

热点追踪

站在2022年岁末,我们回望过去这一年,那些引发社会广泛关注和舆论热议的文化事件,或许曾经为我们的生活带来一抹暖意,或许成为改变我们前进步伐的契机,或许正是你我的亲身经历并由我们助推了它的生长,亦或仅仅是我们茶余饭后的一段谈资。然而,在四季轮转的时光中,这些曾经的文化热点都将慢慢沉淀、碰撞、交融,成为我们文化生活的组成部分,并或多或少影响着未来的文化趋势。与此同时,这些文化事件,也将带着由我们共同参与书写的独特时代烙印,成为我们共同的文化记忆。



2022年文化热点事件盘点

文化记忆由你我共同书写

本报记者 胡春萌 徐雷霏 张洁



以科技赋予文物“新生”

考古与文博新科技助力文化生生不息

2022年,我国考古领域收获了多项重大发现和突破性进展。这些项目从立项、实施到保护、研究、展示的全过程,处处体现着科技对考古发掘和文物保护的重大意义,让今天的人们可以更多元、更细致地了解中华大地上发生过怎样的故事。不仅如此,这一年,我国文博事业发展取得了显著成绩。博物馆利用新技术手段,开发博物馆文创,创新传播形式,推动文物合理利用,让收藏在博物馆里的文物活起来,不断扩大中华文化影响力。

长江口二号古船时隔150多年重见天日

11月21日凌晨0时40分,长江口横沙水域见证了我国水下考古的历史性突破。22根巨型弧形梁组成的长48米、宽19米、高9米、重约8800吨的沉箱装载着古船,经过近4小时水下持续提升后,在打捞工程船“奋力号”中部水池缓缓露出水面,古船桅杆清晰可见,古船时隔150多年重见天日。11月25日下午,专用打捞工程船“奋力号”装载着长江口二号古船,平稳进入上海船厂旧址1号船坞内。古船弧形梁沉箱精准地落座至预先浇筑的马鞍座上,标志着长江口二号古船整体打捞工作圆满结束,进入古船考古发掘、文物整体保护、博物馆规划建设的新阶段。

浑水环境是中国乃至世界水下考古发展至今最难跨越的瓶颈。在水下考古工作启动之初,上海市文物局组织国家文物局考古研究中心、上海市文物保护研究中心、上海大学、国家水下文化遗产保护宁波基地等机构的考古工作者与科技工作者开展跨界合作,联合攻关,自主研发了获得国家专利的“浑水水域水下成像装置”,开发了“机器人水下考古装备关键技术与应用”,综合运用无人艇、多波束声呐、侧扫声呐、浅地层剖面仪和磁力仪等海洋物探设备,对长江口水域开展水下调查,科技创新融合发展成为发现长江口二号古船最重要的因素。

在国家文物局同意采取整体打捞方式对长江口二号古船进行保护后,上海市文物局会同交通运输部上海打捞局,集成当前世界最先进的打捞工艺、技术路线、设备制造,最终研究并形成了世界首创的“弧形梁非接触文物整体迁移技术”来打捞这艘古船。此外,为了平稳安全提升弧形梁形成的沉箱并顺利将其护送至船坞,创造性地设计并建造一艘专用打捞工程船“奋力号”。

三星堆又上新了

6月13日,四川省文物考古研究院在四川广汉市公布了去年9月以来三星堆遗址的最新考古成果,数件造型奇特的“上新”文物丰富了三星堆遗址的铜器类别,呈现出更加丰富的种类和文化内涵,既体现了中华文明的多样性和丰富性,又见证了中华大地各区域文明早期交流互融,为中华文明多元一体增加了新的实物证据。

研究也在紧锣密鼓地进行中。据了解,包括考古学、历史学、物理学、化学、古生物学、古地质学、古环境学等在内的多个领域学者,近200人参与了三星堆的现场发掘、科技考古以及文物保护工作。

国博文保成果展展现科技力量

今年恰逢中国国家博物馆建馆110周年,展馆推出了以文物保护为主旨的“片羽重辉——国家博物馆文博成果展”。展览以精心修复过的妇好墓司母戊鼎、庚子鼎等一级文物“领衔”,将史料档案、文物原件、复制品、标本、修复工具、仪器设备等各类实物有机结合,再现了中国国家博物馆建馆110年来关于青铜器、书画、文献等文物的修复、复制技艺及其成果,各个时期文物保护理念与技术的发展进步,精彩的展示、专业的表达、生动的科普,吸引了各界观众。

此次展览通过“业界先声”“巧技天工”“斐然成章”“敏行致远”“观往知来”5个部分,系统梳理了国家博物馆100多年来在文物保护方面付出的努力和取得的成果,展示了文物保护理念与技术的发展进步,体现了不同时期文物保护的特点与突出成就。

现代科技的应用是文物保护的重要手段,传统修复技艺与现代科技手段互为补充、相得益彰。近年来,我国文物工作跨学科、跨领域合作深化,“科技含量”显著提升。例如,古代壁画保护、陶质彩绘文物保护等领域技术水平进入国际第一梯队,碳十四测年、DNA分析等实验室考古技术填补多项学术空白,馆藏文物智能展柜等专有装备达到国际领先水平。透过这次展览,观众看到了中国国家博物馆推进文物保护新材料、新技术、新手段应用,强化预防性保护、改善文物保存环境,依托“智慧国博”逐步实现文物保护智能化的努力和阶段性成果。

此次展览还通过营造修复、复制场景来还原传统文物保护技艺,通过新旧仪器的对比来反映文物保护设备的发展进步,并设立互动体验区,让观众亲身体验文物保护过程。

中国国家版本馆落成开放

中国国家版本馆7月23日举行落成典礼。7月30日上午,中国国家版本馆开馆暨展览开幕式在中国国家版本馆中央总馆举行,三个分馆同日举行开馆暨展览开幕式。中国国家版本馆是国家版本资源总库和中华文化种子基因库,由中央总馆文澜阁、西安分馆文济阁、杭州分馆文润阁、广州分馆文沁阁组成,历时三年建设目前均已竣工。开馆后将全面履行国家版本资源保护传承职责。国家版本馆是新时代的国家文化殿堂,也是传给后世的文化宝藏。

国家版本馆中央总馆展览策划实施组组长吴笑天表示,国家版本馆是新时代标志性文化传世工程。建成开放后的中国国家版本馆“一总三分”将全面履行国家版本资源规划协调、普查征集、典藏展示、研究交流和宣传使用的职能,是国家版本典藏中心、展示中心、研究中心、交流中心和国家出版信息管理中心。中国国家版本馆的“一总三分”,共同构建中华版本资源保护体系。“中央总馆是国家版本资源总库,加挂副牌——国家版本数据中心,将牵头承担国家版本资源规划协调的职能。三个地方分馆是国家版本总馆的异地灾备中心和区域性版本资源聚集中心。”

中国IP绽放文化大美 寻找古老东方意蕴的现代输出

从北京冬奥会“一墩难求”,“青绿腰”被争

相模仿,到由“二十四节气”“中国传统制茶技艺及其相关习俗”申遗成功带来的一波波传统文化热潮,中国IP正在以更多元、更有趣、更现代的方式,展示着中国文化旺盛的生命力。

《只此青绿》从“中国美学”中寻根与创新

在2022年央视春晚上,以北宋画家王希孟的千古名画《千里江山图》为创作背景的舞蹈诗剧《只此青绿》惊艳了全国观众。《只此青绿》的出圈,带火了“青绿腰”,让线下演出一票难求,由此衍生的各种周边文创产品也成为热销品。

其实,以《只此青绿》为代表的国潮文化,已经不是第一次出圈。如2021年河南春晚的《唐宫夜宴》,B站的《国潮盛典》,综艺《上新了故宫》,早已成为青年人潮流服饰的汉服、唐装等。大众在日常生活中,有了更多充分感受“中国美学”意蕴的机会。不同艺术形式在审美领域进行“转化”,让流传千年的中华大美,以现代人喜欢看、看得懂、理解得了的方式,出现在当下公众的视野之中。

“熊猫”IP给世界“萌萌哒”温暖

2022年开年,冬奥会吉祥物“冰墩墩”在开幕式露脸之后,无疑成为了新一代网红。探究“冰墩墩”火爆背后的缘由,既有冬奥会的热度加持,又有新兴潮流市场和网络流量经济的助力。

冬奥会具有先天的流量优势,“冰墩墩”作为冬奥会吉祥物,其文创产品也带来了巨大的经济效益。根据阿里《虎年春节消费趋势报告》显示,开幕式当晚,超100万网友率先涌入奥林匹克官方旗舰店,关于“冰墩墩”的周边产品几乎秒空,单日销售额将近300万元。此外,根据微信指数显示,2月3日“冰墩墩”关键词指数出现异动,指数日环比高达359.57%,冬奥开幕后“冰墩墩”热度持续攀升,7日指数日环比达到27.31%。

冬奥会掀起的“冰墩墩热”,也许只是近年来国内日趋庞大的文化IP市场的冰山一角。冰墩墩并不是从诞生之日起就“一墩难求”的,在北京冬奥会举办期间,冰墩墩的火爆是设计、营销、信息传播综合作用的结果。从亚运会的“盼盼”到冬奥会的“冰墩墩”,憨态可掬的大熊猫是来自中国的,却有着世界公认的“萌物”形象,让熊猫IP天然具备通行世界的文化符号和语言。刚刚落幕的卡塔尔世界杯期间,大熊猫“四海”和“京京”在多哈的动物园与观众见面,于是卡塔尔掀起了一场“熊猫热”,“四海”和“京京”还成了卡塔尔世界杯的“编外吉祥物”。

如今,以冰墩墩为代表的熊猫IP,已经成为中华文化的一部分,向世界展示一个温暖、友爱、包容的中国文化形象。

纪念中国动画百年的美美与共

自1922年,万氏兄弟在上海制作第一部动画广告片《舒振东华文打字机》正式拉开了中国动画的百年序幕。今年很多纪念中国动画百年的活动轮番上演,也出现了很多致敬中国动画百年的文艺作品。

年初,在动画电影《我们的冬奥》中,北京冬奥会吉祥物“冰墩墩”和冬残奥会吉祥物“雪容融”与诸多中国经典动画角色进行欢乐的“同场飙戏”。《我们的冬奥》集结了《熊出没》《大闹天宫》《大耳朵图图》《非人哉》和木偶动画等中国经典动画的角色形象。影片中近50位知名动画形象角色横跨“60后”到“10后”的中国经典动画,代表了中国人几代人的童年回忆。

年末,一幅《妙笔生花》的海报和一首《美美》的歌曲一经发布,便吸引了热爱动画、音乐人群的关注。《妙笔生花》海报参考敦煌九色鹿壁画,融合几十部中国动画IP,以一副群像展现了中国动画“探民族风格百年路,绘共绘中国气派”的行业发展史。《美美》由上海美术电影制片厂与顶级唱将周深联合推出,周深作为“中国动画百年致敬人”,将少年们的心声汇聚成一首歌,致敬中国动画百年,此后,在金鸡奖颁奖典礼上,周深再次唱响了《美美》这首歌。

歌曲《美美》取自“美美与共”,寓意中华文化美美与共,和而不同,同时链接具有民族风

格的“中国美术动画片”。中国动画已走过匆匆百年,在岁月更替中破茧化蝶,在世界动画中绽放,一首《美美》,唱出中国动画百年美美与共。

主旋律影视剧交出满意答卷

现实题材彰显对生命的情怀与思考

2022年,涌现了很多优秀的国产影视剧,尤其是现实主义题材剧目,获得了市场与口碑双丰收,让人们在世间烟火中思考生命的价值。

《人世間》感受烟火里生命的升腾

今年央视的开年大戏《人世間》,让人看得感动、揪心、共情。电视剧《人世間》改编自梁晓声的《茅盾文学奖》获奖同名小说的。在这部跨越50年历史的现实题材当代大剧中,人人都是主角,每个人都能在剧中找到自己的影子,用真实感人出圈,引发全年龄层感慨。剧中人物无论大小,都是丰满、完整的,主角没有光环加持,配角没有工具化,这部以普通中国家庭生活为白描对象的电视剧,让观众收获了久违的感动。

作为一部现实主义题材作品,这无疑是一部经得起时代考验的佳作。《人世間》将烟火气浓浓地笼罩在剧情之上,用人情味串起时代的脚步。温暖的故事、美好的光影将人世间的真情,将岁月的流光溢彩奉献给广大观众,引起了更多人的情感共鸣,凝聚了更多人回望来路的目光。

《人生大事》聚焦对死的敬畏和对生的渴望

一部聚焦“殡葬行业”,以生死为引,讲述社会底层小人物如何“相互救赎”的国产现实主义题材电影《人生大事》,将镜头对准人们都会接触到,却无人关注过的特殊行业——殡葬师,透过他们的视角展现人在直面生死时,对死的敬畏和对生的渴望。“人生除死无大事”,当观众以为这会是一部以悲伤和离别为主基调的电影时,却不曾想竟被一群勇敢死亡“最近”的人之间的温情所治愈。

影片《人生大事》由韩延监制,刘江江编剧并执导,朱一龙和小演员杨恩又领衔主演,上映首个周末便创下2.4亿元的票房佳绩,豆瓣评分7.5,收获不俗口碑,累计票房超17亿元。朱一龙凭借电影《人生大事》中“莫三妹”一角,荣获第35届“金鸡奖最佳男主角”的称号。

导演刘江江也在采访中表示,《人生大事》是站在人生的终点去讲述该如何好好地活着。在经历了疫情的考验后,人们才真正体会到生命的无常,因此刘江江也希望通过这部影片表达对“生与死”这个永恒议题的看法,呼吁人们珍惜当下美好的生活,珍惜身边的亲人与朋友。

其实不难发现,近年来,以市井小人物为创作原型,讲述他们是如何在艰苦的环境下顽强生存的现实主义题材电影屡创佳绩。创作者将镜头对准那些生活在社会底层的人,他们虽然生活艰难,却从没有放弃生存的希望,这样的精神也鼓舞了每一个在奋力拼搏的人们。根植现实、取材生活、触及社会焦点问题,中国现实主义电影创作的叙事策略已然呈现出越来越多元的面貌。

《万里归途》中思考爱与责任

《万里归途》以10.23亿元的票房成绩,成为今年国庆档的票房冠军。《万里归途》影片中的异国他乡,有枪战、有炮火、有烧毁的房屋,有一些人,手无寸铁却又义无反顾,胆怯却在最前方。在《战狼2》《红海行动》后,观众再一次看到了独特的中国式撤侨。中国式撤侨,从来就是一诺千金,再远、再难、再险,也一定会带着同胞走出一条回家路。

《万里归途》首次聚焦中国外交官撤侨幕后,影片改编自真实事件。导演饶晓志公开表示,“最打动我的,是真实撤侨的外交官们,他们在生活中是普通人,是父亲,是丈夫,是儿子,但职责要求他们冲在第一线。”一位外交官,他并没有那么大的武力值,他是通过一个什么样的方式,能够把这么多的同胞,从一个战火纷飞的国度,平安带回到我们自己的祖国,过程肯定充满了各种危险。”饶晓志说。

多年来,主旋律电影正在慢慢跨出固有的模式。《万里归途》完成了主旋律类型片由宏大叙事到个体小我的转化,在《万里归途》中的外交官是

“灰头土脸”的,他也会胆怯、会恐惧、会想要放弃,甚至还有中年危机,全片几乎没有工具人出现。《万里归途》中的英雄主义更加中国化,可以说是委婉与含蓄地表达着坚定与勇敢。

影片的最后,宗大伟带领125名同胞成功返回中国,春节的鞭炮响起,家门外贴着的春联和福字。在“撤侨”主线的铺陈下,对于战争的反思,对爱与担当的探讨,才是影片留给观众的开放式“问卷”。

云端剧场助力演艺经济 线上直播打破文化展会时空限制

近年来,云端剧场、线上演出,已然从因疫情的“不得已而为之”,发展为演艺经济带来新增量。不仅是一些演出和艺术展演活动会选择线上线下同时进行,线上独家演出也成为迅速发展的新型演出方式之一。

“云端演出”为演艺经济带来新增量

11月8日《2022抖音演艺直播数据报告》发布,报告中公布:过去一年,包括戏曲、乐器、舞蹈、话剧等艺术门类在内的演艺类直播在抖音开播超过3200万场,场均观众超过3900人次。线上直播正在成为文化演出行业的“第二舞台”,为演艺经济带来新增量。数据显示,抖音非遗类直播每天开播1617场,打赏总收入同比增长533%。在直播间听戏曲、赏民乐、看演出成为新潮流。直播打赏也为演艺经济注入新的生命力。报告显示,近一年,抖音演艺类直播打赏收入同比增长46%,超过6万名才艺主播实现月均直播收入过万元。

9月3日,刘德华线上演唱会《把我唱给你听》启幕,不到半小时在线观看人数破亿。从2020年开始,线上演唱会走进大众视野,两年来,李健、孙燕姿、梁静茹、陈奕迅等轮番线上开唱。各大音乐平台和出镜平台纷纷布局线上音乐会,为线上演唱会的发展添了几把火。

比如,腾讯音乐旗下的“TME live”,两年共举办120场线上演出,邀请300余位音乐人,包括张杰、五月天、崔健等知名音乐人。抖音也推出出镜厂牌“DOULive”,“DOULive沙发音乐会”两周共计超50位华语乐坛音乐人参与其中,累计66场出镜Live;网易云音乐在2022年推出线上演出品牌“云上LIVE”,截至今年8月,线上演出超过60场。此外,还有爱奇艺娱乐“LIVE计划”、摩登天空“草莓星云”、大麦及优酷“平行表现现场”、快手“云歌音乐周”、B站“宅草莓音乐节”等。

超3亿人次云享第十三届中国艺术节

9月15日晚,第十三届中国艺术节在河北雄安新区闭幕。本届艺术节汇聚全国78家文艺院团,112个基层文艺团体近2万名文艺工作者,荟萃81台舞台艺术精品、145个群众文艺作品、32个合唱团和1007件美术、书法篆刻、摄影作品。近20万人次走进剧场、美术馆、博物馆、展览馆,超3亿人次共赏云端乐享艺术节。

据悉,本届艺术节集中展示了一批艺术精品,共有80余台优秀剧目完成158场线上线下精彩演出。舞剧《张骞》以线上演出的形式进行,回望千年丝路的历史行走;歌剧《红船》通过线上直播方式,展现中国共产党建党成立这一伟大历史事件……话剧、京剧、歌剧、舞剧、音乐剧,不同艺术门类的演出,通过各大新闻网站、直播平台进行线上直播,让人民群众打破了时间和空间的限制,实现了不出家门免费尽享精彩剧目的愿望。

“本届艺术节以‘创新传播,促进文旅融合’为重要特色,利用‘互联网+’模式,构建集成化展示、分众化传播的直播直播平台矩阵。建设‘云剧场’,举办‘云展览’,打造数字化展示示范项目,加强展演展览、文创交流、文旅路线的宣传推广。”文旅部艺术司一级巡视员周汉萍说。

第十一届中国儿童戏剧节 线上线下汇演45部精彩好戏

由中国儿童艺术剧院主办的第十一届中国儿童戏剧节7月15日晚在北京开幕。戏剧节以“享受戏剧 健康成长”为主题,通过线下展演、线上展播、戏剧活动等多项内容,满足各个年龄段观众的艺术需求。

本届戏剧节共汇聚了中外25家儿童戏剧团体的45台展演剧目,在全国13省的20个城市24家剧场线下演出31部剧目134场;来自国内外的18部优秀剧目在中国儿童艺术剧院快手号、抖音号、视频号以及光明网、文艺中国、文旅中国等平台同步公益展演18场,供全国儿童青少年观众线上免费观赏。

第九届中国戏剧节 全国观众线上观看青年竞演直播

11月25日第九届中国戏剧节正式拉开帷幕。本届戏剧节以“丰”为主题,除了22部特邀剧目63场演出,还有18部青年竞演、两千余场古镇嘉年华、4个戏剧工作坊、10场朗读会、11场小镇“对话”,以及特别策划戏剧集市等各种丰富活动。本届乌镇戏剧节还举办11场名家云集、内容精彩的“小镇对话”,共同探讨中国戏剧乃至世界戏剧的发展。今年乌镇戏剧节还在官方抖音号对青年竞演的演出和11场小镇对话进行线上直播,并在官方微博对两场“白日梦朗读会”进行线上直播。无论戏剧爱好者身在何处,都可与戏剧节现场观众一起参与戏剧活动,共同感受戏剧盛会。

结语: 美好由你我一起书写

今年,我们一起欣赏了欣欣向荣的文化风景,也经历过违法失德艺人“被判刑”“被罚款”和“从娱乐圈消失”;我们一起为优秀的文化作品点赞,也用“举报”和“吐槽”,促使“雷区蹦迪”“突破底线”的“垃圾”下线;我们一起推动教材插图整改工作,一起见证国家重拳整治网络直播、短视频领域乱象……道路总有崎岖,健康的文化产业、事业、美好的文化环境,由我们每一个人共同建设、共同守护。在新的一年里,崭新的文化记忆将继续由你我共同书写。