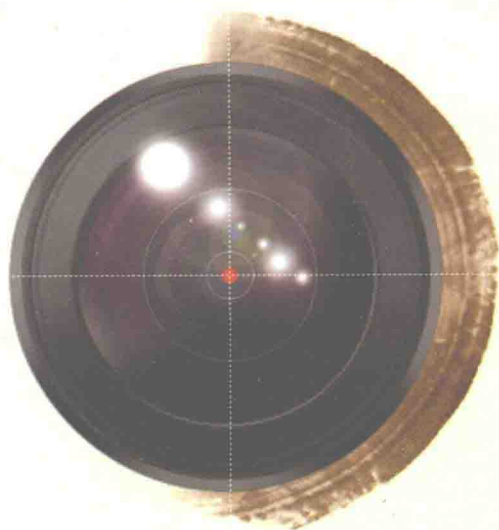


文化多棱镜



WENHUA
DUOLENGJING

孟 黎 著

线装书局

【大传播丛书】第一辑

文化多棱镜

孟 黎 著

线装书局

图书在版编目 (CIP) 数据

文化多棱镜 / 孟黎著. —北京: 线装书局,
2011. 7

(大传播丛书 / 宋立民主编 第1辑)

ISBN 978 - 7 - 5120 - 0395 - 8

I. ①文… II. ①孟… III. ①文化—中国—文集

IV. ①G12—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 134582 号

文化多棱镜

著 者: 孟 黎

责任编辑: 郝文勉

排版设计: 双 川

出版发行: 线装书局

地 址: 北京鼓楼西大街 41 号 (100009)

电 话: 010 - 64045283 64041012

网 址: www.xzhbc.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京市平谷县早立印刷厂

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 19

字 数: 326 千字

版 次: 2012 年 3 月北京第 1 版 2012 年 3 月第 1 次印刷

印 数: 0001—3000 套

定 价: 385.00 元 (全 12 册)

单册定价: 45.00 元

目 录

第一章 水龙吟 社会走笔	(1)
把脉《百家讲坛》	(3)
京城建筑:时代的文化象征	(7)
你的血有多热	(10)
非物质文化遗产传承:留住我们的文脉	(13)
奥运文化展示、重塑精神的机缘	(17)
从小沈阳看大众文化	(21)
那一刻 这一年	(25)
通用文化:为何痼疾难以治愈	(28)
名人代言是与非	(32)
央视春晚:痼疾如何救治?	(36)
养生节目热荧屏	(40)
职场“谁主沉浮”	(43)
以德为先 抵制庸俗低俗媚俗	(46)
少林寺:文化与商业如何共舞	(50)
《中国在梁庄》:展现乡村转型之痛	(53)
第二章 风入松 荧屏沙龙	(59)
镜里乾坤大,屏上日月长	(61)
“五个一工程” 颇具魅力的文化景观	(65)
《赤壁》:历史遭遇娱乐	(71)
《梅兰芳》:唯美与缺憾	(75)
贺岁片:斑斓影像折射世态人心	(78)
《走西口》再现晋商精神	(81)
《贫民窟的百万富翁》呈现人性之美	(85)
南京? 南京! 南京	(88)
欲行正道 尽是沧桑	(91)

谍战剧风靡荧屏	(94)
国产电影的繁荣时代是否到来	(97)
《手机》:生活的哲学关照	(101)
海上传奇:历史的私人化叙述	(105)
国产电影路在何方	(108)
中国远征军:历史不容忘记	(111)
如何将“谍战剧”进行到底	(115)
吹向世俗尘嚣的一缕清风	(119)
第三章 雨中花 艺术人生	(123)
杨德昌:直面灵魂深处的导演	(125)
多丽丝·莱辛获奖姗姗来迟	(128)
贾樟柯:别样电影世界	(131)
王小帅 关注个体生存状态	(135)
侯孝贤:用电影探索生命真谛	(138)
蔡国强的火药神奇	(142)
写实画派的坚守	(146)
卡佛:展现真实底层	(150)
文心侠骨梁羽生	(153)
厄普代克:美国生活解剖刀	(157)
王家卫:不一样的江湖	(161)
握一把苍凉	(165)
纵贯线:久违的音乐盛宴	(168)
透纳来了	(171)
光影记忆:六十年,六个人	(174)
永恒的瞬间	(179)
华谊兄弟:文化资本神话	(182)
幽默智者周立波	(187)
韩三平:书写中国电影传奇	(191)
吴冠中:大师充满真性情	(195)
史铁生:宁静气度 彻悟境界	(199)
谍海才女	(202)
将现代活力注入水墨画	(205)
罗大佑:且行且歌	(208)

第四章 望海潮 文化新浪	(211)
有一种精神叫坚强.....	(213)
超越成败看奥运.....	(215)
奥运明星的示范作用.....	(217)
深情母爱.....	(219)
毁誉参半看山寨.....	(222)
呼唤“音乐精神”.....	(224)
前事不忘 后事之师.....	(226)
谍战剧如何突破.....	(228)
理想主义的价值.....	(230)
大师离去 精神别走.....	(232)
期待“文化中国”.....	(234)
徽商衰败的启示.....	(236)
“时代华纳”:路漫漫其修远兮	(238)
怎一个“烂”字了得.....	(240)
“凡达”一出,谁与争锋	(242)
小虎队 一代人的青春记忆.....	(244)
进步,需要你参与	(246)
都是我的错?	(248)
海啸 呼唤新的人类价值.....	(250)
第五章 踏莎行 史海一勺	(253)
回首三十年.....	(255)
走进巴蜀文化.....	(272)
走进徽文化.....	(286)

第一章 水龙吟 社会走笔

把脉《百家讲坛》

《百家讲坛》从2001年7月9日正式开播已近10年,它与央视科教频道一起诞生,是科教频道品牌栏目。这档学术味和文化味很浓的节目一度红火,在《百家讲坛》主讲的各位专家,也俨然成为学术明星。与此同时,批评声、喝彩声也是此消彼长,从未间断。新浪网还出现了名为“百家讲坛 bug 诊断小组”的博客。批评也是期待和关注。阳春白雪的科教节目能获得如此多受众就是一种成功,它的模式也是一种值得推广和借鉴的范式,但不可否认,它也存在硬伤和发展瓶颈。

成功宝典

其一,文化大众化

美国学者杰姆逊在《后现代主义与文化理论》中指出:“到了后现代主义阶段,文化已经完全大众化了,高雅文化与通俗文化、纯文学与通俗文学的距离正在消失。商品化进入文化,意味着艺术作品正在成为商品,甚至理论也成了商品;当然这并不是说那些理论家们用自己的理论来发财,而是说商品化的逻辑已经影响到人们的思维。总之,后现代主义的文化已经从过去那种特定的‘文化圈层’中扩张出来,进入了人们的日常生活,成为了消费品。”而大众文化的兴起也是消费时代到来的标志之一。

随着世界经济、文化一体化加剧,中国社会已置身于后现代语境之中,这在大众传媒领域表现尤为突出,大众传媒成为学术传播的新途径。大众媒体传播文化的手段、方式以及效果都与以往媒介有很大不同:由平面到立体,由一元到多元,由主动推出到多样选择。大众化、商品化的逻辑造就了《百家讲坛》的运行格局。

《百家讲坛》奉行的宗旨是:让专家、学者为百姓服务,在学者和百姓之间架起一座让专家通向老百姓的桥梁,从而达到普及中国传统文化的目的。其节目制作理念是不断培养专家、学者的公众意识,不断强化媒体为受众着想的服务意识。用当代视角正说历史人物和解读文化经典,力推精品,打造具有公众意识的专家、学者,最终实现多方共赢。并且致力于打破中国传统文化只是少数人涉足的格局,将艰深难懂的问题通俗化、趣味化,最终将它普及到普通百姓当中来。这些定位都是文化大众化的具体体现。

文化原本滋生於民间,但文化高雅化让其逐渐脱离了原来土壤。于是,文化

有了学术性、大众性之分,有了高雅与通俗之别。但学术与大众是不能绝对孤立的,大众需要学术来提升人文素养,而学术也只有扎根于大众,才能枝繁叶茂。在此意义上,《百家讲坛》的大众化之路是有其独到价值的。走下神坛的专家、学者备受欢迎,折射出大众在精神文化上存在饥渴。随着社会发展,文化的力量越来越体现出来。国家综合国力也罢,个人综合实力也罢,说到底,比拼的是内在的文化厚度。

其二,讲述故事化

当今社会,人们生存压力尤其是年轻一代生活压力越来越大,没有多少人能静下心来阅读名著,许多人没有时间也没兴趣啃大部头原著;还有许多人受文化水平所限,不能看懂较为生涩的原著,不能很好地体味作家和哲人的深邃思想。从而使文化经典难有市场,经典传承方式也成为重大课题。很多名著一遍遍改编成电视剧或者卡通片甚至是网络游戏,这些通俗化的传播方式不失为解决问题的有益方法。《百家讲坛》作为普及性学术讲坛,也不失为传达经典的一种有效方式。

从电视节目类型上来看,《百家讲坛》属于演讲类电视谈话节目。“演讲类电视谈话节目是主讲人借助电视媒介面对广大电视观众,就某一话题作专题演说的电视谈话节目类型。”如何借助生动活泼的电视形式使得学术经典“飞入寻常百姓家”,如何把深奥道理深入浅出表达、把晦涩难懂的理论通俗化,显得尤为重要。在此方面,《百家讲坛》成功运用有趣的故事化讲述,在某种程度上迎合了现代受众的知识接受方式。

首先,它采用悬疑设置的叙述模式。悬疑能充分调动观众思考,造成隐性互动,符合受众接受心理。山东大学的马瑞芳教授在讲“惊世骇俗说细侯”时,采取先讲故事后分析的讲述方式,不断穿插人物命运的悬念牌,至最关键时刻才翻出底牌,引人入胜。

其次,它采用贴近当下的口语化表达。用平民的语言化解艰涩难懂的学术观点,独特的语言风格使一批学者从狭小的学术圈跃入公众视野,成为公众耳熟能详的“学术演讲明星”。于丹的论语心得,说的是家常话,老百姓的生活经验、苦乐感受、人生历练等等都在其中,于丹不过是讲出来了,引起了共鸣;共鸣就是彼此都有,任何一方没有都不成。

此外,合理借助视听元素。当代世界的媒介革命,引发了视觉文化的崛起和读图时代的来临。正如尼古拉·米兰佐夫所指出:“视觉文化关注的是视觉事件,消费者借助视觉技术从中寻求信息、意义或快乐。”《百家讲坛》在适当的地方加入图片,配上画面资料,以及背景音乐,给观众以直观的视觉冲击力,合理运用了电视化手段。比如:《说聊斋》系列节目动用了各种技巧,为观众奉献上视觉和知识盛宴。

硬伤瓶颈

一、“化大众”的缺失

法国著名社会学家布尔迪厄在《关于电视》中曾指出,新闻界是一个场,是一个被“经济场”通过收视率加以控制的场;“新闻场”难以自主,牢牢地受制于商业化。而商业化主要通过收视率来实现。在此意义上,电视是把双刃剑,它为经典文化的传播提供了“大众化”途径,如果运用不当,也会成为平庸媚俗文化的制造者。归根结底,大众化最终目的还是通过经典的精英文化“化大众”——塑造民族人文精神和提高国民文化素养,扩大精英文化的覆盖面和影响力。《百家讲坛》恰恰忽略了此点的重要性,“收视率就是一切”的指挥棒导致了其“化大众”的缺失。

体现在选题狭窄、思想性匮乏。央视运作方式越来越急功近利。以市场定选题、定人选,完全商业化操作;先是凭作者出的书选主讲人,现在发展到为了提高收视率选人。目前,取材基本限于文史一类。自然、社会、人文、经济、生态、健康极少涉及,缺少现实针对性。不能把《百家讲坛》变成一个简单陈述历史、说评书的舞台,更不能把《百家讲坛》变成《曲苑杂谈》。它本应该是古今中外思想、价值观荟萃、争鸣的课堂。科学性、规范性的东西观众不见得不喜欢,通俗的东西观众不见得就一定喜欢。况且《百家讲坛》宗旨里还强调专家、学者的“公众意识”,“公众意识”应体现在给普通大众传播学术时,一方面要考虑到大众现有知识状况,力求通俗性,但另一方面,绝对不能媚俗庸俗化,不能一味迁就和迎合,要重在引导、提高。提高观众欣赏水平、培养健全审美情趣,专家、学者责无旁贷。

改革开放以来,人们价值观出现断层,寻找时代所需要的人文精神、寻找现代人栖息的精神家园是个大课题,这也是市场潜在需求,《百家讲坛》在此方面应有所建树,在学术与娱乐之间寻找一个平衡点,这也应是《百家讲坛》真正的归宿。

二、严谨性的缺失

观众从节目中挑出错别字以及诸多硬伤,不一而足,那些比较低级错误是制作不够精良的体现。严谨性的缺失最主要体现在对经典缺少敬畏态度。刘心武、易中天、于丹等知名学者在央视《百家讲坛》讲《红楼梦》、《三国志》、《论语》、《庄子》等经典作品,引起了学界争鸣。随着时代变迁,人们认知模式不断更新,经典可能会显得不合时宜,经典阐释确实需要走向大众、需要有现实关注,但为了标新立异,对原著发挥得离谱,靠过度解释吸引耳目,把历史拆解成逗乐子的庸俗段子,就走入了误区。如:刘邦在多年征战中风餐露宿得个风湿性关节炎啦,那倒也是可能的;孙策就是孙帅哥,周瑜就是周帅哥。帅哥总是招美女爱的,而帅哥也是喜欢美女的。他们两个果然娶到了两个最漂亮的女孩子——大乔、

小乔……那时的周瑜可谓官场、战场、情场，场场得意，这样一个人怎么会去忌妒别人？怎么会被别人气到吐血。我们妒忌他还差不多，反正我是挺羡慕他的！再如，司马相如被说成包二奶的、卓文君失财失身；梁山泊劫富不济贫！一百单八将起码有四五十人不是好汉！宋江受招安，不是丑化他！等等言论，不一而足。这样的语言和观点，虽然幽默诙谐，虽然“振聋发聩”，但总是失之考据。学术有争鸣，但有理有据是底线。阎崇年的“五说”：正说、细说、慎说、通说和新说，值得提倡。一方面充分认识到大众传媒的特点，讲授内容可以取舍、讲授形式可以生动活泼，但科学严谨是一个最基本的准则。

经典是文化的积淀。阅读经典，还应保持一颗敬畏之心，这应是一个无条件的前提。经典可以阐释，但阐释应该是“扬弃”，而不是随心所欲、胡编乱造。

《百家讲坛》虽然存在这样那样的问题，不必悲观，也不必寄予过高厚望，它毕竟是经典文化大众化的一个有价值的范式。正如“恺撒归恺撒，上帝归上帝”，媚俗一定要回归媚俗，高雅一定要回到高雅。《百家讲坛》必须寻找到学术品位和大众化平衡点，才能获得持久生命力。

（2007年9月14日《金融时报》）

京城建筑：时代的文化象征

随着国家大剧院揭幕临近，这个明珠似的建筑引起了公众关注。它的出现是否像西方记者所言，表明中国经济繁荣的同时也带来文化上的觉醒，尚有待慢慢分解。由此，有必要对北京的建筑文化做一番回顾和梳理。

北京是文化古都，建筑文化遗产十分丰厚。壮丽奇伟的长城、金碧辉煌的故宫、宁静深远的天坛是中国传统建筑艺术的典范，也是古老北京城的象征。每个初到天安门广场的中外游客都会对广场东西两侧巍峨雄伟的中国革命历史博物馆（今中国国家博物馆）和人民大会堂赞叹不已，这些新中国建立初期建成的“十大建筑”是当时古老北京城的新地标，而如今正在迈向国际大都市的新北京汇集了许多全球知名建筑师的作品，几乎成了一座“世界建筑博物馆”。近半个世纪以来，北京建筑在国外建筑浪潮的影响下，呈现出有别于古典建筑的多元化倾向，其中既有精品，也不乏败笔，但是这种开放博采的姿态是北京走向世界的必然选择。

楼阁巍巍倚太阳

上世纪50年代，北京建筑有意无意受到当时苏联模式影响，追求建筑的“民族形式与社会主义内容”，最明显的体现是民族文化宫、军事博物馆、中国美术馆等五十年代“十大建筑”，这些建筑的庄严布局、磅礴气势、稳重风范，充分表达了“中国人民从此站起来了”的豪迈情怀和获得解放的欢欣鼓舞，具有明显的政治色彩和时代风格。中南海、天安门城楼等历史建筑再也不是封建王权的象征，而成了“人民当家作主”的舞台，体现了社会主义文化对传统权威的解构和重建。在相当长时期，它们不再只是历史建筑，而成为国家符号，至今，“我爱北京天安门，天安门上太阳升，伟大领袖毛主席，指引我们向前进”仍然是我们耳熟能详的歌曲。

当时的中国建筑师们，把传统的中国建筑元素与苏联建筑风格结合起来。仅用十个月建成的人民大会堂最具代表性；而布局优美、造型精巧的民族文化宫极富民族风情，代表了建筑的传统风格。在“经济、实用，在可能的情况下追求美观”的原则指导下，还建了一批具有民族风格的公共建筑，三里河一带“四部一会”琉璃瓦大屋顶的建筑是典型代表，它们大都有一个庞大得如宫殿般的屋顶，覆盖着彩色琉璃瓦，檐下布满用钢筋混凝土浇注的斗拱，所有钢筋混凝土的梁和柱都模仿木结构构件，其上满绘彩画，门窗也是古代木门窗的式样。

今天看来,当年新北京建筑的“宏大篇章”大体上是成功的,显示了那个时代、那一代人的精神气度和审美追求。看到那些具有文化纪念碑意义的建筑,我们仿佛还能听见那个时代慷慨激扬的声音。

俨然山岳翔天中

上世纪 80 年代以来,随着改革开放,引进外资、引进外来建筑材料设备、引进国外设计理念成了潮流。在西方建筑思潮的影响和冲击下,北京建筑风格逐渐淡化了浓郁的意识形态气息。北京长城饭店、西苑饭店、建国饭店、香山饭店,以崭新的现代格调或清新的乡土气息,突破了北京风格的原有模式;这批建筑在现代化水平和现代设计手法上翻开了新的一页,出现了新颖的建筑形体和组群构成,运用了玻璃幕墙、齿形墙面、透光大厅、旋转餐厅、景观电梯等新的构成要素。在民族风格上,也从更广泛的角度去认识传统,从空间构成、序列组织、群体布局、室内装饰等形式上,多侧面、多层次、多方位地探寻求索,创造了一些具有浓郁的民族特色、乡土特色的建筑形象。

位于“国贸商圈”的核心国贸大厦分两期呈“双子星座”,气势恢弘,地处长安街东延长线,整个建筑综合体集中体现了北京中央商务区都市化、现代化、信息化的设计理念。恒基中心位于建国门内大街北京火车站东侧,它的设计以保持原有城市风貌为目标,综合考虑与长安街的街景与周围建筑群体协调,其立面东高西低,以避免单调,既具有现代气息,又注重融合古都风貌,外墙上精细的古典建筑装饰物及装饰线条,是古典风格与时代特色的结合。国际饭店是现代派的建筑,又有一定的中国味道,入口处的“冲天”柱子,借鉴了“牌楼”的形式,是中国建筑独有的。

这批建筑摆脱单一格调,逐步趋向开放、兼容,民族化和现代化融合的模式也基本得到了公众的认可,这批建筑也鲜明地打上了改革开放的时代烙印。

银河倒卷似卧龙

上世纪 90 年代以来,中国开放的程度日益加大,一大批外国建筑师进入中国市场,直接成为大型建筑的设计师,建筑的革新更加剧烈。随着“鸟巢”、“水立方”、“中央电视台‘Z’字形大楼”、“国家大剧院”的拔地而起,北京又有了新地标。这 4 个与传统风格迥异的建筑被贴上了后现代主义的标签,引起了强烈反响,也引发了各界争议。很多人忧虑北京城原有的城市文脉和城市格局被割裂,北京城原有的传统特色在逐步消减。

后现代主义建筑是针对现代主义建筑提出的。后现代主义者认为,现代主义只重视功能、技术和经济的影响,切断了新建筑与传统建筑的联系;现代主义只用一种方式对待不同地点的人,忽视地方特色和民族文化。后现代主义者宣扬文化多元性及其差异性、变异性和开放性,强调个性的设计和民族特征,而且

表现出传统的古典回归。

被视为后现代典型建筑的国家大剧院是一个高耸于湖面的半椭圆形球体，南北两个入口包覆钛金属板并配以透明玻璃框架，仿佛向两侧来开的巨大幕布，剧场内的灯光穿窗而过，巨大的半球仿佛一颗生命的种子。建筑物在水面的倒影构成了大剧院的外部景观，观众将从水下通道进入其中。从远处眺望，弧线型的中央玻璃天篷像是拉开的幕布，显出内部金碧辉煌的歌剧厅和色调如古乐器那样深沉的漆木饰空间。它的设计者安德鲁说：“中国国家大剧院要表达的，就是内在的活力，是在外部宁静笼罩下的内部生机。一个简单的‘蛋壳’，里面孕育着生命。这就是我的设计灵魂：外壳、生命和开放。国家大剧院内部设计首席顾问阿兰·博尼为体现中国元素，则用现代手法演绎了 20 多种红色：入口暗红色取自故宫外墙，漆器红光带环绕音乐厅；漆布上手绘红色印迹；戏剧场内用经过防火处理的浙江丝绸当壁纸。阿兰·博尼说：“中国国家大剧院具备了世界顶级剧院的共同点。我们希望在整体现代风格中体现它的国籍。我选择了中国传统的红色。红色代表情感的爆发，红色和中国乃至亚洲之间存在特殊的关联。我想强调的是，通过光线变化和映射等现代的手法，红色被赋予了不同的气质，这也是对中国传统的现代阐释。”

建筑设计师对中国元素如此充分重视，然而，中国公众面对“鸟巢”、“国家大剧院”为何还与外国大师们有明显的隔膜？毕竟，外国建筑师对中国独特文化的理解还是不能够完全深入，后现代建筑造型的怪诞与奇异以及外国设计师所采用的表现元素不完全符合中国公众的审美心理，应该是最主要的原因。大剧院和周围环境的和谐问题、高昂的费用问题，也是争议的焦点。这些争议的原因正如一些学者指出的：后现代主义的一个缺陷，就是忽视中国的现状与西方社会完全不同，西方是一个早已现代化、发达的工业、后工业的社会；而中国还是一个处在从前现代到现代过渡的社会。因而，全部运用后现代理念的建筑，是否符合中国的国情？

现在，大量外国建筑师登陆中国，其市场与商业层面的驱动因素是主要的，创造中国新建筑的责任还应责无旁贷地落在扎根本土的中国建筑师身上。我们期待，在中国建筑与国际接轨的互动当中，本土建筑师能够一如既往地与时俱进，谱写出既符合世界潮流又充满自主意识的时代乐章。

（2007 年 12 月 14 日《金融时报》）

你的血有多热

劫难也是对人性的一次普遍唤醒。

18天前,汶川一震,许多人的命运就此改变。数万同胞离开人世,500万人痛失家园。数十万救援人员、志愿者在前方紧张救援,亿万国人在后方援手频施。18天来,“虽然不能靠近你,但让我用心温暖你!”这句话在神州大地迅速流行,也成为文化艺术界人士的心声,他们由此愈加认清社会责任的分量,发挥自身的社会影响力和号召力,化心愿为行动:用真挚的心凝聚力量传递希望。胡锦涛总书记对广大文艺工作者积极投入抗震救灾的行动给予充分肯定和热情鼓励,他说:“只要我们心连心,同呼吸,共命运,就没有克服不了的困难。胜利一定属于英雄的中国人民。”

紧急行动 慷慨解囊

文化学者于丹说:“苦难是一面放大镜,它放大了生命的脆弱与无助,也放大了生命的温暖与慈悲。”汶川地震举国揪心,万民悲痛,千千万万远离灾区的文艺工作者踊跃捐款捐物。

在北京中医医院病房,92岁的老摄影家徐肖冰将善款交给中国摄影家协会副主席李前光,这是中国摄影协会开通捐款专用账号后收到的第一份个人捐款。徐肖冰说:“要把摄影界人士都发动起来,通过摄影人的镜头反映中国人民众志成城、不畏险阻的精神。”

冯小刚夫妇、张国立夫妇、王中军、刘德华、林建岳第一时间联合中华扶贫基金会、新浪网发出倡议,呼吁社会各界尤其是演艺界同仁积极捐款赈灾,并且率先共捐出60万元人民币。成龙、杨受成捐出1000万元用于抗灾,郎朗等诸多文艺界明星也主动捐款抗灾。

一位网友发帖子说:“文艺工作者是具有广泛社会影响力的公众人物,他们以身作则,带头捐款,不管捐多捐少,只要站出来,就有了一种积极的引导作用,不但树立了艺人的良好形象,也对其他人形成一种号召力。”

随着救灾工作的深入,各种灾后心理干预纷纷启动。文化艺术工作者对帮助灾民渡过心理难关有着重要作用。感受到自己喜欢的明星与自己“在一起”的时候,这种心理距离的拉近,对于灾民们的安慰,是物质所不能代替的。

传媒人杨澜发起“汶川大地震孤儿救助专项基金”,旨在长期对地震中失去亲人的孩子们给予生活、教育与心理方面的辅导。基金成立后的第2天,第一组

专家就出发了。与杨澜同行的,除了心理学专家等相关人员,还有邓婕、蒋勤勤等知名演员。

义演集结 凝聚力量

“凝聚每份爱,点燃颗颗心”。震后,文化艺术界开展了规模空前的赈灾义演、义卖、义拍活动。

“有一份凝聚叫力量,有一份笑容叫自信;有一种倒下叫站起,有一种选择叫坚定!”5月18日晚,“‘爱的奉献’——2008 宣传文化系统抗震救灾大型募捐活动”在《众志成城》的雄浑合唱中拉开帷幕。由中宣部、文化部、新闻出版总署等部门共同发起的这次活动,成为中国文化界的大集结,从两鬓斑斑的艺术家到初出茅庐的后起之秀,大家从全国各地走到了同一舞台,共同唱出全国各族人民心中一曲爱的颂歌,震撼人心、催人泪下,在海内外中华儿女中引起强烈反响,极大地鼓舞了全国各族人民抗震救灾的斗志,极大地振奋了民族精神。

据统计,全国5.5亿观众收看了现场直播,全球49个国家和地区的电视媒体转播或使用了中央电视台的直播信号。作为新中国成立以来我国宣传文化界最大的一次募捐活动,以逾15亿元人民币的现场募款,创下我国募捐活动的最高纪录,被称为“史上最强”的赈灾义演晚会。这台晚会,充分展示了全国人民的爱心和热情,彰显了举国上下同灾区人民心连心、同呼吸、共命运的伟大情怀。

与此同时,全国各地的文化艺术工作者举办了上百场赈灾义演、义卖、义拍。“爱在天地间”广播赈灾大行动在京举行;章子怡戛纳筹款赈灾讲述感人故事两度落泪;“共同渡过·中国当代艺术界赈灾义拍”活动中,29名艺术家集体创作,抗震油画拍得3350万元;人民文学出版社组织著名作家方成、都梁、刘和平、王树增、陆天明、石钟山、老六、李克威、阿来、麦家等聚首北京图书大厦签名义卖各自作品……

著名演员陈宝国说:“国家有难,匹夫有责。有什么赈灾工作,随叫随到!”陈宝国的话代表了众多文艺工作者的心声。文化界艺术工作者们用一颗颗赤诚的心,一双双温暖的手,让涓涓溪流汇成了爱的海洋,他们的言行,让我们看到了信心,也看到了希望。

激情创作 抚慰心灵

作家葛红兵说:“很多在大灾中受到精神创伤的灾民,需要我们的精神关怀。”而文艺作品具有独特的审美功能,是医治心灵创伤的良药。面对国之殇,民之痛,文艺工作者迅速发挥所长——文艺创作,来直面灾难,抚慰受伤的心灵。

中国作协组织作家采访团已赴四川地震灾区。“文章合为时而著,诗歌合为事而作”,作家有责任用文字传递九州爱心,用篇章凝聚八方力量,有责任用优秀的作品鼓舞人、感召人。《中国作家》杂志主编何建明说:“在这个特殊的时刻,需