

新词解

“躺平”

□ 本报记者 卢星

最近，网络冒出新词——“躺平”，并引发网友热议，可作如下解释——

释义：即瘫倒在地，不再鸡血沸腾、渴求成功，也意味着选择一种最“节能”的方式生活，达到低欲望、无欲望的境地。“躺平”族的前驱是“三和大神”，他们是一群栖身在深圳龙华区人力资源市场附近的打工者，“三和”是该区域最大的人力资源公司名称。他们居无定所，以打零工为生，薪水日结，维持最低限度的生存需求，只要还能度日就可以躺下去。

近义词：“丧”“佛系”“咸鱼”等。“丧”，是在一些年轻人中弥漫的颓废、萎靡心态，“我差不多是个废人了”“什么都不想干”“颓废到忧伤”是他们的口头禅；“佛系”则是对人世间的诸多事情“无所谓”态度，相对被动地接受眼前的境遇；“咸鱼”用来比喻“没梦想的人”，兴起于周星驰的电影《少林足球》台词：“做人如果没有梦想，和咸鱼有什么区别呢？”

有人大学毕业后，并未立马找工作，而是在家“躺平”，甘当“隐形人”；有人受够了大企业的996，回乡抱起事业编“铁饭碗”；有人逃离了职场“假模假式”的人际关系，跑去麦当劳打工；有人看清了真实的自己，从一线城市回到四线城市当咖啡店店员……

有专家分析，以上诸多“躺平”案例中，一些年轻人表现出自我逃避、缺乏目标、找不到生存的价值和意义等特征，与他们从小的高压学习环境、大学进校便开始的“内卷”、入职后的机械劳动等都有现实关联。“躺平”现象并非中国独有，英国尼特族（NEET，指一些不升学、不就业、不进修或参加就业辅导，终日无所事事的族群），日本存在低欲望群体，美国也有归巢族（Boomerang Kids）。大体上，一个经济体在达到一个阶段后，社会保障日渐成熟，经济机会选择相对多元，加班加点的边际效益降低，自然会产生一批“扶不上墙”的年轻人。

很多时候，“躺平”不是为了做“咸鱼”，而是在准备鲤鱼打挺。在某贴吧中，一位90后博士的发言比较有代表性：“躺的内核并不是消极，也不是倡导人放弃，而是冷静下来。外界越热闹，我们就越要冷静，认清形势，放下欲望，躺着思考。或许我们终有一天可以弹跳起步，但在时机成熟前，你要躺着。”

“丧”“佛系”“躺平”并不意味着年轻人放弃自我，更多的是他们纾解焦虑的一种途径。放开视野，“躺平”其实也是一种调侃，是一种正常的情绪宣泄。正如国外有一批年轻人曾被贴上“垮掉的一代”的标签，但事实证明，那个年代，那些人并未垮掉，恰恰是对生命、对梦想进行了一次轰轰烈烈的叛逆的尝试，推动着社会继续前进。一代代人在经历过一个阶段的迷茫探索后，最后还是回到积极向上的生活轨道上。从这个角度讲，“躺平”亦不过是这一段经历的注脚吧。

文化视点

青年音乐人 让国乐风华再现

据光明日报，鲜为人知的艺术形式得以出圈，曾经的“阳春白雪”放下身段，在传播壁垒趋近消弭的今天，中国传统音乐带着积淀千年的国风古韵，融合、焕新，来到年轻人的视野。

近来，一些热播的大众声乐类综艺节目，琴瑟箫笛频频亮相于流行音乐的舞台，三弦、革胡、马头琴等小众民族乐器也不时登场，刮起阵阵“国风”；在不少面向年轻观众的网络文艺晚会上，民族乐器与西洋乐融合碰撞，成为弹幕最多、最受喜爱的环节。

有人称，国乐正迎来一场“复兴”：一边是跨界融合让传统音乐摆脱高冷，“潮”了起来，一边是当代年轻人不再一味地崇拜西洋乐，而是发自内心地想在钢琴、小提琴之外，聆听中国气质的丝竹管弦。青年作曲家、在中国交响乐团创作中心担任作曲的李劲晨认为，与其说是国乐被接受，不如说是国乐背后的文化价值正被重新看重，是优秀传统文化在年轻人眼中的一次风华再现。

2020年度中国最具影响力十大纪录片揭晓

据光明日报，由中国广播电视报刊协会、光明日报文艺部、中广联合会纪录片委员会、纪录中国理事会联合举办的“2020年度中国最具影响力十大纪录片系列推优活动”发布仪式在江苏省苏州市黎里古镇举行。活动推选并公布了2020年度中国最具影响力十大纪录片和十大入围优秀作品以及多个推优项目。

2020年是不平凡的一年。国产纪录片围绕重大主题和社会热点，为国家写史、为民族塑魂、为人民立传，用镜头真实记录时代变迁与社会发展，为人们留下了珍贵的影像记忆。纪录片《中国X》2020我们的脱贫故事X人生第一次X西泠印社X武汉，我的战“疫”日记X金银潭实拍80天X中国医生·战“疫”版X为了和平X抗美援朝保家卫国X英雄儿女X被评为2020年度中国最具影响力十大纪录片；《棒！少年》《掬水月在手》《冬去春归》《英雄之城》等10部作品入围推优名单。（□记者 刘一颖 整理）



新兴节日会在网络上形成热烈讨论和追捧，是因为它们契合如今大多数年轻人的表达

兴趣——

当互联网光芒照进节日

文化观察

□ 本报记者 徐晨

5月20日到底是什么日子

“5·20打算怎么过？”
“我单身，不过这节。”
“我说的是‘世界白塞病关爱日’！”
——这是在本次采访中发生的一段对话。提到“5·20”，你想到了什么？当被问到这个问题时，大多数受访者第一反应就是暗恋表白、情侣庆祝的日子。

事实上，每年的5月20日，不仅是“网络情人节”，还有以下多种节日含义：“世界计量日”，1875年5月20日，17个国家在巴黎签署了“米制公约”，大家协议在全球范围内采用国际单位制保证测量结果一致。1999年第二十一届国际计量大会确定每年的5月20日为“世界计量日”；“中国学生营养日”，这是2001年教育部和卫生部联合发

文定的，目的在于广泛深入宣传学生时期营养的重要性，大力普及营养知识。此外，5月20日还是“世界白塞病关爱日”“中国宣传母乳哺育日”。然而，与“网络情人节”的火爆相比，这些节日的属性恐怕鲜有人知。

爱情需要浪漫而非逻辑，当互联网光芒照进爱情里，却可以巧妙地搭建起一套“数字浪漫”逻辑，5月20日也正是在此逻辑下被打造成一个浪漫的节日。2001年，歌手范晓萱唱过一首《数字恋爱》，歌词里数字“520”喻成“我爱你”，首次将三个数字赋予爱的含义。2005年，音乐人吴玉龙的一首网络歌曲又将“我爱你”与“网络情人”紧密地联系在一起。时值网络在中国开始普及，网络聊天成为当时风靡的聊天方式，“520”“886”等初代网络用语也得以借力传播。

中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员杨斌认为，年轻群体在参与互联网空间表达时，表现出较强的娱乐化、轻松化的表达需求，“520”一词被挖掘出“我爱你”的含义，恰恰迎合了年轻人的表达偏好。如此，原本平淡无奇的数字组合“520”被赋予充满爱意的含义，既助推了网络空间的“群体性欢乐”，也让5月20日成功进化为“网络情人节”。

“人造节日”由谁创造

“无论是在文艺作品中还是现实生活中，爱情都是经久不衰的话题，对于年轻群体来说，爱情也恰恰是他们的生活主题之一，更能够激发起他们的表达欲。”杨斌认为，

“5·20”这样的新兴节日会在网络上形成热烈讨论和追捧，是因为它们契合如今大多数年轻人的表达兴趣。年轻群体是网民主力军，既具有强大的参与度，又具有活跃的传播力，是网络讨论热度的主要贡献者。因此，当该群体认同追捧某一话题或节日，就更容易在互联网中形成热火朝天的表达氛围。可以说，网络节日的形成与互联网参与互动的特质紧密相关。

5月20日作为“网络情人节”被广为人知，恐怕也少不了商家洞悉年轻消费群体的浪漫情怀，为变现而借助造势宣传打造出的节日氛围。

在极其重视送礼文化的中国，赠礼被视为表达情感、拉近双方距离的有效手段。《礼记·曲礼上》曰：“礼尚往来，往而不来，非礼也，来而不往，亦非礼也。”随着新兴节日的产生，需要送礼的节日早已不再限于传统节日，互赠礼物也成了情侣之间过节的重要仪式以及商家促销的良机——送礼之前需要采购。于是，每到“5·20”，各方媒体平台都会大力渲染节日的浪漫气氛，从而推动年轻群体为浪漫买单。

事实上，被商家赋予附加意义并成为狂欢节日的，不仅限于“5·20”。11月11日“剁手节”的诞生，就是商家制造节日的典型案例。

众所周知，在成为购物狂欢节之前，11月11日是“光棍节”。事实上，光棍节同样是新兴节日。关于其来历，起源于南京高校的校园文化是被广泛接受的观点。1993年，南京大学“名草无主”寝室四个大四学生每晚举行卧谈，一段时间卧谈的主题都是讨论如何摆脱光棍状态，卧谈中创想出了以即将到来的11月11日作为“光棍节”来组织活动，从此，“光棍节”逐渐发展成为南京高校乃至各地大学的一种校园趣味文化。“光棍节”的约定俗成也与互联网脱不了干系——随着群体活动和网络媒体的传播，“光棍节”在社会上流行开来，11月11日获得了新的含义。

万万没想到的是，“光棍节”竟然要不止一次面对含义重造的命运——“剁手节”来了。2009年，当一些商家洞悉了“光棍节”里的单身青年具有自我安慰式的购物需求后，展开了一场试探性的促销活动，当年平台促销获得的5000万元营业额远超预期，于是在2010年认真策划促销，并创下了9.36亿元的单日营业额。自此以后，“双十一”

购物节的交易额每年都在刷新纪录，直至现在的轻而易举破千亿，真正称得上“双十一”网络购物狂欢节。

现今，每年的11月11日，各大电商平台乃至线下商超都注重策划，不少人还会在这一天到来之前就认真查询攻略、参与互动游戏，以追求用更少的钱买更多的东西。有的人会超出购物预算，购买后又后悔，自嘲要“剁手”戒掉疯狂购物，“剁手节”这个称呼由此而来。

如今，商家“造节”的触角延伸广泛，在互联网的推动和商家热火朝天的营销攻势下，“3·8妇女节”“6·18年中大促”“双十二购物节”等多数节日都成为人为创造或被人地赋予新含义而成的新兴节日，作为在含义上具有得天独厚优势的“5·20”，自然也不会落下。“要是一年有13个月，估计13月14日也会是一个狂欢购物节。”有网友曾这样调侃。

新兴与“正统”之争

另一边，“正统”节日的冷遇与新兴节日的热闹景象形成鲜明对比。目前部分历史悠久的传统节日和官方确定的正式节日似乎难以引起网络节日那样广泛的讨论，甚至有鲜有人知。以端午节为例，包粽子、赛龙舟、挂菖蒲、饮雄黄酒等传统习俗如今鲜有保留，习俗仪式淡化的结果是节日的气氛不再浓厚。

于是，有不少人开始站出来指责新兴节日的出现冲淡了“正统”节日的存在感。对此，杨斌则表示不必过度批判。“随着社会变迁，一些传统节日的仪式淡化，有些习俗在当下语境的吸引力减弱，年轻人通过网络节日创造了新的仪式感，这也是他们追求生活乐趣和作为同辈群体表达及认同的需要。而其他一些在5月20日这天被命名和定义的节日，目标群体相对较窄，想要广泛流行存在一定难度。”杨斌表示。

其实，新兴事物的存在本身就会伴随争议，无论喜欢这个节日与否，如果能趁节日这天，用精心准备的仪式满足自己的情感需求，用一句“节日快乐”为平淡生活奉上一味调剂，或者用更低的价格购得心仪已久的商品，也不失为一桩“小确幸”。



《我的章鱼老师》：海中“小石潭记”

阿玉点映

□ 王文珏

每年总有几部令人惊艳的纪录片，它们除了视觉的冲击，更有从某种客观中提取的坦诚的情感，深邃的认知。《我的章鱼老师》，获得广州国际纪录片节最佳导演奖。

南非好望角，“咆哮西风带”的大海，以原始风浪迎接全世界的潜水、冲浪爱好者。8年前，徘徊在抑郁症边缘的摄影师克雷格来到这里，试图用海水的清冷与蔚蓝疗愈自己。他常年奔波在世界各地拍摄，却焦虑于无法产出更好的作品，也无法面对家人间亲密关系的处理。

克雷格找到一处风平浪静的小海湾，几乎每天都修行般下潜。海波摇曳，光线一明一灭，各种生物族群构成神秘的海底森林小世界——他遇到一只神秘又羞怯的章鱼。起初，“她”每只触手都抓着吃剩的彩色贝壳伪装自己，仿佛一把怪怪陆离的纸扇。镜头

稍一靠近，章鱼小姐便扔下伪装，倏然逃离。克雷格像是遇到了海中的阿狄丽娜，兴奋又忐忑：“如果我每天都去看她，会怎样？”一念之间，摄影师开始了长达300多天的下潜观察。

说起章鱼，很少有人知道它的智商基本等同于猫狗，甚至低至灵长类动物。镜头中的章鱼小姐，有着E.T.般的大脑袋，一双慵懒的大眼睛，又萌又怪。克雷格充满耐心，从不惊动她的生活，渐渐地，章鱼小姐开始接纳这个人类的存在，甚至在某天伸出了自己长长的触手，与克雷格“握了个手”。

章鱼小姐与克雷格之间彼此的好奇，建立起最新鲜的联结。克雷格发现自己对世界的理解都彻底更新了，仿佛早已壁立隔绝的世界重新开了一道光。透过这道光，一只简单却又非凡的章鱼给他展示了某种人类鲜有触及的世界——一个奇异之地，融汇着精神和智慧的世界：她会随时根据周遭变换色彩、形状，逼真到仿佛体内有高精度计算模拟器；她会制定战术，与“睡袍鲨”的遭遇战且战且藏且伪装，甚至在最不可思议的惊险时刻骑上了鲨鱼的背——最危险却是最安全的地方。更不可思议的是，她温柔地接纳

了人类的存在，像小猫一样伏在克雷格胸前，随他浮出水面。

人们喜欢以精神彼此辨别、认知，然而谁能想到一只章鱼能拥有人类完全无法小窥的内核？她会思考，会模仿，会计算，会绕过海带给自己披上斗篷开始内心“小剧场”，会和鱼群嬉戏自我愉悦……当她有百分之几的类人智慧时，我们该拿她怎么办呢？

格物致知，是人类喜欢的思考方式。克雷格在每天与章鱼相处的时光里，获得了全新的认知，也更更新自己的情感。在浩瀚到近乎永恒的大海，渺小到近乎不存在的章鱼，困惑到纷繁错乱的自我之间，从不可捉摸到细致入微，某种奇妙的理解就这样架设起来。他仿佛凝视了一段空灵的时光，拥有了与深沉的宇宙秘密接通的某个瞬间。

所以柳宗元对小石潭中的鱼影凝视了多久呢？“青树翠蔓，蒙络摇缀，参差披拂。潭中鱼可百许头，皆若空游无所依，日光下澈，影布石上。佁然不动，俛尔远逝，往来翕忽，似与游者相乐。”文字的终极，是最清澈又最深邃的画卷，人在画中，也在一种空境里。它蓄势诉说的一切，成为一种无言

的蕴意，是物也是人的内心。

与小石潭边的静观察不同，好望角海湾的所有凝视，都涌动着克雷格生动的思考。他像是发了痴，每天几次去潜水，惦念着章鱼在干什么。他仿佛自己已变成了章鱼，感受到进化中历尽千难万险才成为此时生命的不可思议——人类总难以俯瞰自己的全貌，克雷格却第一次在对另类生物的窥探中，忽然体会到自己的存在。

300多天的观察影像，是章鱼小姐的一生。最终，她在产卵后完成了一个母亲的使命，心耗尽，任凭昔日对手鲨鱼的吞噬。克雷格只能远远看着，潜水镜里泪眼模糊却无法挽救这最后的告别。对死亡的认识，像最后的教科书，撬动他对于生命和情感的珍惜。

作为一部优秀摄影师的作品，影片镜头语言开合极大。海面上，冷峻壮阔，浩瀚水体用最大的力量和最缓慢的速度推展海浪，形成一帧帧慢镜般的蓝色雪崩。一眼望去，感受到的不再是空间，而是时间，一种足以吞没所有存在的势能。而海面下，镜头玲珑剔透，水中浮游如光中浮尘，如置身另一个星球，凝神的特写仿佛静止的时间，透出自然的纯净与精神的安宁。