

寻找“拉洋片”的天津记忆

新华社天津电(记者张宇琪、宋瑞、李亭、褚萌萌)74岁的天津河西人孙振洪一手拉洋片,一手牵动洋片箱上固定着的乐器,亮开嗓门唱起自编自创的《群仙游天津》。

自2012年起,孙振洪就致力于复原“拉洋片”这一传统民间艺术。在以他为代表的民间艺人的努力下,天津拉洋片制作与表演技艺于2018年5月被列为天津市河西区非物质文化遗产代表性项目。

拉洋片又叫“西洋镜”“八大片”。在一只木制箱中,装有八张以历史和民间故事为题材的图画。表演者一边演唱、讲述故事,一边拉动绳索上下替换画面,观看者则通过下层的四个或八个嵌镜圆孔观看。这项技艺于清末在京津两地流传开来,近几十年来随着电影等新兴视听艺术的发展而渐趋没落。

“拉洋片是民俗艺术,我小时候对它记忆

深刻。”一段唱罢,满头银发的孙振洪双手摩挲着洋片箱,将自己与拉洋片的情缘娓娓道来。

孙振洪毕业于天津农业机械制造学校,退休前是天津机电工艺学院的机械和电工课教师。退休后,他一直想念着儿时的“拉洋片”,却又遍寻不得,遗憾之余便想着自己复原这项技艺。5年来,凭借在机械领域的知识技能,孙振洪在没有实物参考的情况下,复原出了五个大小不同的洋片箱。

孙振洪复原的第一个洋片箱,现摆放在天津市河西区文化中心的展厅中。这个一人多高的洋片箱古色古香,上层是一个小型的舞台,上挂绛紫幕布,前有一排朱红立杆、漆绿扶手的栏杆。下层有三个带镜圆孔,在尝试了各种镜片后,孙振洪选择了效果最清晰的老花镜。箱柜右上角固定有鼓、锣、铙钹三种打击乐器,用一根

绳子连在一起;绳子一拉,三种乐器齐响,气氛热闹。

为了弄清楚洋片箱的“机械奥秘”,孙振洪苦心琢磨。有时,半夜灵感来了,他从床上爬起来就骑车奔去工作室。一些零件尺寸特殊,市面上买不到,他就自己动手做。

近些年,孙振洪每年都会带着自己的洋片箱去天津的“娃娃庙会”上表演。在一次表演中,与孙振洪同台的相声演员陈浩被这一手拉洋片绝活吸引。孙振洪遇到喜欢这项艺术的人也十分激动,热情地讲解。“老爷子将洋片箱的图纸设计、选材、制作、画面内容、镜子选取等知识一一传授于我。”26岁的陈浩说。

2013年,孙振洪与陈浩等人组成了“三五剧社”,现有剧社成员七八人。孙振洪负责制作洋片箱,其他年轻的成员则带着箱子在

津门多个公共场所演出,向更多人展现这门民俗艺术的趣味。

三五剧社编写了多套独具天津特色的剧目,融合了中国传统神话的人物形象和内容,有些增添了天津快板的元素,有些还是特别为儿童编写的。

每次孙振洪在庙会上架弄洋片箱,都会引得来往路人围观。大家探着脖子想要一睹洋片箱内的风采。

河西区文化馆非遗部副主任崔亚倩说,拉洋片是老一辈天津人儿时的回忆,是需要保护的文化遗产。

未来,孙振洪想把拉洋片原汁原味地保留下来,还想用创新的方式发扬这项传统文化。“我们希望在传承传统文化的同时,融入声、电、光等高科技元素,将传统拉洋片做出3D效果。”孙振洪畅想着。

『改革先锋』讲述敦煌故事 激励青年学子逐梦坚守

新华社兰州1月7日电(记者张玉洁)6日,“改革先锋”樊锦诗走进西北师范大学,向青年学子讲述敦煌故事,激励他们逐梦坚守。

樊锦诗是敦煌研究院名誉院长。1963年,她从北京大学毕业后,开始了与莫高窟长达半个多世纪的相守。在她和同事的努力下,莫高窟在1987年成为中国首批进入世界文化遗产名录的遗产地,并逐步成为世界文化遗产保护和利用的全球典范。

樊锦诗说,她初到敦煌时,条件非常艰苦,喝咸水、睡土炕,风沙弥漫,但她没有离开,“国家的需要,就是我的志愿。敦煌需要我,我就到敦煌工作。这是莫高窟的独特魅力使然,也是我作为一名文物工作者的历史使命和职业操守。”

樊锦诗说,改革开放40年来,莫高窟的保护、研究和管理事业,以及文化艺术的弘扬实现了跨越式发展,如在全国率先开展文物保护专项法规和保护规划建设,在全国文博系统率先广泛开展国际交流合作、文物本体及其赋存环境进入科学保护时期等。

进入21世纪,莫高窟旅游开放和保护管理之间的矛盾日益突出。“不让游客看不行,看坏文物也不行。”樊锦诗说,她持续思考、辩证分析。在科学监测分析的基础上,敦煌研究院创新设计出“数字电影+实体洞窟”的预约制,实现了保护和利用的双赢。

“转眼半个多世纪了,莫高窟已成为我生命中不可分割的一部分。我白天想的是敦煌,晚上梦到的还是敦煌。我80岁了,能为敦煌做事,无怨无悔!”樊锦诗说。

樊锦诗建议,大学生在选择职业时,不要被“蝇头小利”吸引频繁跳槽,而应充分考虑专业特点和个人兴趣,实现自我价值。

两个多小时的宣讲,让600多名与会师生深受感动。兰州大学敦煌学研究生尹璐璐说:“樊老师20多岁来到敦煌时风沙满面,但她不惧艰苦,坚守至今。现在我们的生活阳光下,环境很好,更应该好好努力,踏踏实实做学问,尽最大努力保护敦煌。”



9000枚印章让成语“活”起来

走近辽宁省沈阳市皇姑区一座临街建筑,一对红灯笼顶着白雪悬在门檐之下,青砖瓦当打造的房舍颇具古意。推开门,只见屋中绝大部分空间被展柜占据——这里是中国成语印博物馆,收藏着总重约6吨、数量达9000枚的石刻成语印章。

今年60岁的杨桂臣是这家博物馆的创建者,9000枚成语印章全部出自他手。据杨桂臣介绍,他从事成语印章篆刻已有40多年时间,期间用掉了六七吨成品石料,用坏了数百把大小刻刀。

成语是中国汉字语言词汇中定型的词,多为四字,也有三字、五字甚至六字以上的,言简意赅地记录了中国古代神话传说、寓言故事、谚语俗语、史实逸闻、诗文语句等。印章是一种兼具实用性和艺术性的物品,制作材质有金属、木头、石头、玉石等。

“成语和印章的结合,就是中国母语文化与中国传统技能的结合。”杨桂臣说,他希望通过一方印,使以文字形式呈现的成语更具表现力。

杨桂臣自幼爱好篆刻,“小时候,为了帮我学好文化课,母亲给我买了一本成语故事书,让我每天背一条成语。为了加深记忆,我把成语篆刻成印章——文具盒里的橡皮、放学路上捡回的砖头,甚至家里的大勺把儿都被我截下来一段当原材料。”

杨桂臣对成语篆刻的痴迷,并没有随着时间的推移而淡化。1978年,杨桂臣参加工作。“那段时间是我最有斗志、目标和创作激情的日子,工资发下来我就去买石头,有一点空闲我就刻成语印。”这一坚持,就是40多年。

为了给每一枚成语印注入更多文化内涵,杨桂臣颇费心思。“互联网不发达的年代,我经常为了一条成语,骑着自行车跑几次图书馆,翻阅古籍、寻找出处,再根据含义设计字体、版面——可以说,每枚成语印都有它独特的‘性格’。”

2011年,杨桂臣凭借6000枚成语印章成为“世界上篆刻成语印章数量最多”的人,获得由世界纪录协会颁发的

“世界纪录证书”。同年,他创建了中国成语印博物馆。

酒香也怕巷子深,为了传播成语文化,除了创建博物馆,杨桂臣还用几年时间编写了《中国成语印谱》。印谱共收录了6000条成语,除了对意义及出处进行解释,每条成语都配有一方成语印章图片。“我希望通过这样的方式,赋予成语更多的生命力。”杨桂臣说。

荣誉和成就没让杨桂臣停下创作的脚步,从6000枚到9000枚,杨桂臣用时间和坚持诠释着他对中国成语文化和手工篆刻技艺的尊重。

成语印篆刻,篆的是字,刻的是心。为了让更多人感受中国成语的魅力,杨桂臣坚持自费办博物馆。“两三年前,有人要付巨资买这9000方成语印。”杨桂臣笑着说,来者颇有诚心,但他当场拒绝了,“这些印是我一辈子的心血,我想让更多人来这间博物馆里参观,了解成语文化,而不是被小部分人欣赏”。

(高爽)新华社沈阳1月7日电

了不起的“驴敢当”:古艺新传“吃得开”

新华社兰州1月6日电(记者屠国玺、成欣、侯韶婧)刚一开年,在甘肃省庆阳市肖金镇肖金村的国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地里,妇女们将花布、内衬和画纸平铺好,开始赶制“驴敢当”。现在,这款以小毛驴为原型的香包已经远销国内外,供不应求。

“驴敢当”可受欢迎了,在全国多地旅游商品大赛中获过奖。生产阿胶的企业和毛驴养殖基地纷纷联系我们,要把它作为吉祥物。”庆阳香包绣制“非遗”传承人刘兰芳说。

庆阳是中国传统香包刺绣发源地之一,这里曾出土过距今800多年的香包,被称为“中国香包刺绣之乡”。庆阳香包已被列入第一批国家级非物质文化遗产名录。

在庆阳农村,妇女们祖祖辈辈都有绣制香包的手艺。今年53岁的刘兰芳仍清晰记得,她

8岁时坐在外婆怀里,看外婆做老虎香包;用线把剪下的树叶图案包在碎布上,再用黑线绣出眼睛。

“小小布帘竟然摇身变成了生龙活虎的香包!”就这样,刘兰芳耳濡目染地学习了绣技。从鞋垫,再到绣花鞋、五毒肚兜、枕头,她的针线功夫渐长。

这些年,刘兰芳始终坚持香包的纯手工缝制,每年都有十几款创新的香包作品。49岁那年,她被评为“非遗”传承人。

在传承过程中,刘兰芳发现古老的香包遇到了发展瓶颈。当地人都是把香包当作小礼物来送,但她发现年轻人喜欢的不多。

“原始的小毛驴香包,连我的外孙都不喜欢。”刘兰芳意识到,“可能是因为造型呆板,不够活泼。”

2013年,刘兰芳的团队对小毛驴香包进行二次设计,先后改版五六次,并为新款“小毛驴”香包取名“驴敢当”。和传统香包不同,“驴敢当”造型夸张,灵动可爱,更像是动画片里的卡通形象。

她们还尝试绣制出用碎花布制成的“驴敢当”,小的可以作为手机挂件,大的则可作为车内装饰,一推出就在市场上热销,现在已经远销到国外。

在传承基地里,大家还尝试将香包古艺和时尚新需求进行对接。传统香包以红、黄、绿为主色调,现在人们更加偏爱清新淡雅的颜色。

刘兰芳指着一个以黑白为主色调的青蛙香包说,和传统颜色鲜艳的香包不同,新设计的青蛙香包色彩淡雅,还加上了莲花元素。价

格高出传统香包三四倍,但在南方很受欢迎。

创新的内容还有香包布料。基地目前使用棉麻作为基础材料,并尝试用薰衣草替代传统香草,得到了很好的市场反响。

在当地政府的支持下,基地目前挖掘、保护、复制了500多种庆阳香包,辐射带动周边村落4000多名妇女,年销售量30万余个,并常年销往美国、德国、意大利、白俄罗斯等国家。

目前,和刘兰芳一样,有超过5万名庆阳妇女从事这种手工艺制作,许多贫困妇女从中受益。她们正用自己的心灵手巧创造着经济效益。

“古老手艺要传承,不能只吃老本。”刘兰芳说,在互联网时代,传统香包要想在市场上“吃得开”,必须要创新求变,才能避免人走技失,让古艺新生。

近年来,越来越多大陆文化产品成为台湾民众日常生活的一部分,这样的文化体验加深了两岸同胞的相互理解,增进了彼此认同和心灵契合

新华社台北电(记者章利新、刘斐、林凯)在台湾,很多人已习惯逛书店买简体书,熬夜追大陆热门电视剧,分享抖音短视频……近年来,越来越多大陆文化产品成为台湾民众日常生活的一部分,这样的文化体验加深了两岸同胞的相互理解,增进了彼此认同和心灵契合。

简体书打开大世界

在台北,谈到书店,很多人会提到“重南书街”。由于互联网冲击、店面租金上涨、连锁店竞争等因素,位于重庆南路的百年书街近年来慢慢走向衰落,而大陆出版的简体书在这里却“买气常旺”。

在天龙书局,记者偶遇老顾客陈昭安,在互联网时代他依然保持每周逛一两次书店、每天读书的习惯,把书店视为自己的“精神家园”。

“我是一个简体书爱好者。”陈昭安说,因研究生读的是哲学,所以买的简体书主要是文史哲,大陆出版的这类书籍数量多且品质高,比如古籍校注方面就做得很好,有很多题材是台湾出版社不会触及的。

“在文史哲方面,大陆出版的典籍对我有蛮大帮助。我的藏书中有约四分之一是大陆简体书。”陈昭安说。

如今,在“重南书街”,传统书店只能转型,才能保住老书街的书香。自2008年开始,天龙书局以销售大陆简体字书籍为主,打造特色书店,在不景气的环境中实现了逆势增长,店面不断扩张。

十年来,天龙书局进口了600多万本大陆图书,在店里消费累计逾百万新台币的特殊会员就有好几十位,他们大多是像陈昭安这样的中华传统文化爱好者。

“两岸文化同根同源,随着文化交流加深,近年来台湾读者对简体书的需求不断增长。大陆图书选题广、内容新、性价比高,有巨大的市场潜力。”天龙书局老板沈荣裕说。

陈昭安说,爱书人的天性永远不会改变,期盼在互联网时代“留住书香”,感谢简体书为我们打开更广阔的世界。

大陆剧引领观剧潮流

除了简体书,大陆电视剧也为台湾民众打开精彩的古典世界。

近年来,《琅琊榜》《步步惊心》《延禧攻略》等一批大陆影视作品受到台湾民众热捧。其中蕴含的文化历史风景,也成为两岸沟通的一扇窗口。

在台湾地区2018年“热搜排行榜”的“快速蹿升的电视剧”榜单中,大陆电视剧独占鳌头,在前五名中占了四席。其中,《延禧攻略》和《如懿传》分别荣登第一和第二位。

从台北到高雄,记者常常遇到大陆电视剧的台湾粉丝,其中既有出租车司机,也有公司白领。今年65岁的林必勉是一位资深大陆剧迷。1991年播放的电视连续剧《编辑部的故事》是她追的第一部大陆剧。

林必勉说,近年来最喜欢的还是大陆古装电视剧。精良的服装和布景、精彩的剧情和演员精湛的演技,以及对历史文化的考证和借鉴,让人一看就放不下。

爱奇艺台湾站用户事业部经理张婷贻告诉记者,2018年全站总流量达15亿,创开播3年最高。其中,爱奇艺自制宫廷剧《延禧攻略》在短短5个月就达到1.5亿流量,成为台湾站首部点击量破亿作品。

“有趣的是,《延禧攻略》大结局当天,网站流量是平日流量的4倍。”她说。

“我们办公室同事几乎都在看《延禧攻略》,我已经看第二遍了。”在林必勉看来,古装剧在一定程度上有助于台湾民众尤其是年轻一代了解中华民族的历史文化,而时装剧则是他们了解大陆现实发展的窗口。“我们可以从电视剧里面感知一个社会的发展和进步。”她说。

抖音吸引年轻族群

在网络世界,微信、淘宝等应用和网站早已融入台湾民众生活,最近大陆短视频APP抖音更是以席卷之势“延烧”全台。

抖音主要瞄准年轻世代,短短15秒的视频可让用户玩特效、对嘴型、搭配属于自己的曲风,和朋友分享。2017年抖音推出境外版TikTok,短短一年多时间便快速流行。

在TikTok上,还在读初一的台湾男孩“小孩”(昵称)有逾8000名粉丝,所发的71个视频共收获了22.23万个赞,其中大多是游戏录播、语录展示,或是翻拍,就是把别人的声音或题材拿来拍自己的视频。

其中,他用过去与现在的地球、北极对比图,呼吁人们关注全球变暖,这则视频收获了4200个点赞和数百评论和转发。这条视频配的是在大陆同样为抖音热曲的《一百万个可能》。

这位“小孩”从不在视频中露脸。他说,只是把抖音“当作娱乐而已,但有点赞还是会有成就感,有时间就尽量拍一些”。他是在同学推荐后才开始玩抖音的。他还表示,身边有很多玩抖音的同学、朋友。

TikTok台湾区营运负责人林宜静近日对媒体表示,台湾营运团队进驻才一年,目前在台湾月活跃用户已达300万,已培养逾200位知名创作者。数据显示,台湾用户日平均使用时长达38分钟,一段视频平均互动的转发率为45%。

林宜静表示,展望今年TikTok在台湾发展,主要目标是要培养高人气网红,持续深耕台湾。