

用创新赓续传统 以荧屏连接古今

——文化类节目“正当红”

“先生所到的每一处都播撒了志向的种子”“您走完的路,值得我们再走一遍”……《典籍里的中国》自播出以来广受好评,近日上线的第八期《徐霞客游记》同样引发网友强烈共鸣。节目通过识读这本中国近代地理学奠基之作,让观众感受到了徐霞客“朝碧海而暮苍梧”的人生理想,以及追根溯源、探求真理的科学精神。

《中国诗词大会》《国家宝藏》《典籍里的中国》《唐宫夜宴》《洛神水赋》《龙门金刚》……近年来,中华优秀传统文化在融入日常生活的同时,也带来层出不穷惊喜,顺应时代潮流、不断推陈出新的文化类节目就是其中最大的亮点之一。随着口碑和社会影响力不断走高,文化类节目已然成为国内电视荧屏不可或缺的重要力量。

内涵挖掘 文化精华提供创作支撑

提到《徐霞客游记》,人们最先想到的可能会是《游天台山日记》《游雁宕山日记》等在语文课本中的篇目。在看完最新一期《典籍里的中国》后,许多观众表示“学到了”——5月19日被定为“中国旅游日”,正是源于《徐霞客游记》的开篇之作《游天台山日记》。

“癸丑之三月晦,自宁海出西门,云散日朗,人意山光,俱有喜

态”。癸丑之三月晦,即是公元1613年5月19日,以此为起点,徐霞客“达人所未达,探人所未知”,经三十余年考察写成《徐霞客游记》。

徐霞客一生走入山水,考察江河,不断纠正旧志书中的很多错误。《尚书·禹贡》里记载着“岷山导江”的说法,后人将其误解为长江的源头是岷江。在没有现代地理学测绘手段的年代,徐霞客凭双脚行走、双眼观测,更正长江的正源为金沙江。

“故不探江源,不知其大于河;不与河相提而论,不知其源之远”。徐霞客探寻长江源头的过程,代表了所有中华儿女的寻根溯源。

中华文明历久弥新、生生不息,始终充满文化创新的能量和动力。“节目能够如此受欢迎,重要原因正是挖掘出了典籍里蕴含的思想精华,并让它穿透数千年的历史时空,与当下观众形成精神上的共振。”《典籍里的中国》艺术总监田沁鑫说。

可见,中华优秀传统文化一直是文化类节目用之不竭的源泉,如何从源头上取出一瓢贯通古今、历久弥新的活水,并使其化作滋润观众心田的清泉,是电视文艺工作者们需要不断探索回答的课题。

今年七夕,河南卫视推出晚

会《七夕奇妙游》。其中,舞蹈节目《龙门金刚》延续了此前《唐宫夜宴》和《洛神水赋》的风格,并非将文化元素简单堆砌“原样呈现”,也不是浅尝辄止的介绍和解说,而是在尊重历史、尊重文化的基础上,用匠心将传统文化中的精华进行现代化表达,受到了观众的广泛好评。

现代表达 创新形式满足审美需求

苟日新,日日新,又日新。如何在内容和形式创新上有所突破,把“高冷”的传统文化更好地融入当下生活,适应观众不断提升的文化需求和审美品位,将直接影响到文化类节目的成败。

田沁鑫认为,文艺工作者应该深刻感受中华文明的灿烂辉煌和中华艺术的精神风骨,在深入传统文化宝库、探得“宝物”的基础上,以现代人的视角提取精神内涵。

“积极运用新的艺术表现手段和技术手段,让传统题材作品既葆有传统的独特韵味,又符合现代人的审美趣味。”田沁鑫说。

观古今于须臾,抚沧海于一瞬。《典籍里的中国》以“文化节目+戏剧+影视化”的方式,讲述典籍的成书、核心思想以及流转中的闪亮故事,既突出了典籍的

思想性,又保留着“双手奉上”的仪式感。

舞势随风散复收,歌声似磬韵还幽。《唐宫夜宴》用舞蹈的形式带观众领略大唐盛世风范,运用现代科技编创传统形象,结合当代人的审美习惯构建唐代风貌,兼具厚重的历史感与现代的科技感。

言恢之而弥广,思按之而逾深。《如果国宝会说话》另辟蹊径,跳出历史文物类纪录片“文物展示+旁白解说”的常见模式,让文物自己“开口”讲述它背后的精彩故事。文物不再是冷冰冰的收藏品,也有了鲜活的“生命”。

中国电视艺术委员会编辑部副主任闫伟认为,传统文化和电视综艺的结合,正不断朝着纵深性和创新性的方向发展,“这些优秀的文化节目,让中华优秀传统文化的基因实现了与现代社会、先进科技的交融,因而真正焕发出文化的魅力与感染力,使得当代观众产生心灵深处的民族认同感,引发审美共鸣。”

薪火相传 古今辉映凸显文化自信

文化类节目的勃兴,不仅让中华民族源远流长的历史文化得到了弘扬与传播,更激发了社会大众对于中华优秀传统文化产生

了浓厚的自豪感与满足感,更加坚定文化自信。

“跨越时空的传承”,是《典籍里的中国》的一大亮点。在节目中,观众能看到宋应星和袁隆平的握手,李时珍在中华医藏的资料室里捧起了《本草纲目》,屈原发出了“我把诗写在竹简上,他们把诗写在宇宙中”的感慨,来到三江源的徐霞客终于尝到了长江源之水……节目中这些看似不可能的“后世流转”环节,恰是节目最能击中人心的场景。

清华大学出土文献研究与保护中心副主任刘国忠表示,这样的设置不仅体现了典籍的魅力永不褪去,所蕴含的价值亘古永恒,“同时,也显示出博大精深的中华文化绵延不断,是中华儿女特有的精神纽带。”

诗文随世运,无日不趋新。从文化类节目的流行可以看出,通过新技术、新形式缩短优秀传统文化与大众的距离,不仅可行,而且具有强大生命力。当然,如何让当代人、尤其是年轻人真正珍视中华优秀传统文化、强化中华民族的文化认同和文化自觉,仍需文艺工作者久久为功。我们也期待着,未来的文化类节目在形式和内容上有更多探索与尝试,只有这样,流淌着古老华夏文明之血的节目才会历久弥新。

(人民网 韦衍行)

广电总局:广播电视和网络视听文艺工作者应自觉摒弃低级趣味

新华社北京9月7日电(记者白瀛)国家广播电视总局9月7日在北京召开座谈会,要求广播电视和网络视听文艺工作者自觉遵守社会公德、个人品德、家庭美德,培育和践行社会主义核心价值观,讲品位、讲格调、讲责任,自觉摒弃低俗、庸俗、媚俗的低级趣味,自觉反对拜金主义、享乐主义、极端个人主义的腐朽思想。

广电总局负责人指出,广播电视和网络视听文艺工作者要守公德、严私德,以高尚品行树立良好社会形象;要对自身道德建设有更高的要求,心怀敬畏,严守底线,不碰红线,追求高线;要加强思想自律和行为约束,严格遵守各项法律法规,诚信经营、诚信从业,自尊自重、自珍自爱;要大力弘扬文明道德风尚,做真善美的实践者和传播者,把崇高的价值、美好的情感融入作品,引导人们向上向善。

电影暑期档 观众满意度创今年最高

中国电影观众满意度调查·2021年暑期档调查结果显示,暑期档观众满意度为今年截至目前档期满意度最高分,居调查开始近7年来暑期档的第二位。

今年电影暑期档保持多元的内容供给,不同类型题材影片中均不乏优质作品产出。从7月1日至8月31日共有65部新创作的国产影片上映,与2019年同期的67部基本相当;在12部重点调查的国产影片中,11部影片进入“满意”区间。2021年暑期档两部建党100周年献礼片《革命者》《1921》和抗疫题材影片《中国医生》满意度领先,3部影片悉数进入2021年单片满意度前五名。

中国电影观众满意度调查由中国电影艺术研究中心联合艺恩数据进行,满意度调查采用影院现场抽样调查、一线从业者和专家在线调查、大数据抓取分析等方法,以观赏性、思想性和传播度三大指数对国产电影进行综合评价,并引入新鲜度指标评价影片创新性。《人民日报》刘阳

四川非物质文化遗产 保护协会传统医药专业委员会成立

本报讯(记者李林暄)为打造中医药与川茶非遗保护发展平台及中医与川茶非遗品牌,9月7日,四川省非物质文化遗产保护协会传统医药专业委员会、川茶专业委员会成立大会在成都杜甫草堂博物馆举行。

会议现场,传统医药专业委员会会长柳长华做了题为“传统医药非物质文化遗产的核心价值与公众健康的选择”的讲座。参会人员参观了由四川省非物质文化遗产保护协会与成都中医药大学主办的“春风和煦——中医生活美学展”,欣赏了茶道表演。活动主办方相关负责人表示:“本次大会的成功举办,搭建了传统医药与川茶文化开放交流的平台。传统医药与川茶专委会的成立不仅对弘扬传统医药和川茶文化,培养传统医药和川茶非遗传承人队伍具有重要意义,更为健康中国建设注入源源不断的文化动力。”

紫苏炒田螺

岭南人的中秋赏月夜,有一道美味一定不会缺席,那就是紫苏炒田螺。

每年中秋节前,婆婆都会买几斤新鲜的田螺,把它们养在清水里。中秋节那天,婆婆一大早就用细毛刷把田螺清洗干净,用钳子把螺尾一个个剪掉,然后去楼顶花园摘一把散发着清香的紫苏叶,开始炒制晚上赏月要吃的田螺。炒田螺,紫苏是关键,加上蒜蓉、姜蓉、沙茶酱和干辣椒圈一起翻炒后,满室生香,那是中秋节特有的味道。

待一轮明月挂上天空,我们兴冲冲地把茶具、月饼、田螺、各色水果,一样样端上楼顶花园,

在石桌上摆放停当。夜色如水,桂花吐芳,我们围坐在石桌旁,一边欣赏笑盈盈的月亮,一边品尝美食。先抿一口清香的铁观音,品一口传统的广式月饼,然后目光径直越过桌上的水果,直奔那碟紫苏炒田螺而去了。眼到的同时,手也到了,拿起一只喂两下,螺肉进口,螺壳则被弃入另一只空碟中。中秋赏月夜,就在全家人此起彼伏的喂螺声、淡笑声中沸腾起来。

岭南人爱吃田螺,是有文化传承的。据清咸丰年间的《顺德县志》记载:“八月望日,尚芋食螺。”民间认为,吃螺可以明目,中秋节吃田螺可使眼睛“明如秋月”。而

粤语中,“螺”与“擻”(意为抓取)同音,俗话说“无得食,问田螺(擻)”,故中秋之夜吃田螺,还有丰收之意。

吃田螺很需要些技巧。“老广州”们从小耳濡目染,故技巧纯熟,吃起螺来,手起、嘴嚼、螺壳弃,用不了几秒,美味已入口中。而“新广州”人,哪怕在广州已生活多年,广州话都会说了,也未必懂得吃田螺。

我嫁到广州十余年,此前一直没学会吃螺,每次都要借助牙签慢慢地把螺肉挑出来吃。这样一来,吃的效率低了很多,缺少了吸吮的步骤,味道也大打折扣,无法享受酣畅淋漓的

喂螺乐趣。

直到前一阵子,我终于学会了喂螺,同样“嗦嗦”两下,一只螺肉就进入口中,螺肉肥美鲜香,汁液香辣浓郁,好吃得让我停不了口。我这才明白人们为什么如此喜欢吃紫苏炒田螺,它不仅是广府美食的味觉记忆,还是岭南文化的滋味传承啊!八月十五,月圆当户,亲友若干,一盘紫苏炒田螺,一块月饼,一杯茶,一种团圆的味道。

食坊闲话

文化创意产品如何才能实现长红?

孟哲

到景点旅游,选择特色文创产品作为伴手礼,成为越来越多游客的选择。日前,文化和旅游部、中央宣传部等8部门联合印发《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》(以下简称《措施》)。《措施》的出台,为进一步保护传承弘扬中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化,深入挖掘文化文物资源的精神内涵指明了方向。

早在2016年,原文化部、国家发展改革委、财政部、文物局等4部门联合印发《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》(以下简称《意见》),对文化文物单位文化创意产品开发做出顶层设计和全面部署。《意见》发布5年来,我国文化文物单位创意产品开发水平不断提升,取得了一定成绩,但也面临试点政策落实没有完全到位、激励机制有待完善等问题。

此次《措施》的内容,立足新发展阶段,贯彻新发展理念,聚焦当前制约行业发展的瓶颈问题,围绕基层实际需求,提出了一系列具体工作措施。除了明确要落实文化文物单位文创产品开发试点政策,更在创新开发方式、优化试点管理、健全收入分配机制等方面做出了一系列规定和探索。比如,鼓励多家试点单位联合与社会资本合作设立企业;鼓励试点单位结合自身情况,采取合作、授权等方式,引入竞争机制,吸引社会力量参与文化创意产品研发、生产、经营等;建立成效评估机制,对试点单位实行“有进有出”的动态管理……这些措施既利当前、又利长远,既能增强文化创意产品开发主体活力,又能推动文旅商品提质升级,可谓是一举多得。

创意是文创产品的魅力所在。游客在景区除了体验旅游乐趣之外,对景区文化内涵和文化体验的需求也在不断提升,而文创产品则是除了宣传资料以外,当下最火的宣传方式。从“文创冰箱贴”到“文创杯子”再到“文创雪糕”,文创产品的颜值、内涵、生命力、影响力都在持续提升。

值得注意的是,部分文创产品存在设计简陋、千篇一律、质量良莠不齐等问题,也引来消费者吐槽。为此,《措施》明确提出,坚持创新驱动,鼓励开发数字文化创意产品;支持文化文物单位创新利用虚拟现实、增强现实、全息成像、裸眼3D等图形显示(裸眼3D)等技术,增强文化创意产品的文化承载力、展现力和传播力。让虚拟世界展示真实的文化文物魅力,让传统文化在当代社会成功“穿越”,创新驱动,为文创产品实现长红提供了不竭动力。

同时,《措施》强调,坚持把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一;坚持保护为先,合理利用文化文物资源,避免过度商业化、娱乐化。《措施》在建章立制上下功夫,在补齐短板上出实招,为文化文物单位的文创产品的开发定好了基调,建好了框架。

把《措施》的各项要求落实落细、抓紧抓好,将促进文创产业发展的局面也必将焕然一新。



秋意浓

周文静摄