

风靡背后是文化附加值

□ 杨 红

寻找更多文化表达的新方式,为更多富含营养的文化资源创造与大众亲密接触的机会,让文化的价值不断被发现和应用。

一个月前,某服装品牌联名款遭疯抢事件的相关图文、视频席卷全网。在大多数媒体集中火力抨击非理性消费、国民素质问题时,实际上还可以换个视角看,从这一群体消费行为分析社会公众尤其是年轻人消费需求的改变。此次疯抢并非因低价、折扣,也并不完全由限量发售等营销行为所直接导致,而其核心原因是公众对产品文化附加值的追求,服装、日用品等物质消费也已成为人们满足精神文化需求的重要渠道。

附着各类文化符号的T恤、近年来风靡的“汉服热”“国潮热”、文创产品的热销以及日用品的“文创化”……时尚与否的判定因素从款式扩展到了风格,人们期望在生活场景中“亮出”自己的文化标签。消费者在追求个性和差异化的过程中虽然难免受到潮流的裹挟,但是消费习惯最终会向着成熟化发展。而对于生产者来说,通过对这一消费趋势的响应,从传统和当代文化艺术资源中汲取素材、创新转化,制造高文化附加值的“爆款”,一定好过盲目“跟风”。

“网红款”与“潮玩”受到人们追捧。某自媒体曾发布一则推送,请用户辨别图片中所列物品哪些是“网红款”?优衣库的KAWS联名款T恤、星巴克的猫爪杯、双黄蛋雪糕……即使不“追星”也能认出这些“网红款”。从中也就可以得出“网红

款”的大致含义:产品的外观造型、功能设计或使用体验在网络媒介环境中获得“引爆”从而被广泛传播、受到消费者追捧,其中通常伴随着饥饿营销、跨界营销等营销策略的使用。有些“网红款”因为文化、艺术要素的加持,在消费者心目中的价值远远超出了实际售价。“网红款”源于“网红”一词,而“网红”也从专指网络红人扩展为网络媒介传播中的各类热门内容,衍生出“网红店”“网红城市”等新词。

而“潮玩”是指潮流玩具,其主题或者说卖点是玩具的创意设计、制作工艺和所附着的“文化标签”……“潮玩”背后还有消费体验的创新。比如,“盲盒娃娃”依托热门IP、限量售卖、“隐藏款”设计等制造强大的消费心理黏性,已形成庞大而稳固的消费群体。物质产品的价格可量化,文化现象或IP内容的经济价值也可衡量,但当文化或IP附加到产品上时,其价值就无法用简单的加法来测算了。

截至2018年12月份,我国网民规模达到8.29亿人,年龄结构以中青年群体为主,但持续向中高齡人群渗透,网络热点、

网络话题等越来越具有强劲的社会代表性,而消费行为尤其是文化消费的策源地往往是互联网。

“网红款”“潮玩”背后有明显的跟风性、盲目性特质,但与其一再抨击不如加以分析:“跟风”源于人类社会固有的从众心理,“从众”并不是当代所独有。人类社会从古至今都普遍存在着个体因群体压力而跟从选择的行为,但在当代因互联网大幅增加了信息的可达性,也势必造成更密集的群体压力,从而造成无孔不入的“跟风”,影响人类感知力、判断力和创造力的发展。理解“跟风”,就能更好地利用移动互联网时代的信息传播规律,为大众创造更为多元的“东西南北风”;在消费者之间形成良好的蜂鸣效应,促进消费行为的成长与成熟;擅于接纳和创新利用消费趋势和规律,帮助更多“主流文化”在生活场景中变身“潮流文化”。

近几年,博物馆文化创意产品开发日趋活跃,故宫博物院已然成为“网红大IP”,苏州博物馆的“唐寅泡茶创意花茶”、广汉三星堆博物馆的古蜀青铜面具饼干

公园、南京博物院的金陵王玺橡皮擦……原本只能在博物馆内见到的文物形象和历史文化符号大量在生活场景中出现。除了博物馆等文化文物单位,公园文创、街区文创等也开始崭露头角,比如玉渊潭公园的“樱花冰激凌”刷爆了樱花季的朋友圈。可以说,从少量供需的“文化纪念品”“文化衍生品”到销售量、覆盖面不断扩大的文化附加值在其中处于不可或缺位置的“日常消费品”,文化有了更大的应用场景,消费者热衷于为“文化附加值”买单。

当代,文化消费以及物质消费的“文化化”,已然成为文化传播的主渠道。虽然这种传播具有符号化、浅表化、碎片化等特征,但同时也具有可见度高、覆盖面广、传播性强等优点,是不可放弃的文化载体。实际上,“中国风”“汉服热”“国潮热”都体现了当代人认知认同、主动亲近中华优秀传统文化的趋势,背后是人们在古人智慧、传统工艺、民族审美中找到了自我所追求的内涵、美感、个性……

再回头看本轮“疯抢”,我们可以确认的是当代人已然更为注重文化本身的消费。消费者通过文化消费表达生活态度和文化认同,我们要做的是在产品、服务以及各类消费场景中寻找更多文化表达的新方式,为更多富含营养的文化资源创造与大众亲密接触的机会,让文化的价值不断被发现和应用。

回归纸上阅读

□ 李 晓

栖息在灵魂家园里一块云雾缥缈的精神田园。

那些年,我常乘一艘慢船去长江下游一个城市,航程需要三天三夜,除了在船舷看两岸风光和吃饭睡觉,就在涛声隐隐里阅读了当年文艺青年追崇的不少世界名著。我在一条慢船穿过的大小城市中,通过纸上阅读,完成了与文学大师们的精神相会,完成了文学营养对我最初的灌溉。高铁、飞机时代,慢船已经渐行渐远,在时代的河流一角朝我打着告别的苍凉手势。

慢船驶出了我眺望的视线,纸上的慢读也快成了一种发黄的记忆了吗?其实我也在享受着手机网络时代的快捷方便,在手机上浏览新闻,订票,叫外卖。尤其是上了微信以后,我也快成了一个手机控。有很多人,是在微信里存在着,你如果长期不跟一个人的朋友圈点赞,很可能就要被拉黑与删除,在现实里翻白眼乃至绝交。微信天地,其实也是打量一颗颗人心的最佳场所。不过据我观察,有时一个点赞,也是对彼此精致利益作出盘算过后的行为,你要是对我没一点啥用处,我连点一个赞也吝惜着,小心翼翼地下手着,当然也有懒得看一眼就随手给你一个点赞的人。

曾经有一段时间,我的生活

也被手机捆绑着。睡觉前的最后一眼,是看看微信里的消息,生怕遗漏了蛛丝马迹的讯息,醒来的第一个动作也是打开手机看昨夜今晨的微信,每条微信我也要去看上一眼,出于礼节或者还要评论一番。这样带来的结果是我更焦虑与空虚了。更纠结的是,我看书也受到了干扰。往前,我可以花上一半天的时光在书里世界游走,而今看了不到几页,又要忍不住拿出手机看看。后来,我看书或是写作,索性只有关了手机。有次关了机,等开了机,才知道我爸一气打来了20多个电话。我打通了爸的电话,爸在那边虚弱地问:“儿,你没事吧?”

在手机里碎片化的浏览,把我对纸上阅读的耐心和专注,切割得支离破碎。我痛下决心,还是要回到我从前那些慢阅读的时光里去,像古人凝望星空一样,让自己与天地往来接通,这样的我,才是我认识的我。

我再次捧起一册纸书,殷殷呼唤在纸上的慢阅读时光,能够回到我的中年岁月里来。让我像缓缓蠕动的白云那样,深情地凝眸天空,俯瞰大地,阅读时,我还能听到竹海里稻田中吹来清香的风。一张我阅读过的纸,它的前世,就是一片竹海里的竹,一片稻田的稻草。

执于坚守,善为调整

□ 郝旭光

的结合。

固执与坚持有什么区别?所谓固执,指的是喜欢做那些不该做的却特别能“战斗”,以及不考虑自身能力、外部资源约束的情况。而坚持不懈,指的是喜欢做与应该做、内部能力与资源约束的结合,至少后三者的要求应该得到满足。尽管做的过程中会遇到很多难题,但不会轻易放弃。

能不能拍到“红日浴海”,需要身心和物质方面做好充分的准备,提前做好功课,也需要早起,及时赶到拍摄地点。同时,目标的实现需要老天爷眷顾,如果天气条件不配合,自己再怎么努力、再有能力、再怎么坚持也是徒劳的。这就是实现目标的过程中遇到了不可抗力,资源约束真正起作用了。此时是不是需要调整?

答案是肯定的。因为环境不可控,且影响目标实现的因素千变万化。此时,如果不能适应,不会变通,非要不达目的不要休,还真就可能撞了南墙也实现不了目标。

当然,调整后的目标应该与原先的保持同一水平,只是侧重点可能不同,但不应该比原先目标的吸引力、重要性低,不是退而求其次。比如,拍摄“红日浴海”只是一个阶段性目标,它的上一级目标不就是来北戴河休假要欣赏资源美景?难涂里海水中“白鹭沐阳”不是一样可以达到这个效果?它的美丽固然可能没有“红日浴海”视觉上那么震撼,但却表现出另一种特殊的美丽。

调整目标时也应该深入思考,如何把喜欢做与应该做、资源约束进行有机结合?

调整目标还要强调创造性适应。调整目标,不能只是被动适应,资源具备后又简单回归到原先的目标。而是要为自己和组织开一扇新窗户,发现新的机会,开拓出一片新领域。拍摄“红日浴海”未能如愿,却开发出拍摄“白鹭沐阳”的新景色和新机会。即使将来具备了拍摄“红日浴海”的天气条件,仍然可以同时保留拍摄“白鹭沐阳”的新机会、新领域。

悦读

□ 涂玉国

《淮南子·本经》载:“昔者仓颉作书,而天雨粟,鬼夜哭。”

张彦远在《历代名画记·叙画之源流》中解释说:“造化不能藏其秘,故天雨粟;灵怪不能遁其形,故鬼夜哭。”

从绳结记事到龟甲、骨器、陶器上的简单刻画,再到文字的破土而出,就像一轮旭日,人类穿越了漫长的黑夜,点燃了文明的曙光。从此,经验与智慧的传承不再是口口相传,而是变成了文字记载,人类社会走进一个全新的纪元。

无论是传说中的仓颉造字也好,还是人类集体智慧的结晶也好,文字的出现,都是一件改天换地的大事,都是一件改变人类历史走向的大事。

无论象形、指事也好,会意、假借也好,还是转注、形声也好,每一个文字的背后,都隐藏着历史的年轮,隐藏着先人的情感密码,这些密码,需要我们用一颗虔诚之心去研读、去破解、去传承、去光大。

因为,文字是情感之所系,心灵之所托,生命之所依。因为文字就是一方天地,囊括了整个宇宙,天地万物。因为文字,文明才得以递进,文化才得以传承,知识才得以丰富。

因此,对待文字,我们应心存感激,心存敬畏。特别是以文字为生、为事业、为追求的人,更应如此。

然而,在世俗的大潮中,在浮躁日甚一日的当下,一些人迷失了自我,把文字当成了游戏,当成了追名逐利的工具,甚至当成了意淫的对象,与文学这座圣殿越来越远,甚至背道而驰。

以诗歌为例,现在一些所谓的诗人,以垃圾派、口水诗、下半身写作为光荣事,言必称性、出口成脏,打着创新的旗号,以奇谈怪论、起哄炒作为能事,让诗歌这颗文学皇冠上的明珠蒙羞,以至于诗人一度成了讽刺人的贬义词。还有少数写作者以闭门造车脱离实际,生造字词句,东拼西凑,更有甚者追求低俗、感官刺激以获取点击率、阅读量,丧失了为文者的“底线”;还有更恶劣者洗稿抄袭、剽窃别人作品以获取名利,触犯了法律的红线,为人之所不耻。

曹丕说:“盖文章,经国之大业,不朽之盛事。”杜甫也说:“文章千古事。”历史长河中,多少悲欢离合,多少兴亡,转眼即逝,一些好文章却千古流传,一些人或事也因文章千年不朽。诸葛亮前后《出师表》,震古烁今;诗人张继一首《枫桥夜泊》,让寒山寺钟声海内外;路遥凭一本《平凡的世界》,成为文学上的一座高峰。

文以载道。无论传之后世也好,还是流传当今也罢,每篇文章背后的作者,是站着的灵魂,还是跪着的嘴脸,读者看得一清二楚。你今天“玩”了文字,他日必将被别人唾弃。所以,为文者万不可掉以轻心,更不可亵渎文字,这既是对读者负责,更是对自己负责。

只有秉持“板凳要坐十年冷”“铁杵磨成针”的执着精神,才可以成为伟大的作家;只有秉持“两旬三年得,一吟双泪流”、驴背琢磨推敲的精神,才能写出经典之作;只有秉持“一生写一书”的精神,才能写出传世之书。

敬畏文字,用良心写文章,用恭敬之心写作,这是一名作家或文学爱好者应具备的最起码的态度。

说教

实现目标的过程不是固化的。