。慢慢地去学会吸收更多更好的东西，站在不同的角度去看更多以前看不到的东西。

如果回到10年前，罗晋最想对自己说：保持现在这个状态接着走吧，人生没有什么可后悔的事情，自己决定的事情，就拼尽全力去做。



《被看见的力量》 快手研究院 中信出版集团 扫一扫看视频

单霁翔或会逐渐被淡忘，但故宫不会，如此便形成了一种期待：每当大家意识到故宫被拉近的身影稍微再变远一些，就是想到单霁翔。单霁翔是故宫的管理者、守护者，同时也是故宫新形象的开发、推广者。集多种身份于一身，做了许多本职工作之外的事情，这才是他难以被故宫粉丝们遗忘的原因。除了故宫，其他著名历史建筑、文化景观，也需要更多单霁翔来当“看门人”。这样的“看门人”，公众喜闻乐见。

### 网剧激活传统文化底蕴

2019年，《长安十二时辰》《庆余年》《鹤唳华亭》等，在不同的时间段里，延续着网剧的红火。而在古装网剧走出穿越、宫斗的旧模式之后，新网剧把创新重点放在了对传统文化的挖掘与使用上，《长安十二时辰》对唐朝帝都繁华盛景的描述，《庆余年》对高门大户所展现的浓郁古风，《鹤唳华亭》对君子风度与古代礼仪的扎实刻画，都让观众从中得到了娱乐之外的文化滋养。

从几部热播网剧的剧情可以看出，历史题材创作也走出了以往的路径，不再注重人物与故事与历史的吻合度，而更加注重叙事节奏、场景重现与现代化价值观的融入。2019年的网剧在保持精良制作的前提下，更加注重在内容的轻量化上下功夫，使用灵活的身段，巧妙地将历史题材与当下生活之间，并拥有别致却经得起观众打量的质量，这是创作上的胜利。

网剧的高吸引力，使得网民的付费积极性大大提升，一个依靠网民付费即可实现不错收入的网剧时代已经到来。但《庆余年》采取VVIP（即付费再付费）的模式，遭到观众抗议以及舆论批评，这给稳步发展的网剧提出了一个新的考验。在做好内容的同时，如何完善商业模式，创造一个制作者、平台、观众皆大欢喜的局面，仍然需要花点耐心与工夫去解决。

### 小猪佩奇承载网友多元情感

《啥是佩奇》是为一部动画片拍摄的宣传短片，它在春节到来之前成功地点燃了人们对父母、家庭、故乡、童年的想念，一条短视频承载了如此厚重的情感，使得它成为一个独立的作品，影响力大大超过了后来评价很低的正片。很快，又是一年春节时，今年春节前夕，不知道会不会出现类似《啥是佩奇》这样的内容，但有一点是可以肯定的，每当此时此刻，祖国大地总是有一股浓浓的思乡情绪在飘荡着，只要找到一个附着体，就会迅速聚集成一个庞大的“云团”。人们借助这个“云团”来播撒着自己的情感，对于安全感与温暖感的需求，成为这个季节里最旺盛的情感需要。

《啥是佩奇》流行之后，小猪佩奇身上纹，掌声送给社会人，也成为2019年兴起的一个新社交密码，想要进入这场流行文化的核心，就要知道小猪佩奇只是现象制造者他们抛出的一个载体或幻象，他们以小猪佩奇为暗号集结，除了自娱自乐这个自身需求，还试图释放一个信号，这个信号准确无误地传递了他们对社会氛围的某种厌倦以及对新生活方式的一种渴望。

《啥是佩奇》的惆怅，与小猪佩奇所代表的反叛，两种完全不搭界甚至截然相反的情绪，就这样通过一个来自英国的动漫形象传递了出来，成为年度最为复杂的文化现象之一。

### 《咬文嚼字》公布十大流行语

流行语的特点是在短时间内病毒式传播，放在较长的时间长河中则会慢慢褪色，比如“给力”这样曾经风靡一时的流行语，现在已经极少有人说起。2019年是网络流行语的小年，哪怕“我太南了”这样的流行语，都没法渗透各个个人群，达到人尽皆知的地步。其他诸如“硬核”“梗”“柠檬精”等流行语，也都有了圈层限制，传播区域与生命力都大大缩减。

网络流行语的“区块化”意味着上网群体关注力的变化，人以群分，人以圈分，正在改变着互联网格局。不同的群体通过人为地制造某种壁垒，来营造一个更安全更舒适的交往环境，这是互联网智能算法的推动使然，也是网络社交到达这个阶段之后的必然现象。如何使用某个语言或某个符号，来穿透不同的互联网人群，成为令商业力量也感到头疼的问题。

曾几何时，从网上到网下全社会流行的“全民流行语”消失了。最早的“全民流行语”多由春晚创造，后来的“全民流行语”多由网络或网络热点事件创造，在春晚与网络都无法聚焦公众视线的时候，全民流行语不再出现就很正常了。而如何面对一个由聚合到分化的互联网新时代，也提出了诸多令人迷惘的新问题。

在玉狗梁之前，没人会把农民、老人、瑜伽、扶贫这些词联系在一起。河北张家口玉狗梁村第一书记卢文震，曾经被人当成一个笑话。他的扶贫方式，居然是带着老人练瑜伽。最初他只是想组织大家练瑜伽来锻炼身体，然而短视频在快手上传播后，网友们惊讶地发现，80多岁的老人能灵活自如地扭弄自己的手脚，一群平均年龄70岁的老太太能做一字马，还能轻轻松松把脚盘到脑后，老人练瑜伽就不仅能健身了，还能变现。除了吸引来自海内外的游客，玉狗梁瑜伽老太，不到半年时间积累了15.6万粉丝，上线了一套瑜伽教程，一个月卖出了1000多套，收益两万多元。

互联网的核心资源是注意力，但这只是一个分配不均的资源，毕竟网红就那么几个，而且代际更新迅速；但若没有互联网，我们大多数人，可能一生都得不到关注。快手这样的短视频平台，让注意力有机会分配到一些在过去没有机会的人身上。

快手创始人兼CEO宿华有一个爱好，拉二胡，曾经拉到半夜两点，邻居大爷早上碰到他，说：“娃娃，你昨天拉得不错。”宿华当时没听出来这是在说他扰民。现在，宿华已经没有时间拉二胡了，但是在快手上关注了一个大爷，所有视频都是他一个人拉二胡，已经有9万粉丝。不知道宿华会不会羡慕？

贵州黎平盖宝村的第一书记吴玉圣，是快手账号“浪漫侗家七仙女”的运营者。拍短视频、做直播，在传统观念中并不被认为是一个正经职业。他费了好大功夫，才让村民接受他的想法，村中的7个



打榜绵延数日，他们使用年轻的语言、戏谑的态度、居高临下的姿态，来掩饰内在的严肃、紧张、认真，他们的声音聚合在一起，是对一种本身就很强的价值观的捍卫，比如对自身的锤炼，对创造的尊重，诚实有担当，对社会有责任感，无形当中，80后已经同时移步走进他们年轻时曾反对过的、不以为然的阵地当中，成为传统的组成部分。

### 《乐队的夏天》让音乐重新拥有时代质感

《乐队的夏天》让2019年的夏天变成了音乐的夏天，它的流行让“季节”与“音乐”再次紧紧捆绑在了一起。邓丽君、四大天王、西北风、小虎队、魔岩三杰、周杰伦，每次音乐潮流的来袭，都裹挟着跃动的时代心事。每当浪潮来临的时候，你会不会也伤心？当年裤子乐队在《乐队的夏天》唱出这句歌词，人们久违地感受到了音乐扑面而来的时代质感。

进入新世纪后，观众已经经历了几轮音乐真人秀的洗礼，那些音乐真人秀也曾风靡，但这无法阻挡《乐队的夏天》这档综艺节目再次让人们的心内苏醒。以摇滚与民谣为主的音乐形式，唤醒了一种遥远的音乐记忆，尽管那股记忆不过是一二十年前的事情，可是伴随那些音乐的美好时光，却被快节奏的生活与信息洪流所掩埋。《乐队的夏天》不仅打捞出了这些记忆，更是再次强调了生命与音乐之间的关系，它让观众再次体会到了与己有关的音乐活力。

爽朗、欢快、忧伤、希望，这些复杂的元素聚集在《乐队的夏天》里，形成一种带有畅想性质的愉悦感受。脱离了时代气息与生命体验的音乐无法制造这种感受，在音乐创作经历空洞无味、单调枯燥的这10多年之后，《乐队的夏天》再次燃起了人们的期待与热情。但愿这档节目能够不停留在原点，而是在找到一个定位后勇敢出发，带领音乐重新占据人们更大面积的心灵。

### 文学风向标指路，第十届茅盾文学奖揭晓

四年一届的茅盾文学奖在2019年8月颁出了第十届奖项的获奖名单，《人世间》《牵风记》《北上》《主角》《应物兄》五部长篇获奖。茅盾文学奖是中国作家最获得的文学奖，也是竞争最为激烈的文学奖，不管外界评价如何，茅奖作品仍然会被默认为代表了当下文学创作的最高水准。对于中国文学来说，茅奖具有风向标式的意义，通过对获奖作品的解读，或能发现当代文学的生存现状与发展走向。

本届茅奖获奖作品整体看来，都是站在当下、具有时代精神的作品，无论是回顾过去，还是描述眼前，获奖作家们都在他们的文字中蕴藏了冷静与激动这两种完全不同的能量。阅读这些作品，能感受到，获奖作家在努力走出浮躁、走出文学碎片化的影响，想要为读者贡献出厚重的、具有纪念意义的作

书架

## 李子柒要被看见，才是李子柒

了200多万元土特产，还正在动手建自己的客栈。翻开快手研究院著的这本《被看见的力量：快手是什么》，会被刷新认知。被看见，原来是一种如此巨大的能量。被看见意味着你做再奇怪的事，都能找到同好。

河北小伙儿耿帅有个更为人们熟知的名字——手工耿，他用600个螺母做了一把机枪，在24小时内播放超过百万次，涨了10万粉丝。他觉得这是件很神奇的事情，因为他们村也只有5000人。手工耿做的那些无用至极的东西，莫名触动了人们功利之外纯粹的兴趣。

40岁、小学毕业、辽宁铁岭的农民老朱造了一架空客A320。他之前的作品，有：只能崩出一颗爆米花的迷你爆米花机，把废弃小轿车改装成变形金刚，自动童车甚至已经实现量产，遍布整个东北。老朱造飞机的初衷只是想开一家飞机主题的烧烤餐厅，于是叫了5个兄弟，买了50吨钢材，在家附近的废旧厂房开始造，并用快手记录了每天的进程。

就像一个大的朋友圈，这个干巴巴的钢筋焊接视频，竟然吸引了许多同样爱好的人关注，有宝妈、搞装修的、卖保温材料，也有货真价实的航空配件的。当老朱和他的飞机火了，好多人找他打广告，有的只要在飞机上粘几个字就能赚6000元。

韩浩月

和往年一样，2019是一个无法用某个单词或某种情绪来形容的年份。对于时光与岁月的单纯印象或者是单一概念，都停留在过去的某个年份当中。或许是仍然身处其中的缘故，我们并没法提炼出2019年的精髓究竟是什么。

但已经有人发出2019年快点过去吧，这样的声音，带着遗憾也带着盼望。人们总是愿意用新一年的气象来覆盖旧一年的记忆，好的与不好的，都该画上一个句号，重新开始一段人生旅程。

这份盘点，是交给2019年的一份答卷，并不全面，旨在留下那些属于我们共同的声音，在它变得难以再次被听见之前，再给这个年份刻上深一些的印痕。2020年，一切会更好！

### 国产片交出好成绩，拒绝影视寒冬

电影行业在被看衰的眼光注视下进入2019，但国产电影在今年的表现很突出：春节档《流浪地球》开启国产科幻元年，跻身年度全球票房排行第四；暑期档《哪吒之魔童降世》将“国漫崛起”的说法真正落到实处，票房创造国产动画新纪录，国庆档三部主旋律电影《我和我的祖国》《中国机长》《攀登者》破50亿票房。面对“影视寒冬”的说法，国产片摆出拒绝姿态。

上述几部电影，有一个共同特征，就是不约而同地找到了本土文化依托，基于中国传统文化与现代价值观进行创作，集厚重与创新于一体，展示了国产电影的创作自信，激发了观众的内心共鸣。中国电影数年的追求，在2019年这一年实现重大突破，真正接近于打通想象力、技术呈现与情感触碰等层面的隔阂，使得影片显得既好看又完整。在叙事角度上，也真正做到了降低姿态，以小视角切入展现大格局，以朴素的情怀展示宏大的精神。

在这一年，电影人开始避开弯路，用真诚与热情投身于电影，观众也敏感地捕捉到了电影所释放的当下性，对他们喜欢的作品给予充分的鼓励与拥抱。资本与平台的话语权开始退让，创作与作品重新站在首位，电影作为最受欢迎的文化产品与精神产品之一，在2019年重新拥有了它最为根本的属性。

### 李子柒是否文化输出，引争议

李子柒有两个意义上的走红：一是作为国内知名视频博主，发布地在四川的山居生活而拥有大量粉丝；二是在国外社交媒体赢得大量拥趸，而被当成一张代表中国文化的“新名片”。在国内走红是一个可以预期的结果，因为作为一名内容创作者，李子柒付出了难以想象的劳动，而在国外走红则带有意外的性质，人们不会想到，中国乡村生活居然可以引来如此多外国网友的青睐。

李子柒突然之间的国际化，在于她无形当中契合了中外网民的一些有关人生、有关生活的渴望。她呈现出质的视频内容，带有足够的童话色彩，既朦胧又真实。这种童话色彩的“形成”，在于她是现代生活的反叛者，是科技、智能的抵抗者，是传统文化与传统生活方式的守卫者。她所创造出来的田园生活模式，曾经是农耕时代的主流，只不过，她用出色的山川自然景色与精心剪辑的镜头，遮掩了农耕生活的困苦一面，只为观众提供美、享受与畅想。

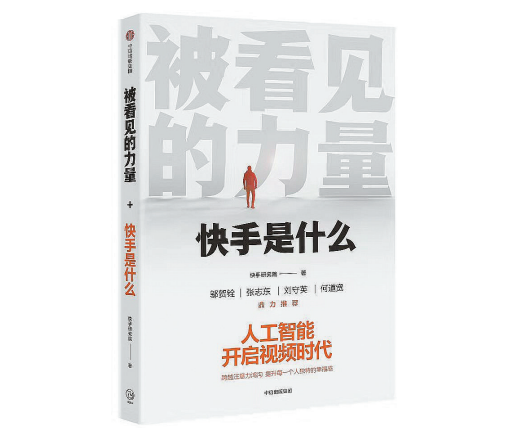
对于李子柒在国外的走红，许多中国网友乐见其成，但一定程度上，过高地追捧李子柒也显示出某种焦虑，这种焦虑可以形容为：想要对外展示一种被遗失的美。这种“被遗失的美”，曾被认为是日常，现在却成了奢侈，众多愿望，集中在李子柒身上，这或是不可承受之重。让李子柒做李子柒就好了，宽容的人们这么认为，至于是否文化输出，这并不重要。

### 周杰伦超话登顶，80后集体营业

在2019年80后以集体亮相的方式，在互联网上展示了一轮话语权，他们再次推荐周杰伦为自己的代言人，彰显中年群体才是这个社会的中坚力量。对于超话排行，这种带有游戏性质的事物，80后拿出匹配的玩闹态度，被迫营业，只是一个说法，主动出击，才是80后在习惯沉默之后的一次肌肉展示。

80后群体曾在非议与轻看中成长，互联网平台给了他们成为主流的机会，但移动互联网又迅速把阵地交给了90后乃至00后、10后们。80后面对舆论场上的焦点转移，并没有感到失落，他们像上一代人那样默默地把重心转向生活，帮助周杰伦超话登顶，也许是他们进行的最后一次带有文化意味的青春集体祭奠。

在注意力瞬间转移的时代，80后为周杰伦投票



白简简

凭借在网上分享中国风的诗意生活而火到了海外，李子柒在2019年年末意外又当然地成为年度人物之一。在她身上，不同的网友看到了不同的东西：田园牧歌、返璞归真、传统文化、追逐梦想。

在短视频社区快手上，也有很多李子柒一样的姑娘。比如来自黔东南的侗族女孩，本名袁桂花，她给自己起了一个洋气的网名“雪莉”，她下稻田挖泥鳅，她做弓箭、爬树、放牛，她在离家边找到一个池塘，在池塘边的废墟上造了一个房子，她能单手切砖，还能扛一根原木到屋顶上。