

艺术乡建 添彩乡村①

乡村振兴 艺术『在场』

从志强 张振馨

在国家大力实施乡村振兴战略背景下，艺术设计充分发挥自身优势，“多门类、多方式”地介入乡村建设，展开建筑设计、环境设计、产品设计、品牌设计和系统设计等以

服务价值为主的艺术设计，在一定程度上对乡村的风貌、环境、产业、收入等方面发挥着积极作用。

不可否认的是，在艺术介入乡村建设的过程中，村民才是乡村社会的主体，是乡村振兴“留得住心、扎得牢根”的稳定力量，亦是乡村发展的主要受益者。由此，设计介入既要关注“服务价值”，更要拓展“赋能价值”，实现从“授人以鱼”到“授人以渔”的转变。

近几年，笔者带领团队在浙江宁波城杨村、宁海葛家村、贵州晴隆定汪村，持续开启了“艺术赋能村民·乡村振兴乡村”项目实践，秉承村民既是需求的载体，更是能力的载体的理念，以村民赋能、文化赋能、资源赋能等“三赋”为催化剂，抓牢村民主体回归与全面发展的核心，致力于乡土文化的深耕与转化，实现乡村闲置资源价值的再生，引领“设计赋能乡村”新风尚。

以村民赋能为核

激发村民持续创造动力

乡村要振兴，人才是关键。单纯依赖快速输入的“替代型人才”的设计乡建模式，已无法满足乡村振兴的需要，耐心培育“村民民主力军”的设计赋能模式，将为设计介入乡村提供可持续发展的核心源动力。

把村民能力培养作为融合设计工作的中心，不仅要真诚邀请村民深度参与设计实践全过程，更要针对村民自身及生活问题“对症下药”，以创造社会价值与商业价值的设计物为抓手，培育村民解决自身问题及乡村发展问题的综合能力。

例如，在葛家村的设计实践中，设计师与村民共同针对“户外公共服务设施”这一急需解决的乡村社会生活问题，展开设计定位、构思、方案等全方位讨论，共创解决方案——“可坐、可躺、可靠”的多功能休闲长椅。在这一过程中，设计师引导村民在材料筹备、设计制作、完善雕琢、管理维护等环节施展乡土生活智慧与已有技能优势，以劳动效能打造“座无虚席”的强实用性公共座椅，提高村民在艺术介入中的存在感、成就感与获得感，激发“设计师离场”后，村民持续创造的内生动力。

需要特别注意的是，正向激励对村民赋能具有强力催化作用。发自内心的赞扬每一位村民所取得的阶段性成果或进步，以隆重仪式为参与者颁发新身份荣誉称号，可有效唤醒村民对个体价值的认知与自信，强化村民主体意识与潜在力量。

由中央广播电视总台文艺节目中心推出的《金牌喜剧班》播出后收视不俗。节目不仅在一众喜剧节目中，开创出“喜剧传承”新定位，更力邀陈佩斯（右图）、英达、郭德纲三位资深喜剧前辈化身导师，对新一代喜剧人人口口相传。其中，时隔22年重回央视舞台的陈佩斯以其严谨的点评风格，格外受到关注。近日，本报记者采访陈佩斯，与这位“金牌喜剧人”聊聊他眼中的喜剧创作与表演。

记者：作为资深喜剧人，在您眼中，好的喜剧表演应该是什么样的？

陈佩斯：好的喜剧表演一定是建立在一个好的喜剧作品之上、之后的。没有好的作品，好的喜剧表演是不可能出现的。这就要求喜剧人要更加关注喜剧的文学创作，从剧本开始去组织喜剧，去结构喜剧，然后再谈表演二字。

喜剧表演和其他戏剧形式的表演没有什么不同，不要过度强调所谓的喜剧表演，如果特别突出喜剧表演，或者单划出一个领域，那就错了，很容易走向形式主义。只追求形式，忘掉内容，就不会成为好的喜剧。我个人认为，好的喜剧首先在故事结构，其次在方法应用，第三在思想高度，这三个统一之后，就能够成为好的喜剧。

记者：30多年前，您和朱时茂老师表演的小品《吃面条》被很多人称为经典。小品对普通人真实而生动的刻画，引发大家的共鸣。对于这个现象，您怎么看？

陈佩斯：《吃面条》有一个时代的影子，给人留下强烈的印象，人们把它记住了，但这还不能称为经典，因为它在技术上还是非常稚嫩的。大家如果注意到我和朱时茂的创作，在十多年当中，是一步一步在发展的。我们的第二个小品《拍电影》从讲故事到人物创作再到喜剧方法的应用，就比第一个《吃面条》提高了一大截。到第三个小品



以文化赋力为根

重建乡土文化自觉自信

乡村是中国文化的“根”，乡村文化的自觉自信亦是乡村振兴战略的题中之义和振兴之魂。文化振兴不仅要关注历史文化名村，也应该特别关注普通的村子。从实践经验来看，个体文化、家庭文化、时下文化与传统文化是乡村文化系统的重要构成，直接或间接地影响村民的乡土价值观念。

笔者认为，可从四个方面赋力村民乡土文化自觉自信：首先，引导村民利用生活手工艺及易得生活资料，设计创制生活友好型设计物，实现村民个体观念和能力的自我觉醒。其次，重视乡村家庭成员的乡土生活经历，鼓励村民将家庭故事及元素整合为多元作品，构建村落家庭文化的共享链接。再次，捕捉乡村正在发生的正能量故事，以公共设计表达为手段进行物化与推广，借助村民之间同身份、同区域的优势及创新宣教形式，构建村庄和谐价值观。最后，深度发掘村落优秀历史文化，通过适度提炼与合理形变融入现代应用系统，深度融合网络平台推广宣传，构建“链接时代”的乡土特色文化品牌体系。

以定汪村“布依样的织梦坊”品牌创建为例。布依刺绣文化是该村的文化根基，设计师们辅助定汪绣娘简化与变形三角梅绣样，广泛应用于帆布包、布偶、茶巾、厨房用品等现代日用品载体，打造以“布依文化+家居用品”为定位的特色品牌，并充分利用网店、微信公众号、社交媒体平台等售卖推广，4个多月销售额达15万余元。

以资源赋值为向

再造闲置空间物件价值

乡村财富的构成要素中，除去人的财富和文化财富之外，农村存有的大量闲置空间与老旧物品亦是重要财富。笔者认为，再造村落闲置空间与物件价值，要一改“大拆大建”“抛旧换新”模式，走“脏乱死角微改造，荒地地景整更新”“以旧生新，旧物新用”的路子。

一方面，应整体梳理村落闲置宅基地、荒废农田和林地等闲置空间，并彻底清理环境卫生；另一方面，要以“好看”“有用”“服务村子发展”为目标引领，发动村民充分利用村落低成本材料资源，设计打造乡村“微景观”“微客厅”等多功能口袋空间；此外，还应规划主题性区域发展方案，利用设计师只进行部分设计的非完整性设计方式，以主题、原则、使用主体等为指导，放权村民自主设计

脱贫攻坚战取得全面胜利后，我国“三农”工作转入全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化新阶段。近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加快推进乡村人才振兴的意见》，明确支持熟悉乡村的首席规划师、乡村规划师、建筑师、设计师及团队参与村庄规划设计、特色景观制作、人文风貌引导，提高设计建设水平，塑造乡村特色风貌。今日起，本报特别推出“艺术乡建，添彩乡村”系列报道，反映近期深入广袤乡村、投身乡村建设的艺术实践案例，探讨艺术在乡村振兴中的路径与作用。

——编者按



计填充，引导村民善用乡土老旧物具、本村材料及废旧材料自觉创造，达成区域整体更新与升级。

葛家村的荒废桂花林地便是以“儿童旅游+乡土研学”为主题，引导村民自觉创造寓教于乐设施和看护休闲设施，实现了该区域从“杂草丛生地”走向“网红打卡处”。其中，村民利用祠堂翻修拆除的废旧房梁板柱，设计制作了大量抽象动物雕塑、独木桥、休息座椅等功能设施，深得小朋友及家长喜爱。

以牺牲村民主体精神与乡村财富换取的乡建发展得不偿失，重视赋能村民带动乡土文化与资源的赋力、赋值才能行稳致远。未来，在设计介入乡村的过程中，我们还要不断探索村民赋能深加工路径，搭建乡土生活文化创意产品销售平台，搞好扩展联动，同地方政府、高校、企业、社会组织等一起集结兴村影响力，深度开展“艺术赋能村民·乡村振兴乡村”模式的催化力量，让“三赋”路径更加系统，更有底气，更具成效。

（作者丛志强系中国人民大学艺术学院副教授，张振馨系中国人民大学硕士研究生）

科技助力 传统文化IP化

范小青

IP（知识产权）是一个在国内较为新兴的概念，但在欧美、日韩已经流行多年，形成了数字文化领域一种独特的发展模式。文化和旅游部于2020年11月发布的《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》首次引入IP概念，提出“培育和塑造一批具有鲜明中国文化特色的原创IP，加强IP开发和转化，充分运用动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络表演、网络视频、数字艺术、创意设计等产业形态，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”。

近年来，在移动互联网飞速发展的浪潮中，国内互联网企业不仅充当技术创新先锋，也积极投入数字文化产业，成为文化建设的重要参与力量，在传统文化数字化、IP化上做了一些探索，涌现出一大批制作精美、功能现代的数字文化原创作品，极大提升了我国数字文化原创能力。例如2016年以来，以故宫博物院、敦煌博物馆为代表的部分文博机构主动拥抱数字化，建立与互联网企业的合作，共同探索中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展。微信小程序“国宝全球数字博物馆”从2019年开始打造一站式全球国宝文物数字体验平台，联合纽约大都会艺术博物馆、法国吉美博物馆、巴黎塞努奇博物馆，对300件流失在外的中国文物进行数字化回归，为人民群众带来新技术与传统文化有机结合的创新体验。

充分运用网络文学、动漫、影视剧、游戏、电竞等数字化手段，推动传统文化资源在现有文化产业链条中形成更受欢迎的文化符号，也就是IP，有助于传统文化的传承和创新。文化符号关乎文化自信，欧美日韩的知名IP，比如复仇者联盟、玩具总动员、哆啦A梦等在赢得全球市场的同时，还输出了文化自信和价值观。中国具备全球较大影响力的文化符号不多，传统的有孙悟空、花木兰、李小龙等。近年来，中国数字文化企业积极向全球拓展，像动漫《狐妖小红娘》、电影《流浪地球》等一批文化产品受到海外市场欢迎。中国的网络文学也在加快出海步伐，成为海外读者了解东方故事的新窗口。但相比一些国家，中国的文化出海力度还应该进一步加大。

如今，正值以5G通信、大数据、人工智能等为代表的新一代信息技术大发展的时代，我们应该进一步健全版权保护机制，同时通过政策扶持和引导，让更多有技术能力和资质的企事业单位参与到传统文化的IP挖掘和培育中，如采取建立传统文化IP扶植基金计划等方式，对重点传统文化的活化项目给予定向引导和支持。充分利用互联网技术平台，以科技+文化双轮驱动新文创，全面运用动漫、网络文学、网络视频等数字化形式，推动传统文化IP化，打造具备全球影响力的中国文化符号，提升文化自信和国家软实力，共同努力建设社会主义文化强国。

（作者为全国政协委员、江苏省作家协会名誉主席）

文化只眼

向世界传播中华文化 华语诗歌春晚异彩纷呈

王谨

第五届华语诗歌春晚于农历牛年正月初十（2月21日）举行。本届华语诗歌春晚以“仰望星空”为主题，意在鼓舞全球华人从表达理想信仰的优秀华语诗歌作品中，汲取精神营养与力量，以积极乐观的心态面对当下“地球村”的处境，在与困难作斗争的道路上勇敢前行。晚会以北京为主会场，并在山西、陕西以及美国、加拿大等地举办线上线下分会场活动，异彩纷呈。

随着中国成为世界第二大经济体，汉语受到越来越多的国家和国际组织重视。联合国会议将汉语列为6种工作语言之一。许多国家出现学中文的热潮。2016年，多年研究中国当代新诗的北京师范大学中国当代新诗研究中心倡议发起华语诗歌春晚，立时得到文化界许多有识之士认同。至今，晚会已成功举办5届，在中国大多数省市区及美国、澳大利亚、加拿大、新加坡、新西兰等多个国家和地区设立了数十个分会场，在海内外广大诗人与诗歌爱好者当中产生了广泛影响。

华语诗歌春晚总策划、北京师范大学中国当代新诗研究中心主任谭五昌教授表示，华语诗歌这个概念显示了全球性与包容性，表明当代汉语、汉语诗歌、汉语文化已经与世界融为一体，可以超越国界与政治地缘。晚会以传播优秀的华语诗歌作品、提升国人的审美品位、丰富全体华人的精神生活为宗旨，不仅是华语诗坛的一次年度盛会，更是华语文化传播的一大平台，通过这一平台可以让全世界更多华侨华人及外国朋友感受、了解中华文化的独特魅力。

先有好作品，才有好表演

本报记者 郑娜



◎ 访谈

《羊肉串》又提高了一步，完全在探讨和实践误会喜剧与错位喜剧的方法应用。再往后到《警察与小偷》，把四五种喜剧方法叠加在一起使用，从技术含量上又远远高于前三个喜剧作品。有些喜剧方法到今天还一直在应用。所以在我看来，经典的不是故事，而是技术方法。

记者：您如何看待喜剧与生活的关系，“从生活中来”是否是喜剧受欢迎的法宝？

陈佩斯：喜剧不是生活，喜剧就是喜剧。喜剧本质上是戏，戏不是真的，是虚拟的。虽然是虚拟的，但是我们创造的人物和故事，最好从生活中来，因为这是最容易创作、最容易上手的。另外，我们在创作故事的时候，一定要加进我们对生活的认识、对人的认识、对人性的认识、对世界的认识，这样才能成为好的戏剧。完全模仿生活不是戏。

记者：参与《金牌喜剧班》录制有什么感受？在这个过程中，您对当下的喜剧发展、新一代喜剧人有哪些观察？

陈佩斯：现在喜剧综艺节目非常多，我感觉这是一种社会需求。我们应该尽量地去保护和维系这种需求，要更认真地对待观众，更精心地去创作，这样才能把这种好的局面维持住。《金牌喜剧班》引入“师承”的概念，以传承喜剧技法和精神为创新点，有助于激发喜剧创作者的创作激情，培养更多优秀的喜剧人。我觉得现在的喜剧创作不太注重结构和讲故事，更多的是想着抓包袱，把创造笑声放在一个高大的位置。以包袱为中心，用包袱来评价一个作品，本来倒置了，这个方向特别不好。它会有一些年轻演员比较急功近利地追包袱，不去讲故事，不去好好地结构故事，而是用无厘头的喜剧方案来解决所有的喜剧问题和讲故事的问题。喜剧创作者在研究方法之前，还要研究喜剧的本质、戏剧的本质，从这些东西出发，然后再去思考怎么创作。