

跟随6位作家回到故乡、回到文学现场,纪录片《文学的故乡》是一场精神探险——

故乡是作家出发的原点

阅读提示

每一片文学风景,都有着作家故乡独一无二的文化符号。《文学的故乡》告诉您,故人故土为何,给作家进入了文学世界的清晰答案:文学就是从故乡里长出来的。

本报记者 陈俊宇

作家如何将生活的故乡转化为文学的故乡?

为了找到答案,纪录片导演、北京师范大学纪录中心主任张同道带着团队,跟随6位作家回到故乡、回到文学现场——莫言的高密东北乡、贾平凹的商州、刘震云的延津、阿来的嘉绒藏区、迟子建的冰雪北国、毕飞宇的苏北水乡。

拍摄始于2016年夏天,历时两年完成,又等了两年,直到今年7月播出——这就是系列纪录片《文学的故乡》。

“故乡是作家出发的原点。”诚如张同道所言,“我期待观众通过这部纪录片找到自己的文学故乡,就是我们的精神故乡,就是诗和远方。”

回归文学

怎样把作家们用纪录片的方式表达出来,这对“纪录片老兵”张同道来说非常有诱惑力。

张同道自认是一个“文学的逃兵”,学生时代怀揣着文学梦,最终没有从事文学工作,也没有当成作家,但这个梦一直没有消失。他想着用“文学的故乡”这个选题,用纪录片

的这种方式再次回归文学。

2015年冬天,张同道开始做《文学的故乡》策划案,立项通过大概是第二年的四月份了。而拍摄持续了整整两年。

“之所以时间跨度这么长,很大一个因素在于,要说服这些作家接受拍摄很难,几乎是我拍过所有片子当中最难的。甚至有一些我很欣赏的作家,明确拒绝我说,作家留下著作就够了,不需要影像。”张同道说,他们觉得在摄影机面前很难受。

比如莫言说,人生最痛苦的事就是面对镜头说话,最幸福的事是在酒庄喝酒。他把自己放得很低,总说“我有什么好拍的。”张同道就回道:“您的价值比您预想的可能要大。”

2012年11月,莫言获得诺贝尔文学奖,这是触动张同道拍摄纪录片的原因之一,“我突然意识到应该为文学做点什么”。

还有一个触动我要拍摄的灵感来自鲁迅先生。假如能把先生生前的音容笑貌留下来,那到现在该是多么大的一笔财富。”为此,张同道认为,莫言等这些作家还都年富力强,并且已经取得了非常高的世界性文学创作成就。应该在他们表达能力、思想能力都非常好的状态去拍、去记录。

于是在《文学的故乡》里,张同道坚持请求每位作家回故乡,就是希望作家重返现场,回到真实空间,情有所动,心有所感,触发自然而然内在的反应。

文学版图

“六位作家,六座高山,我要一座一座攀登、品味、思索、留出足够的耐心、韧性与节奏。”张同道如是说,这是个人投入心力最多、耗时最长的一次审美之旅,“这种紧张、焦灼、兴奋与疲劳交织的纯粹时光,沉淀为生命里

一道深深的刻痕。”

从零下42摄氏度的北极村,到海拔4400米的巴郎山,从油菜花盛开的苏北水乡,到高粱红透的高密东北乡,秦岭深处,黄河岸边,拍摄团队绘出了一副中国当代文学版图。

而每一个文学空间,对应的是一位作家的文学坐标。

莫言创造了高密东北乡这么一个热烈浓郁、粗犷豪放的文学王国;贾平凹小说的故事植根于秦岭山系和秦楚文化的土层;阿来小说带着嘉绒藏区的青稞、草场、雪山和土司传奇;刘震云小说带着中原大地的麦田、苦难、幽默和历史故事;迟子建小说带着北国的冰雪、蘑菇、林海和秧歌;毕飞宇小说带着苏北水乡的河流、水田和小船。

每一片文学风景,都有着作家故乡独一无二的文化符号。那个小小的故乡,是作家、也是文学的解锁“钥匙”。

当拍摄完《文学的故乡》,张同道明白,每一位作家都是被命运选择的人,都是一片土地的代言人,“与其说作家选择了土地,不如说土地选择了作家”。

就如迟子建说:“当我童年在故乡北极村生活的时候,我认定世界就北极村那么大;当我成年以后,到过许多地方,回过头来一想,世界其实还是那么大,它只是一个小小的北极村。”

文学故乡

毕飞宇自称没有故乡,也不愿回到出生的村庄。拍摄时,只得找一个相对古朴的村子。然而,当他在村里漫步一圈后,决定“还是去杨家庄吧”。江苏杨家庄就是他出生的地方。在一个模拟空间里,他找不到自己的童年。

30年别离模糊了记忆,左寻右觅,在一

片河湾前,毕飞宇似乎找到了记忆的版图,却无法印证。他疑惑地四处打量,突然拍了一下脑门,“啊”的一声转过头去。镜头里,毕飞宇宽厚的背部微微抖动。长达1分40秒的静默之后,他转过头,擦了一下发红的眼圈说“就是这儿”——杨家小学,他出生的地方。

那个沉默的背影,仿佛诉尽了一切,那是最深的隐秘与创作的内在动力。毕飞宇撑一支竹篙,划船驶过故乡的河流,一路遭遇《青衣》《玉米》《平原》《推拿》里的人物。苏北少年的起点就是这个不过生活了五年的地方。

故乡,是游子的乡愁,而乡愁是发生在土地上的记忆、是跟随一生的童年。

莫言说:“作家的故乡并不仅仅是指父母之邦,而是指作家在那里度过了童年,乃至青年时期的地方。这地方有母亲生你时流过的血,这地方埋葬着你的祖先,这地方是你的血地。”

这“血地”,就是文学的发生现场。张同道找到了纪录片的“魂”之所在,故乡是土地、房屋,是童年,哪怕是故乡的一棵树,一处断墙都可能承载着记忆,这是有情感力量的。

所以,当莫言等最后一批乡土文学作家回到了生长的地方,站在出生成长、爱恨交织的土地上,故人故土为何、且他们如何进入了文学世界都有了清晰的答案——文学就是从故乡里长出来的。

跟随作家回故乡成了最珍贵的影像。“从故乡的背景出发,去呈现一个作家的道路:他的成长与创造、他的归来与出发、他的亲情与回忆,都会彼此映现,更深刻地传递出作品的意蕴,以及那些隐约闪烁的原型形象。”《文学的故乡》总策划、北京师范大学教授张清华说,对纪录片的关注,会激发更多人对文学的兴趣与多元的理解。



8月18日晚,安徽寿县古城墙上,游客欣赏省级非物质文化遗产项目寿州大鼓书表演。 陈彬 摄/东方IC

G视线

好作品自己会说话

国风游戏的路越走越宽

雷东博

7月30日,China Joy高峰论坛—中国国际数字娱乐产业大会(CDEC)发布了《2020年1~6月中国游戏产业报告》。受疫情影响,“宅经济”的代表游戏产业迎来大爆发,上半年我国网络游戏用户规模近6.6亿人,中国游戏市场实际销售收入1394.93亿元,同比增长22.34%;中国自主研发游戏集体“出海”,海外市场营销收入75.89亿美元(约合533.62亿元人民币),同比增长36.32%,主要占据的还是美国、日本、韩国等发达国家市场。

国内游戏产业市场不单大,本土游戏公司也很强,牢牢把握市场“话语权”,还都很重视在游戏中体现“中国元素”。头部企业占据市场主导地位,腾讯“新文创”通过与故宫、敦煌博物馆等合作,将一些文物、艺术古典元素打造为新IP;网易游戏“非遗守护”已进行到第五站,先后在《梦幻西游》电脑版中推介蓝印花布、泰山皮影等非遗项目。中小游戏公司竞争激烈,经过多年淘汰,有74.5%以游戏研发业务为主,多样化的游戏产品层出不穷,紧贴“90后”“00后”审美、娱乐需求的国风游戏精品不断。数据显示,苹果商店畅销榜前100中,超过10%是国风手游,其中约半数在最近1个月稳居Top50,像“江南百景图”“匠木”等高分之作均出自中小游戏公司。

青少年沉迷网络游戏仍是一个重大的社会问题。十几年来,不断有游戏公司大力宣扬电子游戏对推介“传统文化”的意义,或多或少都希望借此平衡舆论对“游戏是电子海洛因”的负面刊发,其创作内里仍是“金钱至上”的游戏观,对国风元素的运用仅仅是“有名则灵”的“一通胡乱拼凑”,新华网曾评论某国民级手游很容易让“缺少历史知识的少年儿童产生迷惑”,历史真成了可以“被随意打扮的小姑娘”。

但最近出品的几个国风游戏却让人惊喜连连,国风元素让游戏更有趣、更优雅、更值得玩味。《匠木》以介绍中华优秀传统文化——榫卯技艺的方式,展现一个空间解谜类游戏;《画境长恨歌》将《长恨歌》中的诗句巧妙地安排在每一幅画的首尾,通过一个解谜游戏讲述唐玄宗杨玉环的凄美爱情故事;《江南百景图》要玩家借文徵明之手,重建遭遇火灾的明代江南城市,是一个“在游戏里造古镇”的经营游戏。这些国风游戏既叫好,又叫座,连续在苹果商店、TAPTAP上霸榜、上首页,且多数属休闲类“轻度游戏”,玩家占用时间精力少,“氪金”“沉迷”负面影响小,玩后精神体验好。国风游戏走红背后离不开游戏本身素质和是否符合“90后”“00后”多元化的娱乐需求。

TAPTAP网民“怅惘”在《匠木》页面下的评论,应该能代表一部分国风游戏玩家的心声,“个人倒也没什么传承文化伟大情怀,就单纯觉得玩的挺开心”,想必这就是国风游戏的路越走越宽的重要原因,好作品自己会说话。

首都文化馆陆续恢复开放

新华社北京8月19日电(记者张漫子)记者从北京市文旅局获悉,在经历8个月的沉寂后,2020年首都市民系列文化活动线下活动自18日起重新启动,各区文化馆陆续恢复开放。

首都市民系列文化活动创立于2014年,由北京市委宣传部、北京市文化和旅游局联合主办,北京文化艺术活动中心、首都图书馆等单位承办,是带动北京市、区、街乡、社区(村)四级联动开展的群众性文化活动平台。

近期,北京各区文化馆将陆续迎来多元的文化活动。北京市东城区第一文化馆每天9时至21时恢复开放,市民可预约使用文化馆内的音乐、舞蹈排练厅,也可前往风尚美术馆参观。创办了十余年的北京周末相声俱乐部创作会也将于29日在东城区第一文化馆恢复演出。8月25日起,西城区第二文化馆将举办“春之花”全国美术作品邀请展。朝阳区文化馆也和有关机构一起开启了“金刺猬”全国大学生戏剧节的剧本征集工作。

目前,首都市民系列文化活动中的“舞动北京”板块已创作完成10部最新的广场舞作品,并面向社区居民进行推广。“影像北京”板块中的群众性书法、美术摄影大赛与“文化中国”微视频征集活动相结合,已征集到北京对口援助的8省90个援建县的优秀作品,近期将进入网络投票评选环节,经评选产生“诗意打卡地”。

西藏拉萨雪顿节拉开序幕

新华社拉萨8月19日电(记者格桑朗杰、金一清)19日清晨,伴随着哲蚌寺传来的阵阵铜钦声,一年一度的西藏拉萨雪顿节拉开序幕。

6时许,一阵铜钦声响彻云霄,哲蚌寺众喇嘛到达措钦大殿,开始准备今年的雪顿节展佛。群众自发跟随巨幅唐卡的搬运队伍,缓缓走向展台,等待着展佛仪式的正式开始。

7时20分,当第一缕曙光洒向展佛台,伴随着法号声,巨幅唐卡逐渐展现在人们的视线中。

游客王女士说:“到拉萨来旅游能赶上雪顿节很幸运,这是感受西藏民族文化魅力的好机会。”

雪顿节是藏族传统节日,自每年藏历六月三十日开始,为期7天,其间有规模盛大的展佛仪式和隆重的藏戏演出。2006年5月,雪顿节被列入第一批国家级非物质文化遗产名录。今年雪顿节将举办藏戏表演、传统马术表演、藏棋表演和第十三届西藏珠穆朗玛摄影大赛、第十四届纳木错徒步大会等活动。因新冠肺炎疫情防控等需要,今年的雪顿节活动分散至罗布林卡、曲米路湿地公园、洲际广场等多个场地。



百年首钢将在服贸会亮新颜 展示多业态融合发展

8月20日,参观者在北京首钢园国际创艺馆体验“武陵春色”光影映秀。在将于9月上旬举办的中国国际服务贸易交易会上,致力打造首都城市复兴新地标首钢将在文化服务和冬季运动专题展区分别设置展台,展示文化与体育、科技、金融、消费等产业融合,公共文化服务配套并行发展的多业态发展模式。

盛佳鹏 摄/中新社

G艺评

年龄而已

刘颖余

以年龄破题,对文艺作品,不算新鲜。

上世纪,便有歌曲《三十岁以后才明白》风靡一时,电影方面则有《女人四十》、《女人二三十三四十》,口碑票房貌似都不错。

而最近最吸人眼球的节目,似乎都和年龄有关,电视连续剧《二十不惑》《三十而已》都掀起了收视狂潮,当然更不用说,还有一个爆款综艺《乘风破浪的姐姐》,至今热度不减。

这些文艺作品,都以女性为主角,应该说立意是好的。就是要打破年龄的界限,活出女性真的风采。

仅看片名,就能略知一二。

“乘风破浪”自不待言,如今,它和“姐姐”一起联手成为这个时代的流行语,透

着“三十女性”的豪迈和英姿。而“三十”后面加上“而已”,一定透着三十还年轻的意味,三十完全有足够的空间去追逐梦想,过有品质的生活。这的确没什么毛病。

至于《二十不惑》,则多少让人有点费解。二十本来就是一个迷茫的年龄,“惑”就对了,不惑才可怕。人是慢慢长大的,对不对?一蹴而就,太乏味了。当然,我没看剧,不知道小妹妹们是如何做到二十不惑的,暂且不论。

《三十而已》我倒是看了几集。恕我直言,如果我是个“三十”的女性,看完我会更加焦虑,因为三位女主,小小年纪,就阅尽繁华,且无一例外地不缺金主疼爱,就算结局有悲有喜,但终究是我们普通百姓命似的。倒是片尾经常出现的小彩蛋,一家三口辛勤而温馨的镜头,更接近人们的日常。

这样的安排,是在暗示什么呢?是不是在说,“电视剧而已,您别当真”?我还真

没想明白。有网友说,《三十而已》充满了“自作聪明的平凡架势”。这并非尖刻之语,看看三位女主,表面对三十岁云淡风轻,但却时时流露出对年龄的焦虑,对现状的不安。她们的追求无非是要让自己看上去像20岁,消费力达到40岁,还要拥有一位与之匹配的如意郎君,这能不焦虑吗?

《三十而已》有一个惹眼的片名,但整体价值观仍停留在原地,并未能超越《欢乐颂》《谁说我结不了婚》等流行剧。看似意识前卫,但却固化偏见,一心摆脱年龄焦虑,却时刻不忘贩卖年龄焦虑。这样的连续剧,看着无妨,但要让人喜欢,却真的很难。

和《三十而已》如出一辙,《乘风破浪的姐姐》也是打着励志的旗号,做着心虚的事。这些成熟女性,均为各自业内翘楚,却不得不表现出“少女感”,成团,唱快歌,这难道是她们擅长的事吗?她们的魅力难道不应该以更好的方式来展现吗?

她们如此“乘风破浪”,最终的指向难道就是为了证明,她们也能像美少女一样劲歌热舞?

说好了要打破年龄焦虑,最终呈现的仍是焦虑于变老,这几款爆款节目的尴尬,应该也是现实生活的真实反映。在当下这么一个快速变动的时代里,大概是被成功学蛊惑,被消费主义裹挟,人们从未如此敏感、执着于年龄。女人怕变老,男人怕不成功,三十岁的人生便焦虑成这样,那五六十岁真不知道怎么活了。

其实,人慢慢变老,就像一棵树的生长,就像日出日落,春秋秋冬,四季轮转,都是再自然不过的事情。年轻有年轻的好,中年有中年的妙处,老年一样有老年快乐。说到底,年龄而已,都不必焦虑。

“少女感”、逆生长之类的事,大约也是有的吧,但终究是极端的案例。到什么山唱什么歌,到什么年龄看什么样的风景,顺其自然最好,也最美。

康德说过:“自然看起来像艺术时,是美的;而艺术,也只有当我们明知其是艺术,但看起来却又像自然时,才是美的。”希望我们的文艺作品,能多呈现出这样高级的自然美来。流量和爆款,当然也是值得追求的东西,但没有真善美的支撑,再多的流量,再火的爆款,也只能是喧嚣于一时。