

中国流行文化：去创造，不跟随（节选）

2018年09月19日 13:56 来源：北方网

改革开放四十年来，中国真正进入了一个“时尚的时代”，一个流行文化蓬勃发展的时代。几乎每一年，就会有新的流行文化出现，人们的服饰打扮、娱乐休闲乃至审美情调就会有翻新的潮流。

在以“中国流行文化”为主题的论坛上，针对全球化语境下，中国流行文化的特点和发展现状，几位嘉宾进行了思想火花的碰撞。

“这两天来达沃斯，我看到了杨柳青版画的制作，还看到了手捏的面人，这些全是传统的题材。制作方式虽然很有意思，但如果能结合传统的方式和现代的题材，这样的产品，肯定也备受欢迎。这样的传统题材，用我们现代的语言与之结合，不仅没有使传统的工艺流失，还可以焕发出新的光彩，这是我们文化创意产业应该要干的事情。”

聊起中国流行文化，传茂文化首席创意官陈楸帆从自己的亲身感受出发。他说，以《三体》在国外的火爆情况来看，科幻肯定是接下来十年甚至二十年最重要的文化类型，除了科幻小说，科幻在所有媒介上的发展，包括动漫、影视、游戏、舞台剧、甚至主题乐园等都是具有潜力和生命力的。

在论坛上，作为第74届雨果奖获得者的郝景芳表示，此前，中国创作的一些题材和国外有很大的隔阂，这些让中国人觉得有共鸣的题材对于外国人来讲吸引力却不大。但是如果作品的选材是基于全世界共通的、都面临的困扰、冲突和问题的话，就很容易做出一些真正广受欢迎的好作品。因为这些题材是和世界共同的，和内心共通的。”

在凡普金科创始人杨帆的眼中，中国的流行文化已经形成了自己的特色，并且输出出去。他举例说到，日本的动漫进入到中国，而现在国内制作的国风动漫非常火爆；嘻哈、街舞进入到中国后，也出现了中国式的音乐作品，一些本土嘻哈音乐人写出了非常多的作品。“我们把那些外来的，所谓入侵或者输入的文化，经过我们的消化和吸收，变成我们自己的文化，反而输出出去。”

不过，杨帆也谈到，在中国独特的流行文化背后，却折射出社会的一些焦虑和急躁。

“我们这些年常说的一个词叫知识焦虑。比如，在中国很火的一件事是知识付费，近些年来快速崛起，其实很多人热衷的只是付费的过程，购买它，内心就可以得到一种安慰，觉得自己好像没有被时代甩下。”

对于流行文化的未来，嘉宾们抱有希冀也不乏思考。

“我自己一方面支持很多小众文化、多元文化的存在，但是另外一方面，又会担心大家在一起没有共同的文化语言。我希望在未来这些多元文化的小岛之间可以相互有交流，这会有助于文化的蓬勃跟繁荣发展。”郝景芳说。

“我们一直提出来六个字：去创造，不跟随。文以载道，任何的文化都会承载创作者本身价值观的传导，流行文化当然也逃不开这样的规律。这里存在着一个所谓的引领和迎合的关系，我们到底应该迎合于当今时代一些用户的需求，还是如何把精英实力用在创造流行文化的引领上面，可能会是未来很多从业者的一个课题。”爱奇艺副总裁陈伟说。