

数字化传播,让非遗更“潮”

□采访嘉宾 范周(中国传媒大学教授,文化发展研究院院长)

□本报记者 苗春

目前,我国进入各级非物质文化遗产代表性项目名录的非物质文化遗产已达10万项,其中国家级的1372项,入选联合国人类非物质文化遗产代表作名录的有39项。在互联网时代背景下,“酒香不怕巷子深”的命题早已转变为“酒香也怕巷子深”。传承非遗既需要保护传统技艺,更需要不断拓宽非遗传播渠道。

非遗传播人人都是“广播站”

记者:当前非遗传播有哪些突破性进展?

范周:在互联网的加持下,非遗传播的主体、渠道和受众都发生了深刻变革。

其突出表现,首先是传播主体扩大化,人人都是“广播站”。近年来,由于国家的高度重视和支持,非遗传播从最初单纯依靠政府有关部门组织推广,到民间传承人自发宣传,再到学界、媒体界、商界的加入,传播主体不断扩大。

其次是传播渠道多元化、数字化。最初,非遗的传播渠道主要集中在主流媒体和行业媒体等,并且以纸媒为主。随着人们对非遗重要性的认识不断深入以及互联网技术的飞速发展,非遗传播渠道日益多元化、数字化。多元化主要体现在利用新媒体、短视频、直播等新型渠道传播非遗。例如,2017年9月15日,文化部、中央网信办启动了“喜迎十九大·文脉颂中华”非物质文化遗产大型网络传播活动,网上媒体报道51.6万篇,网民转发讨论189.5万条,微博平台“喜迎十九大·文脉颂中华”等相关话题阅读量5981万人次。

记者:非遗数字化与非遗传播的关系是怎样的?

范周:非遗数字化是采用数字化的采集、储存、处理、展示、传播等技术,将非物质文化遗产转换、再现、复原成可共享、可再生的数字形态。非遗的数字化保护不仅是要对其进行抢救性记录,更重要的是要在互联网时代进行有效传播打下坚实基础。

只有在数字化后,非遗相关内容才能打破时间和空间的限制,从而实现网络传播。同时,AR等新兴技术的出现也大大丰富了非遗的展示手法和传播方式。例如,百度曾借助AR技术还原和展示苗族银饰制作工艺,让从事苗银锻造35年的国家级技艺传承人吴水根赞叹不已。

非遗传播仍处在初级阶段

记者:为什么说我国的非遗传播仍处在初级阶段?

范周:据第40次中国互联网络发展状况统计报告显示,截至2017年6月,我国网民规模达到7.51亿,青年网民占整体网民数量的72.1%,他们是互联网渠道开展非遗传播的主要目标群体。网络媒介在推动非遗传播方面已然开始发挥重要作用,但是对非遗的重视在互联网传播领域尚未达成行业共识,媒介传播潜力尚待挖掘。如何丰富非遗传播形式、如何以更强的互动性和体验感来充分展现非遗之精髓就成为亟待解决的问题。

记者:非遗传播中应注意哪些问题?

范周:首先要警惕非遗传播的“跑马圈地”思维。目前我国对非遗的保护和传播依然主要按照传统行政区域进行划分,使得非遗传播主体产生了“跑马圈地”的思维,将非遗资源看成是自身独享的文化资源,从而产生排他性,这就为非遗传播设置了人为障碍,无形中也让非遗传播重点局限在当地的“一亩三分地”。从文化传播层面来看,非遗传播主体应该有意识地打破区域限制,跳出自身的狭小空间,加强跨区域传播,强化非遗资源整合,从而使非遗真正融入文化大环境之中。

其次还要警惕理解偏差掩盖非遗的“明珠”光芒。有人认为非遗是老气横秋的古董,与现代生活相隔甚远;有人认为非遗就应该原汁原味,固守传统不越界;有人将非遗等同于文物,认为非遗只可远观,不可亵玩。这些都在无形中为非遗传播设置了障碍。



在注重流量、制造话题的注意力经济时代,古朴典雅的非遗难敌自带流量的网红和“小鲜肉”,多数媒体为了获取短期经济收益,倾向于选择易夺人眼球的内容,这就导致非遗在社会关注中易被边缘化。

非遗传播以数字技术为翼

记者:如何更好地进行非遗的数字传播?

范周:首先,数字技术为翼,即运用现代数字技术来自传统的非遗予以活态展现,为受众营造身临其境之感,让非遗能够“听得见”“带得走”“学得来”,使之触手可及。例如,在首届“数字中国”建设峰会数字非遗板块中,公众通过扫描AR卡片、AR电子书就能在手机上观看立体化的妈祖信俗、中国剪纸等非遗展品;只需要戴上VR眼镜,便可置身于传承人工作室中一同学习烙画、漆画等非遗技艺。但是在非遗数字化过程中,如果一味追求与新技术的结合,可能使一些非遗数字化项目流于形式。我们应清醒认识到,非遗数字化只是一种实现手段,不能过于强调这层光鲜的“外衣”。

其次,温度质感为体,在非遗传播过程中,要思索如何拉近与公众之间的距离。为

此,要充分运用互联网共建、共享的特点,加快建立非遗资源要素的现代转化机制,革除公众对非遗的陌生感和神秘感。例如,文化部恭王府博物馆的品牌活动“锦绣中华——中国非物质文化遗产服饰秀”,6天内上演11场精彩绝伦的非遗服饰秀,23家网络直播平台参与了联动直播,累计获得近5800万次的点击观看量以及超过1000万网友互动。

再次,要充分发挥借力意识来促进非遗传播。当前,非遗尚未实现社会群体的广泛认知,要学会借助社会时代发展大势来传播非遗,使之成为社会关注的焦点。作为中华优秀传统文化的重要组成部分,非遗工作者要积极践行“创造性转化与创新性发展”的倡议,不断更新非遗的表现形式,赋予其新的时代内涵,并助推华夏非遗走出国门。

记者:传播非遗时如何整合新媒体和传统媒体的资源?

范周:目前,传统媒体只占据整个社会传播份额的20%,其传播力和影响力日渐式微。因此,要以整合、借力眼光来看待媒介,充分发挥传统媒体和新媒体的整合优势,通过运用算法机制实现非遗内容的有效分发,通过在社交平台制造话题、加强互动的方式加深公众对非遗的认知和了解,借助社交力量不断拓非遗传播半径。

百花奖候选影片揭晓

日前,第34届大众电影百花奖揭晓10部候选影片,单项奖均会从这10部中产生,其中包括《战狼2》《芳华》《无问西东》《唐人街探案2》《红海行动》等。

演员类奖项入围名单同时公布:吴京、王宝强、刘昊然、张震、张译、张涵予、黄轩、黄晓明等13人角逐最佳男主角奖;章子怡与周冬雨、马思纯、苗苗、钟楚曦等争夺最佳女主角奖。

据悉,候选影片结果按初选投票统计结果排序;影片范围为2016年3月至2018年2月全国城市影院发行放映的国产影片,且票房不低于1000万元人民币。

从即日起至2018年9月25日为观众投票阶段。最终获奖结果,将由101位观众评委组成的第34届大众电影百花奖终评委员会,在佛山举行的第27届中国金鸡百花电影节百花奖颁奖典礼现场,以按表决器的方式当场投票评出。

第27届中国金鸡百花电影节将于11月7日至10日举办,8项主体活动为电影节开幕仪式、国产新片推介展映、金鸡国际影展、港澳台影展、少数民族影展、中国电影高峰论坛等学术活动、提名者表彰仪式、百花奖终评及颁奖典礼暨电影节闭幕式。(沈影)

《香蜜沉沉烬如霜》在爱奇艺热播

改编自知名网络作家“电线”同名小说的古装爱情剧《香蜜沉沉烬如霜》自8月2日起在爱奇艺开播以来,始终占据电视剧类日榜首位。该剧由杨紫、邓伦、陈钰琪、罗云熙、王一菲、邹廷威领衔主演,朱锐斌执导,刘宁任制片人,讲述花神之女锦觅与天帝之子旭凤历经重重磨难,最终有情人在人间携手归隐的故事。

这已经是杨紫和邓伦第三次合作饰演情侣,他们举手投足间的默契感获得了粉丝认可。同时,该剧服化道精美,置景总面积达10万平方米,将浓郁的古典意味与梦幻色彩深度结合,为人、天、花、魔三界确立了多元风格。(平芳)



《香蜜沉沉烬如霜》剧照

李小萌重回荧屏

《你好爸爸》追问爸爸“缺失”

□马强

著名主持人李小萌历时数年积淀筹备的大型访谈节目《你好爸爸》第一季,目前正在东南卫视播出。

她认为,当今社会,迫于工作和生活压力的爸爸们终日奔忙,导致自身在家庭生活中的缺失,有可能对孩子的认知、行为、安全感、精神健康、亲密关系等多方面带来无法评估的影响。在历时一年的筹备中,李小萌先后在北京、上海、云南、西安等地走访,这档节目试图走进爸爸们的内心,探讨不同家庭类型的爸爸角色问题,呼吁人们重

视爸爸们的隐痛和担当,进而引发全社会思索“爸爸”在转型时期的力量、责任、无奈与忧患。

节目不但邀请了各界公众人物,也对超过百名素人进行了采访。在节目中,我们将听到王凯“你总要点什么让孩子因你而骄傲”的父爱担当;听到包贝尔“在孩子无忧无虑的日子里就让她无忧无虑吧”的父爱包容;听到钱文忠“不要把孩子成绩当父母的面子,最可怕的是让孩子替自己上赛场”的父爱严苛;听到夏雨“希望我的孩子能按照



自己的意愿快乐成长”的父爱如山……节目还拍摄了上百位普通人,他们面对摄影机亮出自己心底最柔软的部分,虽然节目只能给他们每人截取40秒播放,却让让观众觉得足够真挚走心。

东南卫视总监陈加伟表示,该节目力图为“父子关系”这一永恒的话题提供更多有效样本与充分讨论的契机。作为一档“思索级”而非“娱乐级”的节目,希望引发全社会的思考,寻找家庭亲情的共鸣点,串联起父子纽带,展现平凡而又美好的人伦情怀。

加油!向未来

□康雯

嫦娥奔月、女娲补天、孙悟空大闹天宫,以及“鲲鹏展翅”“九天揽月”的传说,都昭示着国人的飞天梦。随着科技的进步,这些飞天梦正在一步步变为现实。我国第一颗人造地球卫星“东方红”1号、中国神舟五号载人飞船、嫦娥一号、天宫二号空间实验室相继发射成功,科技让梦想成真,我们科学探索的激情也一直不曾冷却。

近期,一个“空间实验”征集活动在中小學生群体中掀起热潮。央视综合频道和央视创造传媒联合推出的大型科普节目《加油!向未来》第三季发起的这项征集活动,将和国内知名民营企业联合行动,向太空发射一枚结合对地观测功能和空间实验功能的公益科普卫星,征集来的创意实验将在卫星上完成。

这番设计展示出科技的魅力,同时节目将深度挖掘大科学家及幕后英雄的人物故事,向大众展示科研人员的坚韧和努力,通过他们的事迹感染青少年,让“科学家”成为更多孩子向往的职业,给孩子们梦想插上科技的翅膀。

除了人工智能和宇宙星辰,《加油!向未来》第三季的题材选择上还关照现实。节目从“科学+国防”“科学+强国”“科学+生活”“科学+趣味”“科学+体育”“科学+艺术”“科学+热点”七大角度,升级研发出“无壳孵

墙内看花

日前,上海图书馆宣布在该馆目录大厅举行“书海遗珠——发现暂时被遗忘的好书”文献推荐展,向读者集中推介一批少有人问津却内容优质的图书。这一举措,在各类热门图书排行榜层出不穷的当下,仿佛吹来了一股清新之风。“推出‘冷书榜’的目的,是为了让读者不要错过这些好书。”上海图书馆副馆长周德明介绍,上海图书馆共有各类藏书近5600万册,其中335万册可供外借。但是分析外借数据时,工作人员发现,有些图书一年甚至几年时间里都没有被人借阅过,而它们中的一部分质量并不差,相反,是相当优秀的图书,只是因为各种原因未能引起读者的关注。

上海图书馆的这个“冷书榜”,就是将被读者遗忘或者忽视的好书展现在读者面前,让书海遗珠焕发生机。《大灭绝时代:一部反常的自然史》曾被《纽约时报》评为2017年100本值得关注的图书之一;上海人民美术出版社出版的《上海字记》曾经以最高票数获得2015年度“中国最美的书”称号。还有中信出版社出版的汪曾祺的《徒》、百花文艺出版社的《威尔逊的乡野生灵》、商务印书馆的《洁净与危险》等,都入选了此次“冷书榜”。

应该说,并非每本好书都能畅销或者被读者关注并广泛借阅,或者因为其与当前的流行趋势不同,或者因为宣传不到位,缺少了“天时地利人和”的条件,没有引起读者关注。然而,有些被遗忘的好书,是很有价值的,对社会进步文明具有一定的推动作用。上海图书馆举办的这次书展,通过举办“冷书榜”让“被遗忘的好书”热起来,是很有意义的。很多好书没有被借阅,只是不为人知,缺乏“露脸”的机会。据介绍,2016年,上海图书馆就曾经尝试推荐了100种冷门中文图书,推出第二天便有64种被借走,一个星期后增加至98种。

好书晚读不要紧,但如果没读,好书的作用就不能得到发挥。“冷书榜”一方面将那些没有被发现、阅读过的好书推荐给读者,是对爱读书的人的最好馈赠;另一方面也极大地盘活了图书馆的资源,最大程度发挥了图书馆的作用。不过,有识之士认为,这样的活动,不能仅仅是馆方为之,读者也应该加入其中,共同发现好书,推荐好书,形成图书馆和读者的相互促进、良性循环。



主持人撒贝宁在节目现场与“无壳孵化小鸡”互动

化小鸡”“穿甲弹”“义肢”“香蕉球挑战”“深海勇士”等实验项目,全方位展示了我国从自然科学到军事方面的成就。

如第一期节目中,在中国兵器西北工业集团试验场进行的穿甲弹实验极为震撼,在展示大国军事实力的同时,也体现出中国科研人、兵工人奉献与坚守的精神。节目中努力思考、争相答题的年轻人也恰是朝气蓬勃的中国年轻人写照。