

方言狂欢“出圈”，集体记忆被唤醒

笑梗背后是大国文化自信

“噫，我嘞乖乖”“弄啥嘞”“中不中”……2024年一开年，一部充满河南味儿的电视剧《狗剩快跑》便收获了很高的收视率。2024河南春晚也别出心裁，用“豫语”拉开帷幕：“恁看”“弄几个硬(读eng, 第四声)菜”“怪排场”……温馨之中，笑点满满。



CFP供图

方言影视剧热播，掀起地域文化浪潮

看过《狗剩快跑》的观众，都会不由自主地学上几句河南话。剧中，一句句地道的河南方言，不仅为故事增添了许多生活气息与幽默感，也让主人公“狗剩”的视角下，动荡年代里的众生百态与家国情怀更显动人。

这是一次正剧创作的大胆尝试，也是近年来河南方言不断“出圈”的又一例证。

从中原乡村喜剧电影《不是闹着玩的》《就是闹着玩的》相继走红，到贺岁大片《满江红》中令人眼前一亮的“豫剧+摇滚”混搭，再到新曲艺形式“喷空”走出河南、走向全国……近年来，河南方言成为文

艺创作的灵感来源之一。

“方言的形成和流变具有浓厚的地域特色，是地理环境、政治经济、历史人文等多因素长期共同作用的结果。”河南大学文学院教授段亚广长期致力于河南方言调查及相关研究，在他看来，方言是地域文化的直接载体，更是地域性格的外在表现。

河南方言中，使用最为频繁、最具代表性的，莫过于“中”。

一个“中”字，不仅用来表达认可、赞扬之意，从更悠远的历史视角审视，还内含着地理概念上的天下之中、九州腹地，文化意义上的百川汇聚、兼收并蓄，精神追求上的执中

求和、不偏不倚。

“在我国五千多年的文明史中，以汴洛方言为代表的河南话在很长一段历史时期处于引领地位，有‘雅言’之誉。”段亚广说，“受‘中’的理念、文化长期影响，河南人言谈间自然离不开‘中’了。”

打招呼说“吃饭行(mǎo)”，称心如意叫“得劲儿”，大声吵嚷叫“挟郊(xié huò)”，聪明机灵叫“能”……言简意赅、听起来有点硬又有点直的河南话，恰如朴实厚道的河南人一样，似乎总带着泥土般的粗粝质感——那是源于生活的幽默、智慧与生命力。

年轻人“重拾”家乡话，集体记忆被唤醒

“谁的聊天对话框里，没出现过一张小岳岳的表情包呢？”打开大学生王意洋的微信表情收藏，入目便是豫籍相声演员岳云鹏的表情包。滑稽逗乐的神情，辅以“弄啥嘞呀”“瞧给你能的”等醒目大字，让这些表情包仿佛自带“豫语”配音，让人不觉莞尔。

不久前，河南方言说唱歌曲《5:20AM》在各大社交媒体平台爆火，引发大批网友模仿跟唱“俺是河南嘞，河南许昌嘞”，让人直呼“上头”。

而在网络平台上，四川话的

“为撒子”、东北话的“你瞅啥”、台湾腔的“酱紫”等词汇屡见不鲜，已成为冲浪达人们精准表达情绪的口头禅。

方言表情包、方言歌曲、方言流行语……随着越来越多的方言梗在互联网空间被制造和传播开来，方言正焕发出强大的吸引力和感染力，不断赢得互联网原住民的青睐。

“言语和修辞在传情达意之外，更多作为桥梁，建立和维护群体关系。”中国传媒大学新闻传播学部教授、博士生导师付晓光说。从这个意义上讲，本就接地气的方言，在渲染

气氛、强化认同、拉近距离、连接情感等方面，具有先天优势。

“乡音寄托着乡情，承载着乡愁。”在段亚广看来，生动鲜活的方言，是“远方”和“故乡”之间的纽带。年轻人群体中方言的“回归”，是其地域认同建立、集体记忆唤醒的必然结果。

2021年，中青校媒曾面向高校学生进行过一项调查，结果显示，81.11%的人明确表示喜欢自己家乡的方言，76.2%的人会不自觉向身边人安利家乡话，近八成Z世代则表示愿意为家乡话代言。

文化“出圈”不止方言，世界影响力与日俱增

近年来，上海话《繁花》、东北话《乡村爱情》等剧集叫好叫座，现象级电视剧《山海情》中的陕西话，更是将观众一秒带入辽阔戈壁漫天风沙的氛围；用粤语读古诗词的网络博主，一举吸引数百万粉丝关注，尽显诗韵之美；用方言“自报家门”的“为家乡上分”系列视频，更是汇成展现各地风土人情的洪流。

诚然，随着方言“入网”成为常

态，方言梗难免泥沙俱下，但若从更宏大的文化视角来看，各地方言的轮番走红，恰是中华优秀传统文化吸引力增强的真切体现，也是年轻人文化自信提升的具体体现。

传统文化“出圈”，亦不止方言。以《唐宫夜宴》《洛神水赋》《龙门金刚》等为代表，一批取材于中华优秀传统文化、通过创新手法演绎的文化类节目，在年轻人中掀起“国潮风”“汉服热”。

值得一提的是，在海外多国Z世代群体中，对中国文化及汉语方言的学习与模仿，同样渐成潮流。

塞尔维亚女孩玛塔，在少林寺蹲守3年，只为了解功夫与禅宗的奥秘；喀麦隆小伙刘汴京，一边打太极，一边将豫剧唱往非洲大陆；德国小伙无名，不仅能够说一口流利的河南话，还立志成为一名中医……这些都折射出中华文化与日俱增的世界影响力与感召力。据《半月谈》

轻排场、重体验

个性化定制服务 打开婚嫁新市场

怀旧复古的老式建筑、酷飒的新婚礼服、轻松自在的户外派对……相较于大摆宴席、客套寒暄的传统婚礼，新人小罗的婚礼更像一次亲友间的户外聚会。

“相比于敬酒设宴，男女方亲友吃完就走，我更希望亲友们能够了解我们的爱情故事。”小罗说。

年轻人注重情绪价值和个性体验

重视情感价值和个性体验，已经成为当代年轻人婚礼策划服务的主要诉求。中国婚博会此前发布的《2023—2024年婚嫁市场流行趋势和消费市场动态》称，作为备婚人群主力军的“90后”，在婚礼投入上更加追求性价比，费用支配更为理智，总花费普遍下降10%到15%，但更愿意为优质服务项目买单。

“新婚人群对于结婚的消费需求从粗放走向精细，从排场走向个性，对传统婚嫁市场来说既是一种考验，更是一种机遇。”重庆市婚庆行业协会会长唐一说。

据介绍，婚嫁市场包含婚礼策划、婚纱摄影、婚纱礼服和婚宴服务四大行业，与酒店、旅游等行业密切关联，同时涵盖珠宝首饰、婚礼百货等产品消费。随着人们消费观念的不断转变，婚礼的形式不断创新，辐射范围不断扩散，未来市场潜力巨大。

新需求牵引新供给，记者在重庆、湖北、上海等地看到，近年来层出不穷的婚礼消费形式打开婚嫁市场“新想象”。

设置专门的Photo Booth(自助快照亭)留下宾客与新人的专属回忆；结合新人创意巧思设计专属“调酒”伴手礼，宾客可以根据喜好调制一杯独特的酒；将新人相遇的摩天轮作为设计元素融入婚戒……婚礼服务市场产品及服务品类逐渐多元化。

个性化定制满足不同需求

“定制化婚礼策划越来越火热。”重庆景澈婚礼艺术经理人潘宇杰说，他们看到市场变化后迅速作出反应，瞄准追求个性化定制、艺术感婚礼的年轻新人，提供定制化婚礼策划服务。

以往，婚嫁市场四大行业比较分散，且各环节企业由于服务特性难以通过规模效应提升盈利能力，因此难以满足消费者对便利性的需求。如今，一站式婚礼服务受消费者青睐，也促使行业间打通梗阻，实现联动发展。

山东女生小董在线上便完成了“一站式备婚”。“在线备婚更加方便，从咨询攻略到选婚品，都能在备婚App上完成，我们可以完全按照自己的喜好设计独属于我们的婚礼。”

在婚纱礼服的选择上，小董没有选择传统品牌，而是通过“婚纱买手店”找到一件设计感强又不过于隆重的独立设计师婚纱。

在需求影响下，近年来“婚纱买手店”应运而生，它区别于传统的店铺，以新人的时尚观念和品位为设计基准。

“客观上看，年轻人对品质的需求越来越高。”潘宇杰说，细分市场的精细化服务将是婚礼服务市场的一种发展趋势，这也对行业从业人员提出了新的要求。

据新华社