



甘肅日報

康巴周末

文化视线

2018年8月31日 星期五
责任编辑 董建仁 校对 朱雪琴

| 奥 | 秘 | 巡 | 游 |



恐龙来了

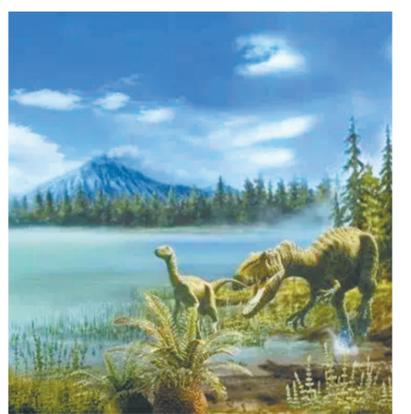
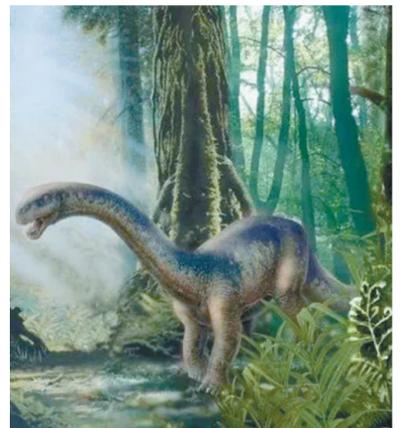
◎潘敏

9月3日，一场名为“穿越之行——自贡恐龙康定特展”的展览将在甘孜州民族博物馆举行。这些张牙舞爪的庞然大物突袭康定，为迎接同学们的开学季，也为第十五届四川省少数民族运动会召开增添了更为热烈的气氛。

这些恐龙标本们可是大有来头的。早在三十年前自贡恐龙博物馆的恐龙标本们就随着博物馆的工作人员飘洋过海，辗转于七大洲四大洋，出尽各种风头，见过世面无数。这一次，它们又跟随着工作人员来到了四川省西南边陲，情歌故里——康定市。

早在今年的四、五月，甘孜州民族博物馆的工作人员就会同自贡市博物馆开始“秘谈”此次展览，经过谈判、协商、实地查勘，根据展厅实际情况，为甘孜州民族博物馆量身定制出最为贴切的一套方案。这次展览将会特别展出和平永川龙、合川马门溪龙、建设气龙、太白华阳龙、鹦鹉嘴龙、李氏蜀龙、中国双脊龙等等。同时还有各类标本展品，特别值得一提的是和平永川龙，它是当之无愧的侏罗纪“恐怖分子”。头骨长超过一米，血盆大口长满了匕首状的尖牙，是侏罗纪时期四川盆地最恐怖的肉食龙。此标本几乎100%保存，堪称世界级珍品。这些恐龙们第一次来到海拔2800米以上的高原，希望通过此次机会让甘孜州内公众，特别是青少年有机会目睹恐龙的真面目，进一步激发大家探索自然科学知识的渴望。

据了解，目前此次展览正在紧锣密鼓的布展当中。



自贡市恐龙博物馆供图



普礼佛图 甲央尼玛绘

| 文 | 化 | 专 | 列 |

非遗文化如何传之有道

◎范周

目前，我国进入各级非物质文化遗产代表性项目名录的非物质文化遗产达10万项，其中国家级的有1372项，39项非遗入选联合国教科文组织非物质文化遗产名录。在注意力成为稀缺资源的当下，“酒香也怕巷子深”，非遗传承既需要保护凝聚先辈智慧的传统技艺，也需要不断拓宽传播渠道，让非遗融入人们生活。

新媒体解放了非遗传播力。近年来，在互联网的刺激下，非遗传播的主体、渠道和受众都发生了深刻变革。一方面，传播主体扩大。从最初单纯依靠政府部门组织推广，到民间传承人自发宣传，再到学界、媒体界、商业界的加入，非遗传播主体的范围在不断扩大。另一方面，传播渠道日趋多元化。最初非遗的传播渠道主要集中在主流媒体和行业媒体，后来随着新媒体、短视频、直播的出现，非遗传播的渠道空前丰富。

比如，2017年9月18日，当时的文化部、中央网信办启动了“喜迎十九大 弘扬中华”非物质文化遗产大型网络传播活动。仅仅一个月，网上媒体报道量就达51.6万篇，网民转发讨论量达189.5万条，微博平台“喜迎十九大·弘扬中华”等相关话题阅读量达5981万人次。再比如，2018年“文化和自然遗产日”前后，快手APP联合央视财经频道特别策划推出“我的家乡有非遗”系列主题活动。网友上传3500多个短视频作品，8100多万人次参与互动；对全国非遗曲艺周进行了7场直播，累计观看人数达1896万人次，累计获得点赞3607万次。由此可见，新媒体已经成为非遗传播的重要阵地。

截至2017年6月，我国网民规模达到7.51亿人，中青年网民占整体网民数量的72.1%。中青年是开展网络非遗传播的主要目标群体，同时也是重要的传播者。可是，非遗传播具有一定的专业性，普通年轻人的参与，在提升非遗传播感染力的同时，有时候也带来专业性缺乏的问题。未来，在继续丰富非遗传播形式，增强非遗传播的互动性和体验感的同时，也要着重提升非遗传播的专业化水平。

真正融入社会生活大环境。非遗属于活态文化，非遗传承应是以人为体的传承，因此受人口流动的影响，非遗具有很强的地域性和流变性。但是，目前我国对非遗的保护和传播，主要按照传统行政区划进

行划分，这使得一些非遗传播主体产生了“跑马圈地”的思维——将非遗资源看成是自身独享的文化资源，从而产生排他性。这就为非遗传播人为设置了障碍，容易让非遗传播局限在当地的“一亩三分地”上。从文化传播层面来看，非遗传播主体应该有意识地打破区域限制，跳出自身的狭小空间，加强跨区域传播，强化非遗资源整合，从而使非遗真正融入社会生活大环境之中。

非遗就像一颗蒙着尘埃的璀璨明珠，其自身光芒不会因传播过程的瑕疵而被掩盖。例如，有人认为非遗是老气横秋的古董，与现代生活相隔甚远；有人将非遗等同于文物，认为非遗“可远观而不可亵玩焉”。目前出现的种种导向偏差，都在无形中为非遗传播主体设置了障碍。此外，并非所有媒体都重视非遗传播工作。在注重流量、制造话题的“注意力经济”时代，古朴典雅的非遗难敌自带流量的网红和“小鲜肉”，多数媒体为了获取短期经济收益而倾向于选择易夺人眼球的内容，这让非遗在社会关注中易被边缘化。

用贴心形式引起受众情感共鸣。今年4月，在首届“数字中国”建设峰会上，数字非遗板块引起很多人的关注。现场的观众，通过扫描AR卡片、AR电子书就能在手机上看立体化的妈祖信俗、中国剪纸等非遗项目；戴上VR眼镜，便可置身于传承人工作室中，与传承人一同学习烙画、漆画等非遗技艺。非遗传播要进行转型升级，可运用现代数字技术将非遗予以活态呈现，通过多重连接和情景分享为受众营造身临其境之感，让非遗能够“听得见”“带得走”“学得来”，进而成为人们触手可及的生活方式。

在非遗传播过程中，不仅要重视信息本身的真实性和逻辑性，更要思索如何从关系维度和情感维度上拉近非遗与公众的距离。为此，一方面要充分运用互联网共建、共享的特点，积极扩大非遗传播影响力；另一方面要加快非遗与现代生活的对接，消除公众对非遗的陌生感。2018年“文化和自然遗产日”期间，恭王府博物馆的品牌活动“锦绣中华——中国非物质文化遗产服饰秀”，巧妙地将现代时尚产业与传统服饰文化相结合，在短短6天时间内上演11场精彩纷呈的非遗服饰秀，给现场观众和广大网友带来视觉盛宴。此外，这次活动在宣传传播方

面也取得了亮眼的成绩，共有23家网络直播平台参与联动直播，累计获得近5800万次的点击观看量以及超过1000万条网友互动。可见，只有捧出有温度、有质感的非遗传播作品，才能使非遗与人们心灵发生情感共振。

跨界融合，让“非遗+”成为常态

非遗从来都不是孤立存在的，因此非遗传播应树立借力意识，那样才能获得更多人的关注。

首先，要学会在顺应时代发展大势中来传播非遗。我们要不断创新非遗的表现形式，实现非遗在现代社会的创造性转化和创新型发展。要努力打造一批特色鲜明、内涵丰富的非遗特色项目，助推我国非遗走出国门，使之成为世界人民了解中华文化的窗口。其次，要学会充分整合媒介资源，借助新型媒介来扩大影响力。比如，可以运用算法机制实现非遗内容的有效分发，通过在社交平台制造话题，加强互动的方式，帮助公众加深对非遗的认知。

非遗传播与中华民族的人文素质培养以及审美和文化鉴赏水平的提升有直接关系。因此，非遗传播应从娃娃抓起，比如可以将非遗课程纳入国民教育体系，使之成为中小学生的必修课，让孩子们从小就对非遗有一个感性的认识。另外，在学校、社区还可以建立非遗传习体验馆等，聘请非遗传承人开设专门课程，激发青少年对于非遗的兴趣，让各个年龄段的孩子在亲身学习传统非遗技艺中，加深对非遗的认知和了解。

经过历代传承与发展，非遗已经成为城市人文精神的重要标识。作为具有浓郁地方特色的文化资源，非遗在提升城市形象方面理应发挥重要作用。为此，可以把非遗传播与提升城市形象结合起来，让非遗融入都市人的生活。一方面，可以将非遗的文化传播作为提升城市形象的重要手段，城市可充分借助新媒体和社交平台展示当地非遗资源；另一方面，要为非遗的传承发展营造良好的城市生态，让其能在城市文化空间中保持多样性特征，不受过度商业化的侵袭。此外，还要通过开展非遗实践活动、塑造城市公共非遗空间等方式打造“非遗符号”，让非遗成为提升城市形象的重要文化标识，并让公众对其产生价值认同和情感共鸣。

据中国西藏网

导读

8

从康巴人生存智慧切入 从康巴人生存智慧切入 从康巴人生存智慧切入

| 周 | 末 | 笔 | 锋 | 台 |

家训中的诗教

◎朱美禄

为了确保家声不坠，先贤们留下了许多家训。而家训中对于诗教的价值取向，呈现出不同的价值取向，颇值得玩味。

“玉不琢，不成器；人不学，不知道”，古人家训多有对子弟潜心学诗的勉励。孔子曾经对儿子孔鲤说：“不学诗，无以言”，“不学礼，无以立”。这既指明了应该学习的内容，也是中国人庭训的滥觞。唐代张齐贤《豫章胡氏华林书堂》一诗说，胡氏家族“儿孙歌舞诗书内，乡党优游礼让中。”正因为要求子弟以沉浸诗书为乐，所以华林书院培养了大批人才，仅胡氏一门就有55人中进士，身居尚书、宰相的不乏其人。北宋文人苏颂对子弟也有“论诗识温柔，讲易知谦巽”的训示。需要指出的是，先贤所谓的“诗”，广义地说是指所有的诗歌；狭义地说则是指《诗经》。“诗者，持也，持人情性”，“持之为训，有符焉尔”。而作为儒家经典之一的《诗经》，“一言以蔽之，曰思无邪”，所以历代贤哲多取以教育子弟。

另外，不少家训还要求子弟能够从事诗歌创作。杜甫在《宗武生日》一诗中：“诗是吾家事”。杜甫的祖父杜审言以诗知名于世，杜甫曾称“吾祖诗冠古”，难怪他认为诗歌创作乃自己的家学传统。杜甫在诗歌艺术上所取得的巨大成就，固然和自身的生活经历以及转益多师有关，但也不能排除与家风有内在的关联。北宋诗人王禹偁曾道：“家风袭雅章”，李清照也曾道：“犹把新诗诵奇句，盐絮家风人所许。”在这里李清照含蓄地用了谢道韞以柳絮喻雪的典故以自况。《世说新语》中记载：“谢太傅寒雪日内集，与儿女讲论文义。俄而雪骤，公欣然曰：‘白雪纷纷何所似？’兄子胡儿曰：‘撒盐空中差可拟。’兄女曰：‘未若柳絮因风起。’公大笑乐。”因为谢道韞和谢道韞的回答分别含有“盐”“絮”二字，后人便以“盐絮”指美好的诗句或诗才。李清照不但认为吟诗是自己的家风，还指出这种家风受到了世人的肯定，言语之间颇有几分得意和自豪。

清代文人华宜曾撰词说：“吟咏是家风。笑然而翁。麝烟不起句犹工。痴绝又看痴种继，囊产书中。格律那沉雄。应怨儿孙。乌丝须写笺红。寄与长安潦倒客，一展眉峰。”华宜指出吟诗是自己的家风，儿子的诗歌格律虽欠缺，但其造诣堪堪慰藉。在华宜笔下，吟诗还成为了儿子的精神食粮，即使麝烟不起，囊钱不继，也淡然处之，颇有“孔颜乐处”的意味。

曾国藩则在家训中晓喻儿子曾纪泽：“凡作诗，最宜讲究音调。”“尔欲作五古、七古，须熟读五古、七古各数十篇。先之以高声朗诵，以昌其气；继之以密咏恬吟，以玩其味。二者并进，使古人之声调拂拂然若与我之喉舌相习，

则下笔为诗时，必有句调凑赴腕下。诗成自读之，亦自觉琅琅可诵，引出一声兴会来。”曾国藩对儿子的晓喻，既道出了自己的作诗心得，也凸显了自己的诗学主张。

先贤在家训中要求子弟学诗，理由不一而足。孔子从实用的角度要求儿子学诗，他曾对孔鲤说：“女为《周南》《召南》矣乎？人而不为《周南》《召南》，其犹正墙面面而立也与？”在孔子看来，《周南》《召南》中蕴含着修身的礼仪规范，所以要求儿子潜心学习，否则便如墙面而立，寸步难行。颜之推则从人生艺术化、日常生活审美化的角度，要求子弟致力于学诗。他极其鄙视贵族子弟“三九公宴，则假手赋诗”，在《颜氏家训》中敦敦告诫子弟，不会赋诗的话，“公私宴集，谈古赋诗，塞默低头，欠伸而已”。有道是“嘉会寄诗以亲”，而疏于诗艺在宴集赋诗的场合则难免失皮露质的尴尬。更可悲的是，不但自己难为情，还被他人所不屑，“有识旁观，代其入地。”所以颜之推指出，与其这样丢人现眼，“何惜数年勤学，长受一生侮辱哉！”陆游则在《家风》一诗中指出：“便费吟吟亦未可，吾徒岂独坐诗穷。”陆游认为子弟不吟诗是不行的，而贫穷绝不是吟诗所导致的结果。在陆游之前的欧阳修曾说：“非诗之能穷人，殆穷者而后工也。”王令也曾说道：“自是古贤因发愤，非关诗道可穷人。”陆游除了和欧阳修、王令看法一致外，还告诫子弟，纵然贫穷，也不应该废却吟诗。

相对于学诗、能诗的家训共通性，也有一些先贤在训示中要求子弟远离诗文的。苏轼在《洗儿》一诗中：“人皆养子望聪明，我被聪明误一生。惟愿孩儿愚且鲁，无灾无难到公卿。”苏轼因为“乌台诗案”被贬谪黄州，在黄州期间，侍妾朝云生下了一个男孩儿，《洗儿诗》即为此孩儿所作。苏轼是不世出大才子，其聪明在诗文上有充分的体现；但诗文又有苏轼遭受政治迫害的祸殃，所以他才有这样的愤激之词。1936年，鲁迅在病重之际，于散文《死》的篇末写下了遗嘱，其中第五点是对儿子周海婴的训示：“孩子长大，倘无才能，可寻点小事情过活，万不可去做空头文学家或美术家。”这充分凸显了鲁迅对儿子脚踏实地的期许，对空洞文章的摒弃。后来周海婴没有从文，而是成为了无线电方面的专家，也意味着他没有靠父亲的荫庇，而是自己努力的结果。对于先贤要求子弟远离诗文的观点，我们要辩证地看待，万不可囫圇吞枣，全盘接受。

家训中的诗教，本有助于养成良好的家风，有助于子弟成才，有助于家声不坠。但是家训中的诗教主张却呈现出多元化趋向，这根源源于先贤人生经历和价值观念的不同。

