



▲畲族妇女编织彩带。



▲畲族婚嫁。本文图片均由景宁县委宣传部提供

浙江景宁畲族自治县欢庆建县40周年——

魅力民族风 悠悠畲乡情

本报记者 李中文 龚皓

又到“三月三”，浙江省丽水市景宁畲族自治县，这座原本安静的浙西南小城忽然热闹起来：民俗表演、山歌对唱、服饰展演……各族男女老少换上节日盛装，走出家门，共庆盛典。

今年是景宁畲族自治县成立40周年。作为全国仅有的畲族自治县，以及浙江唯一的少数民族自治县，景宁有着悠久深厚的畲族文化。一年一度的“三月三”活动，让畲乡的歌舞、服饰、习俗、饮食等得到集中展示。

走进畲乡，换一身民族服饰，唱一曲畲族山歌，品一道畲家美食……国潮文化日益出圈的今天，深处大山中的景宁，也向外面的世界展示着别样的民族风情。

传统佳节尽享民族风情

一大早，景宁城区中心沿街道路两侧，鼓乐喧天，人山人海。“三月三”这天，特有的“民俗展演巡游”是重头戏。

高擎族旗，手执火把，撑着红伞，背着箩筐，手牵喜牛，抬着嫁妆……身着节日盛装的畲乡群众，走向城市街道，用充满畲族元素的道具，组成一支表演方阵。从畲家祈福到农耕生活，再到彩带编织、婚嫁迎亲……民族文化的沉浸式展演，再现了畲族生活场景和传统民俗，引来市民游客围观。

龙接凤、摇锅、赶野猪、跳竹竿……在景宁的“民族体育一条街”，当地人还开起了全民运动会：一个个极具挑战性的畲族民间传统体育项目，吸引了800余人参加。这样的全民运动会，男女老少齐出动，在景宁已经持续了14年。

“两人一组，队员手持特制的木棒，相距两米，各自站立于木墩上，双方用各种动作将木棒戳向对方，谁先掉下木墩的人就输了。”市民雷正聪说，这个项目叫“凤凰逗”，是畲民在伐木的过程中，演化出来的一种民间传统体育活动，自己打小就玩过。

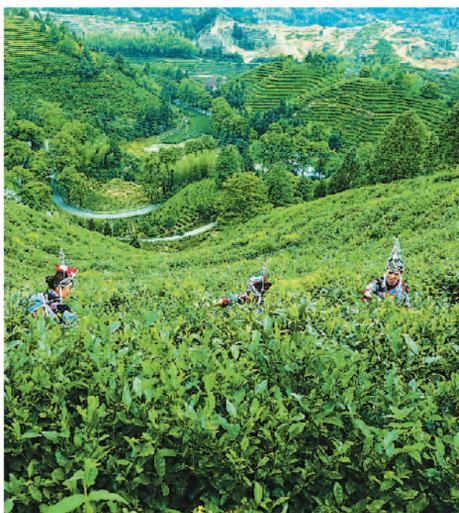
街头巷尾，载歌载舞，喧闹的人群中，不时飘散起乌米饭的香味。

以耕为主的畲族，大多迁居在人烟稀少、条件艰苦的大山之中，过着刀耕火种的生活，畲民由此自称“山哈”，意为客居在山里的人。相传，唐代畲族英雄雷万兴率起义军抗击官军围剿，以乌稔果充饥而军威大振，在农历“三月三”这天成功突围。为纪念他们，畲家家户在这一天要吃“乌米饭”，“三月三”又称为“乌饭节”。

乌米饭油黑透亮、软糯弹牙。在畲族，乌米饭寓意着丰收喜庆。除了乌米饭，作为景宁代表性的美食之一，集市上畲民制作的麻糍也让人垂涎欲滴。经过捶打和翻炒的糯米团，包上馅料，裹上香甜的白糖和芝麻粉，又软又香。

自2001年开始，畲乡“三月三”节庆活动逐步常态化。畲族歌舞、服饰、语言、习俗、体育……短短一天的节日，浓缩了畲族千年文化的精髓。2008年，“畲族三月三”还被列入国家非物质文化遗产名录。

2008年以来，景宁专门邀请台湾同胞共庆佳节，开展两岸少数民族文化交流活动，建成浙江省首个“海峡两岸少数民族交流与合作基地”。此前，景宁还在“三月三”展演中增设民族同心祈福典礼，以溯源寻根的方式，回望各族同胞交往交融、团结进步发展的精神脉络。



▲惠明茶采摘。

多彩畲乡绘就人文画卷

有着“九山半水半分田”之称的景宁畲族自治县，位于浙江南部的山地中。一条鹤溪在青山之间蜿蜒流淌，将景宁县一分为二，当地形成了“九山半水半分田”地貌格局。

明景泰三年（1452年），景宁设县，后几经撤并，这里居住着汉、畲、苗、壮、满、回等20多个民族。人们奔波穿梭于鹤溪两岸，在水面之上架起了许多廊桥，方便通行的同时也能遮风挡雨，景宁也成为廊桥之乡。

曾经，景宁畲族自治县是国家级贫困县，没有通高速，县里的通乡公路也大多是砂石路。40年前，经国务院批准，景宁畲族自治县正式成立，这座山区小县也由此开始蝶变。

行走在景宁县城乡间，山水如画。宽阔的柏油路干净整洁，一直延伸到山区，一排排整齐的民居美观气派，房前屋后绿树成荫，庭院里更有鲜花绽放。县城中心，占地3400平方米的畲族博物馆，成为展示民族历史、体验民俗文化的新地标。

“畲族的传统服饰，斑斓绚丽，丰富多彩，其主要特色体现在女性服饰上，女性服饰以凤凰形态贯穿整体，故称‘凤凰装’。”跟随讲解员的介绍，游客步入了畲乡的历史长河。从畲族妇女的装饰品彩带，到作为非物质文化遗产的畲族银器……博物馆里，藏着畲族各个时代流传下来的传统服饰、彩带编织、生产工具、银器等历史文物。

文物之外，畲族婚嫁是畲族保留最完整的民族风俗。走进畲乡之窗——景宁县大均村，这里成为游客们沉浸式感受畲族婚嫁习俗的打卡地。杉枝拦路、对山歌、抢鸡笼……民族风情的畲族婚嫁，别有趣味。

4月的景宁，惠明茶正式进入采摘期，茶园一片繁忙。

景宁县城南部惠明寺，是一座千年古刹，惠明茶发源于此，是全国唯一因僧得名的茶叶，所在村子因此得名惠明寺村，所产惠明茶曾获得1915年巴拿马博览会金奖。这里，同样书写着“一片叶子富了一方百姓”的故事：如今，惠明茶遍及景宁的各个茶园，景宁惠明茶种植面积达7.6万亩，产值6.74亿元。

40年来，当地发展旅游业，民族风情旅游的魅力，让畲乡的发展实现飞跃：2023年，景宁县城生产总值突破百亿元关口，达102.82亿元，实现旅游收入27.1亿元。

畲族文化多元传承发展

“三月三”当日的音乐节上，炼火表演、火把舞等传统非遗和乐队表演、游园、快闪、市集等形式相结合，实现传统民俗与时尚文化的交融。走出畲乡，走向全国，畲乡文化在古今交汇的互动融合中，探寻着传承与发展的新路径。

借着“三月三”的影响，以畲族文化为核心的旅游产业应运而生。“畲乡非遗旅游线路”“浙西南最美畲族风情线”……一条条旅游线路，吸引游客赏景、听畲韵、品韵味、感畲艺、购畲礼。

两根竹棍，一个竹片，数根彩线，手指一挑一拨间，一条条彩带编织而成。作为畲族最具有民族特色的吉祥物，彩带是畲族青年男女定情信物，也是旅行伴手礼。畲族彩带编织技艺的非遗传承人蓝廷兰，正将老手艺持续焕新。

“以前纯手工制作费时费力，市场也很有限，传承畲族文化，推广很重要。”蓝廷兰说，现在设计好图案和样式，通过机械化加工，一天就能编织出七八十条，畲族彩带的制作效率与材质舒适度都得到了大幅提升，也将产品推向了全国。

蓝廷兰开在东弄畲村的彩带馆，依旧保留着纯手工技艺。不过，如今的彩带色彩更丰富，还有了汉字、花纹、畲族符号等组合编织样式。她还将畲族彩带编织技术融入畲族服饰、手袋等产品中，打造多元文创产品。

头戴凤冠发饰，身穿藏青色畲族服装，腰系彩带，景宁畲族自治县成立40周年庆祝大会上，穿着盛装的老大妈蓝陈启，用歌喉引来阵阵喝彩。畲族最有“歌不离俗，俗不离歌”之说，唱畲民歌是畲族最重要的文化传统之一，山歌也几乎涵盖了畲族人民的全部生活。

人称“畲族歌王”的蓝陈启，如今已经87岁。家住景宁双后岗村的她，此前便将生活常识、文明宣传等内容编入山歌，让传统艺术接轨时代。如今，村里开起了“蓝大妈工作室”，孙媳雷汤菊也成为“畲族歌王”的接班人。

“面向未来，接轨时代，我们也在不断进行畲族文化传承发展的探索和尝试。”景宁县委文旅局相关负责人介绍，当地通过设立畲族文化发展基金、制定《景宁畲族自治县民族民间文化保护条例》等，推进畲语、畲歌、畲舞、畲服等保护传承。

音乐节的舞台上，灯光配着音乐和舞蹈，一场视听盛宴正在上演。待到夜深，舞台人群散去，盛会落下帷幕，一切重归沉寂。回程的路上，畲乡风情却在记者的脑海里挥之不去，耳畔还回荡起那动人的山歌。

音乐剧《胭脂扣》——

在经典回望中浓缩时代体察

韩浩月

李碧华的中篇小说《胭脂扣》发表于1984年。1987年，根据小说改编的同名电影上演，由香港演员梅艳芳和张国荣担纲主演，成为时代佳作。时间来到2024年，由萧敬腾、张泽、丁臻滢、徐瑶等主演的音乐剧《胭脂扣》，于4月在上海开启首轮演出，它被认为是一部高度重视重审同时带有鲜明创新特征的原创新音乐剧。

从1984到2024，时间恰好40年，40年间世事变迁，情感观念有颇大转变，而成功塑造了《胭脂扣》如花、十二少角色的演员梅艳芳、张国荣，已经此情可待追忆，因此音乐剧《胭脂扣》的公演，包含了纪念与回顾的情感意义，也浓缩了洗尽铅华、细致入微的时代体察。

音乐剧《胭脂扣》将故事发生地由香港改到了上海，剧中的人物关系、家庭矛盾、文化习俗、社会风情等，有了更多落地之处。新旧之交的上海滩，为如花和十二少的情感发展提供了更为开阔的空间背景，给剧作改编留下了极大的空间。该剧还将上海元素融入词曲、人物性格、布景、服装等多个方面，让这个原本发生于上世纪40年代的香港故事，呈现出独属于海派文化的腔调与韵味。

穿越、殉情、重逢，构成了《胭脂扣》三幕式戏剧结构，音乐剧在这个基础上，把如花大闹十二少订婚

宴、十二少与高老爷切磋爱情观，浓墨重彩进行了表达，不仅丰富了剧作层次，也强化了音乐剧的观赏性，音乐先行，在这两个情节上有充分的体现。由而，该剧的音乐创作给人留下深刻印象，比如十二少与高老爷的那场戏，使用了类似“滩簧小戏”的表演方式，生动活泼，使人看到这个悲剧故事中也藏着世俗之美。对于喷喷这个传统乐器的使用，也使喷喷本身所蕴含的温情、悲怆、惆怅、紧张、释放等情绪扩散到了剧情中。

《胭脂扣》的“人鬼情未了”故事，写了情爱，但扣题却是“痛与悔”，书中人物也不过凡夫俗子，有深情但却不够深情，是真爱但期待总是落空，彻底的心碎与永久的失去，是原版故事的内核。同样的故事，到了音乐剧《胭脂扣》这里，“痛与悔”被转化成了“真与癫”，折射了人性的多面与复杂。

音乐剧《胭脂扣》“癫”的气质，也许并非创作者本意，但观众赋予的观感，与剧作形成了一次虚拟与现实之间的互动。这版故事的“癫”由几点构成：首先，旧社会环境的不宽容，把一对向往爱情的男女牢牢地按在原地，于是痴癫成为他们的本能反应与命运终点；其次，在爱与恨互相交织的人生窄缝，痴癫是他们穿过这条窄缝的唯一方式；最后，舞台上的故事飓风，吹到现



▲音乐剧《胭脂扣》舞台照。出品方供图

实中是轻微的反讽，如果让观众产生“癫”的印象，也在情理之中。

戏剧的形式可以灵活多样，在表达上也可以充满想象力，但在故事的底层以及角色的情感逻辑方面，一定要以“真”打底。体现在音乐剧《胭脂扣》上，可以看到或感受到：当时的社会偏见与陈腐家庭观念是真的，对于个体性别不同定义与理解有着很大差异是真的，对于女性与个性的压迫，对于自由与真情的驱逐等，都令人感同身受，正是有了这份“真”，如花和十二少跨越阶层的爱得到观众的支持，并将这份情感也划归到“真”的行列。为了更符合现代女性审美，主创对如花这个角色进行了适当调整，也对其他爱情线做了更符合现代爱情观的设定。在现代人不间断追问和求索“真爱”的当下，音乐剧《胭脂扣》以一份“真”做出了解答。

新媒体助力大运河焕新彩

柴冬冬

近段时间，以沉浸式数字游览著称的扬州中国大运河博物馆在文旅市场持续“出圈”，成为人们假期出游的优先打卡地，清明假期参访人数逾6万人次，创下了自2021年开馆以来的新高，明星展览“运河速踪”更是出现了一票难求的现象。扬州大运河博物馆火爆的背后，既是大运河文化遗产展示场景的创新，也再次彰显了以数字技术为代表的媒体在保护、传承与创新文化遗产方面的独特作用。

新媒体助推大运河实现了从文化遗产到现代数字文化的转变，构建了“运河+”文化新业态。近年来，运河沿线各地依托各自特色资源，推出大量数字创意产品。如北京段推出“穿越时空的大运河”数字影像、“大运河燃灯墨韵”AR游园项目，通过“AI+AR/VR+影像+实物”的方式，复原了大运河北京段的历史风貌，丰富了大运河的文化场景。而江苏段推出的“打造5G大运河暨大运河全媒体IP”项目则将沉浸式体验、线上平台建设、融媒体开发、博物馆建设融为一体，构建大运河文化的全媒体传播矩阵。此外，在各大短视频、直播平台，营销大运河相关的工艺、美食、建筑、服饰与文创产品已成为一种新商机。在第五届大运河文化旅游博览会上，专业主播“带游带逛带览”吸引数百家展商现场分享商品，线上超4500万人次观看直播，助力了运河文创市场的开拓。业态的变革推动了消费的创新，以“云看展”“云旅游”“虚拟体验”为代表的数字运河文化消费已成为常态。以运河文化为中心，线上线下联动，多文化业态、多文化部门、多文化主体联动，一条新的运河文化价值链正形成，大运河呈现出从文化遗产到文化IP的新发展趋势。

新媒体丰富了大运河的文化形象。传统媒介时代，人们对大运河的认知主要通过史料书籍、艺术作品、报纸、电视等，大运河多作为漕运水道、水利工程等形象出现，在新媒体助力下，大运河实现了从历史形象到现代创意性审美形象的转变。在2023杭州亚运会开幕式上，基于裸眼3D技术构建的拱宸桥跃迁于数字运河之上，惊艳世界。而一部电视剧《运河边的人们》不仅展现了新时代的运河风貌，更塑造出守护运河的时代楷模。从影视剧、动漫、游戏，到短视频、沉浸式影像，大运河文化IP已衍生出众多多类型的文化形象，它们不断融入民俗、艺术、非遗、美食等运河文化场景构建中，涌现出更为多元的创意性文化意象，助力大运河从实用之“水道”到审美之“水道”的转变。

新媒体拓展了大运河文化传播主体。传统的运河文化传播由政府、企业推动，主体构成较为单一，难以凝聚更大力量。新媒体的互动性、自由性、个体性、即时性等新特点，降低了运河文化传播的门槛，为多元文化主体的参与提供了便利。在各大社交平台，大量的自媒体账号、网络达人以直播、短视频、文字等形式进行大运河旅游宣传、文化讲解、产品推介等活动，大运河文化传播更为灵活、丰富，呈现出了全民参与、共建共享的新特点。

新媒体创新了大运河的文化管理体系。大运河流域地域众多，涉及部门众多，资源分散、多样，且保存状态不一，这为集中有效的管理带来了困难。新媒体在数据分析、信息共享、监控预测、数字存储等方面的优势为困难的解决提供了新手段。如浙江段推出的“千年运河·水蕴中华”数字藏品，使用区块链技术生成唯一数字凭证，实现文化遗产的“数字永生”。而“大运河国家文化公园数字云平台”“大运河（浙江段）世界文化遗产监测系统”等平台的推出则为大运河遗产监测、整理、推广提供了支撑。

随着文化科技融合的深入发展，大运河文化的生产、传播、接受已离不开新媒体，新媒体从文化基因、文化主体、文化符号、文化记忆、文化管理、文化消费等层面，重构了大运河文化与现代文化的关系。保护、传承与发展大运河文化，让历史说话、让遗产说话、让文化说话，新媒体发挥着重要作用。

在大运河国家文化公园建设全面展开的背景下，以新媒体赋能大运河文化资源的创造性转化与创新性发展，既有利于持续改进大运河文化的供给水平，也有助于夯实大运河文化的需求一。以新媒体手段发展大运河文化，要在传承与保护的基础上，持续推动大运河文化资源的媒介化存储、转化、表达，扩展新媒体对大运河文化资源的挖掘层次，用新媒体思维创新大运河文化运营模式与应用场景，不断培育大运河文化新业态，做强文化消费市场，以消费创新赋能文化创新。

（作者系杭州师范大学文化创意与传媒学院副教授）

紫藤文化艺术节在无锡举行

本报电（蔡博）暮春初夏时节，正是紫藤吐艳之时。4月14日，在江苏无锡西漳公园内的紫藤园，精心栽培的300多株紫藤迎风绽放，由中文宣三百文化产业集团主办的首届紫藤文化艺术节在这里拉开帷幕。

本届紫藤文化艺术节活动旨在弘扬中华优秀传统文化，打造一个以紫藤为主题，集艺术、文化、体育和自然美景于一体的特色文化艺术节，让更多市民游客感受紫藤花园的魅力。艺术节期间除了举办文艺演出，还将开展书画笔会、诗歌征文、摄影比赛和文创产品展示等活动，邀请广大书画家、作家和摄影爱好者前来无锡采风，通过优秀作品的创作和传播，扩大地区美誉度和影响力。此外，还将邀请知名设计团队精心打造潮流赏玩、网红拍照打卡地，推广紫藤特色地域文化、繁荣地方文化事业。