

他们这样创作、传播短视频

大观园

【第228期】

良渚遗址入编 全国统编历史教科书

据浙江省杭州良渚遗址管理区管理委员会透露,今年9月1日正式启用的人教版《中国历史》(七年级上)以一整页篇幅介绍和阐述了实证中华五千年文明史的良渚遗址。同时,2019年新版人教版高中数学、历史教材中也出现了良渚遗址的相关内容。今后全国中学生将在课堂上了解良渚遗址对中国历史的深远意义。

此次良渚遗址以知识拓展的形式出现在《中国历史》(七年级上)中,说明“距今5000年左右,长江下游地区已经出现早期国家,进入了文明社会”。据人民教育出版社资深编辑余桂元介绍,以往即便良渚相关内容进入了教材,也只是作为中国原始社会历史的一部分,而今良渚古城被认定为中国早期国家后,将影响众多课程内容的编写。据了解,包含良渚相关内容的初中教材覆盖全国超过80%的初中生,高中教材目前在北京、天津、上海、辽宁、山东、海南等省市区启用,未来将陆续在全国启用。

杭州良渚遗址管理区党工委副书记、管委会副主任陈寿田表示,良渚遗址写进教科书有利于展示真实的古代中国、有利于广大青少年增强文化自信。下一步还要加紧开展良渚遗址保护传承利用工作,抓住良渚遗址入编教科书的机遇,建设好良渚古城遗址公园研学基地,编辑好系统的、针对不同年龄段学生的良渚文化拓展教材,面向全国大中小学生进行良渚文化普及教育,努力使良渚遗址成为良渚文化展示普及中心、学术研究中心和爱国主义教育中心。

(据《中国文化报》)

多彩非遗 魅力传承 第七届中国成都 国际非遗节10月举行

本报讯(李林暉)9月10日,笔者从四川省成都市文化广电旅游局获悉,由文化和旅游部、四川省人民政府等主办,成都市人民政府、四川省文化和旅游厅等承办的第七届中国成都国际非遗节将于10月17日至10月22日在成都举行。

本届非遗节以“传承多彩文化 共享美好生活”为主题,将举办非遗节开幕式暨演出、非遗国际论坛、国际非遗博览会主场活动和分会场及配套活动四大板块活动,邀请来自全球近100个国家的嘉宾及传承人开展国际论坛、非遗展演、非遗大展、非遗竞技等丰富多彩交流互鉴活动。其中,开幕演出《五洲风情荟天府》将荟萃世界各国和国内特别是四川和成都特色鲜明的传统表演艺术,向国内外嘉宾展示五洲风情与天府文化的多彩魅力。非遗国际论坛将举行“非遗传承与旅游发展”国际论坛、亚太地区非遗能力建设培训、非遗活态传承与城市生活美学论坛、国家级非遗传承人培训等活动。

值得关注的是,本届非遗节还首次尝试“非遗+文旅”。7月,四川省文旅厅已公布了10条“非遗之旅”线路和171个非遗项目体验基地。非遗节期间,文旅部还将在成都开展全国非遗线路征集的启动仪式。成都市也将公布10条非遗旅游线路、40个非遗项目体验基地,并组织市民、游客进行参观体验。

“视觉在场·2019年 四川美术教师意大利 写生展”在成都开展

本报讯(记者 漆世平)9月7日下午,由欧中教育交流与合作协会(巴黎)、四川省美术教育创作研究会主办的“视觉在场·2019年四川美术教师意大利写生展”在成都市天艺·浓园艺术博览园天艺美术馆拉开帷幕。展览时间自9月7日至9月22日,为期16天。

据了解,本次展览展出了庄子、黄树彬、李聆等13位川籍美术教师今年赶赴意大利采风写生后所感所想新灵感作品近70件,作品以油画、水彩、钢笔画等艺术手法或夸张、或写实、或朦胧地展现浓郁的意大利民族风情、自然人文。

有效拓宽了受众人群。”

实际上,这并不是央视新闻作为内容生产者在融媒体时代的个体选择,从2017年上半年开始,政务类、媒体类账号陆续开始入驻短视频平台。有关数据显示,截至2018年12月,抖音上共有5724个政务号和1334个媒体号,无论是中央媒体还是地方媒体,都在通过短视频以全新的表达形式进行传播。人民网社交媒体部主任张玉珂对此表示:“客观上,短视频的持续火热是移动互联网发展的必然;主观上,用短视频讲好故事体现了媒体价值的再造,短视频的传播渠道则实现了主流媒体传播价值的延伸。”

“以前我也不敢想,发一个短视频竟然可以引发94个人集体自首,还出现了排队自首的情况。”公安部新闻宣传局小V创意团队主编李漠谈到入驻短视频平台后的公安矩阵号带来的收获。在他看来,“用镜头讲述正能量的故事”正成为当下普遍的正面宣传方式,短视频传播的显著特征是“用最接地气的方式讲人话,用最直接的方式讲实话,用最简单的方式讲硬核、用最平白的方式讲感动”。

从小团队到专业内容生产机构

虽然短视频看起来仅有几分钟,但其背后需要至少两人的团队进行内容创作。23岁的史雯婷初到北京时决定,在短视频平台上进行“视频试练”,以用户名“史别别”发布自己的北京日常生活,然而,看似简单的生活记录做起来十分繁琐,最开始,一条短视频从拍摄、剪辑、配音到发布经常要耗费她和朋友工作之余的6至10个小时。

为了能够连续推出成熟优质内容,很多创作者都以团队的形式在生产内容,并渐渐成为专业内容生产机构(MCN)的一部分。大学专业是法学却在美食上找到职业乐趣的短视频创作者“贫穷料理”,介绍了自己从最初的简单布景、粗糙配音到如今专业、高质量的内容输出过程,“我们团队不断在内容呈现方式、表达形式、拍摄技法上下功夫,有时候会反复研究一些电影片段,从中学习专业拍摄、剪辑技巧,用在我们的短视频内容里。”

据了解,“贫穷料理”隶属于一家MCN机构——奇迹山。“创作者个人上传的拍摄内容,可能会在一

时引发关注,获得一定数量的粉丝,但如果想持续‘涨粉’,就需要专业机构来帮忙。”一位MCN运营经理介绍,他们对短视频优质内容创作者非常感兴趣,一旦确定合作,他们会帮忙出拍摄创意和脚本,让创作者来拍摄。

不过,大众在关注某个典型个性化账号的内容时,很难发现其背后的MCN身影。对MCN而言,以专业团队的力量延长账号的生命周期,则能达到广告投放、变现的目的。

让正能量内容有回音

在抖音总裁张楠看来,业界最初把短视频行业的发展空间“想小了”。“如今抖音平台日活跃用户量达到3.2亿。个人觉得,到2020年,抖音、快手等短视频平台的日活跃用户将达到10亿。”张楠说。

在短视频应用普及的庞大用户群背后,是内容创作生态的繁荣发展。抖音秉承的“记录美好”“体现价值”的产品定位以及追求信息普惠的目标,如今也是短视频行业普遍遵循的理念。作为短视频行业发展迅速的另一个平台,快手有关

负责人表示:“行业发展正在走向成熟与理性,相信在良性竞争和相互促进中,短视频将发挥更大的社会价值。”

这个“价值”正从单纯意义上的商业变现扩展到内容创作者自我价值的实现、大众心理认同感、普世价值观传播等方面,北京师范大学数字创意媒体研究中心发布的《短视频平台上的创意劳动者报告》显示,短视频平台上的内容创意劳动提升了劳动者的经济资本、文化资本、社会资本和符号资本(即品牌)。

推出短视频账号“闻叔的伞”的寻古文化公司,在将浙江省非物质文化遗产富阳油纸伞制作技艺不断通过短视频展示给大众的同时,也让油纸伞手艺人闻士善成为收获62万粉丝、月入10万元的短视频创作者。寻古文化首席执行官张建华说,在满足了非遗传播的广度和市场价值之后,短视频平台能否实现传统手工艺传承是创作者的期待。“很多人在评论区问‘油纸伞具体如何制作、能不能授课教学’等问题。希望平台能开发、提供相关功能,让更多传统手工艺实现更广泛的传承,让所有正能量的内容都有回音。”

(据《中国文化报》)

淮南名点「大救驾」

赵同迪

“大救驾”是我家乡淮南的特色点心。中秋节前后,乡亲们走亲戚时必会拎一提“大救驾”,一提五个,裹着牛皮纸,系着细麻绳,进门往堂屋的大方桌上一放,一股芝麻核桃果仁香味儿四散开来,小孩子的眼睛就亮了。

小时候最盼望两件事,一是有客人上门,这样就能吃上“大救驾”。我曾边吃边问家中长辈:“好好的点心,干嘛起这么个怪名字!改叫个什么‘酥’

什么‘糕’多好听!”长辈连连摆手:“改不得改不得,这名字可有来历呢!”相传,公元956年,后周世宗征淮南,命大将赵匡胤率兵攻南唐(今安徽淮南寿县)。历经整整九个月围城之战终于取胜,由于操劳过度,赵匡胤一连数日茶饭不思,有人进上一种特制点心,扁圆金黄、层层叠叠,如金丝盘绕,中心呈漩涡状,果香怡人,酥脆可口,令人食欲大开。赵匡胤一连吃了好几个,精神大振。后来他当了皇帝,谈起南唐一战,感慨道:“那日鞍马之劳、战后之疾,多亏它从中救驾。”于是,“大救驾”声名鹊起,流传至今。

再就是巴望跟着大人中秋赶集。一条街上有十几家卖“大救驾”的,一街的油香味。小孩子最爱看点心师傅做“大救驾”了,里三层外三层地围着瞧。案板上的盆碗里盛着面粉、白糖、冰糖、猪肉、猪油、香油、金桔饼、青红丝、芝麻、核桃、花生、松仁、葵花籽和西瓜子等原料。只见点心师傅将水、油、糖拌匀,加入面粉揉成光滑的面团,盖布回饧;再将油、面拌匀,用面包成小包酥,经擀、折后,卷成长条备用;然后是制馅,将白糖、冰糖、猪油拌匀擦透,各色果料、青红丝等捣碎均匀,再将包酥卷成长条后切成两半,刀口向上,按扁后包入馅心,用手拍成圆坯,下锅油炸。刚出锅的“大救驾”酥脆又有韧劲,刀切不掉渣,咸多于甜,放几日后甜味渐渐盖过咸味,又是另一番风味。

过去家乡人请客送礼,会有两封“大救驾”,是一件很撑面面的事。外地朋友来玩,走时也总爱捎上几封“大救驾”。如今,虽然生活条件日益改善,零食花样翻新,但家乡人对“大救驾”的喜爱之情有增无减。

前不久的一个周末,我和家人逛街,看到一家作坊门前支着个棚子,一张大条桌旁有两个年轻女子在和面、擀面、捻面条,另有个年轻女子在一张方桌前剥果仁;案板上码着两排圆坯,等待下锅油炸,一个中年汉子站在锅前,一手执着长竹筷,一手拿着漏勺炸制“大救驾”,他旁边还有一名中年女子负责把炸好的捞起沥油,好一派热火朝天的劳动图景。不远处,两个小男孩在嬉戏玩耍,手里都攥着半块“大救驾”,嘴巴上粘着酥皮。那个中年汉子就是作坊主人,见我驻足观瞧,热情地邀我品尝:“不买没关系!”说着便动手将一个“大救驾”切成四份。我拿起一份细细品尝,那刚出锅的“大救驾”味道尤为鲜美,我心下不由感叹:这就是家乡味儿啊!



今年中秋月“十五月亮十六圆”最圆时刻在中午

新华社天津9月9日电(记者周润健)中秋将至,又到一年赏月时。天文专家表示,由于今年农历八月中“望”的时刻出现在农历十六,因此,同去年一样,今年的中秋月依然是“十五的月亮十六圆”,最圆时刻出现在14日12时33分。

十五的月亮为何圆在十六?天津市天文学会副理事长李梅从解释称,每逢农历初一,我们看不到月亮,叫作“新月”,也叫“朔”;到了农历十五左右,我们看到了圆月,叫作“望”,也叫“望”。

月球绕地球公转速度有时快、有时慢,从“朔”到“望”再到“朔”,所经历的平均周期是29.53天。所以,尽管月球从“朔”到“望”所需的时间平均约为14天18小时22分,但实际上会时而略长、时而略短于这个平均时间。

根据农历历法规定,“朔”所在这一天为每月初一。但同是初一,“朔”可能发生在凌晨,或者上午、下午,也可能发生在晚上,而且每个朔望月本身也有长有短。这样,月亮最圆时刻的“望”最早可发生在农历十四的晚上,最迟可出现在农历十七的早上。但由于“朔”一定在农历的每月初一,“朔”之后平均起来要再经过14天18小时22分才是“望”,

所以月亮最圆时刻的“望”以出现在农历十五、十六这两天居多,其中又以农历十六为最多。

李梅从表示,尽管中秋月最圆时刻出现在农历十六的中午,但这并不影响人们中秋晚上赏月。“不是最圆的月亮,对普通人的赏月没有影响,就肉眼观测来说,十五、十六和十七的月亮并无太大差别,一样的珠圆玉润,一样的饱满丰盈,一样的花好月圆。”

有文化资源,更要有文化自觉

王玉琳

有的只顾价值导向,连“污点名人”的籍贯也要争上一争。历史文化名人故里、故居、文物,记录着一段不可磨灭的历史。在全民旅游时代,如何合理开发利用地域人文历史资源备受关注。但盲目争夺名人故里,实际上打的还是“文化搭台,经济唱戏”的算盘。借电影放映再度走热的故里之争,划块地、建个办、办个节、立个像的“故里模式”,往往流于蹭热度变现、低水平修建、同质化开发。加上配套设施跟不上、IP挖掘浮于表面,很难给游客带来美好的体验。早在2010年,原文化部与国家文物局就下文叫停恶性名人故里炒作,不宣传有争议未认定的名人故里,不命名虚构人物

故里。但在利益的驱动下,类似的歪点子、快法子仍不时出现。哪吃故里是假,但文化传承是真。哪吃作为民间广为流传的神话人物,存在相对集中的崇拜地和传播地,群众喜爱与民间信仰,使得一些地方确实成为哪吃的“文化之乡”,由之而生的传说、建筑、戏曲等文化元素,有着非凡的地域魅力和深厚的群众基础。文化资源开发利用,应当避免生搬硬套、东拼西凑,深入挖掘、加工再造本土本土的资源,才能形成真正有内涵、有特色的文化景观。城市乡村,拥有文化资源固然可贵,更要有文化的自觉。为炒一时话题、捞一笔横财而罔顾历史事

实,终是立不住脚的。不忘本来,方能开创未来。如果淡忘了此方水土的历史文化,却因为无中生有的文旅项目模糊了地域文化的特质,可谓是“捡了芝麻,丢了西瓜”。从学术研究到非遗传承,从配套设施建设到特色项目创新,静下心来做好文化建设的实事,才是真正谋发展、惠民生的良策。



食坊闲话