



“牛郎织女代言反诈宣传” 多多益善

◎李英锋

“牛郎”“织女”变身反诈代言人，向过往群众发放反诈法治宣传品，以顺口溜的形式讲解诈骗常见套路并赠送小礼品……据媒体报道，8月22日，七夕节，江苏省高邮市三垛司法所创新打造“牛郎织女反诈宣传”，活动中，群众争相与身着汉服的宣传员合照，交流反诈知识，在轻松欢乐的氛围中增强了反诈意识。

“牛郎”“织女”成反诈代言人，只是传统文化助力反诈宣传的一个缩影。近年来，各地相关部门积极挖掘传统文化资源，拓展反诈宣传载体，创新反诈宣传形式和内容，不仅在七夕节、端午节、上巳节等传统节日期间集中开展反诈宣传，用足用活相关节日元素，还在日常探索利用快板书、剪纸、皮影戏、京剧等传统艺术编排反诈节目。传统文化的加持，让反诈宣传的形式更丰富、更多元，也更有吸引力。

任何宣传活动，只要能吸引受众，能让受众产生兴趣，能抓住受众的心，就成功了一大半。中华传统文化博大精深、形式多样、内涵丰富，深深嵌入民众的文化基因，自带流量密码。把传统文化与反诈宣传相结合，也即传统文化搭台，唱“反诈宣传”，令人耳目一新、喜闻乐见，而传统文化的节日内涵、艺术特色和流量密码，能提升反诈宣传的精彩度、趣味性、关注度，能优化受众体验，加深受众印象，能增强反诈宣传的传播力。民警、法官等苦口婆心地宣讲反诈知识，或按部就班地挂反诈宣传条幅、发放反诈宣传材料，可能一些人会觉得索然无味。而借助传统文化的资源 and 吸引力来设计反诈宣传“节目”，就让反诈宣传有了文化美感和亮点，很多人就愿意看、愿意听。受众在轻松的氛围中，既能欣赏到精彩的文化节目，领略到别有韵味的文化风情，收获快乐和良好的体验，也能加深对相关法律法规、诈骗套路的了解，学到反诈知识，受到教育启发。

同时，借助传统文化开展反诈宣传，本身也能起到文化宣传作用。传统文化搭台，唱的既是反诈戏，也是文化戏。这种宣传模式能进一步拓宽传统文化的演出舞台和空间，让传统文化更好地融入人们的生活，能展示传统文化的魅力，提升传统文化的影响力。显然，这有助于人们亲近传统文化，感受传统文化，了解传统文化，有助于给传统文化“拉粉”，有助于厚植传统文化推广和传承的土壤。

把优秀传统文化与反诈宣传相结合，切中了民众的需求点和兴趣点，这样的反诈宣传创新多多益善。

山西太原晋源区：墨韵润童心，弘扬书法文化

本报讯(芦蕊)“点横撇捺，竖折勾划，松烟作墨，印盖朱砂，一染墨香，走进中国书法……”8月31日下午，山西省太原市晋源区委宣传部、区文联、区文明办、区教育局在区新时代文明实践中心联合开展了“墨韵润童心，文明展魅力”未成年人书法培训活动，带领现场学生感受中国书法文化。

老师在课堂上以理论讲解和实践写作相结合的方式展现了书法的独特魅力。活动从了解中国文房四宝和中国书法发展历史开始，学生和老师积极互动，“一问一答”中，激发了学生极大的兴趣。在实践教学过程中，老师亲笔示范，学生们目不转睛地注视着，迫不及待地拿起毛笔，认真临摹、反复练习，兴趣盎然、劲头十足。此次活动有效激发了孩子们对书法的兴趣，在心中埋下一颗热爱书法艺术的种子。

陕西宜君县宜阳街道办：凝文化之力 激发治理新动能

本报讯(宜君文)近年来，陕西省宜君县宜阳街道办依托党群服务中心、各村(社区)综合文化服务中心等精神文化阵地，持续探索将优秀传统文化融入基层社会治理，以“善治”激发基层治理“新动能”。

宜阳街道办通过共建共享、“一点多用”等方式，盘活闲置场地、公共场所，全方位打造共享书屋、网络图书室、文化空间等文化服务阵地。同时持续挖掘培养村(社区)中乐于奉献、表现突出的达人能人，动员他们积极加入文化服务队伍，参与村(社区)文化活动。

近年来，宜阳街道办积极推进“送文化入村”活动，在各村开展传承非遗剪纸、讲述家风故事、组织秦腔演出，将文化元素有机地融入农村生活。通过打造家风家训长廊、和谐邻里文化墙等文化景观，将文化建设与社会主义核心价值观有机融合，打造出独特的“文化人景，润人无声”的文化风景线。

《逃出大英博物馆》火热“出圈”，引发文物“回家”深层思考——小短剧也有大情怀

“家人，我在外面流浪了好久好久，我迷路了，我不知道怎么样找到回家的路……”最近，一部由自媒体博主拍摄的《逃出大英博物馆》短视频刷火爆全网。化作人形、从大英博物馆出逃的一盏中国玉壶，遇上身在英国的中国记者张永安，一段奇幻的故事就此展开。9月5日，该剧迎来大结局。小玉壶期待日后“风风光光、堂堂正正地回家”，令无数网友泪目，心情久久不能平静，“没有一个中国人，能笑着从大英博物馆里走出来”。

伯伯、阿姨、哥哥、姐姐”们的信件回国寻“亲”，传递“亲人”们的思念与呼唤。她的小包袱里，有笛师陶俑阿姨写给琴师陶俑伯伯的信，相邀奏完一曲《长歌行》；有唐小马写给唐大马的信，传递“一眨眼我们已经一百六十三年没有见面”的思念；有朝冠耳炉如雷震耳的话：“大丈夫生于天地之间，应自强不息。夫爱国之士，不惧九重之渊”……跨越千百年的文物对话，震撼着每一位观众的心。

一位专家评价说，这群年轻人投入半年时间，没有商业利益、没有巨额投资，只为拍摄一部在网上可以免费观看的小短剧，在“不少流量总为利益谋”的当下，如此热忱，显得格外动人。

不只是故事 更是文化共鸣

《逃出大英博物馆》以艺术手法呈现出流落海外文物的处境，以拟人化手法让一件文物如同一个活生生的人，具有人的灵魂和喜怒哀乐，传递出文物的思乡之情，同时将国人深切的民族情感凝聚于此。它让观众感动的不只是情节，还有满满的细节、满满的用心，从妆造、台词、画面等，我们看到的是优秀自媒体创作者的情怀浓厚与心血凝结。

一位戏剧影视美术设计专业的观众表示，《逃出大英博物馆》女主角小玉壶的妆造给她留下了特别深刻的印象，她的服装造型贴合了“中华缠枝纹薄胎玉壶”的整体气质，流畅舒展，温润有灵气，碧绿色渐变的汉服加上玉钗的点缀，以及出场时脸上的污迹和蓬乱的头发，也使得角色更加生动立体。

这部短剧播出后，网友们在小红书等社交平台掀起一场“文物仿妆”的时尚风潮。许多美妆博主甚至普通网友，纷纷开始化身“小青花瓷”“大唐唐三彩”“小莲花盏”，用国风国色，展现出中国古代文物的高雅审美、中华文化的博大精深。

在细节上，最初登场时的小玉壶脸上脏兮兮的，是因为在大英博物馆中，许多中国文物都没有得到良好的保存，甚至没有玻璃罩保护，可以被随意触摸，导致脏污、损坏；小玉

壶之所以念叨男主的名字“永安”，是因为大英博物馆的那件宋代磁州窑瓷枕上所写的正是“家国永安”；小玉壶在超市里疯狂“采购”茶叶的场景，让人想到古代中国商人运输瓷器时，用茶叶塞满檀木箱子以防震；最后一集里，“魂散”谐音“归家”，“下一站，魂散路”这句台词，也成为许多网友眼中最大的泪点……

有媒体评论指出，这部短剧体现出对中国古典美学的遵循与追求，其画面结构、镜头语言，呈现出言有尽而意无穷之感。

话题在继续 期待国宝“回家”

据报道，该剧主角“中华缠枝纹薄胎玉壶”并非古代文物，而是现代工艺品，出自中国工艺美术大师、苏州玉雕省级非遗传承人俞挺之手。有网友质疑剧组没有认真研究藏品的历史背景。剧组对此回应，这样做是有意为之，小玉壶的来路和年代最清晰。雕刻者交给大英博物馆展览，是为证明中国的玉雕技艺并没有失传，推广中国文化。引用网友的话，她是“清清白白”的，记得回家的路。剧情中，小玉壶也曾说，她出逃最主要的任务，就是要带大英博物馆里的“爷爷、奶奶、伯伯、阿姨、哥哥、姐姐”回国。

不少观众表示，小玉壶不是文物，并不影响这部作品表达它的主旨，它关注的是中国文物流失海外和文物“回家”的严肃话题。文物流

编后语

有不少人认为，短视频几乎是快餐文化的代名词，“快餐终究是快餐，它做不到满汉全席的精致，成不了盛宴”。而《逃出大英博物馆》却颠覆了我们对短视频的固有印象，短视频也可以具有大情怀、大格局、大视野、大担当和大作为。

短视频博主这个群体给人们的印象，也往往是急功近利的，要数量不要质量，更有一些博主为吸粉吸睛，不惜冲破道德底线，甚至违反法律法规，以造假摆拍骗流量，以炒作谣言、渲染社会矛盾、制造社会焦虑等方式引流，造

成极坏的社会影响。而创作出《逃出大英博物馆》的年轻博主们，并非迎合热度、赚取流量而一时兴起地创作，在长达半年的时间里，以“慢工出细活”的态度，打造出一部仅供人免费观看的精品，有专家评价，这部小短剧的形式创意和思想深度，不亚于一部大电影，实属难能可贵。可以说，该剧主创人员具有强烈的责任意识、深沉的文化自信以及浓厚的家国情怀。

期待更多小短剧以新颖的内容表现与深切的价值表达，与时代同频共振，与观众共情共鸣。

大观园

【第537期】

四川高县：乡村美了，文化活了，村民富了

◎高县文

近年来，四川省高县以传承发展川南农耕文化为重点，深入挖掘、继承、创新优秀传统乡土文化，大力推进乡村文化建设，描绘出一幅幅山水与人文共美的乡村画卷。

诗画交融——丹青描绘山水田园

盛夏时节，高县庆岭镇文武村一年一度的荷花节如期而至，游客纷至沓来，800亩荷花竞相绽放，宛如一处“世外桃源”。文武村村民何模花感叹：“以前文武村就是穷山沟，‘黄沙槽，干坡坡，十年九旱穷窝窝’。自从村里把荷花种植与乡村环境整治结合起来，我们就像是住进画里一样。”

被列入中国传统村落名录的胜天镇安和村，是传统村落保护优先与创新活化之间寻求平衡的缩影。春日里的安和村，白墙黛瓦的古朴小院，漫山遍野的李花花海，典型川南民居风格的庭院点缀其中，古色古香的韵味扑面而来。一处三合院的旁边便是“流米乡寓”，这里集新时代文明实践站、农家书屋等为一体，“放学、放假，这里人气最旺。村里的学生娃、文艺爱好者在这里看书，接受文化熏陶。农民施肥、养殖遇到问题，也会来这里查找相关资料。”胜天镇安和村一位村民介绍。

这些年，高县不断加强传统村落保护与发展，让传统村落、古树名木融入山水田园，使古老的农耕文明不断焕发出时代活力。

崇德尚礼——培育践行文明风尚

今年端午节前一周，高县庆岭镇水塘村文化广场萦绕着琅琅的家训诵读声，“爱祖国，守法律；尊长辈，敬父母……”各村的大族小姓齐登场，展开诵读家训家风的“比赛”，“不仅凝聚了人心，更发挥了优秀传统文化在培育和践行社会主义核心价值观中的作用。”水塘村支书闫智权说。

近年来，高县以家庭为单位，以传承、培树、发扬、运用家风家训为抓手，把家训与法治、自治、脱贫攻坚有机结合，用家风家训凝聚人心、规范村民行为，让村庄发展有“颜值”更具“气质”。如今，在传统节日里“晒”家训、树家风，正成为高县一道独特的文化景观。

胜天镇安和村还结合本村群众在家门口种植李树的习惯，挖掘安和村“种李知礼、种李明理”的传统文化，提炼出“李礼相融”的文化精髓，打造礼馆、讲礼堂、学礼亭等文明品牌阵地，形成极具地域特色的“礼”文化。村民文刚表示，“礼”是全村的“家训”，既让大家有凝聚力，更对每个人的日常行为进行了规范。

文化赋能——民俗绘就致富文章

“八月剥枣，十月获稻，为此春酒，以介眉寿。”“请春酒”是川南地区的一项重要民间习俗，也是川南农耕文化的重要组成部分。走进高县庆岭镇，就被浓郁的民俗文化氛围包围，春酒文化广场仿铜雕塑淋漓尽致地展现出“请春酒”的庄重礼仪，几名游客正面对一幅大型竹筒式雕塑屏风，摇头晃脑咏读着《春酒赋》：“摆起八仙桌，茶点罗列；端出九大碗，杯盘交错；高粱酒，热了肺腑……”

近年来，高县庆岭镇深入挖掘“川南请春酒”民俗文化蕴藏的经济价值，不断推出春酒民俗文化产品，使川南“请春酒”民俗文化快速产业化。2022年，庆岭春酒文化旅游收入超1000万元，“庆岭造”产品远销省内外。“川南请春酒”第五代传承人、三元号农家乐负责人曾仕强欣喜地表示，自己每年都会接待上万名来自全国各地的游客，实现了在家门口创业致富。

这些年，高县接连打造出“请春酒”“酒都夜宴”“文昌宫灯会”等民俗文化产品，传统文化“活”了起来，游客多了起来，村民富了起来。



争鸣 李海波摄