

以年轻之心对待文化传承

文博类节目助推文物热

本报记者 王珏

深观察

2月17日,《国家宝藏》第三季迎来收官,九大博物馆馆长与观众一起回味国宝留下的精彩故事,并推介九件国宝。节目在豆瓣评分9.5,微博热搜累计超40个,相关话题累计阅读量超100亿,让博物馆再次成为热点。

近年来,《国家宝藏》《如果国宝会说话》等文博类节目受到观众欢迎,拉近了历史文化遗产和观众的距离,让中华优秀传统文化真切地“活”在当下。



《国家宝藏》第三季剧照

出品方供图



《国家宝藏》第三季剧照

出品方供图

视角独特,让观众感受传统文化的“言有尽而意无穷”

“在人类历史的长河里,中华文明为世界贡献了什么?”《国家宝藏》第三季提出的这个问题,由观众和九个历史文化遗产一起“解题”。从博物馆里的文物出发,《国家宝藏》第三季聚焦遗址和遗存,通过国宝的前世传奇和今生故事,让观众更好地认识源远流长的中华文明。

从新石器时代到宋元明清,从中原大地到古蜀国,《如果国宝会说话》以每集5分钟讲述一件文物的方式,跨越8000年历史文化,走遍祖国大好河山,借历史讲文物,用文物追溯文明,用文明演绎传承,让文物“活”起来,见证华夏辉煌。

近年来,《国家宝藏》《如果国宝会说话》等文博类节目进入大众视野,成功助推文物热,将原本“高冷”的文物送入寻常百姓家。相关数据显示,《国家宝藏》吸引了很多高学历人群和年轻人。第三季播出以来,大学以上学历观众增长69%,4—14岁观众增长67%,15—24岁观众增长85%,25—34岁观众增长49%。

《国家宝藏》制片人、总导演于蕾说,我们有幸与

国宝、与中华优秀传统文化结缘。在制作中,我们始终心怀敬畏。“希望用一己之力为大家走进国宝、解读历史提供一个契机,让观众感受到中华优秀传统文化的‘言有尽而意无穷’。”

这些节目的成功,一方面源于深入挖掘博大精深的中华优秀传统文化,另一方面则与博物馆文化的创新性发展、创造性转化分不开。北京师范大学艺术与传媒学院教授周星指出,此类节目有着文化呈现的眼光、艺术创意的根底、大胆创新的艺术品位,构思灵动、细节穿插精妙。

用考古成果诠释中华文明,或带动新一轮国家考古遗址公园热

围绕中国考古学百年历程中的重大考古发现、文化遗存、遗址文物等,将考古发掘研究与史海钩沉融合,将历史与当代结合,梳理中华文明起源和发展的历史脉络……近日,中央广播电视总台将推出《中国考古大会》节目,致敬中国考古,探寻中华文明。

经过几代考古人接续奋斗,中国考古工作取得了重大成就,延伸了历史轴线,增强了历史信度,丰富了历史内涵,活化了历史场景。为此,相关文博类节目以大众喜闻乐见的形式,解读中华文明的基因密码、发展脉络和贡献,将考古成果和价值传递给更多人。

《国家宝藏》第三季关注了殷墟博物馆、秦始皇帝陵博物院、三星堆博物馆、故宫博物院等机构的考古成果,将严谨扎实的成果与通俗易懂的方式结合。秦兵马俑坑发现于1974年3月,被誉为“20世纪考古史上的伟大发现之一”。在跪射武士俑的前世传奇中,演员沈腾演绎了咸阳御手老赵假扮朝父被拆穿的故事。在国宝的今生故事中,来自秦始皇帝陵博物院的文物摄影师赵震分享了为近8000尊兵马俑办“身份证”的故事。他将兵马俑的文物总账比作户口簿,将文物总账的撰写和更改比喻成人口普查。借秦始皇帝陵博物院出土的“青铜仙鹤”,富大龙等演员演绎了昔日同为质子的嬴政与燕丹,在21年后命运截然相反的传奇故事。而秦始皇帝陵博物院科研规划部主任、2009年至2019年秦始皇帝陵园考古发掘工作主持者张卫星,则分享了秦陵考古队

如何靠着一把铲、一条绳,发掘出秦始皇陵的兵马俑坑、百戏俑坑、石铠甲坑、水禽坑等的故事,秦陵又如何吸引着一代又一代考古人。

通过大众传媒手段,考古不再是枯燥的事业,不再是冷冰冰的报告,而是能够被更多人理解,能够为社会和公众服务,从而更生动地述说过去,影响未来。湖北博物馆馆长方勤认为,此类文博类节目用考古成果诠释中华文明,或将带动新一轮国家考古遗址公园热。

技术和艺术结合,拓展想象空间,增加了文艺创造创新的可能

当下,VR、5G等技术快速发展,给文艺创作插上了全新的翅膀。技术与艺术结合,不仅拓展了想象的空间,也增加了文艺创造创新的可能。

文博类节目同样善于运用高科技,用新技术赋能节目编排和舞美效果,给观众留下深刻印象。《如果国宝会说话》团队采用了多种技术创新手段,或以8K技术呈现文物的艺术细节,或以沉浸式体验回归历史现场,或以大数据算法模拟书法真迹,让观众成为历史的“参与者”。

《国家宝藏》的舞美、灯光设计在延续风格的基础上,进行了全面升级,打造大型沉浸式视觉体验。舞美设计不仅延续了原来国宝盒子的概念,还增加了虚拟技术的使用,让盒子的呈现形式为戏剧表演拓展了更大的表达空间,创造更具文化场景的时空穿梭体验。特别是介绍敦煌博物馆的一期节目,借用虚拟技术复活了九色鹿,邀来配音老师丁建华重现动画片中九色鹿的声音,并创造性地让“九色鹿”和已故敦煌研究院原院长常书鸿的影像“同台”,给观众带来跨越时空的体验。

借助内容的创新、技术的助力,文博类节目让历史文化遗产“活”起来,让世界了解中国历史、了解中华民族精神,在展现中华文明无穷魅力的过程中,呼吁全社会更多地关注和支持文化遗产的保护与传承。“只有保护和探寻历史,才能真正地拥有未来。”正如《国家宝藏》的主创所说,以年轻之心对待文化传承,让中华优秀传统文化焕发蓬勃的时代生机。

云冈研究院在山西大同成立

本报太原电(记者付明丽)2月19日,云冈研究院在山西大同挂牌成立,旨在推进云冈石窟保护和云冈学研究,推动云冈学走向世界。云冈研究院院长由北京大学考古文博学院教授、山西大学副校长杭侃担任。

云冈研究院下设文化遗产保护与监测中心、文化遗产艺术研究中心、历史与民族融合研究中心、考古研究所、数字化保护中心、文献资料中心、文旅融合发展中心等10个内设机构,具体承担云冈石窟保护、监测、研究、展示,统筹云冈学建设发展和区域性石窟保护等职责。据悉,云冈研究院将坚持保护第一、统筹做好云冈石窟抢救性保护和预防性保护,深化学术研究,积极打造具有国际影响力的云冈学研究高地。

云冈石窟始建于1500多年前,是中外文化、中国少数民族文化和中原文化、佛教艺术与石刻艺术相融合的一座文化艺术宝库。山西省围绕加强云冈文化遗产保护、创建云冈学学术期刊、加强国内外学术交流合作、建设云冈博物馆和大数据中心、加强云冈文物保护、推动以云冈石窟为内核的文旅融合发展等七个方面的工作。

内容有料,形式有趣——

文创盲盒受欢迎

胡慧慧 张昕琳

2020年12月,河南博物院的考古盲盒火了。“貌似偶然,实则必然。”河南博物院文创办主任宋华表示,“虽然增加了库存,但是等到每晚8时一开抢,1秒钟就售空了。”河南博物院推出的“失传的宝物”考古盲盒,分为“传说”“史诗”“传承”三个系列,还配备“洛阳铲”,在“微缩文物”的外面包裹着北邙山土,一定程度上还原了考古的实地状况。宋华介绍,考古盲盒仅外观设计就改了12版,最新一版增加了考古地层表,今年1月中旬推出的“图鉴”说明书还运用科技手段,让消费者通过扫码便能更加完整、立体地了解文物。

随着盲盒经济的兴起,众多文化机构推出文创盲盒,将有料内容与有趣形式进行创新组合,成为年轻人喜闻乐见的新型文化消费形式。

早在2017年,先锋书店就在线上推出了盲选图书,当时品种比较单一,只是随机挑选精品图书作为盲选对象。“后来,我们不断吸纳读者反馈,进行了三方面的改进:一是减少畅销书,选取更小众的精品图书;二是通过留言或问答增加互动环节,更符合读者个性化意愿;三是不断将盲盒主题化,将图书归类,增强指向性。”先锋书店品牌运营经理黄缙说。

与普通文创产品相比,文创盲盒优势明显。“一是符合年轻人求新求异的探索性和娱乐性的消费心理;二

是‘强IP性’和强设计感,符合年轻人个性化的审美趣味,并且较好地平衡了性价比。”中国传媒大学文化产业管理学院博士、硕士研究生导师熊海峰表示,这是一条将传统文化与现代时尚有机结合、让文化走进生活的创新路径。

“我们对一个新领域的接触可能就是从一个陌生的书开始。”许黄缙认为,当下纸质书和自媒体阅读存在一个问题——阅读的同质化、知识的同质化。盲选可以打破这种同质化,帮读者拓宽自己的阅读边界。“图书盲盒的惊喜不仅在拆开礼物的瞬间,还在在阅读之后的收获。因为书本身也像一个盲盒,只有真正阅读完了,才能实现这本书的文化价值。”许黄缙说。

在宋华看来,文物是一个时代的象征和历史的见证,要坚持一些纯粹的东西。通过文创产品一点点地浸润消费者的心灵,让大众更加了解、喜爱中华优秀传统文化。“这是一种情怀、一种传承、一种期待,文创人一定要有温情。”宋华说。

作为文创产品的一种,盲盒是有益的形式创新。熊海峰认为,文创盲盒还需以“IP为王”,更专注于研发高价值、独创性的IP;同时,政府部门应强化监管,加强市场规范、版权保护,减少同质化竞争,减少市场投机和盲目炒作,防止消费欺诈,营造健康的产业发展生态。

好声音

纯数字形态的展览和公教活动,将成为未来博物馆的发展方向。为讲好“云端”服务,博物馆一方面要加大数字资源生产力度,另一方面要了解、探索观众喜闻乐见的文化产品形式,形成与社会公众需求的良性互动,同时也要为创新型人才提供更大发展空间。

——故宫博物院院长王旭东谈博物馆数字化

我们尝试在电视节目里用戏剧的形式讲述、进而讲好中国故事。像科学家做实验一样,我们在其中加入60%的影视化表演,再加上40%的戏剧化表演,从而发生表情反应,产生出一种不同于以往电视节目,也不同于现场舞台作品的表演气质。

——国家话剧院院长、话剧导演田沁鑫谈戏剧和电视节目的跨界

任何生活都是有意义的。就像相机里的感光元件那样,作家要学会“感光”——紧紧抓住自己所生活的土地上的那些特别场域的丰富体悟,成就你不同于他人的独到表达。

——中国戏剧家协会驻会副主席、作家陈彦谈创作

对于电影来说,要通过电影品牌的建构形成市场号召力和虹吸效应,吸引更多的观众,获得更多的排片场次和更长的市场生命力。当这种基于原作电影和“续集式”电影不断积累,建立在观众信任和情感上的电影品牌形成后,观众会对此类电影品牌中的电影有着包容和信任。

——中国电影评论学会会长饶曙光谈中国系列电影品牌效应的构建

个别舞剧的“破圈”,不意味着舞剧艺术的整体“出圈”。要持续增强舞剧艺术的传播能力,需要在舞剧叙事结构和表现手法上持续创新,实现宏大叙事与个体叙事的平衡,回应大众的现实情感和精神向往,提升人文温度。

——北京舞蹈学院教授慕羽谈舞剧传播(本报记者赖睿整理)

《孔雀来兮》云动而飞

王晓霞

《孔雀来兮》是一首赞美云南医疗队驰援湖北咸宁、抗击新冠肺炎疫情的歌曲。作者为本土音乐人陈亮、赵万里。这首歌的歌词既空灵又深情,由4位女歌手用4个声部演唱。歌声仿佛从天外飘来,干净、真挚、甜美中略带淡淡的忧伤。“穿过彩云的天际,南方飞来了孔雀,一双、一群、一跃千里,驱散了冬的凛冽……”听着听着,一幕幕“武汉加油”的画面又一次浮现在眼前,不由得泪眼婆娑。

孔雀是神鸟、吉祥鸟。云南是孔雀的故乡,孔雀是云南的符号之一。看似随意的一句“孔雀来兮”,尽显作者新颖的构思角度和深厚的文化底蕴。有了这样的依托,写起“情”来,就能人木三分。“展开七彩的屏羽,呵护我们的家园。倾你所有,帮我脱险,只为了爱的诺言。情中有景,景中有情,情景交融。

至此,情绪已经有了一定的铺垫,歌曲接着由虚转实,“你是彩云的孩子,我是荆楚的儿女,山川相连相携,真情永恒永恒”,把云南与湖北咸宁相隔千山万水的心相连、人间大爱写得淋漓尽致,让听者真切地感受到“岂曰无衣,与子同袍”的深情。

这首歌可以说是一部音乐文学作品,兼具音乐性和文学性,有角度、有意境、有节奏感,找准了信息和情感的集结点,最重要的是有真情,让听者记忆深刻。在这些方面,歌曲《孔雀来兮》开出了绚烂的艺术之花。

图片报道

排练节目迎元宵



2月21日,山东省滨州市阳信县洋湖乡张杨村村民们正在抓紧排练鼓子秧歌节目,为元宵节演出比赛做准备。据悉,鼓子秧歌有2000多年的历史,2011年入选国家级非物质文化遗产名录。

初宝瑞摄(人民视觉)