

F新闻深1°

陕西陇县全力打造专属文化IP

F天天观点

陇州社火火爆出圈

热辣滚烫

今年春节,各地社火表演频繁出圈,已然成为一道颇具地域特色的“文化盛宴”。很多年轻人也开始参与到民俗社火的展演中,他们热衷于传承、改进传统社火,并通过短视频、直播等新方式传播当地的社火表演,这种传统文化艺术正在被注入新的生机与活力。



踩高跷表演。梁会平/摄

绘制出一个个特色鲜明的脸谱,黑脸包公、红脸关云长,都是他最拿手的作品。

“红为忠,白为奸,黑为正,黄为残暴,蓝为草莽,绿为侠义、恶野,金银为神妖。”关于社火脸谱的用色,王启明了然于胸。

“事实上,陇州社火是一种集合了戏剧、音乐、美术、表演等多种艺术形式的古老民间艺术。”苏黎明说,其戏剧元素体现在,作为一种哑剧,表演者主要依靠动作和表情来展现故事情节,观众通过社火脸谱来解读人物性格;其音乐元素体现在,在表演过程中,表演者必须按照锣、鼓、镲等民间乐器的韵律节奏,相互配合,完成表演内容;其美术元素主要体现在,设色、图案、布局等方面完全不同社火脸谱上。

春节里的全民狂欢

扮社火、接社火、看社火,全民参与“闹社火”,是陇县百姓每年春节期间最红火热闹的娱乐活动。

“陇州社火,可以说是春节里的全民狂欢,因为社火表演男女老少皆宜,且因其走村串户的表演特性,而具有广泛的群众参与性。”陇县城关镇小沟村社火协会会长王斌说,每年正月,一听说村上要耍社火,大人小孩热情都很高,纷纷主动要求参与。

今年春节期间,陇县各村从正月初二就开始装扮,参加表演的人每天从凌晨3点多便起床画脸谱、穿衣服,晚上表演结束收拾完已是半夜,但是大家谁也不喊累。相反,谁家人要是被选中参加表演,便觉得是件极其光荣的事情。正月初五是陇县曹

家湾镇三里营村火星殿社火会今年第一次装扮游演,村里人约好:社火队到每户村民家中巡演两圈。

站在自家门口,看着越来越近的队伍,三里营村村民李晓霞终于看清了表演阵仗:走在最前面的是黑花脸“黑虎”和红花脸“灵官”,紧随其后的是关羽、财神爷等,他们威风凛凛地行走在村庄巷道,受邀进入一个个村民家中,在庄院每个角落进行表演。

李晓霞瞅准时机,往自己最喜欢的“关公”手中的大刀上绑上了象征美好祝愿的红被面。“每年过年都少不了社火,社火这么一来、一转,这个年好像才完整了。”李晓霞说。

“关公”的扮演者曹少波算是“关公专业户”了,但他也没有因此而懈怠偷懒。“历史中的关云长是一个义薄云天、忠肝义胆的形象,也是最受乡亲们欢迎的角色之一。”曹少波说,所以每次扮演,他都会反复揣摩关云长的人物性格,努力把角色扮演得更好。

社火表演,所需角色很多,不仅有演员和指挥官,还有鼓乐手、化妆师、后勤服务人员,一支社火队少则由二十几人组成,多则五六十人,乃至上百人组成,人数越多,场面越震撼、越有气魄,围观群众也越多。

古老的民间艺术也吸引了年轻人。在队伍里当鼓手的苟少飞今年刚刚20岁,虽然此前从未接触过打鼓,但家乡的社火队成立后,他主动承担了鼓手的位置。“为了首次社火游演能够顺利完成,我特意向村

上的老人学习了之前流传下来的最古老的鼓点,又去了县上的文化馆向相关负责人学习了县上的鼓点,与我们村的特色相结合,谱出了一份专属于我们村的鼓点。”苟少飞说。

“前些年,村里的社火停办了很多年,但是我们不想让它消失。”三里营村火星殿社火会会长李斌说。为了把这一传统文化传承下来,李斌决定带头重组社火队,这个想法从2021年开始萌芽,经村委会投票表决、筹集资金,直到2022年3月想法落地。李斌说,对于今年的游演,大家都很满意,但是他还是想让社火的规模更大些,服装、道具更好些,让更多的年轻人喜欢上社火、自觉参与到耍社火。

作为一种乡愁的寄托,现在陇县人不但在家乡耍社火,在外也不忘耍社火。“咱们陇县人在苏州打工的有两三万人,每年春节有很多人回家,为了让大家过个热闹年,这几年,我们也组织大家在当地耍起了社火。虽在异乡,但要起社火就和在家里一样热闹。”陇县驻江苏劳务协作工作站工作人员朱明理说。

产业化孕育新希望

留住乡愁记忆,守护非遗明珠。如何让陇州社火这一民间文化瑰宝得到更好传承和发展?近年来,陇县也作了很多探索。

“社火文化要更好地发展传承下去,特色化打造、产业化发展是必由之路。”苏黎明说。

在这方面,成立于2011年的陇县熙地社火演艺有限公司开了个好头。“公司依托原河北镇李家下村社火会,成立了集挖掘、传承、创新、表演陇州社火和民俗旅游接待、民间工艺品开发销售为一体的民营文化旅游企业。”公司负责人王忠厚介绍,“这几年,我们多次受邀到湖北、浙江、贵州、湖南等地演出,很受当地观众喜爱。”

文旅融合发展,是陇县近年来县域经济高质量发展的方向之一。近两年,陇县探索出将社火这一民俗文化“大餐”引入关山草原景区,受到了广大游客的热烈欢迎。

“关山草原和陇州社火都是陇县的金字招牌,这两年我们把平时只在正月里表演的陇州社火引入关山草原,既实现了社火常态化表演,也为关山草原增添了一抹色彩和文娱乐项目。”关山管委会副主任秋建平说,无论观众是坐在草地上观看社火表演,还是和社火演员一起互动,都是一种特别的旅游新体验。

“陇州社火历经千年传承,流演变到现在,成为一张金灿灿的文化招牌。我们将坚持守正创新,不断拓展新途径,谋求新举措,让陇州社火的生命力越来越旺,走得越来越远,力争使其成为促进县域经济社会高质量发展的金字招牌和亮丽名片。”陇县县委书记叶盛强说。

◀ 踩社火游街展演。 梁会平/摄



(上接1版)

家长从“被动学”到“主动学”

“现在我和丈夫每天早上起床的第一件事就是听直播课,这已经成为我们家的习惯。在不断的学习中,我家上初中的儿子从最初的抵触上学,拖拉、散漫,到现在有计划、有目标,而且非常阳光自信。”围读会上,谢妈妈兴奋地和大家分享学习感悟。

为最大限度扩大教育覆盖面,2023年9月,沂源县妇联启动幸福“沂”家庭教育围读会项目,开通每天晨间线上直播课和周六晚线下围读会,在围读会中一起深度思考、

剖析家庭教育中的疑惑,共同解锁和谐家庭、幸福婚姻的密钥。

幸福“沂”家庭教育围读会项目是县妇联为全县广大家庭学习经营优质家庭关系、提升科学家教水平搭建起的一个新平台。截至目前,已开展早间课堂45期,线下围读会21期。“学家庭教育,做智慧父母”渐渐成为沂源的一种社会风尚,成为广大家庭的一种自觉和共识。

家长从“台下听”到“台上讲”

“在学习上,帮助孩子把一个个大目标拆分成小目标小任务,这样学习会变得比较

简单,每完成一个小目标,就会有一次正面的高峰体验,体会挑战的乐趣。”家长宣讲团成立仪式上,一位家长志愿者娓娓道来,分享自己的家庭教育方法。

优质充足的家庭教育资源是推动家庭教育工作持续健康发展的关键。沂源县在家庭教育队伍建设上不断发力,创新“专业化+职业化+身边典型”相结合的方式,在广泛吸纳专业化人才力量和学校职业化教师力量、组建家庭教育专家宣讲团的基础上,又通过学校、社区推荐的方式,面向社会招募了58名优秀家长志愿者,组成沂源县家庭教育家长宣讲团。

莫让“手工作业代做”成为孩子成长的绊脚石

□ 侯文雅

小学生寒假即将结束,“作业做完了吗”的问题成为近日热门话题。一项调查显示,在一些学校布置的作业中,手工类作业占比越来越多。然而,孩子们完不成或者没有能力完成的作业,往往变成了家长的“作业”。为应付这一问题,一些家长选择了“买作业”,电商平台“手工作业半成品”或者寻求代做服务热销。

手工作业布置的初衷是让家长参与到孩子的学习成长过程中,促进孩子的沟通、思维和实践能力,同时加强亲子关系。然而,如今发展到代做服务泛滥的地步,除了由于手工作业难度过高,超出学生的能力范畴,家长不承担主要作业职责就难以完成之外,本来强调学生动手参与的作业,却因为获得“完美”结果,而变为家长代孩子完成作业。还有部分家长认为手工作业所达到的育人意义模糊,对此类作业不认同,因而去网上买作业。

手工作业沦为“花钱买作业”,完全背离了素质教育的初衷,不仅会使孩子逐渐失去独立思考和动手实践的能力,甚至培养出懒惰和依赖的不良习惯,同时也破坏了教育的公平性。

针对这一现象,我们需要进行双重反思。一方面,市场监管方面应加强对“手工作业半成品”和“代做”项目的监管,制定明确规定,强化平台责任以及开展教育宣传与引导等措施来避免“买作业”现象的发生。加之手工作业代做服务涉及学生作业的合法性和学术诚信的问题,相关部门应确保其不会滋生作弊和学术不端行为,并划定界限避免过度商业化对学生学习的干扰。

另一方面,还应反思作业负担过重的问题。过多的手工作业给小学生带来了沉重的负担,特别是对于那些无法在学校内完成作业的学生来说。学校应审慎考虑作业的布置,确保作业的合理性和可完成性,避免给学生和家长带来过度的压力。同时,家长也应理性对待作业,不盲目追求作业数量和难度,而应注重培养孩子的综合素质和兴趣爱好。

在解决这一问题上,需要学校、家长和社会界的共同努力,让作业少点“任务”色彩,多些“玩”的乐趣,真正成为孩子成长的阶梯而不是绊脚石。同时,也为小学生创造一个健康、轻松的学习环境,让他们能够全面发展、享受快乐童年。

新闻壹段评

希望卫生巾纳入列车商品售卖清单

2月20日上午,“女子吐槽高铁上不售卖卫生巾”引发网民热议,相关话题阅读量达1亿。有媒体发起投票:你支持高铁上售卖卫生巾吗?有1.4万人参与投票,1.1万人表示支持。

“女子吐槽高铁上不售卖卫生巾”之所以能够登上热搜,背后的原因很简单,就是当前相当一部分的列车没有卫生巾售卖,从而给部分有需要的女性乘客带来了困扰。其实女性希望列车上售卖女性卫生用品的要求本无可厚非,服务的宗旨就是满足客户的需求,旅客有需求,希望铁路部门尽量予以满足。目前国家铁路局在对卫生巾这类卫生用品上没有明确规定,希望全国各地铁路局尽快把卫生巾纳入列车商品销售清单,更好满足消费者的“刚需”。

电动自行车“可进电梯”岂可当卖点

尽管全国各地因违规使用电动车而引发的事故时有发生,但电动车进电梯、违规充电等现象依然屡禁不止,为此各地均制定了住宅物业消防安全管理规定,规范电动车的使用,其中最重要的措施之一就是严禁电动车进电梯。然而近日有市民发现,部分网络商户无视规定,竟将电动车“轻便小巧可进电梯”作为销售噱头,误导消费者。

为了推销电动自行车,竟拿安全隐患当做宣传“卖点”,该商家的这种做法显然是极不负责任的。而作为电商平台,对部分无良商家的做法,也不能一味纵容,而应该采取积极有效的措施,加以遏制和惩戒。否则,一旦有消费者信以为真,引发安全事故,那时就悔之晚矣。

“国潮”热彰显高度文化自信

今年春节,很多地方掀起了追捧传统民俗的高潮,被网友称为“国潮奔涌的春节”。央视春晚创意节目《年锦》惊艳全网,为观众织出一幅跨越千载的纹样变迁图卷;传统头饰“龙头帽”在春节前后热度飙升,网友纷纷发笔记分享DIY教程……

“国潮”迅速兴起,源于传统文化与具有优良品质的国货的时尚结合,让消费者产生了强烈的情感共鸣和价值认同。这启示我们,筑牢品牌自信,要在中华优秀传统文化中汲取营养,为传统文化在“潮经济”赛道多元表达谋出路、开新局。期待各地抓住发展机遇,助力更多中国文化品牌推陈出新,让“国潮”持久“潮”下去。

刘世康 整理点评