

文艺闹新春 欢乐送到百姓心坎里

曹兰胜

“过大年唱大戏”“文化进万家”“送欢乐下基层”……为丰富群众新春文化生活,进一步提升群众文化幸福感、获得感,春节、元宵节期间,各地开展了丰富多彩的文艺活动。广大文艺工作者把文艺送到百姓家门口,为节日增添了文化味、艺术味,让年味更浓、乡情更深、过年氛围更热烈。

闹新春,文艺活动不可或缺。不管是线上春晚精彩纷呈,还是线下活动的热闹欢快,春节期间人民群众的欢乐与形式多样的文艺活动密不可分。春节是中华民族最重要的传统佳节,在这个合家团聚、其乐融融的节日里,老百姓最喜欢什么样的文艺活动?想要通过文艺服务满足人民群众的需求,首先要精准识别群众需求。

过节图的是个热闹与欢乐,放松与团圆,祈福与祝愿,健康与平安,不管是过去,还是将来,过节的形式在变,内涵不会变。从传统年俗角度讲,春节期间的热闹与欢乐依赖于各种文艺元素,如写春联、送春联的挥毫泼墨,过大年唱大戏的名角儿巡演,唱山歌、唱民歌的歌声联动,舞龙舞狮、跳广场舞的非遗表演,老百姓记忆中的春节既有鞭炮声,更有锣鼓声、歌声、祈福的钟声,春节活动越丰富,年味儿就越浓。从现代文化需求角度讲,过年放松与团圆的形式更加多元,如一家人走进影院在观影中享受合家欢,三五老友相约练歌房在一展歌喉中忆青春,左邻右舍齐聚文化广场在歌舞中增进情谊,随着我国全面建成小康社会,城乡风貌焕然一新,群众的节庆活动也在不断升级迭代。

丰富人民群众节日期间的精神文化生活,是不断满足人民群众日益增长的美好生活需要的题中之义。春节期间,如何用文艺丰富年味,把欢乐送

到人民中,是所有文艺院团、广大文艺工作者需要思考及践行的课题。在笔者看来,文艺闹新春,要闹进新年氛围中,更要闹到百姓心坎上。

一是送欢乐下基层既要考虑我们有什么,更要考虑百姓需要什么。比如各级书法家协会开展的新春写春联、送春联活动,无论是进社区还是下乡村,总会迎来群众围观、排队,尽显节日喜庆。恰恰因为这种文艺活动不仅向人民群众传播弘扬了中华优秀传统文化,同时也满足了他们物质和精神上的双重实际需求。还有各地开展的过大年唱大戏活动,每到这个时候,大家都早早吃过饭,拿着小板凳,边聊天边等敲锣开戏。大人们守着乡村大戏台翘首以盼,小孩们也挤在人堆里学着戏腔,还有小商贩叫卖着各种小吃,台上台下好不热闹。准时开唱就像是赶赴一场与广大戏迷的约会,为他们送上新年鲜花与祝福。因此,各类文艺团体开展文艺活动应当以人民为中心,精准满足群众需求,让文艺发展新成果真正惠及人民群众。

二是组织开展文艺活动既要讲数量,更要重质量,既要讲时长,更要讲时效。为满足人民群众多样化的文艺需求,各地在策划春节文艺活动过程中,往往通过“拼盘”方式汇集各种文艺形式,有时为了求全,结果反而不尽如人意。其实,各地春晚、春节文艺汇演、线下文艺活动等不必为了囊括所有艺术

门类而强行“拼盘”,更不用为了时长盲目“凑数”,着力于艺术特色、地方特色、作品特色或许更有效果。比如在云南大理的一些乡村,音乐人自发筹办乡村音乐会,唱响云南山歌,活动不仅受到当地群众的热烈欢迎,相关视频也在网上引发热议,让人对那里心生向往。还有各地组织的闹元宵活动,在有限的时间内奉献无限精彩,真正把欢乐带给了当地群众。

三是开展春节文艺活动在形式上既要尊重习俗守传统之正,更要创新表达方式,满足青年一代的审美需要。比如在赏花灯、猜灯谜等传统闹元宵习俗基础上,开展趣味性十足的元宵诗词大会,带动群众尤其是广大青少年展现自我,以文会友,共度佳节;在秧歌、高跷、扇子舞等演出间隙设置互动体验环节,引领观众在沉浸式体验中品味节日文化,尤其带动年轻观众参与表演,让普通百姓成为文艺活动的主体。事实上,为了让年轻人充分感受不一样的年味儿,各地可谓各显神通。比如在刚过去的元宵当晚,重庆天地第五届元宵庙会就推出了系列精彩活动:上演国风汉服华游,呈现悠扬历史长河中中华民族传统服饰之美,为广大汉服爱好者带来了不一样的汉文化体验;真人演绎国粹《簪花仕女图》,现场穿越《梦华录》,感受同款花月宴;特邀艺术家带来国乐表演,让广大群众一饱眼福。

四是文艺活动及文艺演出既要有意思,更要有意义。春节文艺活动承载着中国传统年味儿和老百姓对幸福生活的向往,同时也是滋养百姓心灵的重要精神大餐。过大年看大戏,那些经典戏曲中呈现的仁义礼智信等中华传统美德影响了一代又一代中国人;新春文艺汇演,那些艺术形式随着一部部力作在无数儿童的心灵深处播下艺术的种子;民间文艺展演,那些璀璨的中华优秀传统文化随着一代代孩子的成长得以传承。因此,在合家团聚的新春佳节奉上文艺大餐不仅要注重节目的轻松欢快,更要注重轻松中传递的正向价值观。

如今,春节、元宵节的相关文艺活动在热闹与欢乐中结束,但是新的一年,新的起点上,坚守人民立场,让文艺的百花园永远为人民绽放依然是广大文艺工作者的使命。新时代,老百姓对美好生活也有新期待。随着中国式现代化的提出,人民的精神富有被提高到更重要的位置。为了更加丰富百姓的精神文化生活,不仅要开展一系列文艺惠民活动,同时也要推动送文艺进基层活动机制化、常态化。广大文艺工作者既要“坚持以人民为中心的创作导向,推出更多增强人民精神力量的优秀作品”,更要在“健全现代公共文化服务体系,创新实施文化惠民工程”进程中作出自己应有的贡献,把欢乐持续送到百姓心坎里。

在传承创新中展现非遗光彩

崔玲玲

数量众多的非遗项目,展现着中华文化的丰富多彩,保护好、传承好、利用好这些珍贵财富,有助于推动中华优秀传统文化在传承创新中走向更广阔的舞台,向世界传播中国独特的文化资源和精神追求

2022年11月29日,我国申报的“中国传统制茶技艺及其相关习俗”列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。从2001年5月中国昆曲成功入选联合国教科文组织首批“人类口头和非物质文化遗产代表作”名录起,如今,我国共有43个项目列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录,数量居世界第一。我国为保护和传承世界文明记忆做出了极大努力,成果卓著。

非遗的传承发展离不开学、用、产、研等方面的系统性保护,这也是非遗进行活态传承的必要条件。比如,在内蒙古呼伦贝尔,鄂温克族手工艺非遗传承人乌仁娜依托工作室,带动周围人学习非遗技艺,每年产生经济效益100多万元,在传承弘扬技艺的同时让当地不少群众有了稳定的经济来源。不仅如此,她们还把非遗项目带进当地的中小学课堂,把自己的作品带到各地参加展览,让更多人看到非遗的光彩。从这个角度来看,做好非遗的保护传承,不仅是对我国各地区各民族文化的保护与传承,同时也为提升低收入群体的就业能力开辟了重要途径,更好服务我国现代化建设。

在不断推进非遗项目全方位、立体化、覆盖式的保护工作中,非遗的时代性、教育性功能也得以发挥,让人们得以更好感受非遗如何在当今社会发挥作用,助力讲好中国故事。通过对传统技艺的创造性转化、创新性发展,非遗得以融入现代生活、展现当代价值,更好地拥抱新生活、新时代。

同时,扎实做好非物质文化遗产的系统性保护,才能更好满足人民日益增长的精神文化需求,推进文化自信自强。数量众多的非遗项目,展现着中华文化的丰富多彩,保护好、传承好、利用好这些珍贵财富,有助于推动中华优秀传统文化在传承创新中走向更广阔的舞台,向世界传播中国独特的文化资源和精神追求。

“小屏端”的亮丽风景是如何打造的

牛梦笛

日前,由国家广电总局指导,中国网络视听节目服务协会、中国电视艺术委员会主办,学习强国、人民网等18家重点网络视听平台联合承办的《奋进新征程——2023中国网络视听年度盛典》在各大网络视听平台同步播出。此次盛典以“奋进新征程”为主题,用“一个序幕、五大篇章”串联起文化自信、乡村振兴、两岸同胞情等内容,展现了网络视听独有的表达形式和艺术魅力。

步入2023年,网络视听行业迎来了一次优秀成果的集中展示期。1月初,国家广播电视总局网络视听节目管理司发布《2022年网络视听精品节目》集锦,共有55部优秀网络视听作品入选,网络微纪录片《这十年》、网络剧《血战松毛岭》《开端》、网络电影《藏草青青》、网络音频节目《人生海海》等节目榜上有名,这些优秀作品构成了2022年“小屏端”的亮丽风景,也贡献出精品创作记录时代的中坚力量。

以网络视听形式致敬英模代表

在国家广电总局网络视听司的指导下,网络视听年度盛典已连续举办两年。今年的盛典规模远超去年,共18家平台、上百名嘉宾参与,时长285分钟的盛典中有多个节目实现“破圈”传播。

从融入传统武术的国风唱演《万里长城》,到古典舞和数字动画技术珠联璧合的XR舞蹈秀《梦回敦煌》,一众将中华优秀传统文化、现代时尚元素与先进视听技术相融合的项目,浸润着古韵国风,传递出东方美学,彰显文化自信,令观众耳目一新。借助VCR中真实景象和舞台空间的交叉融合,歌舞《向光而行》刻画出“当代愚公”毛相林、“七一勋章”获得者张桂梅、神舟十五航天员张陆等人物群像,讲述各行各业英模代表的奋斗故事和感人事迹,发挥催人奋进的价值引领。音乐剧《英雄本色》则将《血战松毛岭》《勇士连》《浴血无名川》《特级英雄黄继光》等2022年优秀英雄题材网络影视作品搬上舞台,以“舞台剧+歌曲”的形式缅怀先烈、致敬英雄。情景讲述《警察荣誉》、歌曲《一生戎马》、情景剧《青年志》等节目通过不同形式的讲述,用真实情感致敬和平年代的英雄,呈现当代中国青年勇于担当、自强不息的时代精神。

精品频出的背后是强大的政策支持

国家广电总局监管中心发布的数据显示,2022年全年上线网络剧171部、网络电影380部、网络综艺

(广义)431部、网络纪录片318部、网络动画片(广义)776部……网络视听创作产出不断、精品频出的背后是强大的政策支持。

“2022年国家广播电视总局对网络视听正式发放行政许可,极大地推动了网络视听创作的精品化发展态势,长远来看,政策的约束和规范是网络视听发展的最终归宿和必然要求。”中国社会科学院新闻与传播研究所世界传媒研究中心秘书长、研究员冷凇在采访中表示,“从2022年网络视听的产出来看,政策规范和选题激励发挥了重要作用,优质重大主题与现实题材创作不断涌现,文化内涵和艺术审美上双向发力,既让受众欣赏到丰富多元的价值精品,也让网络平台更好地发挥了文化阵地的作用。”

《2022年网络视听精品节目》集锦中的55部网络视听作品,代表着2022年网络视听内容的总基调。深入现实、扎根人民的丰富素材,结合年轻化的叙事语态和新兴视听技术,最终演绎出既有鲜明主流价值传达,又赢得观众认可和喜爱的“双效”佳作。

多维度呈现奋斗者的逐梦故事

综观2022年网络视听创作,“普通人”无疑是最大主角。网络视听坚持以人民为中心的创作导向,深入生活,扎根人民,取得了丰硕成果。如网络纪录片《这十年·追光者》聚焦各个行业领域内的普通人,用他们的奋斗故事折射出新时代十年间发生的重大变化和深刻变革。网络电影《林海三代人》以浙江临海林场建设为切口,讲述了临海林场三代党员不畏艰难,用65年让荒山变林海、绿水青山转化为金山银山的故事。网络微短剧《大妈的世界》用令人啼笑皆非的生活故事反映出老年群体的现实生活,幽默的外衣包裹着深刻的人文关怀。

这些作品故事各有不同,相同的是贯穿其中的普通人脚踏实地、诚实肯干、艰苦奋斗、不懈追梦的生活作风和精神信仰。中国传媒大学动画学院本科生董政樑在《这十年·追光者》中看到自己身边人的理想,引发共鸣写下:“身边有朋友一直想去支教,看完第三期突然明白她的初衷。孩子们一双双充满渴望和希望的双眼,是对知识和光的渴望。”也有喜爱《大妈的世界》的年轻观众评价:“不只是普通的好笑,还有一些想象力和深意。”作为网络视听的主要受众群体,年轻观众在这些聚焦平凡人真实可感的故事中汲取到不凡的精神力量。



2月6日,社火团队的小演员在表演闹元宵。当日是农历正月十六,在河南省浚县举行的正月庙会上,几十支社火团队轮番表演,踩高跷、扭秧歌、耍狮子、锣鼓喧天,热闹非凡,形成一道富有特色的中原文化景观。河南省浚县的正月庙会已有1600多年历史,有“华北第一庙会”之称,被誉为民俗文化的“活化石”,是中国民间文化保护工程项目、国家级非物质文化遗产。

宋彦桦 摄

传统文化“破壁”二次元

郑娜

“没想到我竟然通过二次元游戏了解到中国民间文化!”“这手艺真是了不起,做工精美,令人钦佩”……近日,海外平台YouTube(优兔)上,来自英国、日本、韩国等地的网友,在一部以木版年画为主题的非遗纪录片评论区留言表示赞叹。

这部发布仅3天全网播放量就已超过400万的纪录片,是由风靡全球的游戏《原神》推出的《流光拾遗之旅》。纪录片由上海市文化和旅游局非遗处指导,获得了徐汇区文化发展专项资金支持,通过持续寻访非遗传承人,向全球玩家展现中国非遗的魅力。目前已在超过200个国家和地区发行,制作了15种语言字幕的版本。

非遗走进年轻群体

《流光拾遗之旅》首期聚焦木版年画。张贴木版年画,是中国过年期间的传统习俗。在纪录片中,国家级非遗代

表性项目杨家埠木版年画传承人杨乃东,一共雕刻了22块木板,将《原神》璃月地区的画面刻印成了一幅色彩丰富、飘逸动感的木版年画作品。

一般来说,年画作品只有3到6种颜色,而杨乃东此次刻印的这幅年画一共使用了22种颜色,每种颜色都需要单独雕刻上色,总共需印刷22次才能完成。“做木版年画,是一辈子的事情。我要把手里的活做好,代代相传下去。”杨乃东说。

“方寸之内显日月,股掌之上惹人怜。”《流光拾遗之旅》第二期寻访的非遗传承人是“衡水内画”代表性人物王自勇。《原神》中既有藏在奇峰峭壁之间的仙人洞府,也有繁华街市与闲逸乡野构成的烟火尘世。这些充满东方韵味的幻想场景通过艺术家的巧手,在鼻烟壶里一一再现。

“内画技法大多沿袭自国画,以中国山水为灵感源泉的原神场景与内画

结合,相得益彰。”王自勇说。他认为,想要将内画艺术发扬光大,必须与当代生活相结合,不断创新。

在艺术理论家、非遗保护专家陈岸瑛看来,非遗保护要见人见物见生活,探索多样化的传承、传播方式,使非遗融入现代生活,特别是走进年轻人的生活。

传统文化创新表达

张贴木版年画,是中国春节期间的传统习俗。而在《原神》构筑的幻想世界内,也有一场盛大的节庆热闹正酣。

以元宵节为参考的“海灯节”便是每年的第一个月圆之夜。去年“海灯节”期间,用户可以“熔炼烟花”,解锁“灯中妙影”,并探寻背后的渊源。当时推出的戏曲元素新角色云堇,以及由云堇带来的戏歌《神女劈观》人气居高不下。

《神女劈观》由上海京剧院演员杨扬演绎,在中外互联网上不仅引发广泛传播和热议,更有粤剧、昆曲、黄梅戏等

数十种戏曲表演艺术家自发翻唱。

今年的“海灯节”,以中国传统皮影戏为灵感设计的解谜玩法“纸映戏”再度受到欢迎。这个益智类玩法乐趣十足,又蕴含对中国传统文化的创新表达。

从“海灯节”、《神女劈观》、“纸映戏”到纪录片《流光拾遗之旅》,依托《原神》,出品方米哈游在输出中国文化上不断实践,持续发力。2022年10月,文化和旅游部公布“文化和旅游数字化创新实践十佳案例”,米哈游凭借“以游戏为载体的文化传播和旅游宣传推广模式探索”位列其中。

如今,相约“海灯节”,在这里体会传统文化魅力,已逐渐成为《原神》用户群体每年的期盼和习惯。米哈游创始人、总裁刘伟表示:“今后,我们将继续探索更多的形式巧妙展现中国文化,让游戏成为文化传承、文化自信的重要载体,同时也让更多的人能够了解中国文化,喜爱中国文化。”