



龙作为一个经典文化符号,融合时代精神,更多地与现代生活相联系,传递本土文化IP的磅礴力量

龙文化为何『魔力』始终不减?

文化观察

□ 本报记者 朱子钰
本报实习生 王晨

龙年纪念币、纪念钞火出圈,网友直呼抢不到;龙年茅台一瓶难求,超850万人次申购;龙年效应加持,育龄人群扎堆生“龙宝宝”……2024年,是备受瞩目的龙年,与龙有关的一系列元素掀起一拨又一拨热潮。作为中国传统文化中源流最悠久、延续时间最长的文化符号之一,龙文化一直长盛不衰,从重要的精神象征到走入民俗生活,已经成为大众心中不可替代的图腾。而今,随着更多年轻视角的诠释,龙文化的呈现正在变得多元而又生动,一个个特色文化IP令人应接不暇。

从古至今,神秘而又复杂的龙文化,为何“魔力”始终不减?
费尔巴哈认为:“人的崇拜对象,包括动物在内,所表现的价值,正是人加于自己、加于自己生命的那个价值。”龙是上古神话中的神物,素来被视为祥瑞,厚为图腾崇拜的产物,龙身上所承载的深厚文化价值,让人们在它身上寄托了无数美好的愿望。

根据考古发现,中国龙的起源距今至少有1万年。1994年,辽宁阜新查海遗址发掘时,发现了一条距今七八千年的兴隆洼文化石块堆塑龙。这条龙用大小均等的红褐色砾岩摆塑,长19.7米,龙头最宽处约2米,呈昂首张口、弯身弓背状。这是目前发现年代最早、形体最大的堆塑龙形。除此之外,关于传统龙形象的还有河南濮阳西水坡遗址出土的蚌壳龙,身长1.78米,高0.67米,龙昂首,长尾,状似腾飞。1993年,湖北黄梅县白湖乡张城村焦墩遗址发现距今六千多年远古先民用卵石摆塑的一条巨龙,昂首直身,曲颈卷尾,背部有三鳍,腹下伸三足,长颈曲折弯卷,独角上扬,恰似一条腾飞的巨龙。

这三例龙显然不是自然界中存在的生物,而是来源于先民的创造,是文化龙。学者普遍认为,龙起源于旧石器时代晚期,在漫长的岁月中,龙文化经历了起源、形成、发展和变迁过程。

在神话传说中,伏羲为龙种,女娲具龙性;炎帝乘龙兆,黄帝黄龙体,夏禹是虬龙,这些文化象征,成就了共同的心理基础,于是后人称自己为“龙的传人”。比如《山海经》里说黄帝“人面蛇身,尾交首上”。《朴史记·三皇本纪》中记载伏羲“蛇身人首”。《竹书纪年》

中写伏羲氏各氏族中有飞龙氏、潜龙氏、居龙氏、降龙氏、土龙氏、水龙氏、青龙氏、赤龙氏等。也就是说,龙是伏羲氏族的图腾,龙崇拜曾经存在过图腾崇拜阶段。

当人类进入生产性经济时代,思维结构就有了根本的变换,除了人类本身、动植物之外,自然现象被纳入了思考,庄稼收成多寡、牲畜养殖好坏与自然现象的关系密切相关,风调雨顺必定是丰收之年,天气暖 and 牲畜也能安然过冬,不会被冻死。由于当时的生产力低下,许多自然现象的变化使他们手足无措,洪水肆虐、久不下雨这样的情形就会影响他们生存。于是,人们将各种自然现象神化,具有神话色彩的龙,很容易被当成虔诚敬拜的对象,期盼五谷丰登、六畜兴旺。《管子》中说“龙生于水,被五色而游,故神。欲小则化如蛭蚘,欲大则藏于天下……变化无日,上下无时,谓之神。”现代考古出土一些战国帛画,描绘了人乘坐神龙飞天或者经由龙的引领灵魂升天的场景,可见,当时人们对龙形态已有固定认知,龙既能上天入海,又拥有神力、变幻莫测,从而走向了神灵崇拜,形成了认知传统。

与帝王崇拜结合,则是龙的一大特色,随着古代中央集权的高度集中而形成。古代第一位皇帝秦始皇就与龙产生了“联系”。《史记》中记载:“秋,使者从关东夜过华阴平舒道,有人持璧遮使者曰:‘为吾遗涓池君。’因言曰:‘今年祖龙死。’使者问其故,因忽不见,置其璧去。使者奉璧具以闻。始皇默然良久,曰:‘山鬼固不过知一岁事也。’退言曰:‘祖龙者,人之先也。’使御府视璧,乃二十八年行渡江所沈璧也。于是始皇卜之,卦得游徙吉。迁北河榆中三万家。拜爵一级。”大致意思是秦朝的使者经过华阴平舒道,被一个人拦住了说“今年祖龙死”,然后留下一块玉璧消失不见。使者将玉璧捧回,陈述了遇见的情况,秦始皇并不相信这个预言,并为此事进行占卜,显示迁徙才吉利,于是便将三万户家庭迁徙。其中“祖龙”暗指的就是秦始皇。富有戏剧性的是,不久后,秦始皇真的死了。

到了汉代,帝王更加注重利用龙的地位树立权威。汉高祖刘邦的出身被渲染为“刘邦父亲看到

一条蛟龙伏在妻子身上,然后妻子就怀孕生下了刘邦”。《史记》中形容他的长相“隆准而龙颜,美须髯”。这很容易让人联想到,出身寒微的刘邦为了抬高身份,树立权威,进行了这一系列的“美化造势”,与龙紧紧绑定。尔后,“龙子光环”“真龙天子”是历代帝王必备的身份光环,以此神化政权、巩固统治。

从神性动物慢慢演化为帝王象征,龙获得了更为显赫的地位,龙的形象逐步趋于统一。从更深的角度看,龙文化由此得到了更广泛的传播和极大的发展。民间的龙文化也在这一过程中日渐丰富,演变出各种习俗和信仰,比如因求雨或者止雨而祭龙、舞龙、赛龙舟等以竞赛、娱乐为中心 的龙文化。自古以来以龙命名的事物多不胜数,如将深渊叫作龙潭,龙文比喻才华出众的子弟和雄健的文笔,古代科举状元别称龙头,佛教中大乘经典为龙藏,还形成了龙凤呈祥、龙腾虎跃、龙马精神等美好的词汇。

现在,龙文化不再是埋藏在历史深处的旧匣子,褪去神秘主义的外衣,大众形成了深刻的情感认同。龙作为一个经典文化符号,融合时代精神,更多地与现代生活相联系,传递本土文化IP的磅礴力量。2024年春晚主题“龙行龘龘,欣欣家国”火出圈,生僻字“龘”成为刷屏热词,生动有趣的龙文化激发了年轻人对传统文化的兴趣与热爱。今年也是龙的文创年,各大博物馆出品的龙年文创销量一路上涨,供不应求。

对龙的崇拜影响至今,凡是与龙有关的事物、叫法,象征着奋发向上、和谐美好、积极进取的精神动力。可以说,龙文化是中华优秀传统文化的代表,从古到今、从中国走向世界,它的身上承载了人类对自然的尊重,多元文化的融合共处,千辛万苦总结的知识与经验,通过龙这一特定的形象传承,历久弥新扭成一股强大的精神动力,深深植于人们心中。从龙文化的身上,我们见证了中华优秀传统文化的生生不息。

文化视点

数字传播带火乡村旅游

据人民日报海外版,近年来,不少传统古村落积极“触网”,利用短视频、直播等数字传播方式,让一些长期以来鲜为人知的乡村风光和乡土文化进入游客的视野。数据显示,过去一年,抖音网友已打卡全国15万余个乡村文旅景点,创作超过6000万条打卡短视频,助力更多乡村成为热门旅游目的地。

江西省婺源县篁岭村是一座有近600年历史的古村落。受地形限制,篁岭村被梯田环抱,村庄房屋建在陡坡上。每逢秋收时节,村民用竹筐盛放农作物晒在自家屋顶木架上,形成了篁岭村独特的“晒秋”景观。晒秋视频在短视频平台上的走红,有效提升了景区的知名度。

中国社会科学院经济研究所教授杨涛涛认为,依托短视频、直播等数字技术,越来越多乡村里的美景好物为人所知,形成“出圈”的乡村IP,大量乡村资源被激活,乡村文旅正在焕发出新的活力。数字时代,网络直播成了“新农活”,网络平台合成了“新农田”,智能手机成了“新农具”,数字传播从内容和手段上重构了乡村“人、货、景”,创新提升乡村文旅,农产品售卖等业态,产品和服务,为乡村振兴注入新动能。

“花钱代画”乱象该管管了

据南方日报,近日来有网友反映,互联网上出现了一些为中小学生提供代画服务的商家,将成年人代画的作品出售给家长,以学生名义参加各类美术比赛,更有店铺晒出获奖证书吸引家长下单选购,引发广泛讨论。

花了钱,买了画,得了奖,却没有多少家长在意孩子是否真的喜欢绘画,又能否背得动这份沉甸甸的“荣誉”。在他们眼里,这只不过是一种可以流动置换的资源,是人生简历上的一笔,更是升学的跳板和敲门砖。先不说功利心理对美术比赛声誉和艺术创作精神内核不可逆的损伤,单论孩子的成长,它显然不是个正面表率。

“花钱代画”并非孤例,近年来,购买科技创新专利、代发代写论文……种种“金手指”屡见不鲜,且有逐渐“低龄化”的趋势,招致骂声一片。高喊着“不能输在起跑线上”的“熊家长”们,如今连让孩子先跑几步路都不肯了,干脆把自家的“起跑线”画到别人的“终点线”上,无形中也把各类竞赛提供的多样化的素质培养路径通通堵死。赛事举办方有必要做好作品鉴别工作,并配合监管部门追责。

让“冷资源”生成“热经济”

据人民日报,河北张家口市崇礼区万龙滑雪场,滑雪爱好者在雪道上疾驰;辽宁沈阳市精心推出冰雪赛事、冰雪演出等一系列冰雪活动……在北方,冰雪资源较为丰富,冰雪魅力无处不在。上海自贸区临港新片区的耀雪冰雪世界正加快建设,湖北武汉市的室内滑雪场客流量可观……在南方,尽管冰雪资源相对匮乏,冰雪消费的潜力也不容小觑。入冬以来,随着气温逐步走低,多地冰雪消费逐渐升温,“冰雪+”产业链持续延展。

发展壮大冰雪经济,需要真正从游客消费体验出发,引入潮流元素,创新项目玩法,体现独特创意,更好展现冰雪文化魅力,有利于吸引消费者深度参与;优化服务,及时补足冰雪产业链短板,回应升级期待;着眼未来,做好产业发展规划,优化营商环境,激发相关经营主体活力,持续拓展冰雪产业发展空间,巩固和扩大北京冬奥会“带动三亿人参与冰雪运动”的成果,为经济高质量发展注入新动能。

冰雪经济,未来可期。随着经济社会的发展和居民收入水平的提高,当越来越多地方找准发展冰雪经济的发力点,越来越多人亲近冰雪、感受冰雪、参与冰雪休闲旅游,“冷资源”一定能生成“热经济”,为培育壮大新型消费提供有力支撑。

身边的“文化客厅”更有看头

据光明日报,来自文化和旅游部的数据显示,目前,全国新型公共文化空间已经超过3.35万个。阳光明媚、树枝摇曳,珊瑚石搭建的二层小楼内,电脑、沙发、书桌,一应俱全,木质仿古书架上摆放着4000多册图书。一个个“小而美”的新型公共文化空间,凭借“颜值+内涵”的出圈,靓了城乡、润了民心,已经成为公共文化服务高质量发展的暖心地标。

这些老百姓身边的“文化客厅”,将文化服务模式从“政府+文化场馆”转变为“空间+多元主体”,演出、展览、讲座等不再局限于传统的文化馆、社区文化活动中心等场地,而是真正实现了“哪里有地方,就办在哪里”。

新型公共文化空间,“新”就新在颜值高,设计感强,且灵活丰富。一方面,“才貌双全”的新型公共文化空间往往能够成为当地的文化品牌和亮点,不仅有着“以文促旅”的力量,也提升着城乡的文化气质。另一方面,这些星罗棋布的新型公共文化空间,将“艺术即生活”的理念真正带到城乡居民身边,彰显着文化生活的公共与公益属性。

由点及面、连线成网,新型公共文化空间还是传承优秀传统文化、传播民族文化、展示地方文化的“宝地”,让身边的“文化客厅”更有看头,为老百姓送上更近、更美、更贴心的文化服务,既能让更多人共享公共文化服务的阳光雨露,也为促进人民精神生活打下了好基础。

(□记者 李梦馨 整理)

直指人心的《天下人心》

□ 逢春阶

党忧民,不是装出来的,是真正的‘忠诚派’,是真的有信仰,只要有利于巩固共产党政权,能为共产党赢得人心,他不会顾及那些清规戒律,坚决地干,他是认定了这条道儿了。把信仰真正付诸行动,这点,我很佩服的。”对手都能感受到欧阳云开“气场”之大,这就是正义的力量。大事讲原则,小事讲感情,在反腐战线上,他善于抓矛盾,抓矛盾的主要方面。他有他的辩证法思维——世界上就没有绝对的事,矛盾从产生的那一刻,便已孕育了破解办法。欧阳云开是一个政治立场坚定,思想觉悟高,有较强的理论思维能力的忠诚、干净、担当的好干部。小说除塑造了欧阳云开这一形象外,还塑造了他的战友们,如江镇澜的犀利、倪景行的诙谐、叶音的豪气、杨帆的缜密、朱克坚的执着等。通过一个个鲜活的人物形象,照出了纪检监察工作的职业尊严和神圣。小说还成功塑造了犯罪分子顾世言、齐九天、孙岱、武来等形象,这些人物形象,能照出人那不好控制的贪欲。

小说思想开掘深,发人深省。“个人犯错误,组织有责任,我们教育监督没跟上,没有管好。”欧阳云开在送腐败分子服刑前的谈话

中,郑重代表组织道歉,这都显示出真正共产党人的最大诚意和胸襟。欧阳云开说:“我们的方针是治病救人,治的是你的病,救的是你这个人,组织就是盼着你真诚悔改、改过。佛家都讲,放下屠刀,立地成佛,我们当有比这更宽广的胸怀。”“我们从善良的愿望出发,最终有人怎么也争取不过来,与共产党离心离德,甚至怀有二心、野心,企图和共产党争夺人心,那我们一定毫不客气,坚持斗争性,坚决拿起斗争武器,和他们斗争到底,最终让他们不得人心!”这部书照出的是共产党人的赤胆忠心。

小说与哲学、历史或者其他人文社会科学的区别,就在于它用细节来构筑一个尽管是文字虚构、却坚固而可信的“小宇宙”。小说就是说小,小,就是细节。它让文本世界充满灵动活泼的生气和颗粒饱满的质感,而不至于像一篇调查报告一样枯燥单调和乏味。因为有了细节,小说才接地气,有味道。《天下人心》中的细节很多,像散落在整部书里的一颗颗珍珠一样闪着独特光泽。比如欧阳云开到老同学孙岱市长家吃饭,欧阳云开说:“咱俩吃饭是私事,就不用公车了吧?”这一个细节,就

把八项规定的新气象勾勒出来。又比如在很严肃的正风肃纪大会上,省委书记刚刚强调手机关机,欧阳书记的手机却突然响了(他已经放静音上,报时响了),他反应灵敏,干脆来了个恶作剧,“嫁祸”于前排的某领导,从而让尴尬的场面化解,这真是神来之笔,看到这里我忍不住大笑。这个细节,既看出欧阳云开反应的灵敏,也看出他作为普通人的顽皮。一个传神细节,就把刻板、单调、僵硬的纪检干部形象给盘活了一个。一个细节,照出了新时代光影和新气象,也照出了普通人的光辉。

每个人都离不开政治,政治关乎国家前途和民族命运。如果从个人修养角度说,政治站位高,那么人生路就会少些波折,少些弯路。这部书照出的是人间正道和天下正气。小说从讲政治的高度,从巩固党的执政地位的高度来看反腐,就有了特殊的意义。

这部小说肯定还有不完美之处,但这是近年来从纪检监察视角描写反腐败斗争的难得的好作品。我把这部书当成一面镜子,因为它能帮助我们看清世界、参透生活、认识自己。

小逢观察

反腐题材的长篇小说我读过一些,总觉得隔靴搔痒。到去年7月发行已经突破7万册的《天下人心》却直指人心,这部书直当下现实,让人展卷欲罢不能。我想到了山水诗人孔孚的诗《崂山》:“晨餐朝霞/夜听潮音/濯足于万顷烟波/肩搭一条白云/有大海这面镜子/沾不得半点灰尘。”这本书就是一面照见人心的镜子。

小说情节并不离奇。崇山大学党委书记齐九天贪腐案,牵扯出安徽省委常委、副省长顾世言等系列腐败案件,省纪委副书记欧阳云开带领纪检监察办案人员与腐败分子斗智斗勇,体现了我党全面从严治党、严惩腐败、实现海晏河清的坚定决心和力度。

小说成功塑造了欧阳云开这一形象。书中借用一个不法商人郎子军的一段话评价:“此人既有古士大夫情怀,又有现今公职人员的情操。我看过他的文章讲话,文由心生,他的忧