

华府诗友社2021年1月网上(Zoom)讲座 钟伦纳 教授讲《如何写出自己最钟意的诗》

演讲时间: 2021年1月3日(周日), 下午
2:00 - 4:40
演讲标题:《如何写出自己最钟意的诗》
演讲嘉宾:美国阿肯色州州立医科大学
教授 钟伦纳
主办单位:华府诗友社
Zoom ID: 938 2617 0309
联系方式: 韩辉 huihan4@gmail.com; 陈
艺虹 240-381-4379
cyihong201812zuoxie@gmail.com; 雷俊毅
484-683-1313 jlei0221@icloud.com

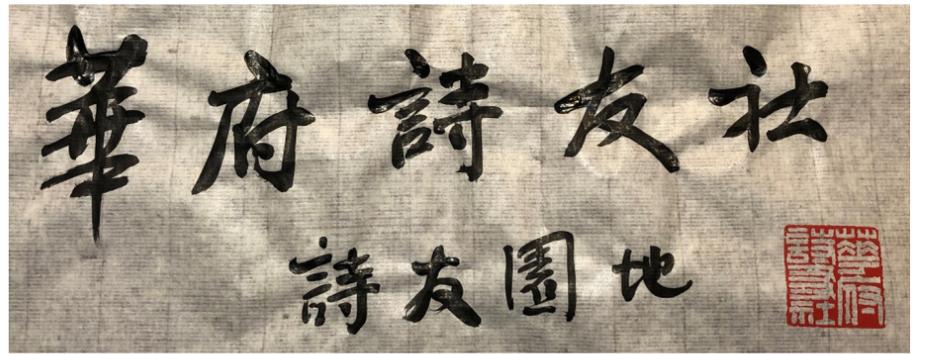
注册表
演讲提要
诗既可以是表达自己情感和意识的艺术,也可以是流传大众和训练思考的工具。诗的形式/体裁可以容纳多种,大部份要求的基础训练不多,很多人可以自己学习和采舍。那种体裁较适合,跟题材的配合而定,即使同一内容,也可以有多种体裁,各花各时入各眼,自己心境也变幻! 汉字襁褓五七言绝律,是极难得的华夏沟通工具,从打油诗(本讲尊称作“框格诗”)的普及,可见其推广的潜力。

今时今日,衡量自己诗作的方法,不能避免此时此地下诗的作用、读者的习惯、和写诗对自己的作用影响。是以钟伦纳教授今日建议的标准,既受一些传统影响、也不离现代生活的背景,尤其是现代生活节奏紧迫,资讯爆炸,能够精简表达的文艺、应用文、以至学术论文,都较易流传。古人有闲才作诗,今天则正因时间不足而应培养写诗的习惯。

钟教授建议现代评诗的标准应包括: 精简(减少字数、选择字眼、一字之效、零字乾坤); 音韵; 排列; 格律(严格、破格、框格、变格、维格,以及种种“离格”)。对每一项标准,他都举出例子,让大家参考,并建议大家依题材来选体裁。

钟教授把题材分为四类: 情诗(以诗经的多种感情的承转为例,建议大家从现代生活里找灵感)、志诗(以毛泽东和蒋介石青少年期的诗和现代童诗为例); 景诗(以个人作品为例,分为纯景诗、触景发情诗、借景伸意诗、以意驭景诗、和事诗)。

更重要的,是建议如何练习提升,包括基本格律、名诗接枝、唱酬互励、巨细无遗、由近而



远、和落锚乘流。
最后,他提出自己在写作时对自己的四项要求:真、紧、衬、和新。每个人都可以作自己的老师。
讲员简介
钟伦纳博士是美国阿肯色州州立医科大学公共卫生学院教授。香港中文大学学士和硕士、波士顿大学博士。曾任辛辛那提大学中国事务主任、辛大医学院副教授、麻州老人部研究主任、曾在港美从事数十项社

会调查及讲授研究方法课程。并创办了华/亚裔研究、和训练所和达傅斯大学国际领袖训练所。
义务工作包括香港专上学生联合会会长、美国国家健康所研究申请书审议员、和辛城理性思考会会长等。长期致力于客观知识的研发、应用、和普及。希望以多科际和多角度的开诚态度,来报导和分析世事、尤其是去重新理解华夏文化及其现代意义。

“爷青回”夺年度第一! 但弹幕似乎没那么香了?

消费时代,娱乐至死。对于不同年龄段的消费群体,尤其是年轻人而言,消费、娱乐的新花样实在太多。从加价无极限的潮鞋、潮牌,到刹手不止的盲盒;从排队几小时只为一杯奶茶,到冲会员只为周杰伦……消费、娱乐俨然带着旺盛且多样的欲望。而在观看鬼畜视频、热血国漫等方面,弹幕则成为很多人宣泄情绪的方式。

在如暴雨袭来的弹幕中,人们找到某种寄托情感的渠道,从此一发不可收拾。无论是为了展示个性,抑或摆脱孤独,弹幕似乎能承载各种情绪,也衍生出一种独特的文化。但当弹幕泛滥如洪流后,它还能保持初心吗?尤其是在弹幕变得越来越乏味后,它还能演绎出别样精彩吗?

年度弹幕亮点多,已成观影新常态
通过数据比个高低、分出排名,似乎是人们最喜欢做的事。从篮球界乔丹、詹姆斯GOAT之争,到足球界梅西、C罗的“双骄”对决,从iPhone与华为Mate系列的优劣,到各种世界富豪排行榜……对比,无处不在。即使是作为一种娱乐方式的弹幕,也难逃被冰冷数据排名的结果。

近日,弹幕大本营B站发布了一份2020年度弹幕。B站“自豪”地表示,今年用户共

发送了22亿条弹幕。其中,“爷青回”被发送了超542万次。而其他位列年度弹幕的,则为“武汉加油”、“有内了”、“双厨狂喜”、“禁止套娃”等。如果你对弹幕文化不够了解的话,可能会对很多弹幕的意思不甚了解。如,“爷青回”其实是用于表达人在变化后的环境中,面对曾经熟悉的人和事物时,油然而生的一种喜悦之情。

每一个弹幕,都反应了今年的潮流所向。事实上,B站的年度弹幕迄今为止已举办了四年。2017年的年度弹幕是:囍;2018年的年度弹幕是:真实;2019年的年度弹幕是:AWSL……对很多人来说,这些弹幕是他们见证热点事件、潮流趋势等的反应。

更重要的是,弹幕作为一种全新的影像语言表达方式,此前受到不少年轻人的喜欢。中青校媒就曾“Z世代弹幕文化”,面向全国1976名大学生展开问卷调查。结果显示,61.34%被调查者观看视频内容时经常选择开启弹幕。最受欢迎的弹幕形式为“字幕君”等功能性弹幕(73.07%)。

如今的弹幕,看起来也受到更多人的认可。甚至导演李少红还表示,弹幕观影已成为一种新的观影形态,能从中了解观众的审美取向。郭帆认为电影的核心就是要跟观

众建立社交,弹幕是社交需求放大的表现。平均数量下滑,“复读机”式跟风刷屏……弹幕在变味

看起来,在这场由弹幕所制造的娱乐盛宴中,谁都会“深陷其中”——毕竟弹幕看起来互动意味十足,且很有趣。但实际上,弹幕在生长路径上正遭遇危机。其中重要的一点是,经过蓬勃发展后,越来越多的人开始“抛弃”弹幕,发送的数量在变少。数据,则证明一切。

还是以弹幕的大本营,B站为例。2017年,B站月活用户约7000万,弹幕总数“10亿多条”。2018年,B站用户共发送“超过10亿条”弹幕。2019年,弹幕总数“超过14亿”。2020年第三季度,B站社区月均活跃用户达1.97亿,2020整年的弹幕总数达到了22亿。从表面来看,弹幕数量在增长。但粗略估算平均每位B站活跃用户一年里发布的弹幕数,即用总弹幕数除以月活跃用户数,已经从大约14条下降到了11条左右。

除了人均数量在减少外,“复读机”式的跟风刷屏现象愈发严重。很多人为了赶时髦,都是发送类似的弹幕,对观看视频的体制造成极大影响。这一点,在B站“引以为豪”的年度弹幕中,体现得尤为严重。据官

方数据显示,2017年年度弹幕“囍”被发送次数约为21.8万次,2018年年度弹幕“真实”共出现约47.7万次,2019年的网络黑话代表“AWSL”出现3296443次。而2020年的“爷青回”,直接超过542万次。

人均数量减少、重复弹幕太多……都在证明如今的弹幕没那么香了,甚至在“变味”。如果弹幕不是个性化的表达,而是变成千篇一律的调调,又有什么意义?

从小众乐趣到大众娱乐,弹幕仍需革新
弹幕,原本是一种年轻人“圈地自萌”的娱乐方式。而在近几年,弹幕却成功出圈,在各大视频播放平台呈现燎原之势。这也在表明,弹幕从小众乐趣变成了大众娱乐。
破圈,很好。但弹幕不能仅是打破圈层和年轻化的限制,却丧失原本的意味。哪怕是各大视频平台想借助弹幕实现“二次发育”,也不能让弹幕偏离了互动、沟通、表达自我的初衷。

从这个角度看,弹幕其实仍然需要革新,还需不断蜕变。弹幕不能只是变为下饭视频的“佐料”,更要成为让视频行业更为繁荣的“养料”。只有这样,弹幕才能在获得人们情感共鸣的同时,迎来一个全新阶段。(科技新发现 康斯坦丁/文)

刘氏汽车维修中心
维州汽车排气与安全检查站
Annandale Citgo Gas Station
刘氏汽车维修中心由刘家杰先生主理,服务于华人已有十三周年了,精修各类汽车,您要通过维州汽车安全或废气检查吗? 那您一定要来到刘氏汽车维修中心!
电话请找 **刘家杰** 703-941-8309
703-941-8308
营业时间:
周一至周五 7:00Am-7:00Pm
周六 7:00Am-5:00Pm 7-081
地址:
7131 Columbia Pike, Annandale, VA 22003 通英国粤 越潮语

美东学院
YM American Academy
主要服务项目
美国大学、研究生、高中申请指导
高中学习规划和各类课程辅导
www.ymamerican.com
ztyang@ymamerican.com
Cell: 302-257-1537
WeChat: wh785120
Newark, DE / Ellicott City, MD
我们不会点石成金,我们的目标是 4-096
帮助招生官挖出藏在沙底下的金子

ACE CARE
移民体检
入籍英语考试障碍评估
敬请来电预约: 703-237-0120
或发送信息至: 703-334-1529
900 S. Washington St. Suite 112, Falls Church, VA 22046
703-237-0129(fax)
Email: acecare900@yahoo.com
www.acecaremedical.com 3-011

纽约人寿保险公司
王亚亚 Yaya Wang
财务顾问
纽约人寿保险公司业务代表
纽约人寿证券公司注册业务代表
二十年以上专业经验
百万圆桌协会终生会员*
(C)301-404-2884
(O)301-838-5511
(F)1-866-253-7188
www.YayaWang.com

各类寿险
• 定期寿险 • 终生寿险
• 灵活寿险1 • 浮动灵活寿险2
• 医疗保险3 和牙医保险3
• 长期护理保险
• 大学学费筹措规划2
• 各类年金 和投资产品2
• 共同基金投资2
地址: 966 Hungerford Dr, Suite 15 B, Rockville, MD 20850

NEW YORK LIFE 纽约人寿 傅家之保
1 Issued by New York Life Insurance and Annuity Corporation
2 Securities products and services offered through NYLIFE Securities LLC, Member of FINRA and SIPC, and a Licensed Insurance Agency.
3 Products available through one or more carriers not affiliated with New York Life, dependent on carrier authorization and product availability in your state or locality.
*Financial Adviser of Eagle Strategies LLC, a Registered Investment Adviser
+ Million Dollar Round Table (MDRT), The Premier Association of Financial Professionals, is recognized globally as the standard of excellence in life insurance sales performance in the insurance and financial services industry.
The offering documents (policies, contracts, etc.) for products from New York Life and its subsidiaries are available only in English. In the event of a dispute, the provisions in the policies and contracts will prevail. 對於保單、合約等相關文件,紐約人壽及其子公司僅提供英文版本。如有爭議,一律以保單和合約中的條款為準。
NYLIFE Securities LLC, Eagle Strategies LLC and New York Life Insurance and Annuity Corporation are New York Life Companies. SMRU 1643524 5-030