

孩子们为何仍唱着“上了年纪”的儿歌？

6月已过半,各种庆祝“六一”儿童节的活动仍余热未散。大到国家级的晚会,小到每个学校的活动,儿童歌曲都是主角。“找啊找啊找朋友,找到一个好朋友”“如果感到幸福你就拍拍手”……在嘹亮的童声中,我们发现一个现象——孩子们耳熟能详的儿童歌曲还是那些经典老歌,而新近创作的儿童歌曲大多昙花一现,演出过后就再难听到,这让人不禁发问:为什么脍炙人口、传唱度高的当代儿童歌曲少了?

现在的孩子唱什么?

“7岁参加全国儿童钢琴大赛时,我弹的是《红星歌》。之后每次听到这首歌曲,我就会想起小时候,那种感动是难以言说的。好的儿童歌曲不仅能让孩子们产生审美意识,还会潜移默化地影响他们的价值观,乃至一生,就像我一样。”回忆起自己的音乐之路,钢琴家郎朗感慨良多。

著名作曲家、音乐教育家鲍元恺对这个观点也深有感触:“儿童歌曲最大的优势,在于它能让人记一辈子。即使你七老八十、记忆力衰退,儿时经常听唱的歌曲也依然能在脑海中回荡。从这个角度看,让孩子听、唱优质的儿童歌曲,不单是通过几首歌曲促进儿童的语言学习、智力开发发展那么简单,而是通过这种审美教育开悟、通灵,对他们的人格形成、视野

开拓产生不可磨灭的影响。因此,我们有必要认真审视当下儿童歌曲的创作传播状况,为祖国的花朵打造美好纯真的艺术成长园地。”

那么,现在的孩子们都听什么音乐、唱什么歌曲?经过观察,笔者发现,经典老儿歌仍是传唱的主流。《我们的祖国是花园》《卖报歌》《太阳出来喜洋洋》《小鸭子》等,让在诸多方面存在代沟的祖孙三代,唯独在哼唱儿童歌曲时可以无缝对接。“这些经典歌曲的旋律大都优美动听,适合孩子欣赏。但其中部分作品年代久远,歌词讲述的内容与现实生活脱节。比如《卖报歌》《一分钱》,孩子对歌词含义不明所以,只是机械地哼唱。

随着社会发展、文化进步,少年儿童对优秀音乐作品的需求越来越旺盛。然而,经典儿歌毕竟数量有限。值得关注的是,在互联网高度发达的今天,网络神曲几乎无孔不入,以强大的传播力影响着少年儿童的精神文化生活,“我们家孩子一有时间就打开短视频App,随着《学猫叫》《海草舞》《燃烧我的卡路里》之类的歌曲,又唱又跳。”一位9岁女孩的妈妈蓝琳道出了自己的担心:“这种风靡网络的神曲,节奏‘魔性’、旋律洗脑,虽配有动感十足、简单易学的舞蹈动作,却往往艺术水准和审美格调都不高,甚至包含成人话题和值得商榷的价值理念。在这种泛娱乐化作品的长久熏陶之

下,孩子的审美品位令人担忧。”

是什么改变了孩子们的“歌声与微笑”?

儿歌的曲调、内容、情感与大多数的成人音乐有很大差异。如今音乐世界的内容越来越丰富,形式越来越多元,为什么属于孩子们的当代儿童歌曲却少了?是什么让孩子们“歌声与微笑”悄然改变?中央少年广播合唱团常任指挥孟大鹏曾指出,这与创作力量流失密切相关。由于社会和市场对儿童歌曲的关注度不够,创作者的收入水平较低,导致很多原本坚守在这一领域的人迫于生活压力转移阵地。“目前,大部分高水平的创作者未将儿童歌曲列入创作范畴。而对儿童歌曲创作有热情的人,有的能力不足,有的创作思路不对。他们对儿童心理不甚了解,用成人思维 and 套路化技巧拼凑口号和概念,使作品缺少童趣童真、真情实感。”孟大鹏说。

“任何艺术作品只有在传播过程中,被接受者的直觉感受到、喜欢上,才有可能成为经典,流传下来。而要抓住儿童的直觉,儿童歌曲创作必须具备‘真’的特质,做到真实、真挚、真诚。”鲍元恺补充道,搞儿童歌曲的人不一定是音乐创作领域最专业的人,但一定是经常和孩子们

待在一起、真心喜爱孩子、熟悉孩子生活的人。

在音乐教育家周海宏看来,优秀儿童歌曲应该满足三个标准:第一,好听,适宜儿童传唱;第二,有正确的价值观,能培养孩子善良、友爱、勇敢、正义等优秀品质;第三,作词时要从孩子的角度出发,贴近孩子的心理,而不应站在成人的视角居高临下地教化宣讲。

如何发挥网络平台的枢纽作用?

如何让少年儿童在拥有海量信息的互联网世界里欣赏到适合其年龄阶段和心智发展的优质歌曲,成为艺术传播和音乐教育领域亟待解决的问题。对此,周海宏表达了自己的看法:“从审美习惯来讲,平台越多,接触音乐的时间就越多。‘网络会对儿童音乐教育产生负面影响’,这种看法是片面的。因为网络仅仅是一个平台,与过去的收音机、电视没有本质区别。唯一的不同在于,广播电视由电视台、广播台等大型机构提供内容,而当下的网络,人人皆可发表作品和观点。当内容多且杂的时候,关键要看成人和平台的选择。首先,家长和老师的审美品味非常重要,他们必须知道什么是好的、什么是坏的,然后替孩子把关。其次,平台必须肩负起应有的社会责

任,在宣传推广中亮出自己的价值观,不是什么好玩有趣就推送什么,而是要推广那些体现真善美的优质作品。”

令人欣喜的是,各平台已经行动了起来,发动社会力量为儿童歌曲创作传播注入强大动力。6月14日,中国少年儿童发展服务中心、腾讯集团、中国青少年宫协会,联合北京荷风艺术基金会、QQ音乐及全民K歌平台共同启动“牵手未来·艺术行动”2019全国青少年艺术教育公益活动。QQ音乐平台在活动中发起“给孩子写首歌”活动,联合音乐人、明星歌手以及创作达人,为孩子们创作契合天性的优质儿歌作品;同时,全民K歌将发起“和孩子唱首歌”活动,让新时代的优质儿歌被更多人传唱,让小朋友感受到歌声带来的快乐和美好。腾讯集团副总裁程武表示:“希望通过互联网科技的力量,将音乐人、家长、老师与社会大众连接在一起,共同为孩子们打造属于他们的新儿歌。”作为该活动的评委,郎朗认为,这种“互联网+艺术教育”的模式能将不易具象的文化价值,变成实实在在的感知和体验,不失为解决当下儿童歌曲创作传播问题的一种有益尝试。“00后”“10后”是在互联网时代成长起来的,现代的科学技



【第203期】

要儿童图书 力求原创精品

我国拥有世界上最大的儿童群体,他们对图书和阅读的旺盛需求推动我国成为童书出版大国。据统计,2017年我国出版新版少儿图书2.3万种,共有8.2亿册,无论是品种还是印数,都稳居世界第一。但出版界在迎来童书黄金时代的同时,也面临着创新不足的困扰。(6月4日《人民日报》)

如今,儿童阅读越来越受到人们的重视,日常生活中,不少家长经常为孩子购书,希望他们通过阅读增长见闻、获得知识。儿童阅读需求的日益旺盛,带动了童书出版行业的发展,在一些图书销售网站公布的图书畅销榜单上,销量排名前十的图书中总不乏童书的身影。

书籍是人类进步的阶梯,从儿童时代就开始培养孩子爱好阅读的习惯,对其的成长十分有益。孩子要读书,更要读好书。目前国内童书出版业所面临的最大问题,就是优质图书比例偏低,跟风出版的现象十分普遍,造成同类书籍扎堆,同质化问题突出。就拿《安徒生童话》《格林童话》这样的经典作品来说,目前市场上各类注音版、绘本版、双语版的同名书籍就多达2000多种,令人眼花缭乱,不知如何选择。与此同时,图书市场上每年出版的童书原创新作很少,能够畅销的更是少之又少,畅销榜上常年都是“老面孔”,这也容易让孩子在阅读兴趣上产生审美疲劳。

童书出版所面临的问题,其原因归根结底还是原创力不强。除了有原创童书出版周期长、成本高等客观因素的限制,专业人才的匮乏,也是童书创新的一块短板。多数出版社认为,相比于做童书原创,引进国外儿童图书所花费的时间和精力都要少得多,而且引进的图书已经经过国外市场的检验,经济效益更能得到保证。人们需要看到的是,国外与国内在教育环境、风土人情等方面看依然有区别,引进的图书在内容和价值观上未必适合我们的孩子,加强原创,依然是国内童书出版业不可回避的课题。

提升童书出版的原创力,一方面,出版社要把原创出版摆在更为重要的战略位置,在出版立项、资源分配上予以倾斜,同时政府也要加大出台相应的扶持政策,提供更有力的政策引导;另一方面,要注重童书创作人才的培养,通过设立奖项、征集评比、物质激励等方式,吸引和鼓励更多人才投身童书创作,壮大童书创作队伍,增强童书原创能力。

图书的质量关乎阅读的成效。童书是为祖国的花朵们所著,更要精益求精、力出精品,要针对国内儿童所处的环境特点和认知规律,把中华优秀传统文化作为童书创作的重要素材,让儿童在阅读中增强文化自信、增进民族认同,引领他们走上成人成才的正确道路。



在世界邮展首发 『太极熊猫』邮票

新华社武汉6月12日电(记者 王贤 廖君)中国2019世界集邮展览6月11日在湖北省武汉市举行。开幕式当天,马尔代夫邮政发行的“太极熊猫”系列邮票在邮展现场首发。“太极熊猫”邮票全套十五枚,表现了中国传统太极拳文化。

“太极熊猫”邮票由“中国画熊猫第一人”、著名画家刘中创作,同时刘中的“太极熊猫”系列作品原作也亮相世界邮展。“太极熊猫”系列作品共十五幅,作品表现内容是大熊猫打太极拳的十五个动作。画面以瑞雪为背景,象征着瑞雪兆丰年,喜迎冬奥会,是对2022年北京冬奥会的美好祝福。

据介绍,大熊猫的形象憨态可掬,与人类温和友善,是和平的代表;大熊猫的毛色黑白分明,黑白占比均匀,与“太极文化”极为契合。“太极熊猫”系列作品就是由刘中笔下的熊猫结合中国传统文化“太极拳”孕育而生。

北京市 以长城为文化核心 开展保护工作

6月8日,“保护革命文物 传承红色基因”长城保护专题报告会在北京举办。会上,中国文化遗产研究院院长柴晓明以《中国长城整体保护管理实践创新》为题,通过一系列详实的数据和生动的图片,从三个方面分别介绍了长城保护工作。

长城文化带的建设是一项系统工程,其目的是保护长城文化遗产、优化生态环境,整合各类资源,带动区域文化发展。据介绍,北京市着力从编制完成《北京市长城文化带保护发展规划》(2018—2035)、推进长城文化带建设组重点工作任务、成立北京市长城保护工程队伍、持续推进长城抢险修缮工程等方面开展北京市长城保护工作。今后,还将依据北京城市总体规划 and 全国文化中心的战略定位,打造以长城为核心与纽带的文化承载带、创意发展区,形成延庆区长城文化带保护、传承、利用高度融合的发展脉络与总体格局。

(据《中国文化报》)



夏雨初晴采地衣

梁永刚

地衣的别称很多,其学名为“普通念珠藻”,别名有地耳、地软、地踏菜、地见皮、地钱等。因其在河滩或山坡草地里生长出来的,又称草耳。在一些地方,地耳还有个不太文雅的俗名叫雷公屎,因其出现在雷雨之后,故而得名。翻阅一些典籍古书,居然也能寻到地衣的痕迹,《本草纲目》上叫“地踏蔬”,《养小录》中称“地踏菜”。紧贴着地面生长的地衣胶质丰厚,滑嫩透明,摸上去滑溜溜的,犹如凝胶一般。地衣如翡翠之绿,但比翡翠更青;似木耳之脆,但比木耳更嫩;像粉皮之软,但比粉皮更脆,吃起来润而不滞,滑而不腻,松软脆嫩,爽适可口,算得上乡间的一道美味。

夏日是捡拾地耳的最佳时节。接连下三五场雨后,村子后面的小山上、田野里,便长出了一片片地衣。大地母亲的四时孕育,让深埋于地下的地衣菌种积攒了蓬勃的力

量,蓄势待发,随着一场场夏雨的摇旗呐喊,激情满怀的地衣争先恐后地破土而出,排山倒海般地铺满沟沟壑壑,展现出生命的顽强。晶莹剔透的雨水是迎接地衣出场的使者,也是滋润地衣的最好养料。雨水越连绵不断,地衣长得越旺盛勃发,模样也愈加加水鲜嫩。阵雨初歇,乱草丛中、碎石堆上,地衣痛饮着甘露疯长,俯下身仔细端详,一簇簇、一朵朵,犹如用水浸泡过的木耳,水灵灵,嫩生生,肥润润,湿漉漉,滑腻腻,手拉手肩并肩地挤拥挤挨,楚楚动人。

在乡间,农人们没有将地衣制成干品贮存起来的习惯,基本上都是即采即食。把地衣连沙带草拣拾回家后,择洗起来很是麻烦,可谓是一件费工费时的精细活儿。毕竟,地衣生长在野外,一道褶皱皱里挟裹着泥沙,夹杂着草沫。泥沙倒还算好清洗,草屑却最难洗净,无数草屑密密麻麻地吸附在滑腻的地衣上,不用水淘洗上十遍八遍是

很难收拾干净的。在童年的记忆中,择洗地衣的活儿多是由母亲来做。母亲搬个凳子坐在水缸旁,把粘在地衣上的草屑、杂物一揀出,再一遍遍地反复淘洗,然后控干水分,摊在锅排上晾晒。

地衣有很多种吃法,可凉拌、炒食、熘、烩、作羹等,也可制成馅料用以蒸包子、包饺子或者蒸卷煎。凉拌地衣的做法很简单,只需将其放入开水中焯一下,然后用竹制的笊篱捞出控水,倒进调凉菜用的搪瓷盆中,加入精盐、食醋、酱油、味精等佐料,再淋上芝麻香油,拌匀,撒适量葱花,装盘即可。在我的记忆中,以地衣为食材的各种美食,母亲最拿手的除了地衣炒鸡蛋外,便是蒸地衣包子了。母亲将择洗干净的地衣剁碎后,掺入已剁碎的煎鸡蛋、粉条、葱花、姜末,再加入花椒面、精盐等佐料均匀搅拌均匀,然后将头一天就发好的面团拽成数个拳头大小的面团,擀成碗口大小的厚面皮,将馅料裹进去并捏出无数褶子,上笼用大火蒸上二十分钟,地衣的清香味道便从笼与

笼之间的缝隙里钻了出来。每到那个时候,扑鼻而来的香气总是把我馋得口水直流,我眼巴巴地守在笼边,只等着好好地过上一把嘴瘾。

地衣不仅是餐桌上的一道美味,还是饥馑荒年中老百姓果腹的恩物。清代王磐编纂的《野菜谱》一书中,收录了一首名为《地踏菜》的民谣:“地踏菜,生雨中,晴日照郊原空。庄前阿婆呼阿翁,相携儿女去匆匆。须臾采得青满筐,还家饱食忘灾凶。”这首清新自然且富有乡土气息的歌谣,生动形象地勾勒出一家老小采食地衣以渡荒年的场景,由此可见,地衣自古就是人们在饥年用以度荒的天然野菜,千百年来,不知拯救了多少百姓。

地衣,一个朴素寻常且带着泥土味道的名字,宛如乡间穿着粗布衣衫的清秀村姑,又似雨后竞相绽放的野花,虽没有优雅妩媚的姣好面容,也没有雍容华贵的美丽衣裳,却裹着湿漉漉的水汽出现在我的梦境之中,飘散出一缕缕浓郁醉人的清香,摇曳着淡淡的乡愁和家的味道。

·食·闲·