

# 网络流行语呈现多元风格

□ 骆正林

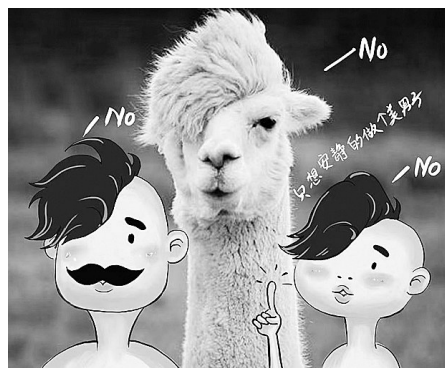
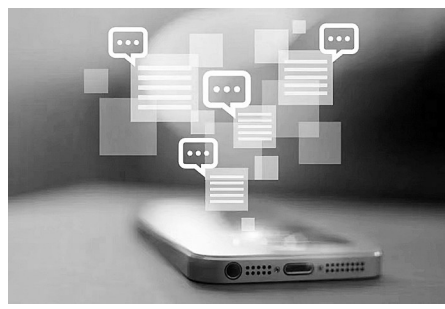
青少年是社交媒体最忠实的使用者,也是网络游戏、网络学习、网络购物的重要用户群。互联网是个性化、平民化、生活化的空间,青少年可以按照自己的个性灵活地使用语言,从而使网络流行语呈现出求新、求变、求简、求快的特征。根据网络流行语的符号、语境、修辞等特征,青少年网络流行语的话语风格体现在五个方面。



“梗”的冷幽默“梗”是故事、笑点、冷幽默。有的流行语起源于某位(类)青少年的人生故事,网友们从其故事中找出幽默的话语,然后将其凝练成网络流行语。当该网络流行语传播开后,流行语的“所指”会发生迁移;如果读者或听众不清楚其中的“梗”,那么就会不到流行语中的智慧和情趣。比如,由于新冠肺炎疫情,孩子们“宅”在家中上网课,有些孩子智商超群、屡出奇招,为了逃避管束与父母斗智斗勇。神兽原本是中国神话中的动物,但在父母眼中,宅家的孩子们恰似“神兽”。如果不了解“疫情”“网课”的背景,网民就读不懂“神兽”流行语背后的深刻内涵。

天书般的缩略语 网络交流是一种“类人际交流”,网友之间虽然使用的是文字符号、表情符号,但能够创造“面对面交流”的情感体验。日常线下交流是互动的、有效的、私密的口语交流,网络社群中的交流是文字的、符号化的、半公开化的交流,网络社交需要提高文字输入速度,需要规避公共管理规则,因此缩略语成为青少年网络交流的重要工具。如永远滴神(yyds)、盛世美颜(ssmy)、真情实感(zsqg)、有一说一(uyssy)、对不起(dbq)、C位等。缩略语输入迅速,但对社群之外的人来说,它们是天书般的神秘符号。

庸俗的丧文化青少年的成长过程中,每个人都要面对生活、学习、交往中的逆境和不顺,此时他们会产生不同程度的沮丧、悲



观,甚至颓废、绝望的情绪,“丧文化”就是青少年社会心态在网络空间的折射,需要加以正确引导。

直白的土味情话 土味情话“是一种以简短直接、幽默新奇的手法向心仪对象传达情感诉求的语言表达方式,是语言使用者策略性地对语言常规表达的创新和突破”。传统的“土味”中含有落后的、过时的、廉价的、不合潮流的乡土气息,青少年心中的“数字土味”则是“合潮流的逆转”,是大胆的、直白的、则为情的直抒胸臆。如“何以解忧,唯有抱抱……抱你”“你是哪里人?”——杭州人。“不,你是我的心上人。”“你最近是不是又胖了?”——没有啊,为什么这么说!——那为什么在我心里的分量越来越重了。”

精致的“糊弄学”互联网推动社会关系的网络化,网络成为整个社会联系的纽带,越来越多的人感叹:“见面时无话可说,网络上无话不说。”数字交往放大了青少年的社交圈,他们依据不同的“兴趣”组成多元的、多重的社群。网络社群是兴趣的社群,话语的社群,话语是网络社群的“社会资本”,成员的发言和表态就是为社群贡献资本。社会资本雄厚的社群最活跃也最有价值。因此,网络社群总是鼓励网民积极发言、敢于表态。然而,现实生活中因为种种原因,人们的发言和表态总是有所顾忌,因此敷衍、搪塞、圆场就成了糊弄的手段。起源于豆瓣小组的“糊弄学”,是青少年抗拒社交恐惧的良药,它以规范的、经济的“糊弄语”,回避表态、推掉邀约、拒绝苛求。豆瓣小组“糊弄学”总结出一个万能的“糊弄”句式,它的基本结构是“感叹词+评价事情+感受感叹词”,其中感叹词有:晕,我天,啊这,不会吧,我的妈,哎,真是等。“糊弄学”是青少年数字生活智慧的产物,是“弄弄子们”在人情社会进行的自我保护,“糊弄学”既照顾了交往对象的尊严和体面,也给自己留下了放松和回旋的空间。(来源:《北京日报》)

## 杂谈

□ 赖睿

最近,甘肃省博物馆推出的“马踏飞燕”毛绒玩偶在网络走红。这一系列玩偶以甘肃省博物馆馆藏文物铜奔马为原型,绿茸茸的马儿造型憨态可掬,咧嘴笑得欢欣,活力满满;马蹄下的“飞燕”则翻着白眼,一幅无奈状,活似表情包。这呆萌可爱的玩偶迅速俘获了网友的心,线上线下卖到脱销。

一款文创产品受欢迎,离不开深厚的文化底蕴作为根基。铜奔马是东汉青铜器,奔马三足腾空、一足超掠飞鸟之上,身姿矫健,是甘肃博物馆的镇馆之宝,也是中国最具知名度文物之一,具有极高的文物价值。它出现在中小学课本里,是中国旅游的标志,还曾到多国巡展,名扬海外。如今,铜奔马化身毛绒玩具,走出博物馆、课本,触手可及,更让大家觉得亲切、亲近。而在玩有趣的造型里,蕴含着深厚的文化内涵,也激发了大众心底的文化认同和文化自信。

在海量的文创产品中,一款产品要脱颖而出并不容易。从文物到文创,不是简单的转换材质或复制图形,而是要融入对文物内涵的深入理解,并在此基础上进行大胆创新。此次“马踏飞燕”玩偶走红,也正说明了出新出奇的创意和接地气的设计,才是文创产品“出圈”的关键。

据甘肃省博物馆设计团队成员介绍,这件玩偶造型从造型构思到产品上市,团队花了半年时间。玩偶看起来诙谐风趣,同时也很认真地还原了文物的姿态。原来,我们平常所见铜奔马多为其侧身,昂首嘶鸣,疾足奔驰。而转到铜奔马的正面会发现,马首是作咧咧嘴状。设计团队正是以此作为突破口,在尊重文物原型的基础上,抓住铜奔马正面自带喜感的特征,突出马儿俏皮可爱的神态,设计出这款毛绒玩具。身姿矫健的奔马变成呆萌可爱的玩偶,既接地气,又新颖有趣,这样的反差萌,谁人不爱呢?

事实上,各大文博机构近年来纷纷推出文创产品,用巧思妙想激活了收藏在博物馆里的文物。从故宫日历,到河南博物院的考古盲盒,再到此次甘肃省博物馆“马踏飞燕”玩偶,文创产品拉近了大众与文物的距离,吸引了更多人走进博物馆,了解文物背后的故事,进而感受中华文化的魅力。

一款优秀的文创产品能够与文物、博物馆形成良性互动,带来社会效益、文化效益和经济效益的多赢。期待有更多独具匠心的文创产品诞生,让传统文化走进现代生活,更加鲜活生动地讲述丰富多彩的文物故事。

(来源:《人民日报》海外版)

## “边塞中国”书法作品大展亮相省美术馆

□ 孙来军 宋青

自古边疆多战事,戎马天涯写华章。近日,由甘肃省书法家协会、甘肃省政协书画院、民盟中央美术学院甘肃分院指导,大河书院主办的“边塞中国”第二届——全国边塞诗词书法作品大展在甘肃省美术馆开幕。这是时隔半年后,书坛再次刮起的“边塞旋风”。

以边塞诗为主题的大型书法展览,展览作品以边塞诗词为主要书写内容,分为“全国名家作品”“特邀作品”“边塞中国第一季作者新作”“入展作品”四个板块,共展出100多幅精品力作,涵盖篆、隶、楷、行、草五种书体,既有深沉宽博的碑意古拙,又有行云流水的帖性情性,将边塞诗的豪迈与激情演绎得淋漓尽致,艺术化再现让人血脉偾张的边塞诗经典。(来源:甘肃省文化和旅游厅)

## 五部门发文加强剧本娱乐经营场所管理 强化对未成年人保护

近日,文化和旅游部、公安部、住房和城乡建设部、应急管理部、市场监管总局等五部门联合发布《关于加强剧本娱乐经营场所管理的通知》,首次在全国范围将剧本杀、密室逃脱等剧本娱乐经营场所新业态纳入管理。《通知》坚持“放管服”改革和包容审慎监管,定制适应新业态特点的监管模式,明确经营底线红线,强化事中事后监管和协同监管。一是明确剧本娱乐经营场所经营范围为“剧本娱乐活动”,并实行事后告知性备案;二是强化剧本娱乐经营场所主体责任,明确内容管理、未成年人保护、安全生产、诚信经营、行业自律等五方面要求;三是明确相关部门监管职责,建立协同监管机制,形成监管合力;四是设置政策过渡期,引导剧本娱乐经营场所利用一年的政策过渡期,开展自查自

纠实现规范化经营。《通知》积极创新监管方式。一是摒弃传统的准入管理,实施告知性备案管理,以告知性备案方式将场所及场所使用的剧本脚本清单纳入政府部门监管视野,监管重点从传统的事前审批转向事中事后监管;二是创新并简化优化备案程序,依托全国文化市场技术监管与服务平台,采取不见面、无纸化、一站式网上备案,大幅压减备案时间和成本,行政相对人可以随时随地开展并完成备案;三是坚持“放管结合”,划出内容管理、未成年人保护、安全生产等底线红线,建立内容自审机制,加强正面引导,强化主体责任。《通知》严格内容管理,坚持正面引导和加强监管并重。一是加强引导,鼓励场所使用弘扬主旋律、传播正能量的剧本脚本;二是

强化主体责任,要求建立内容自审制度,对剧本脚本以及表演、场景、道具、服饰等进行内容自审;三是划出内容红线,剧本娱乐活动不得含有《中华人民共和国未成年人保护法》《娱乐场所管理条例》《营业性演出管理条例》等法律法规禁止的内容。《通知》采取适龄提示、限时等措施加强对未成年人保护工作。一是要求剧本娱乐经营场所使用的剧本脚本应当设置适龄提示,标明适龄范围;设置的场景不宜未成年人进入;二是参照《中华人民共和国未成年人保护法》《娱乐场所管理条例》等法律法规有关规定,明确除国家法定节假日、休息日及寒暑假外,剧本娱乐经营场所不得向未成年人提供剧本娱乐活动。(来源:央广网)

## 《古代中国百家谈》:以不同的视角、通俗的语言,发掘历史真相



□ 曲申

中国作为一个古老的大国,悠悠历史几千载。许多人一提到“历史”,往往充满敬畏,认为它既严肃又枯燥,但其实,对历史的解读,也可以是既生动又鲜活的。

许多现代社会中人关注的问题,古人也会遇到。比如住房,若工作发生变动,古人的住房问题会怎么解决?又如休假制度,我国古代休假之制源远流长且名称繁多,古人对“小长假”的热切期待值,绝对不比今天的我们少。北京日报出版社策划推出的“古代中国百家谈”丛书就是这样轻松有趣解读历史的一套图书,分《朝起朝落:一个古老大国的由来》《天下有治:长治久安,几千年的不变追求》《自古繁华:人文百态与大国气派》三册,将古代中国从经济社会的繁荣发展,到生活、文化的丰富多彩,再到大国的外交与魅力一一道来,主题鲜明,可读性强。

与其他讲述古代文化史的书籍不同,这套书的内容精选自《北京日报·理论周刊》文史版十余年来发表过的文章,是十年精粹的合集。我们在选文、编辑的过程中,始终秉持着以文史普及为出发点、“有料又有趣”的原则,将名家、专家的观点呈现。这本书的一大特点就是专家荟萃,文章作者包括中国社会科学院研究员、北京大学教授、文史学者等等,汇集了全国各领域的专家学者,大家写小文,各展所思、各抒己见,以不同的视角、通俗的语言,为读者发掘历史真相、讲述历史细节。

中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉,也是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的坚实基础。古代西北陆上丝绸之路,自西汉张骞出使西域,开辟了通往中亚、西亚的交通路线,此后逐渐成为中国与西方通商贸易和交往的主干道。至明清时期,由于航海与造船技术的进步,特别是海上通道的开辟,海运更为便捷安全,中国与世界的联系不断得到加强。以贸易促精神传播,人们在不断交往中化解着传统文化与外来文化之间的矛盾。因此,在“丝路”这章,我们回望了丝绸之路的起源与发展,在物质文明与精神文明流淌的背后,编织起人类共同的命运。作为一本讲述中华文化的书籍,我们需看到文化中蕴含的国家精神与国家气质,这是一张美丽而独特的名片。“远播”这章,就主要介绍了中华文化的发扬与传播,以及中国对世界文化的探索。16世纪,是世界历史也是中国历史发生重大转折的时间段,明末中国与世界进一步相联系,中国学者在不断吸收西方文化的同时,也在传播着中华文化。例如,科学家兼思想家宋应星所著的《天工开物》蜚声中外,成为令欧美着迷的百科全书。这一章中,也体现出中国作为一个古老大国,从古至今奉行“以和为贵”的外交政策,在处理国与国之间的关系时,主张“和而不同”,既尊重各国之间的差异,加强与他国的交流与合作,又能保持自身的独立性,并在中西方文化的碰撞中展示出古老中国的文化自信、大国魅力。

重温悠久历史,讲好中国故事。希望“古代中国百家谈”丛书可以带领读者更直观地感受古代中国的文化魅力,成为您可以珍藏的、有触感的“百家讲坛”。(来源:《北京晚报》)



## 从秀才到进士:古代读书人的科举之路



□ 独孤史

古代的读书人,尤其是明清时期,走上科举之路,为官一任,是很困难的。通常都要历经童生、秀才、举人、进士四个阶段,才能最终修成正果。要知道古时读书人的科举之路,那么首先就要了解什么是童生、秀才、举人、进士,以及读书人是怎么考取这些功名的。

童生,是研习科举的读书人在未考取生员(秀才)资格之前的名称。未中秀才之前,不管年龄大小,纵然考到七老八十,都被叫作童生。而童生也是需要考试的,叫作童子试,亦称童生试、童试、小考。童子试分县、府、院三级,读书人要通过县试和府试两级选拔,才被叫作童生,也才有资格去参加院试考秀才。

秀才读书 秀才,童生在通过当地县、府两级选拔被录用后,参加最后一级的院试,考中后才被称为秀才。由于考中秀才后,要进入府学、州(直隶州)学或县学去上学,因此秀才的官方名称其实是生员。至此,读书人才开

始有了所谓的功名,正式进入士、农、工、商四阶层中士人的行列,有了初步的特权,比如见官不拜、能穿戴一定的服饰、免除一定的徭役等等。此外,秀才中的佼佼者可以被推举到京城国子监就读,称为贡生,可以简单理解为“进贡给皇帝的生员”。而国子监学习的虽然称为生员,但贡生要比生员高一层次。因为生员可以通过捐钱、承荫先人的功绩等非官方途径获得,但贡生却必须有实打实的成绩才行。因此,贡生的级别要比秀才高半级,比举人低半级。

范进中举 举人,秀才通过当地省一级的乡试选拔,被录用后称为举人。由于乡试一般在秋天举行,所以也被称作秋闱。考中举人,就有了做官的资格。比如著名的海青天海瑞,就是中举后放弃参加进士考试,被任命为福建南平教谕而踏入官场的。不过这种补缺一般都是偏远地区的下等官阶,有时候一辈子也未必能等到这个补缺。所以大多数时候,举人都是要参加进士考试的。

考中举人的难度堪比现在的高考上重点院校,举人的含金量还是非常高的。而且中举之后,特权很多,可以参与当地上流社会的交际,每年有一定的补贴,种田可以免税等等。尤其是免除田税,可以吸引很多地主、农户把土地挂记在举人名下,挂记的地主、农户每年只需交给举人低于官方税粮的粮食就行了,这样举人基本可以保障衣食无忧,有的甚至从此发家致富,也因此范进

中举后高兴得发了疯。  
殿试 进士,是举人参加国家在京举行的会试、殿试后被录用的读书人。由于会试通常在春天举行,所以也叫作春闱。举人进士后,可以通过分配,或在京或在地方任职,正式进入官员阶层。另外插一句,举人会试考中后,通称为贡士,贡士才有了参加殿试的资格。不过殿试一般只是根据最终成绩进行排名,选出状元、探花、榜眼,二甲和三甲进士,通常不会再筛选掉贡士。由于达成贡士后必然不会中进士,因此现在人很少提到这个称谓了。

一个读书人,在古时只有经历了这些层层选拔,才可能踏入官场,开始他的官路历程。可见,古代读书人的科举之路,并不比今天的学子们容易许多。

