

海派年味渐浓时



市社联、市精神文明办联合举办“我们的节日·春节”主题展览迎来第三个年头,持续推动传统节日文化的社会化、大众化延伸。

今年的展览有何新的巧思,体现出怎样的策展理念?记者前往本次展览的主展区上海图书馆东馆,采访了策划人上海社会科学院民俗与民间文学研究室主任毕旭玲。



本报记者 柳森

传统文化 焕发活力的重要动力

城市周刊:很多市民认识您,是因为您对中华创世神话、上海民俗与民间文学的专业解读,却不一定知道,您还担任上海社会科学院“我们的节日”系列主题展览的策划人。您已连续三年通过自己策划的“春节篇”与市民共度新春佳节,有什么感受可以和大家分享吗?

毕旭玲:我的本职工作是围绕上海民俗与民间文学展开学术研究,以往的工作方式属于“学院派”,能够通过参与“我们的节日”系列主题展览的策划走近公众,推动传统节日文化社会化、大众化,感到很荣幸。

一路走来,“我们的节日”系列主题展览已经围绕上海社会科学院的中华传统节日谱系走完了两轮,走入第三个新春佳节。

过去几年,我最深切的一个感受是:年轻一代的助力,已成为我国优秀传统文化在今天能够焕发活力最重要的动力之一。无论是“国潮”兴起,还是带有传统文化元素的产品、活动、文旅项目受到欢迎,都离不开年轻一代的喜爱。

我分析过年轻人热衷“国潮”的原因。简而言之,第一,这是我们的国家和社会的方方面面发展到一定阶段的结果。

我们常讲的“文化自信”,是要靠物质基础去支撑的。当如今的年轻一代拥有了父辈不曾拥有的物质条件,“仓廪实而知礼节”,他们开始认真地关注、欣赏、热爱自己国家的传统文化。对于那些带有传统文化元素、国潮元素的产品、活动、文旅项目,他们是拿出了真金白银来消费和支持的。

第二,当下已经处于一个年轻人引领审美的时代。一方面,年轻人逐渐成为消费的主力,他们愿意为什么付出时间和金钱,什么就会被市场看好;另一方面,除了必要的功能性消

费,他们比过往任何一代人都更愿意为满足自己的情绪价值买单。

这里所说的“情绪价值”,既可以体现为获得心情和审美上的愉悦,也可以体现为开始享受文化带给他们的心灵上的触动。

就拿一些年轻人喜欢穿各式各样的汉服来讲,尽管从研究者的角度来看,会觉得有些搭配不怎么准确,但因纯粹的喜欢、欣赏而购买,本身就是一个很好的开始。

很快我们就会发现,爱好者开始提升认知、深入探究。他们中的一些会成为专业的研究者,一些会加入相关行业成为从业者、创业者,进而成为专业团体、机构的一员。当他们的眼光越来越独到,对产品的需求和品鉴开始细分,我们的传统文化就有了更好地传承下去的土壤。

也是因为认识到了这一点,我们这几年的策展工作,都是奔着促成上述土壤的生成去的。

扎根海派特色 打磨互动与传播细节

城市周刊:“春节篇”进入第三个年头,作为策划人,您会有创新上的压力吗?

毕旭玲:这个倒没有,因为传统文化中关于春节的材料实在是太丰富了。考虑到展示内容在深度与广度上的合理搭配,我们会将三至四成最经典的内容保留下来,在表达方式和互动细节上有所创新,全新的内容占六至七成。

事实上,年味一定是在传统意义上的家庭、家族观念延续得越久的地区越浓,上海作为一个人口流动性强的国际化大都市,在这方面不占优势。我们的优势在于市民见多识广、在年节期间参与公共文化活动的积极性强,对有趣、有创意的互动体验充满了好奇心和探索欲。

基于这一点,今年的春节主题展主要通过三大板块呈现传统沪上春节的独特风貌,展现上海风情与时代气息。

我们的春节主题造景区沉浸式还原老上海年俗场景,设有“猜腊八粥料”“送灶王”“扎老虎柏子花”“抽福卡”“年画拓印”“接财神”“走三桥”等趣味互动装置,希望能够让市民在亲身体验的过程中,重拾地道的上海年味。

主展区以8个问题为线索,从学术的视角图文并茂地展示老上海春节浓厚的仪式感与趣味性,按时间顺序,揭开从腊八到元宵完整的春节民俗文化谱系。

“年画里的春节”板块在集中展示具有海派特色的上海月份牌年画的同时,邀请山西省省级非物质文化遗产绛州木版年画参展。很多观众反映,看完上海的再看山西的,细品两地相近的年画主题下各具特色的绘画技艺与文化表达非常生动有趣,令人大开眼界。

城市周刊:在今年的主展区,有哪些亮点是您个人特别推荐的?

毕旭玲:今年的“送灶王”场景是一个亮点。我们专门为灶王设计了卡通形

象,并突出了上海人祭灶的三种必备食品老菱、茨菇、芋艿。这三种食品的名字在呼应了沪语“老灵”“是格”“唔呐”的同时,体现出上海人富有创造性与幽默感的生活智慧。

另一亮点是我们展示了上海独有的“兜喜神方”。其他地区盛行在大年初一这天按照历书上写的喜神的方向出门“走喜神方”,唯独上海人管这个叫“兜喜神方”。背后的历史细节是,上海马路弯弯曲曲,出门后无法直接向喜神的方位走,只能兜个圈子找到喜神所在方位。而且,上海较其他地区更早进入汽车时代,时髦的上海人大年初一乘着汽车“兜喜神方”,速度快、风急,便有了“兜风”的说法。

再有一个亮点是每次布置节日展,我们都会从古籍中精挑细选出有吉祥寓意的图案、纹样、字句刻章,到今年,攒起来的印章已经“蔚为大观”,于是,我们专门安排了两个小桌子,摆在显要的位置,供喜爱盖章的市民留念。

上海社会科学院春节主题展沉浸式还原老上海年俗场景。图为孩子们在现场体验“年画拓印”,通过亲手制作重拾地道的上海年味。

“阿拉一淘兜喜神方去”互动装置在营造欢乐的节日气氛的同时,为市民带去有趣的民俗知识。

展览期间,美罗城标志性球形投屏装置也来参与互动,专为本次活动设计的数字年画动漫光彩夺目。

本版配图均为资料图片

每一个枢纽、商圈的特点准备对应的文字内容和互动环节设计方案,由市精神文明办的同志联合有关单位在全市13个点位落地。

相比主展区,分展区的内容更注重用现代化的表达激活传统文化元素。以美罗城分展区为例,我们在1到5层设置了趣味造型展板,并通过数字年画动漫投屏、线上送福卡、现场领取“通关文牒”、敲响“财神家的门铃”等多元形式,对传统年画、门神画、古代风俗画、老商标中的节日元素等,进行创造性转化,让市民在沉浸式体验中,感受海派文化的独特魅力与时代新意。

美罗城分展区被纳入徐汇区新春国风季文明实践系列主题活动。在现场,不乏国潮游戏Cosplay、打卡、猜谜、非遗体验等互动环节,还有米哈游原神“派蒙”现场与观众就展览内容展开“快问快答”等青年群体比较欢迎的互动方式。

作为核心的文化内容的提供方,我们努力确保文字部分的准确性,坚持使用可靠且有出处的民俗图像,以实现“一地一品、遥相呼应”的传播效果保驾护航,为建构“学术引领+文旅商体展融合+数智场景+公众参与”的传统节日活化传承与社会教育体系,迈出了的一大步。

有了今年的尝试,我们对真正地让学术为社会发展服务的信念更坚定了,也更充分地体会到了传统节日活化传承的重要性及其深远的意义——中国传统节日里不仅有我们世代传承的生活智慧、文化认同,更有我们整个民族对美好生活的期许、对上进心的召唤,构成了个体与个体之间,个体与社会、民族、国家之间的情感联结。

开展传统文化的教育跟普及需要久久为功。为了让更多的人接触到优质的传统文化、激发起想去探究一番的愿望,我们还要多下功夫,继续努力。

提炼最有趣的点 用最生动的方式表达

城市周刊:今年的春节展还有一项重大举措:走出主展区上图东馆,形成了覆盖虹桥机场、松江枢纽等交通枢纽,环球港、美罗城等核心商圈,今潮8弄、朱家角、豫园等文旅空间的立体展示网络。怎么萌生这一想法的?

毕旭玲:经过了两年多的探索,我们深感当前的知识、文化传播格局已经发生了深刻的变化。传统的学术策展十分注重知识的专业性、权威性、系统性,但缺乏走向更广泛受众的机会,以及“提炼最有趣的点,用最生动的方式表达”的功力。

在市精神文明办的大力促成下,“我们的节日·春节”主题展首次走出上海社会科学院,尝试构建了“主展区+分展区”的链式联动传导模式。

基于这一基本框架,我们团队根据

观察

点亮年俗,让年味生生不息

孔德淇

当旧年俗遇上新时代,年味该如何延续?文化该如何传承?这个马年春节,国家博物馆“一匹黑马”、山东美术馆“马彪彪”、非遗竹艺与琉璃文创接连走红,让古老文脉融入当代场景,新年俗破土而出,新年味滋润人心。

国家博物馆三彩黑釉陶马化身毛绒挂件,轻拍便传出马鸣之声,引得网友争相体验;齐白石笔下奔马演绎为“潦草但自由”的“马彪彪”,被年轻人调侃造型、编创剧情、二次创作……这些文创并非简单照搬古物,复刻旧俗,而是精准契合当代人的情感需求。它们卸下文博艺术“高高在上”的严肃感,打破传统文化“晦涩难懂”的距离感,以萌趣、治愈、互动、解构的表达,让千年文物、经典画作、非遗技艺走进日常生活、火遍社交媒体。

无论年味形式如何迭代更新,团圆祈福、迎新盼安的核心内涵始终未变。文创年货的走红,背后是公众对文化内涵的主动追寻,是精神需求超越物质满足的必然选择。

“一匹黑马”藏着唐代骏马的昂扬气度,“马彪彪”透着写意中国画的洒脱神韵,竹艺扎刻马车延续匠人匠心,琉璃“马上开心”寄托新春吉语。文创没有消解传统,反而以更轻盈、更现代、更具互动性的方式,把祈福文化、生肖文化、非遗文化、文博文化重新带回春节现场,让年俗从被动遵守变成主动选择,从仪式流程升华为情感共鸣。

文创产业的蓬勃兴起,既是消费潮流的深刻转向,更是文化活力的生动彰显。郑州考古文创雅集、大同沉浸式灯会,各地非遗体验活动遍地开花,文博机构、非遗传承人、市场主体同向发力,将文化资源转化为优质产品,将审美意蕴转化为市

场竞争力,将传统年味转化为新兴消费热点。这背后,是国潮崛起的时代大势,是年轻人对本土文化的由衷认同,更是中国经济向高质量、高附加值、高文化内涵转型的鲜活注脚。

产业有活力,文化才有生命力;市场有认同,自信才有硬支撑。文创不是“小而美”的点缀,而是文化传承、产业升级、消费升级同频共振的重要载体。

老祖宗留下的年俗,是温暖厚重的文化根基;新时代孕育的文创,是蓬勃向上的时代新芽。真正的传承,不是把传统束之高阁、原封不动供奉,而是让其适应时代、融入日常。守正不守旧,创新不去根;传统不陈旧,新潮不肤浅,这才是文化传承的长久之道。

马年文创的奔腾之势,正是最好证明:古老文化一旦遇上当代创意,便能迸发出穿越时空的生命力;传统春节一旦接入年轻潮流,便能焕发出永不褪色的新年味。

李荣添

“春听鸟声,夏听蝉声,秋听虫声,冬听雪声”,张潮在《幽梦影》中描绘的“四时听声”,不止于描绘文人的闲适雅趣,也让我们蓦然洞悉一个被文字与屏幕长久遮蔽的真相:在人类漫长的认知长河中,耳朵曾是最重要的求知感官之一,声音也是人类知识最原始的载体。

如今,数字技术与多模态文献让“听书”再度走向日常,虚拟现实等构想更指向一个通过“声景”沉浸认知的未来。在此背景下,一些图书馆已不满足于充当静态的“知识仓库”,而是悄然转身,步入一个充满新叙事可能的声景诗学空间,续写那始于耳畔的古老求知故事。

“声景”这一概念由加拿大作曲家雷蒙德·穆瑞·谢菲于1976年提出。他将“声景”定义为环境中的音乐,认为除噪声外,一切声音皆可构成具有美学意涵的听觉景观。由此延伸的声景设计,

是对听者、声音与环境三者互动关系的系统性构思与营造。

有趣的是,相关实践其实早已萌芽。1968年,曼彻斯特中央图书馆设计了一道四层“声学滤网”,从外而内,密集的灌木篱笆、高大的银杏树阵、起伏的草坡与樱花,再到静谧的水面,层层过滤、转化了来自城市的噪声。最终,抵达读者耳畔的,不再是车马喧嚣,而是风吹树叶、鸟鸣蛙唱与潺潺流水交织成的自然交响。

在南京金陵图书馆一例中,它并未筑起高墙以隔绝市声,而是匠心独运地设计了一道四层“声学滤网”。从外而内,密集的灌木篱笆、高大的银杏树阵、起伏的草坡与樱花,再到静谧的水面,层层过滤、转化了来自城市的噪声。最终,抵达读者耳畔的,不再是车马喧嚣,而是风吹树叶、鸟鸣蛙唱与潺潺流水交织成的自然交响。

活动并未止于瞬间的互动。一个月后,获奖者的读后感化作公众号上的铅字文章,将那天被音乐点燃的阅读火花,延续为一场持续的文字对话与思想分享。如此一来,声音成了最动人的书单,旋律成了最有效的导读。

当代图书馆正悄然步入一场深刻的“听觉转向”。这并非对阅读的背离,而是一次本质的回归与拓展——它唤醒了知识最古老的载体,让曾被文字定格的思索,再度在声音的温度与共振中鲜活起来,成为激活文本、连接社群、孕育新知的诗意媒介。

可听的风景孕育新知的诗意