

大·观·园

【第488期】

2022世界剧院北京论坛开幕

本报讯(高倩)传统表演艺术如何吸引年轻观众?经典剧目如何在传承的基础上突破创新?数字化技术如何为舞台表演插上创新之翼?在疫情深度影响演艺行业的当下,许多问题亟待回答,许多经验值得分享。12月8日晚,由国家大剧院主办的“2022世界剧院北京论坛”在国家大剧院台湖舞美艺术中心开幕,并以线上方式举行。

本届论坛围绕“艺术传承 万象更新”的主题,聚焦“新理念·推动行业发展”“新视野·焕发艺术活力”“新呈现·探索多样表达”三大议题,来自全球30余个国家的200余位表演艺术行业代表齐聚云端,共商行业创新发展的破局之路。

“没有什么能够阻挡艺术机构间交流交往的美好愿望,越是面临严峻挑战,越要加强信息共享。在人们面对面交流

受阻时,艺术机构更应以实际行动践行职责使命,祛除社会焦虑情绪,发挥艺术抚慰人心的巨大力量。”国家大剧院院长王宁在发言中说。不久前,国家大剧院代表团应邀访问欧洲4座城市,与多家知名艺术机构和经纪公司会谈,“这也让我们更加坚信,加大高水平对外开放、开展常态化交流互鉴是推动剧院行业持久繁荣、行稳致远的关键所在。真诚期待各位嘉宾在接下来的两天时间里,提出新思路、分享新成果、激发新动能,齐心协力共创美好未来。”

12月9日,由国家大剧院和中国舞台美术学会联合主办的“2022太湖舞美国际论坛”也在线上举办,国内外行业专家将从舞美创作、舞美技术、舞美传播三个方面,深度交流舞台艺术数字化创新发展的最新成果和经验。

“北回归线油画群体作品展—2022”在中国美术馆展出

本报讯(泓泉)近日,由中国油画学会、中国美术家协会民族美术艺委会、中国艺术研究院油画院学术支持,广西美术家协会主办的“北回归线油画群体作品展—2022”在中国美术馆展出。画展展出“北回归线油画群体”谢森、谢麟等16位画家近年创作的48幅作品,作品以鲜明的地域和文化特征,以及独特的艺术面貌引起学术界的关注。

广西是北回归线经过中国的最具亚热带特征地区之一,有丰富的自然和少数民族资源。在这个蓬勃的生命环境里产生的广西油画创作,有鲜明的地域和审美特点。“北回归线油画群体”成

立于2019年,是以广西青年画家为主体的学术群体,群体多年来立足八桂红土地,对广西亚热带地域、文化特征做了专题的研究和创作,形成了个性鲜明、艺术面貌独特的地域美术现象。他们以本土的地域和文化背景为创作源泉,以长期深入生活的创作追求和创作观念,以自己真切的情感体验作为创作取向,以新的视角和表现现实主义语言观察及表现自己对时代的认知。他们立足地域、以当代视野审视当代社会生活的创作观念,在当下油画创作中具有积极的文化意义,作品收获学术界专家广泛好评。

贵州岑巩：“小文艺”讲好“大道理”

王光莉

为深入学习宣传贯彻党的二十大精神,近日,贵州省黔东南州岑巩县组织文艺队伍录制思州战鼓快板书文艺作品《举旗定向蓝图绘 巍巍巨轮再启航》,通过互联网各媒体平台推广,让党的二十大精神飞入寻常百姓家。

“红旗飘飘战鼓擂,思州山水美如画。今天不赞山和水,只讲党的二十大。二十大,不寻常,举世瞩目铸辉煌,举旗定向蓝图绘,巍巍巨轮再启航……”鼓声隆隆,快板喀嗒,朗朗上口的宣讲语,精彩的宣讲节目让人移不开眼。

思州战鼓是流传于岑巩县及其周边地区的一种群体性、多元性打击乐,是当地逢年过节不可或缺的文化项目,有着壮大声势、渲染气氛的效果,同时也表达着对未来美好生活的祝愿。该县以思州战鼓快板书文艺作品这个群众喜闻乐见的形式,鲜活地宣讲党的二十大精神,做到了让群众听得懂、能领会、可落实。

“我们在创作这个文艺作品的时候,结合了厚重的思州战鼓文化和快板书,开展了思州战鼓田野调查,并在群众中调研传唱度。作品打磨多次后,最终在县委宣传部的监制下,组织了专业拍摄团队进行制作。”该文艺作品编导罗慧说。

观看完宣讲作品后,当地居民杨思行十分喜欢:“这样的宣讲形式让我们听得懂、记得住,我们要学习好、领会好、贯彻好党的二十大精神,齐心协力创造更加美好的生活。”

连日来,岑巩县创新“理论+文艺”宣讲方式,用“小文艺”讲活“大道理”,积极组织文艺工作者创作丰富多彩、脍炙人口的作品,通过广播电视展播、网络媒体展播、文艺演出、电子显示屏公益宣传等平台投放作品,以接地气的方式推动党的二十大精神深入群众、深入人心,真正让党的二十大精神落地生根、家喻户晓。

白·汤·面

丁·维·香

我是一个喜欢吃面的人,五湖四海的各种面都爱吃。尤其对家乡的白汤面情有独钟,百吃不厌。

白汤面以汤取胜,汤水鲜美不靠味精。而是要用鸡鸭架子、猪骨头、鲢鱼骨等鲜货放在大锅中宽汤煎熬,待这些东西的骨髓渐渐融入汤内,熬制成白如乳汁的高汤,才能派上用场。小区前的马路上,有一家早点店,不论早晚,就是在非营业时间,门口的大炭炉上也总是坐着一口又大又深的不锈钢锅,冒着袅袅热气,骨香四溢。好的白汤面鲜美异常,腴而不膩,吃过之后,齿颊留香,难以忘怀。

白汤面价廉,六七元钱一碗,利润微薄,不如卖花里胡哨的新品赚钱,好多店家都不愿意做了。有的勉强在做,味道也日渐寡淡,也可能是嘴越来越刁了吧。记得少时,家在农村,日子清贫,骨头汤是奢侈,家常吃面多是水煮青菜面。班上有个叫周月兰的同学,随家人到县城走亲戚,在县城的国营饭店吃了一回白汤面。回来给我们说白汤面是如何如何的香,真说得我们口水都要流下来了。

大学毕业以后,我被分到县城工作,终于吃到了向往已久的白汤面。那时的店家是两口锅卖面条,外锅里是水,用来煮面的,里锅里盛放白汤。锅台上一字排开蓝边大碗,下面的师傅抓起面条扔进锅里翻滚的沸水中,用一双又粗又长的筷子搅着,不时加点冷水激一下。同时,以极快的动作用一把大勺从汤锅里舀上一大勺汤,干脆利落地将碗里装上半碗汤。随即一手执筷一手抓一把篾制的箆篱将面捞起用去余水后置于碗内,

再用筷子把面挑起,叠成“之”字形,卧在宽汤里,一条条排得整整齐齐。青翠的葱花撒在如丝的面条上,就像是春天的柳枝绽开了新绿。

吃白汤面不必太文雅,也没法文雅。因为鲜香无比,“呼啦”“呼啦”地把面条吸进嘴里,不等咀嚼,面条就滑进喉咙,根本停不下来。面条捞完剩下半碗汤,干脆放下筷子,两手端起碗,喝个底朝天。每当吃白汤面,就会想起多年以前小巷里的生活,想起曾经清贫而充实的日子。

我一般吃白汤面不加浇头,怕味太浓、太杂,破坏了白汤面的清新爽口、至简至纯。有时觉得去饭店里吃,总不如自己在家做更方便随意。于是,我在网上搜到白汤面的做法,哪知道仔细地看下去,步骤一、步骤二……还没动手就已经打了退堂鼓。看似简单,可真做起来还是挺麻烦,事实就是这样的,真正好的东西,貌似平常,暗地里是下足了功夫的。也许,做任何事情都是这么个道理吧。

食·坊·闲·话

让书香溢满新吴大地

刘丹

◎ 织密阅读网格,优化升级阅读设施

为推进全民阅读设施网格化建设,新吴区统筹图书馆、新时代文明实践中心(所、站)、农家书屋(社区图书室)、企业和社会阅读空间等各类资源,加快构建共建共享、互通通还、随处可及的现代公共阅读服务体系。

目前,新吴全区总分馆体系包括1个区级总馆、3个区直属分馆、6个街道分馆、74个农家书屋(社区图书室)、6个24小时图书驿站、32个社会阅读点,共计122个阅读点位。此外,今年还新建了党建书苑、远见鸿山等8个“钟书房”多功能融合阅读空间和新吴法院、芯众书房等5个阅读联盟点,形成了较为完善的、覆盖全区的阅读网格化阵地,方便了群众及企业职工就近阅读。

在加强资源供给,构建现代公共阅读服务体系的同时,新吴区还加强阅读阵地管理。目前,新吴区图书通借通还系统图书总量159.46万册,数字资源总量为675.67TB。平均每年新增图书2.62万册,数字资源37TB。农家书屋(社区图书室)配备专职管理员,确保全年无休免费开放,每周开放时间不少于56小时,提升基层阅读阵地服务效能。

◎ 分层分类树立品牌,全方位带动阅读群体

11月27日,江溪街道开展2022年“溪声倾阅”全民阅读——“全民大‘悦’读,书香润心田”主题活动。现场开展的“‘书’菜行动”,将图书以盲盒的形式,通过有奖互动的方式赠送给现场群众,传达“读书同一日三餐一样重要”的理念,鼓励群众养成良好的阅读习惯。

街道、社区举办阅读活动在新吴区并不鲜见。该区各街道以群众需求为导向,以街道文化站、图书馆、社区阅览室、学校书屋、企业书屋、辖区内24小时驿站、咖啡书吧等共享阅读空间为主阵地,面向不同群体,广泛开展各类阅读推广活动,形成了“阅见空港”“智阅旺庄”“悦读江溪”“吴韵梅里”“阅美鸿山”“阅响新安”等一街一品牌,提升了阅读品牌的知名度和影响力。

此外,该区今年还举办了“书香大拜年”“吾阅吴悦”百场基层阅读、“三十而阅,悦读伯读”系列等活动,持续打造“吴韵书香”区级全民阅读品牌;举办非遗主题阅读、汉字听写大赛、朗诵大赛、诗词比赛等活动1600场以上,实现小而精的社会阅读活动全区覆盖;分层次、分主题、分受众,广泛开展党的创新理论、文学、历史、科普、法治等分类阅读服务。

◎ 示范引领、政策支持,营造浓厚阅读氛围

为营造浓厚的阅读氛围,新吴区充分发挥党员干部示范引领作用,引导党员干部爱读书、读好书、善读书;发挥社会阅读典型带动作用。今年新吴法院、新安残疾人之家等7家单位获评无锡市全民阅读先进典型。江溪街道文化站等6个单位和个人获无锡市全民阅读工作通报表扬。“我的中国心”汉字听写大赛被评为无锡市“钟书”阅读示范项目。该区还成立23人的全民阅读领读者和专家队伍,组建区文化体育志愿服务支队,下设6个街道文体志愿服务团队,经常性组织参加全区阅读活动和志愿服务。

值得一提的是,该区制定了《新吴区全民阅读提升计划(2022—2025)》,将加大财政投入,设立图书馆委托运营管理专项、“书香新吴”全民阅读活动经费专项。区级书香城市建设专项经费每年保持在400万元以上。强化对书店和阅读空间的政策支持,出台文化产业政策,对阅读空间、书店进行扶持。对社会资本新建、面向公众开放的书店、城市阅读空间,经认定后给予不超过10万元的一次性奖励。

《远方》

李茂振



深耕文化土壤,助力文创升级

智·春·丽

文创产品取得成功的关键,在于以恰当的创意提供差异化的精神体验,满足人们高品质、个性化的消费需求,唤起人们对美的向往和追求。

二十四节气主题徽章、古建筑榫卯积木、“遇见颐和园”沉浸式光影秀……不久前,在第五届进博会现场,富含中国元素的文创产品受到欢迎,成为扮靓“四叶草”展馆的一道独特风景,让人们感受到中华文化的独特影响力。

一段时间以来,从铜奔马造型玩偶等实物文创商品走红,到《千里江山图》数字展等数字文创作品火爆,文化创意产品开发呈现活跃景象。经过多年沉淀,我国文化创意产品开发经历了从外形模仿到元素提取、从实物用品到非实体形态内容创意、文化服务、数字作品的演化,正在从量的突破走向质的升级。党的二十大报告提出,“激发全民族文化创新创造活力,增强实现中华民族伟大复兴的精神力量。”开发出一大批彰显中华美学风格、适应现代生活需要、符合市场需求的文化创

意产品,是文化创新创造活力的体现,也是不断提升国家文化软实力和中华文化影响力的要求。

高质量的文创产品,需要以恰当的创意形式,将历史内涵与时代审美相结合,达到文化价值与实用价值相统一。创意不是无源之水、无本之木。中华文明丰厚而独特的历史文化遗产,为现代文化创意实践提供了最丰厚的滋养、最充沛的源泉。只有怀着对中华文化的敬意,沉入古籍深处、洞悉文物细节、回到考古现场,才能创作出有助于人们感悟中华文化、增强文化自信的优秀产品。从敦煌研究院的“飞天”“九色鹿”到恭王府博物馆的“天下第一福”,再到三星堆博物馆的“金面具”,各大博物馆围绕特色文物深耕文创品牌,做出了推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的有益尝试。

文化创意产品承载着人们对日常生活审美化的追求,是创造与欣赏、文化 with 生产、创意与生活的结合。文创产品取得成功的关键,在于以恰

当的创意提供差异化的精神体验,满足人们高品质、个性化的消费需求,唤起人们对美的向往和追求。点亮夜灯认识一幅宋代观星图,玩局桌游了解江南四大才子生平轶事,印在布包上的文物表情越来越“萌”,沉浸式演出里的人物造型越来越“真”……从近年来受到欢迎的“爆款”产品看,文创从实物外形模仿向内容创意、互动型产品演化,正是基于对人们知识探索需求、情感表达需求、文化认同需求的深入挖掘。

文创产品的持续创新,离不开数字技术赋能。党的二十大报告提出,“实施国家数字化战略”。文化数字化为当代文化业态发展描绘了极具想象力的图景。比如,深圳一位动画师团队运用京剧、水等元素创作了一则动画视频,网友直呼隔着屏幕感受到“中国之美”;有媒体运用智能影像修复技术让李苦禅所绘《盛夏图》“动”了起来,水波浮动,荷花绽放,尽显水墨之美。从实践来看,利用虚拟现实、增强现实、全息成像、互动影视

等技术,可以增强文化创意产品的文化承载力、展现力和传播力。作为一种呈现手段,数字化丰富了文创产品的载体;作为一种新型基础设施,数字化拓宽着文创产品的消费场景。

当下,文化创意日益成为文化软实力的重要体现和经济的新增长点。陈列在博物馆的先秦编钟、汉代宫灯、唐代乐器、宋代书画,或化身日常用品,或融入漫画、综艺、数字展览等内容创作,吸引着更多饶有兴致的寻访者深入了解厚重的中华文明史。期待文化创意产品持续提质升级,进一步激发文化创新创造活力,让更多人从中华文化中获得精神力量。

