

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年历史文明,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群。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、艺术创作的根底、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。

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。为做好“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,就能入木三分。“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,我是荆楚的女儿,山川相连相携,真情永结永结”,把云南与湖北咸宁相隔千山万水的心心相连、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节点,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)

## 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、创建云冈学和加强文物保护、考古研究与展示利用出台专门政策措施,统筹推进云冈文化遗产保护和云冈学创建工作,部署并实施了组建云冈研究院、推进云冈学科学院建设、创办《云冈研究》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、推动以云冈石窟为核心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

胡雪慧 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,最新版增加了考古地层表,今年1月中下旬推出的“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、立体地了解宝物。

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许黄碧说。

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本陌生的书开始。”许黄碧认为,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,还在于阅读之后的收获。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。”许黄碧说。

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。