让礼学“走出书斋 走进生活”

——访中国人民大学礼学中心

柴逸扉　李　梦　康梦婷

▲通过学习茶艺，体悟礼学

在中国人民大学的东北角，有一幢并不起眼的小红楼，乍看时与校内普通民居几乎一样。而正是在这样的小楼里诞生了中国人民大学礼学中心。

为什么要办礼学中心？“礼”和人们的日常生活有什么关联？要怎样才能“学礼知礼”？带着问题，笔者走访了中国人民大学礼学中心。

让礼学融入生活

“‘不学礼，无以立’，这是一个新的礼崩乐坏的时代。”面对笔者的提问，人大孔子研究院常务副院长彭永捷表示，目前中国人在交往中多半遵循西方商务礼仪，而礼学中心成立的初衷就是希望能通过研究，让中国的礼走进人们的生活。

如何让礼学走出书斋？人大礼学中心主任刘增光告诉笔者，今年将制作一个礼仪规范的小册子，结合当下社会现状，如婚礼、丧祭之礼该如何循礼，让这个小册子“接地气”。

具体而言，手册会考虑各个地方的差异性进行推广，“我们会前往各地进行调查采访，了解目前乡村仪式与古书记载的不同之处和发展变化。要重点在某些地方试点推广，比如中央民族大学在山东书院推行乡村儒学，这一方式可以借鉴。”刘增光这样说到。

另外，刘增光还提到，让礼学融入生活需要通过实践来进行。例如茶艺便是如此。“现实生活中喝茶很常见，但细节之中凸显的礼仪却不广为人知。但通过学习茶艺，亲自参与洗茶、泡茶、奉茶、品茗、闻香的过程，茶艺中的礼学很快就有所体悟了。”

人人都能学礼

“‘礼闻来学，不闻往教’。礼这东西出入自由，不能灌输。”在人大礼学中心副主任吉恩煦看来，礼仪活动是推广礼学的好方法，也能让更多的人参与到礼学传播中。就在笔者采访时，他还在河北石家庄为正定文庙祭孔的释奠礼忙碌着。

吉恩煦告诉笔者，3月14日，在人大礼学中心成立的当天，不少礼仪活动已经在校园里得到开展。例如传统射礼的展示，让师生们看到了古礼中射手们谦谦君子的风度。“在射箭之前，射手们身着汉服列队来到场地。在与对手饮茶、鞠躬致敬之后，他们才解开左侧衣袖，拉弓射箭。并不是鲁莽的武夫形象。”

从2005年至今，吉恩煦已经从事了10年的礼仪推广活动。对于今后活动的推广，他表示，礼学中心未来将会和高校、文物保护单位等展开合作，共同研究“礼”的内容和活动形式。

除此之外，吉恩煦还认为，礼学中心今后还应该通过配备专业师资、课程、教材的方式为社会大众开设礼学课程培训班，甚至要为不同的受众量身定制课程，例如普通礼学爱好者、政务礼仪使用者、商务礼仪使用者等等。

礼学也是对外传播的符号

据了解，在人大礼学中心的成立典礼上，传统服饰展演的活动备受瞩目。女孩们身着经过改良后的短上衣和裙子，美丽端庄。男孩们有的穿着古代官员的朝服，派头十足；有的穿着蒙古族的礼服，豪迈粗犷；有的穿着锦衣卫的飞鱼服，威风凛凛。

彭永捷表示，几年前，国际儒学联合会举办纪念孔子诞辰的国际学术研讨会时，一位海外学者因着唐装被安保人员拦在门外，理由是必须穿正装（西装）。“本民族的服装竟然不能出现在正式场合，这有些不可思议。”彭永捷说，这件事十分触动他，也成为他一直以来推动礼学中心成立的原因之一。

“服章之美谓之华，礼仪之大谓之夏”。在彭永捷眼里，服装、茶艺等都是礼学的可视化符号。“礼让我们更文明，也可以改变别国对我们的看法，和我们接触后觉得我们很有礼貌。作为文明古国，中华传统服饰等符号的推广，也有助于中国的对外文化传播和国际形象的提升。”

北京大学国家战略传播研究院院长程曼丽也认为，汉服、茶艺等中华传统精华都可以被视为一个视觉符号，在进行对外文化传播的时候，可以伴随着理念进行更系统、更具体的传播。在构建国家形象方面，可以让海外的人们以更加直观和鲜活的方式听到中国的声音、中国的故事。

中国电影：喜剧言情剧最赚钱 历史题材剧赔最多

《2009年至2014年中国电影投资回报率》统计数据日前出炉，数据抽取华谊兄弟、博纳影业、小马奔腾、光线传媒等多家国内电影制作公司为样本，统计了6年间票房前24名影片的回报率。从数据看来，小成本喜剧与都市言情剧是回报率最高的类型，而中国曾经的特色——历史题材影片的回报率却一路走低。

近10年来，中国电影行业井喷式发展，国内电影票房从十几年前的9亿元，上升到接近300亿元。对不少人来说“票房”似乎是衡量电影成败的最大标准，然而加入成本这一维度，电影背后的投资回报率才是“到底赚不赚钱”更靠谱指标。

数据显示，“高票房”并不等于“稳赚不赔”。2009年到2014年的第一个电影回报率高潮，是2011年的《失恋33天》，成本仅2000万元的小制作却为出品方带回了668%的回报率。与此相比，同年耗资6亿元打造的《金陵十三钗》，虽是当年的票房冠军，却不赚反赔，回报率为负56%。这样的转折与对比，打破了大制作高回报的固定思维，让“以小博大”成为这一年的银幕关键词。近年来，国内回报率最高的影片为2012年的《泰囧》，5000万元的投资成本却撬动了12亿元历史性票房，为投资方带来了990%的回报率。业内人士分析，《泰囧》的成功并非偶然，是多年低成本喜剧市场与经验积累的一次爆发。同时，也得益于高密度的宣发，这一项足足占去了《泰囧》投资成本的一半。2013年与2014年回报率最高的国产影片分别是谍战喜剧《厨子戏子痞子》以及综艺大电影《爸爸去哪儿》，它们的回报率超过了800%。

从数据来看，回报率对电影类型似乎有所“偏爱”。每年的票房回报率前五中，基本有一半左右被喜剧承包，即使口碑极差的《分手大师》也获得了473%的高回报率，远超同年《智取威虎山》的89%。在回报率榜上撑起另半边天的则是都市情感剧与青春题材剧，《杜拉拉升职记》《单身男女》《小时代》《致青春》等，都超越不少“炫酷”大制作，获得不错的回报率。业内人士分析，这些影片的高回报率，主要得益于喜剧片与情感题材影视作品相对低廉的成本，以及较为广泛的受众范围。

与此相比，曾经十分成功的历史题材在这几年却输得很彻底。《赤壁》、《关云长》、《战国》、《铜雀台》、《王的盛宴》、《太平轮》等影片虽然大多出自名导之手，也不乏明星助阵，票房与回报率却都一蹶不振。不少业内人士认为，中国历史题材电影已经进入了发展瓶颈期，或靠明星刷脸打造奇观，或过度戏说解构，历史本身的厚重感与伦理维度却被一再挤压。有文化学者分析，历史题材佳片少、市场越来越差，同时也暗含着中国和世界文化的一个特征——历史纵深的消失。如何在弥漫着喧嚣与躁动的影视市场夺回话语权，已经成为摆在历史剧面前的一道亟待解决的难题。　（张祯希）

2015文化江西生活年启动

“2015文化江西生活年”日前在江西文化会展中心正式启动。“2015年文化江西生活年”期间，将有汇集百台江西地方文艺精品的《百县大舞台》，助推艺术市场发展的《江西艺术双年展》、《江西省艺术品交易博览会》，名家荟萃的《自在客大讲堂》、《自在客艺术分享会》、《自在客戏剧汇》、《江右茶语音乐会》，与百姓亲密互动的《自在客沙龙》、《电影惠民日》、《名家艺术培训班》等。据了解，江西省文化厅自2014年主办首届文化江西生活年活动以来，先后举办了《中德“新丝绸之路”音乐会》、《神奇赣鄱》、《首届南昌文人书画展》等形式多样、内容丰富的文化艺术活动。

（张永恒）

广东海上丝绸之路文促会成立

为响应国家提出的加快推进21世纪海上丝绸之路建设的倡议，广东海上丝绸之路文化促进会成立大会近日在广州举行。会上，广东海上丝绸之路文促会与全国各地32家商（协）会、企业组织，举行了现场战略合作签约仪式。

广东是海上丝绸之路的战略要地。广东海上丝绸之路文化促进会旨在发挥桥梁纽带作用，建立健全信息交流、资源整合、创业发展和社会服务平台，积极推进广东经济、文化、社会繁荣发展，实现伟大中国梦。当晚，广东海上丝绸之路文化促进会还举办了“丝路星光文化晚会”。　（水　松）

仓央嘉措诗歌写入完玛三智新专辑

著名藏族音乐人完玛三智（WANMA）日前推出新专辑《六世》。《六世》这张专辑的创作灵感主要来源于六世达赖仓央嘉措的诗歌创作集。仓央嘉措为西藏著名的民歌诗人，他的诗歌在西藏文学史上享有盛誉，是外人了解西藏历史、文化、民俗以及宗教的窗口。而完玛三智的这张专辑就在他对仓央嘉措人生及诗歌领悟的基础上创作而成，具有浓厚的藏族特色。　（文　柴）

爱丁堡艺术节：中国元素受期待

郭春菊

英国苏格兰爱丁堡国际艺术节将于8月举行，在18日公布的节目单上不乏观众熟悉的国际大腕，包括首次在艺术节亮相的法国著名女演员朱丽叶·比诺什、德国小提琴家安妮·穆特以及中国钢琴家郎朗和王羽佳等。

艺术节新任艺术总监弗格斯·莱恩汉当天在位于爱丁堡“皇家一英里”大街的艺术节中心公布了节目单。

莱恩汉说，今年艺术节的开场活动是在厄舍大厅门前为公众举行一场融合高端艺术与数字科技的免费音乐会，阵容包括皇家苏格兰国立交响乐团和爱丁堡艺术节合唱团。朱丽叶·比诺什将在艺术节期间主演古希腊悲剧作家索福克勒斯的名剧《安提戈涅》。

莱恩汉特别提到，2015年是中英文化交流年，节目单中包含许多中国文化元素。重头戏是来自北京的陶身体剧场的舞蹈作品《重之三》和《重之五》，其他还包括由中国天津人民艺术剧院、苏格兰国家剧院和格拉斯哥Vox　Motus剧团联合出品的魔幻无声戏剧《龙》。《龙》曾获得2014年英国戏剧奖最佳儿童和青年剧作奖。

中国艺术团体是爱丁堡国际艺术节的常客。2011年中国中央芭蕾舞团携《牡丹亭》亮相艺术节，2013年北京人艺带来了莎翁剧作《科利奥兰纳斯》的中国版《大将军寇流兰》。

莱恩汉说，今年艺术节将继续保持与中国方面的紧密联系。作为艺术节的重要组成部分，中国文化作出了巨大贡献，为艺术节的成功举办发挥了重要作用。

莱恩汉介绍说，本届艺术节注重艺术形式的多元化，既有剧院整场演出，也有免费公众活动。今年还推出了特别面向家庭的戏剧《龙》以及苏格兰室内乐团演奏的家庭音乐会，以满足不同层次观众的需求。此外，艺术节还对18岁及以下未成年人和26岁及以下在校学生推出半价票，以吸引年轻观众。

据介绍，来自39个国家的2300多名艺术家将参加2015年爱丁堡国际艺术节，预计将有约70个国家的观众前来欣赏这场艺术盛宴。

数据显示，去年爱丁堡国际艺术节吸引了来自76个国家的观众，人次超过41.5万，票房收入超过315万英镑（约合2882万元人民币），首次突破300万英镑（约合2745万元人民币）大关。

爱丁堡国际艺术节创立于1947年，内容涵盖话剧、舞蹈、歌剧及古典音乐演出，是世界最著名的艺术节之一。本届艺术节定于8月7日至31日举行，爱丁堡边缘艺术节和爱丁堡国际军乐节也将在同一天开幕。

▲2014年中国北京金帆艺术团在爱丁堡艺术节嘉年华表演

◀二〇一四表演者在爱丁堡艺术节嘉年华表演