

契合社会文化需求,提升公众人文素养,讲坛持续保持热度,已成为我省公共文化服务品牌

品质讲坛 构筑多彩文化生活空间

□田宇 王月 本报记者 董云平 董盈

我省公益文化服务品牌“龙江讲坛”，黑龙江日报报业集团主办的《品质生活大讲堂》、黑龙江大学的“学而讲坛”，哈尔滨理工大学的“大学生讲坛”，哈尔滨师范大学“行知青年讲坛”等高校讲坛，省博物馆的“龙博讲坛”、省美术馆的“龙江美术讲堂”等具有本馆特色的文化艺术讲坛……我省当下形成了一股讲坛热，丰富多彩的各类讲坛打破文学、艺术、历史、哲学等各类文化知识之间“围墙”，走进人们的生活，浸润人们的心灵。各类讲坛遍地开花，其颇受欢迎的原因何在？讲坛热反映出当下我省群众怎样的文化诉求？目前以讲座形式为主的讲坛如何持续保持热度？记者日前进行了采访。



《品质生活大讲堂》项制作公益课,引起了人们对传统文化的兴趣。



龙江美术讲堂举办的公益活动,老师带领大家体验手工造纸。

高校讲坛 百花争艳展“高端”魅力

近年来,为了弘扬中华民族的优秀传统文化,开拓学生视野,许多高校都开办了高水平的讲坛。所说的“高水平”,一方面体现在被邀请者的学术背景、社会知名度、社会影响力、所取得的成就方面的“高”,部分高校还定期邀请名家登坛授课,讲座内容涉及文学、艺术、历史、哲学、教育等方面;另一方面体现在开办高校讲坛本身定位规格方面的“高”。正是由于这“两高”的体现,使得大学高水平的人文讲坛,成为了一个品牌,并发挥了品牌效应。与此同时,高校讲坛的“高水平”魅力,吸引了周边高校学生和听众的热情参与,从而打破了身份、区域、空间、距离的界限,让高校讲坛融入了多样化的听众。

记者在采访中了解到,目前,黑龙江大学讲坛开展得如火如荼,各个学院都有自己的讲坛,可谓竞相争艳。比如国学院的“学而讲坛”;创业教育学院的“创知论坛”“星光论坛”;新闻传播学院的“芸闻讲坛”……其中,“星光论坛”的受邀嘉宾都是社会各领域里散发着夺目光彩的嘉宾,他们背后的故事都是听众们

感兴趣的热点,给大学生带来了更多的感动和思考。

哈尔滨理工大学的“大学生讲坛”成立于1998年,中国科学院院士王大珩、俄罗斯宇航科学院外籍院士刘瞰、“当代徐霞客”雷殿生、著名作家梁晓声等百余位各界名人都曾受邀做客讲坛。哈尔滨师范大学“行知青年讲坛”至今已举办近200期。讲座内容涉及哲学、理学、工学、医学、历史、军事、教育、经济、管理、艺术等方面,讲坛先后邀请到六小龄童,陈丹青、敬一丹、郎永淳等知名人士成为主讲人。

黑龙江大学研一学生王莹深有感触地说,学校的讲坛可以说是大学的第二课堂。从名校老教师的国学经典解读,到网络人气作家的读者会,从遥远西藏的神秘文明,到社会经济的纵横起伏,他们与学生之间短短几个小时的交流,为身处象牙塔里的我们打开了一扇又一扇世界的窗口。校园很小,但讲坛的世界很大。讲坛和报告厅迎来的数百位名师教授和社会精英,每一次的聆听都会让人有所收获,不仅学习了前辈们前行的经验,也激励了我们的信心,为未来的发展积蓄能量。

黑龙江大学文学院副院长刘冬颖认为,高校讲坛热,从一个侧面反映了全民阅读的深入人心。社会对文化的需

求越来越多元,不仅需要文化普及类的讲座,在高校,更需要“大师进课堂”这样的学术前沿讲座,将专家学者的最新学术研究成果,最新的理念和精神带到大学课堂,这对于培养当代大学生的创新能力会起到重要推动作用。

“艺术”讲坛 专业高端提升艺术体验

近年来,我省许多博物馆、美术馆、艺术馆等公益展馆也积极开设具有本馆特色的文化艺术讲坛,让更多的市民走近艺术,了解艺术,学习艺术;并与艺术家面对面,感受艺术和大师的双重魅力。

黑龙江省博物馆自2012年开设“龙博讲坛”后,曾邀请南京博物院院长袁良举办了“《文物的鉴赏与收藏》专业讲座”,邀请广西壮族自治区博物馆馆长吴伟峰举办了“《声震神州——广西的铜鼓文化》讲座”,邀请吉林省博物院张光大举办了《吉博馆藏齐白石作品赏析》专题讲座”等高端的艺术讲座。这些讲座特点鲜明,独树一帜,不仅构建了一个专业知识与普通大众连接的桥梁,而且兼具专业性与高端性。正如省博物馆有关负责人所说,专业性是指

“龙博讲坛”所讲的内容都以文博行业内容为主题,集中力量在文博专业领域上做文章,力争引领文博行业讲座方向;高端性则在于每次的讲座嘉宾均是在文博领域或与文博相关领域具有极高知名度、极高威望的知名学者和专家,所传授的知识也是其本人最为擅长的,可以说,每位来“龙博讲坛”授课的专家和学者所传授的内容均代表了

中国文博界某一领域的最高学术成果。黑龙江省美术馆开设的“龙江美术讲堂”则致力于公共审美教育的探索、研究与实施,引导人与艺术品的互动交流,提升公众的艺术体验与感受。“龙江美术讲堂”开展基础审美教育与高端艺术讲堂两个维度。前者主要面向青少年、儿童,通过与专业的社会艺术教育机构的合作,让少年儿童在专业化的展品导赏以及互动性的艺术创作中,了解艺术原作的内涵,强化艺术创作的兴趣,为美术馆培养未来的观众。后者倾向于成人艺术教育,让公众以更加宽阔的艺术视野去解读展品,从而使公众达到终身学习、补偿学习的目的。省美术馆馆长张玉杰说,随着公共审美教育在美术馆功能的权重越来越大,它也是一个展览的价值得以延伸的重要途径。一个美术馆的公共审美教育不是可有

可无,相反,优秀的艺术教育确是美术馆必不可少的环节,这种艺术教育形式能将美术馆艺术教育的公共性实践延伸到更为广阔的空间。

“品质”讲堂 传统文化回归塑造生活时尚

在我省各类讲坛中,有关中国传统文化的讲坛或讲堂近年来也颇受市民观众的欢迎,此类讲坛将中国的琴棋书画、国学经典等传统文化通过专家讲述、互动体验等方式传递给观众。随着回归传统也是一种时尚成为越来越多人的共识,逐渐成为很多人追求时尚品质生活的重要途径和平台。

据了解,“龙江讲坛”已成为我省重要的宣传教育基地与深受百姓喜爱的公益文化服务品牌,已经持续举办讲座500多期,在其丰富广泛的讲座内容中,中国传统文化相关内容占据其中相当的比例,邀请专家学者等讲述“孔孟老庄”、金史系列讲座、“传统文化”系列讲座等。《品质生活大讲堂》是面向市民开放的公益性讲座,举办至今,其中有关茶道、古琴、书画、插花、香道、太极等传统文化的分享让参与者赞不绝口。各类讲坛纷纷推出大量传统文化相

关内容,一定程度上在传统文化弘扬传承上起到一种引领的作用,同时也折射出很多人内心对传统文化的需求。如今,越来越多的人对传统文化感兴趣,但却苦于无处学习了解,讲坛为人们接触传统文化打开一扇门。《品质生活大讲堂》相关负责人坦言,在《品质生活大讲堂》开展的多期传统文化活动中,他发现市民对传统文化的渴求度超乎他的想象,尽管他们起初担心如插花、古琴等偏于艺术范畴的传统文化会曲高和寡,但在活动中可以发现,有一批固定的观众,他们对某些传统文化虽然所知甚少,但却十分乐于去学习。

在讲座分享之余,《品质生活大讲堂》现场的互动体验更是让参与者真切感受到传统文化的魅力。和香道师一起体验如何“打香篆”;书法家现场为观众写字进行演示,并对观众现场写的书法作品予以指点;现场学习和体验古琴,以及让古琴家解答学琴过程中遇到的疑问等。《品质生活大讲堂》相关负责人表示,相对嘉宾讲座这种“一言堂”的形式,观众更愿意尝试触摸传统文化,所以讲坛应该要有各种形式的互动。例如《品质生活大讲堂》近期举办的古琴户外活动,大家着汉服、听琴、抚琴,增加了大家对传统文化的兴趣。

挖掘历史故事 打造经典内核

古装剧收视口碑双收 需跳出“套路”窠臼

□本报记者 董盈

刀剑如梦、仙侠传奇,古装剧以其独特的魅力一直以来受到很多剧迷的喜爱。近日,《大军师司马懿之军师联盟》、《楚乔传》等古装剧热播,据了解,《丽姬传》《如懿传》等一批古装剧也是未播先热。近几年,仙侠、玄幻、宫斗等各类题材的古装剧霸屏,其中不乏如《琅琊榜》之类的收视与口碑双收之作,然而,也有不少古装剧打着“古装”的旗号上演着现代偶像剧,因服化道具混乱、忽视历史背景等而为观众所诟病,历史正剧近年来市场上鲜少,而“剧情虚构”的剧集貌似成了市场的主流,古装剧似乎不愁没有观众。然而,各色古装剧“批量”来袭,从近期播出的多部古装剧收视口碑欠佳也可以感受到,热门“IP”、颜值已经不足以成为锁定观众的筹码,古装剧斩获收视与口碑,如何另辟蹊径,跳出“套路”的窠臼还需思考。

人物灵魂立体化 俘获观众靠走心而非炫技

古装剧热并不是一天两天,但值得一提的是,近年来的古装剧制作愈发精良、阵容庞大,堪称古装大剧,内容涉及宫斗、玄幻、仙侠、权谋、穿越等各种题材,唯美的画风、靓丽的服饰、高颜值演员,古装剧看似总能比同期播出的其他类型剧集更加吸引人眼球。然而,很多观众都有这样的感受,古装剧这几年真没少看,但能留下深刻印象的却屈指可数,可以堪称经典的更是少之又少。观众刘扬感慨,像《西游记》或金庸武侠小说这样能让人反复观看的古装剧现在太少了,如果一部古装剧播出过程中不被观众半路弃剧就已经算成功了,更何况看第二遍。

这其中或许有古装剧播出数量攀升、观众口味变得愈发挑剔等因素,一些古装剧尤其是玄幻剧常被吐槽“五毛钱特效”,然而过去很多古装剧的特效更不见高明,却依然被人们奉为经典,这就不得不让人思考,如今的古装剧缺

失了什么?我省作家阎逸认为,这并不是特效的问题,很多古装剧中不乏特效,无论是“五毛钱特效”还是那种极度精致、气势恢宏的特效,它所带来的视觉快感永远都是短暂的,对故事内涵的表达帮助不大。现在的古装剧所缺乏的,也是它正在面临的一个很严重的危机,就是精神层面的问题,是态度和认知的问题。如果对历史、对古代人物缺乏最基本的发自内心的诚意和敬意,演员与剧中人物没有真正融为一体,就很难诠释出经典的角色。孙悟空这个角色之所以是难以逾越的经典,是因为剧中的六小龄童就是孙悟空;周星驰的至尊宝也是经典,那是借用孙悟空在另一个哲学向度上的暗语式戏说,里面包含了神性与人性的种种雄辩。反观现在的某些古装剧,就是现代人穿着古代人的装束在演现代戏。

黑龙江省社会科学院文学所影视文化研究室副研究员张珊珊认为,古装剧是当今影视剧市场非常重视的一块市场份额,制作方的资金投入也相当可观。某些古装剧为了早日收回成本实现盈利,而缺乏打磨一部好作品的基本诚意,使得有些古装剧逐渐成为制作炫技、明星堆叠的空洞符号,人物形象没有立体的灵魂,只是扁平化的呈现;另一方面,部分古装剧淡化了对艺术精神的追求,轻视了对剧作审美精神与文化内涵的挖掘,缺乏人文情怀,没能更深刻地表达人物的内在情感。如果故事过于空虚,离现实生活太远,“外幻内虚”的结果就会造成审美主体与艺术作品的过度疏离,就不能唤起观众的情感共鸣与审美愉悦,也就不能获得观众的喜爱。而一部优秀的古装剧应承担起提升人文精神和大众审美能力的文化责任。

演绎找准切入点 深挖传统文化IP富矿

在崇尚“IP”的影视市场中,很多古装剧均改编自畅销或热门网络小说,中国传统文化其实是古装剧的一个巨大的“IP”资源。据了解,近来诸如《大军

师司马懿之军师联盟》挖掘“三国IP”;《上古情歌》创作源于《山海经》传说;《思美人》讲述中国伟大诗人屈原的传奇人生等。现在的一些古装剧纷纷打出弘扬传统文化这张牌,然而,一些古装剧在剧情上的“戏说”,却让观众对其所谓的弘扬传统文化颇感质疑。

前不久播出的古装剧《思美人》被吐槽,就有专家评价称,“握着一手好牌的《思美人》没能成为有影响力的文化现象,在于该剧对历史文化资源的开发存在创意误区:它以一般青春偶像剧的类型套路来编码历史文化资源,而不是立足于文化资源的特定情境来构建独特的世界观和叙事逻辑,从而导致优秀文化传统资源的庸俗化和单调化。”相比之下,挖掘三国题材,《大军师司马懿之军师联盟》被认为找到了一个全新的切入视角。据报道,南京大学历史学院教授胡阿祥在采访中表示:“三国戏是以战争为主的,但这样的制作成本较高,如果从谋略入手进行创作,描写情节的曲折,这是一个很好的创作思路,也是未来我们电视剧创作的一个方向。”

古装剧该如何挖掘中国传统文化这个大IP,弘扬中国传统文化?在张珊珊看来,中国丰厚的历史文化资源可以说是古装剧创作的富矿,古装剧需要从传统文化中汲取营养,以提升自身艺术品位与文化品格,古装剧对传统文化的影像再现,也是对传统文化的传承与弘扬。基于传统文化制作古装剧,应尊重原作,合理创新,胡乱改编、断章取义会变成低俗媚俗庸俗的变相表达。虽然艺术的真实与历史的真实并非一回事,但过度偏离的再创作不仅冲淡了传统文化,也是对古装剧本身的戕害。对传统文化的现代演绎应不失历史的厚度与哲学的深度,在艺术之美中引人思考,提升心灵境界。另外,民族意象的琴、棋、书、剑等无不蕴含着中国传统文化的古典美,古装剧的画面应着力表达古老东方的个性化色彩,展示东方美学,打造艺术形式与内容完美结合的古装剧佳作。

跳脱言情套路 历史正剧也可精彩迷人

近年来荧屏上架空历史、戏说历史的古装剧占据主流,还有一些打着历史剧旗号的古装言情剧,但真正的历史剧或历史正剧却踪影难觅,近期能回想起来的历史正剧可能还要算《大秦帝国之崛起》、《于成龙》。相比现在的很多古装剧画风色彩明艳、服饰靓丽,印象中的历史正剧为了更贴近历史,在演员服化道上比较单一古朴,台词也比较中规中矩,由于叙事和主题更为宏大,受众范围也较为狭窄,种种原因之下历史正剧常面临叫好不叫座的尴尬,不被“商业资本”看好。

有人说这是当下市场的选择,但也有质疑声称,观众又何尝有选择的余地。观察当下的古装剧,虽然涉及题材广泛,但很多还是陷入“古装爱情偶像剧”的套路。即便历史正剧无法成为荧屏主流,但当下古装剧更需要多元化的存在,而不是一味囿于言情的小格局。“古装爱情偶像剧”盛行,历史剧或历史正剧该如何突围窘境? 阎逸表示,真正的历史要远比剧情迷人得多,也精彩得多,只是没被挖掘出来而已,只要能够真正地了解历史、正视历史、以及恰如其分地还原并深入挖掘,“究天人之际,通古今之变”,历史剧的回归指日可待。当然,这也有待审查制度的改善,编创人员历史意识的提高。但千万不要把历史剧拍成“偶像剧”,因为那恰恰意味着传统文化的丧失。

有观众直言,“国内目前不存在任何一部历史正剧,我们看到的都是‘伪剧’,或者只能将其笼统地称之为历史剧,是正史、野史、民间传说和编剧所谓‘合理化虚构’的混合体”。历史剧《大军师司马懿之军师联盟》播出后虽好评如潮,但剧情的改编部分也引发观众热议。对此,该剧导演张永新表示:“带有温暖历史主义色彩的轻松化,这个就是我们创作初衷”。有影视研究专家指出,历史剧终究不是历史书,更不是历史教科书,即便是那些历史正剧,也有诸多想象、虚构。创作者要敬畏历史,正确处理历史真实与艺术虚构的关系。



《大军师司马懿之军师联盟》剧照。



《大秦帝国之崛起》剧照。



《思美人》剧照。