

传统文化:借助直播更好传播

开疆拓土 为传统曲艺“圈粉”

互联网技术为传统文化资源的传播搭建了平台。戏曲艺术、书法、民间手工艺……传统文化主播们纷纷展示各艺术门类的独特魅力,一时间“圈粉”无数。就这样,在这片新的沃土中,传统文化与各种元素碰撞、交流、融合,创造出与新时代相适应的文化。

去年1月,中央民族乐团乐队中胡首席蔡阳就开始在直播平台上演奏二胡。同时,蔡阳也在直播中为网友普及二胡相关知识,两个月内,蔡阳已经做了十几次直播,最多的一次曾有20多万网友在线观看;76岁“电子笛老人”李开显是酷狗直播上的一位表演者,吹拉弹唱无所不能,不仅会演奏《浏阳河》《扬鞭催马运粮忙》等经典歌曲,也会演奏像《时间都去哪儿了》《爱情万万岁》等流行歌曲,在互联网直播平台打造出一片独特的民俗文化领地;在斗鱼

发起的“致·非遗 敬·匠心”系列直播活动中,30场直播活动累积观看人次达到1000多万……

互联网技术突破了时间和空间的天然优势,极大地扩展了民乐、戏曲等表演类传统文化的传播范围。直播、短视频等传播形式的引入,也吸引了更多年轻观众的关注。作为年轻人聚集的地方,直播平台打破了空间限制,可以实现实时交流互动,沉浸式的体验无疑加深了年轻人对传统文化的了解和喜爱。其实,年轻人不是不愿意了解传统曲艺,只是需要一些新的形式,直播、短视频的介入打造了全新的文化场景,为传统曲艺提供更广阔的展示舞台。

传统文化在直播平台上开疆拓土,获得了众多好评。但也有专家指出,要实现传统文化直播常态化,还需要多方探索。



古琴传承人谢东笑登临酷狗直播非遗大师课

不久前,古琴传承人谢东笑在酷狗直播平台“非遗大师课”上,分享了中国最早的弹拨乐器——古琴的前世今生,从起源到典故再到经典曲目展示,引起网友们的热烈讨论,大家对这种平时只在影视剧中见过的传统乐器有了更全面的了解。

近年来,中华优秀传统文化的传承与弘扬问题越来越得到重视。中国民乐、戏曲等表演类的传统文化,在传播上存在很大局限。而互联网科技的迅速发展无疑给这些表演类传统文化带来新的机遇。多位国家级、省级非遗项目或传承人的移动直播,让中国传统文化在年轻人活跃的圈子里“活”态展现。

面临难题 持续关注是重点

中国互联网络信息中心的数据显示,截至2017年12月,网络直播用户达4.22亿。从行业发展看,网络直播行业的运营正规化和内容精品化是其目前发展的两大主要方向。庞大的用户规模下,直播平台的竞争不断加剧,当大众对“网红”产生审美疲劳,用户的需求层次也跨入到细分时期,直播平台上的内容也在不断丰富,囊括生活、影视、综艺、美食等领域。

伴随着传统文化登上直播平台带来的推动力,尽管戏曲等传统文

化在互联网推动下成为新的创业内容热点,但传统文化的受众群仍然较为狭窄,相比Papi酱等网红在直播平台获取的数千万次观看量,京剧、二胡、书法的播放量和关注度仍然只限于小众群体。大部分直播诗词、粤剧等类型的主播缺乏宣传、推广,明星的加持也很难有吸引力赢得观众关注。加上部分观众观看直播也仅仅是出于新鲜感,如何博得这些观众的持续关注也是面临的难题。

同时,随着近年来影视剧、综艺,以及电视真人秀等节目的涌现,不断轰炸荧屏的同时,可供观众选择的娱乐方式也越来越多。尽管《中国诗词大会》《我在

故宫修文物》等综艺节目、影视剧的热播让传统文化重新回到观众视野。但业内人士表示,不同于流行文化能迎合广大受众的口味,传统文化有其自身的传播局限,如何“圈粉”仍然是长期过程。

部分学者认为,以网络直播的方式传播传统文化确实“吸睛”,然而对于文化的弘扬和继承来说,仅仅“赶热闹”和“浮光掠影”是不够的,还需要我们把具有历史底蕴的中华优秀传统文化瑰宝融入生活,增强非物质文化遗产的体验感,使理解、喜爱传统文化落到生活的实处。

调整战术 不仅要“火起来”更要“活起来”

在中国创意产业研究中心主任张京成看来,过去传统文化的传承都是口耳相传或者借文字方式传播。在信息爆炸时代的当下,传统文化借助新的手段、技术,从内容、渠道等多方面加强自身影响力既是互联网时代的发展趋势,也是必然。但是传统文化的传播过程并不是为了传播而传播,而是一种动态的方式,说教式的传承方式显然不符合当前的发展态势。

“互联网、新媒体发展的今天,传播效应能几十倍甚至上百倍地扩大。有了传播方式上的渠道,传统文化更需要从手段、内容、形式上进行创新,借助渠道这种载体,把观念负载在内容上,使内容更丰富,使传播的手段更新颖,使传统文化更能为现代人所接受。与此同时将传统文化与当下流行文化相结合,把传统文化发扬光大。”张京成表示。

更重要的是,除了增加传统文化的曝光度,网络推介和传播更大的隐形好处表现在,既可以拉近传

承者与受众的心理距离,也能给传承者带来更多的自信与动力。

此外,“传统文化进社区”“传统文化进校园”等“传统文化+”“非遗+”活动在全国多地积极推进。“不同平台、不同类型的活动触达的人群不同,最终实现的效果也不同。因此,传统文化的传播和推进需要更多平台和更多形式的参与和加入。”中国传媒大学副教授张志华说。

“可持续性

是传统文化在直播平台持续传播需要考虑的一个问题。”张志华认为,文化生长具有其内在逻辑,传播只是其中一个环节。因此,传统文化不仅需要“火起来”,更需要融入生活、真正在创新中“活起来”。

江苏省扬州市非遗保护中心办公室主任王克表示,目前传统文化的主要传播途径一是依托电视台、电台、报纸等传统媒体,二是借助博物馆、展览馆,三是举办一些讲座、论坛。“斗鱼主播在扬州中国雕版印刷博物馆开展的直

播活动,得到46万名年轻网友的关注,为我们下一步宣传推广传统文化提供了一个很好的思路 and 方向。”

北京大学文化资源研究中心主任张颐武表示,直播通过解说、互动将固有认知中“高冷”的非遗,转变为年轻人文化生活的一部分,把文化资源活化,让网友身临其境。一旦这种文化跟他们追求的生活方式关联上,就会产生很强的传播力。与此同时,相较于平台大、成本高的电视直播,网络直播成本非常低,用最低的成本还原最真实的现场,既直接,又灵活。

此外,专家认为,如何进一步利用好现代的传播手段,让传统文化慢慢走近主流的大众传播视野,今后还应不断完善,多选择大众关心的文化项目,提前做好准备,加深研究性以及文化影响力,只有这样才能让非遗“活”在大众身边。

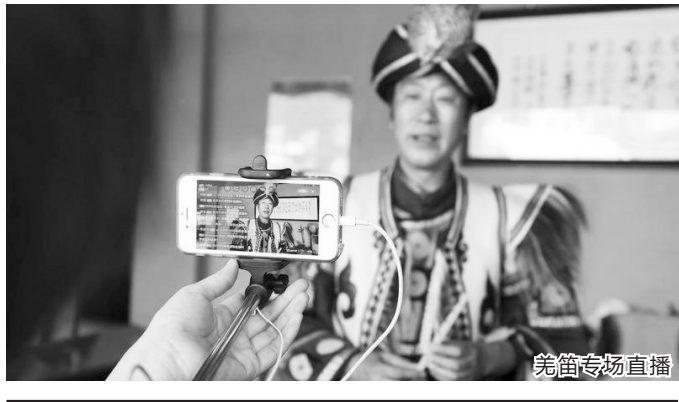
本报记者综合报道



KKK直播“非遗”系列《匠人与匠心》彩石篆刻



“致·非遗 敬·匠心”之北京面人直播



羌笛专场直播

诗词文化普及不能止于记诵

宋春光

近年来,古诗词相关的图书、分享会、谈话活动等都备受读者青睐,这也是近年来古诗词热的一个缩影。而包括《中国诗词大会》在内的电视综艺节目的热播,正展现了人们对古诗词文化的热情。但若要避免古诗词文化成为“快餐文化”,使其能够“润物细无声”地滋养读者的心灵,把握古诗词文化普及的方向并作有效的引导,是至关重要的。

古诗词文化的普及,首先要面对的问题就是,所谓“普及”究竟指向何处?目前来看,社会上对古诗词的“普及”,着力点主要在于记诵。古

诗词文化的普及固然应包括记诵乃至创作,但仅停留在这些“技”的层面实则并非真正的普及。古诗词及其传承有其自身的特性。作为“有意味的形式”,诗词所承载的是人的情感。而一首诗词能够超越时空的界限流传至今并成为经典,这是我们民族在漫长的历史过程中共同选择的结果,这些诗词中的“意味”也因此而包含了历史合理性。

其次,我们也应认识到,诗词中的这些“意味”并不是僵化的,而是在一代又一代读者的理解与体认中被不断丰富,从而不断生成利于社

会发展的、默契我们民族文化心理结构的“意味”。古诗词中的每一个意象与典故,所承载的都是人们的情感积淀与思维方式。所以,我们吟诵古诗词的过程,其实也是对这些“意味”产生情感认同和审美体认的过程,将最终潜移默化地影响我们的思维方式和生活方式。

诸如“青天有月来几时,我今停杯一问之”“出师未捷身先死,长使英雄泪满襟”“但愿人长久,千里共婵娟”等等这些经典的诗词,它们各自虽有其不同的风格与历史文化语境,却往往蕴含着相似的主题:对人

生价值的追寻、对本真生活的向往、对美好情感的珍视。而如李白、杜甫、白居易、苏轼、陆游、辛弃疾等人的作品之所以能够成为经典,也正是因为这些作品中所传达的对于人生的思考与选择具有跨越古今的普遍性意义。因此,长期的吟诵与体会便会使这些诗词中的意蕴积淀到人们的文化心理中,对人的价值建构与心灵成长都有着积极的作用。

在弘扬中华优秀传统文化的今天,古诗词文化普及所指向的,应是每位读者道德和情感的自觉能力的提升,而每一个个体人文素质的提

升,也将为我们民族走向未来提供不竭的精神动力。记诵是我们体认古诗词的途径,但仅从记诵层面“普及”古诗词文化,其局限性是不言自明的。这就需要我们有更多的学者站在历史文化的高度来体认、解读古诗词的文化意蕴,为读者与古诗词之间架起有效的桥梁。



大观园

【第142期】

国庆七天长假,有人选择外出游玩,有人选择读几本书、看几场戏剧……满足市民越来越高的精神文化追求,高品质的公共文化空间不可或缺。近日,上海展示了一批高颜值、有内涵的公共文化空间。

上海复兴中路上的栋欧式四层洋房,曾经是爱国将领冯玉祥的故居,如今是沪上读书人的心仪之地——思南书局。在极富历史感的建筑环境中,思南书局配置了近万种中外文精品图书和一系列阅读文化空间,为想停下脚步看书的读者提供充足的光线和舒适的座椅。

在近日收官的上海公共文化空间创新大赛上,思南书局被评为“最美公共文化空间”。思南读书会总策划、作家孙甘露说,从一年7天的上海书展,到一年52天的思南读书会,再到一年365天的思南书局。整个空间不断改造升级,汇聚上海乃至全国、世界各地的文化资源,使之成为市民公共文化生活的承载地。

与思南书局同获殊荣的,还有浦东陆家嘴金融城的融书房。一栋白色的三层小楼,隐身于陆家嘴的摩天大楼“森林”里。大大的落地窗、开放式的台阶,让读者随时以最轻松的姿势阅读。看书倦了,还可以去露台上来杯咖啡、看看街景。

融书房馆长凌志荣说,考虑到金融城白领的需求,书房有20%的书是西文图书。为了吸引更多的读者,融书房在上海率先开展线上借书、线下快递送书上门的特色服务,目前服务范围已延伸到浦西。

融书房的融,既有金融的含义,也有融合的意思。依托融书房开展的“陆家嘴读书会”,邀请各类文艺名家、金融学者与读者分享,5个月下来参与人数近万人。读书会的内容通过电视录制和互联网音频平台传播,以“在场+在线”的方式覆盖全国上亿受众。

既有文艺青年追逐的“网红”文化地标,也有老百姓喜闻乐见的“文化客厅”。走进浦东唐镇的唐丰苑家门口服务站,互动栏里的“月度活动一览表”排得密密麻麻:太极拳班、沪剧班、国画书法班、编织班、葫芦丝班……唐丰苑居民区党支部书记俞华笑着说:“以前主要承载办事功能的家门口服务站,现在成了居民们常来坐坐的‘文化客厅’,人气旺得很!”

唐丰苑的“爆红”,靠的是基层文化空间运营服务。70岁的龚宛年是戏剧爱好者,谈到家门口服务站,她直呼有收获:“现在市区镇都把文化资源送到社区。好多以前只听过名字的沪剧名角,居然来到家门口为我们表演,感觉很不一样。”

浦东新区文广局局长黄玮说:“既要高颜值,又要有内涵,一个美好的公共文化空间,要为老百姓的生活而创设。用通俗的话来讲,就是既能在里面学戏剧,又可以拿起手机拍照发朋友圈。”

(新华社 何欣荣 王默玲)

当图书馆成为『网红』
——上海打造公共文化服务『样板房』