

湘江头条

编者按

近日，第十二届全国优秀儿童文学奖评奖办公室发布公告，评奖委员会经投票表决，产生18部（篇）获奖作品。其中，有4位湖南人的三部作品，为诺亚童话《白夜梦想家》，蔡皋儿童绘本《不能没有》，弯弯、刘雪纯儿童绘本《妈妈的剪影》。

全国优秀儿童文学奖是中国儿童文学的最高荣誉。《湘江副刊》特邀图画书作家弯弯讲述儿童绘本《妈妈的剪影》的创作历程。这是弯弯和母亲刘雪纯二人跨越30年完成的一部剪纸艺术画书。她们用剪纸的表现手法，刻画了一位喜欢弹琴、刺绣、量体裁衣的姑娘成长为一位快乐的妈妈，和爸爸共同建设美丽乡村、创造美好生活的故事。

去呈现那些孩子们“不认识的东西”

——《妈妈的剪影》创作谈

弯弯

技艺的灵魂语言，赋予了它们全新的艺术生命。那些风车转动的韵律感、缝纫机针脚跳动的节奏感、绿皮火车穿越时空的流动感，都通过剪纸特有的概括、夸张、连接、镂空等手法，被提炼、被强化、被诗意地呈现出来。这些老物件，在成为剪纸艺术表现对象的同时，也成为了这门非遗技艺在当代语境下活态传承的绝佳载体。它们不再是静默的旧物，而是剪纸艺术讲述中国故事、传递生活美学的生动主角。正是通过剪纸这种充满民间智慧和生命力的艺术形式，老物件所承载的历史厚度、情感温度与文化深度，才得以如此鲜活，如此质朴、如此具有穿透力地抵达读者的心灵。

《妈妈的剪影》是给孩子看的图画书。但很多家长翻开它，给孩子读的时候，会惊奇地发现，这讲的也是他们自己的童年。扉页那张上下对称的剪纸就特别神奇：鱼塘边，小姑娘用镰刀收割鱼草，水中映着她的倒影。只这一眼，就把许多大人拉回了儿时的田埂。那姑娘大大的眼睛，质朴的微笑，像一把钥匙，瞬间打开了记忆的闸门。

翻开第一个跨页，左页是穿粉色衣服的姑娘，弹着一把红色的琵琶，粉色坐塌下还趴着一只粉色小狗；右页是她在穿针引线，绣着小鸟。琵琶、刺绣，还有后面出现的蜂窝煤、缝纫机、风车……这些老物件，现在的孩子可能有些都没见过，甚至没听过。

为什么呈现这些孩子可能“不认识”的东西，反而是这本书的意义？因为它们像一座座小桥，把过去和现在连了起来，把一代又一代人连了起来。

风车：老家院子里的老古董。“放进稻谷、转动风扇，空壳吹出去，饱满的谷粒哗啦啦落下。”我记忆中它就一直闲置在那里，当我看到这张剪纸的时候我把它称为打谷机，后来是妈妈纠正我的文字，我才知道这个老古董的名称和用法。妈妈把它剪出来，大概是因为它既是生活里常见的伙伴，模样又带着一种朴拙的美吧。

缝纫机：这是我爸妈结婚时买的“大件”，妈妈可厉害了，照着国外的服装杂志，就能给自己做出时髦的呢子大衣。我的童年里，有无数件她亲手做的漂亮小裙子，到现在看都不过时。这台老机器现在还在工作，旧窗帘能变成抱枕套，短了的裙子加上新裙摆又能焕发新生。它“喀喀嗒”的声音，是家的背景音，它缝进去的是日子，是巧思，是爱。

绿皮火车：书里最震撼的一页，是爸爸坐着绿皮火车离开家乡的场景。用激光雕刻镂空出的火车，从披星戴月开到阳光灿烂。车头的司机，车尾的乘务员，每个车厢里形态各异的乘客都那么生动。妈妈第一次坐火车就是从湖南的小乡村去新疆学剪纸，第二次坐长途火车就是带着我和哥哥去北京找在美院进修的爸爸。这辆在纸上奔跑的火车，载着多少离家的思念和奋斗的故事啊。

而《妈妈的剪影》最独特之处，恰恰在于它将承载着集体记忆的老物件，与中国宝贵的非物质文化遗产——剪纸艺术，进行了结合。妈妈手中的剪刀，不仅仅是在复刻这些物品的外形，更是用剪纸这门古老



《妈妈的剪影》插图。

不屈的脊梁

——纪念抗战胜利80周年

残柱之上，弦歌不辍

钟环宇



爱奥尼克石柱。

通讯员 摄

像在说：毁灭越是张牙舞爪，生命便越要以更磅礴的姿态伸展枝叶，向上生长。

那石柱本是西式老建筑的残留，偏偏立在千年书院的文脉入口，成了东西方精神在这交融的记号。石柱身上斑驳的伤痕，是炮火摧残的印记，也是过去的苦难熬成的痂。

在这片山与水之间，它们不仅是校园

的门户，更是精神的界碑，它把过去的炮火硝烟和今天的读书声，隔开了，又挽在了一起。日子不说话，石头懂——它提醒走过的人，脚下这安静的校园，底下原来是焦土。今天的读书声能飘那么高，是焚身于烈焰火海的先烈奋力托举来的。

夏天，树影子斑斑驳驳落在石柱身上，盖住了那些过往的伤疤。湖大西迁搬到辰



弯弯和母亲刘雪纯。

通讯员 摄

丁点儿暖黄的火光，暗处的猫头鹰眼睛闪闪发亮，画面瞬间充满诗意。多种颜色的渐变运用，既是剪纸中常用的一种染色技法，也为画面增添了丰富的层次和细腻的情感。在为爸爸妈妈抱着孩子摘果子的剪纸重新上色时，在剪纸的轮廓里，大人、小孩、草丛、果子，从一个色彩到另一个色彩的过渡，让画面增加了许多温情脉脉，却一点儿也没有削减剪纸特有的韵味。这种温暖的色彩渐变让读者能够更加深刻地感受到一家人的幸福与温暖。

我们在很多地方做了分享活动，现场的孩子门非常投入地寻找剪纸里的小细节，猜后面的故事情节。在讲到剪纸的技法时有工具的孩子门更是一部一步创作出自己的剪纸作品。孩子们对剪纸有了新的认识，原来剪纸不仅仅是对折着剪，还可以这么自由。妈妈现场剪的小猫小狗，孩子们喜欢得不得了。孩子们的热情给了我们很大的鼓舞，也特别开心能把这项非遗技艺用绘本的形式带到孩子们身边。老物件加上老技艺的能量可以越来越大。

也许因为这本书的真挚情感和设计，收获了很多的认可，我站在聚光灯下心中心百感交集，何其荣幸能与那么多好书的作者、编辑站在一起，心里默默给自己加油打气，要继续创作更好的作品。

溪的岁月里，师生们在破祠堂、农家堂屋里摆下书桌。桐油灯底下，老师讲着课，窗外是黑漆漆的夜色与战争的硝烟。

那声音微弱却又执着——物质世界毁灭了，但是精神世界不能崩塌。在那茅草顶、破瓦片下面，在人东奔西逃的路上，知识的火苗晃晃悠悠，微弱地燃烧着。可就是这点不灭的心火，让石柱身上的伤，不再光是疼痛了，它变成了一种绝不向日本帝国主义低头的证明。

岳麓山深处，七十三军抗战阵亡将士公墓的巨碑肃立，与校门石柱遥相呼应。八十余年前的血和火，因为有了这两处石质坐标，不再飘散。

1945年9月15日，历史在这迎来了重大转折：当年被日本飞机炸塌的科学馆，成了日本人在长衡投降的地方。日本将领坂西一良低头递降书的那块地，就是当年谭云鹤教授喊“血溅科学馆，死亦无愧”的台阶。

从炸剩的破砖头到投降的桌子，7年岁月，石柱看着侵略者的炮火从凶到蔫，也见证着一个民族从血泥里抬起头来——“日本侵略者肝胆俱裂地回到了岛屿上，眼睁睁地看着东亚曾经的主人从尸山血海中爬起”。石柱默默地矗立着，风穿过它伤疤累累的身躯，发出沉重的呜咽。

年轻人指尖碰到冰凉的石面，八十余年前的事就在指尖底下活了过来。石柱像本钉在湖湘大地上的活态史书，年复一年，向人们讲述着过去的种种。我的眼前闪过图书馆烧起来的大火幻影，耳畔仿佛响起辰溪祠堂里的琅琅读书声……

最后，一切都归于此刻的宁静，岳麓山就这么沉默着。只有那两根石柱，指向天空。

晨曦，晨曦。它们是无字的碑铭，也是无声的钟。深沉悠远也永不止息。

湘江观潮

长沙博物馆的展柜里，唐代长沙窑的一个诗文瓷壶静静陈列。壶腹有文字“买人心惆怅，卖人心不安。题诗安瓶上，将与买人看”，这是千年前工匠为招揽生意，把诗句烧进瓷胎，形成的广告文案。作为当时重要的外销瓷，长沙窑还为适应海外市场需求，弱化中原文化，融入狮子、椰枣树等波斯、阿拉伯的装饰元素。这些对文化符号的适应性改造，正是古代商业活动对城市文艺语言的早期重塑，而这种由商业驱动的城市文艺语言演变，在千年后的长沙依然延续着鲜活的生命力。

今日的长沙街巷，各类印着广告文案的饮品杯、包装袋，甚至是步行街墙体富有长沙风味的霓虹招牌，都成为街市间流动的“新长沙诗”，构成独特的地方语言景观。新消费逐渐成为文化表达的重要场域，“长沙诗”的古今变奏，恰为我们提供了观察窗口：商业浪潮究竟在怎样改写城市的文艺语言？城市又该如何以文化为内核，在消费场景中构建独特的表达体系？

以方言为例，这一最具地域标识性的文化基因，正被商业实践重构与激活。

长沙方言在音韵上有两个最为显著的特点：一是节奏轻快、节奏感强烈，在长沙话的叙述中，音调的起伏变化大，语速快，表达的情感较为明显；二是发音急促，大部分发音都少半个音拍，展示出风风火火的地域性格。因此在一些新式茶饮海报的宣传上，通过采取视觉上适当的留白，突出长沙方言中明了、轻快的节奏感。长沙街头各类餐饮广告也常将方言语气词文本化，常见的有“哦嚯”“阿也”“不咯”“啊（读上声）”“咧”“吧（读去声）”“噻”“咯”等语气助词，如餐饮品牌壹盏灯广告官方公众号中用到“咯”“哈子”“哒”等语气词；餐饮品牌文和友常常在广告图片中插入“哒”“波”“咧”“咯”等语气词。更具创造性的是对“有音无字”方言的处理：将长沙方言中表亲昵的“nia”、表动作的“mie”以拼音形式呈现，既保留了方言的原生韵味，又通过陌生化处理引发消费者关注。

其实，各地都有类似的地方传统语言商业化实践。成都的餐饮空间以“巴适”“安逸”的标语营造在地氛围；广州的食肆用“饮茶茶，食个包”唤醒本土记忆。方言成为可感知、可传播的文化符号，完成了从生活语言到商业语言的自然过渡。

年轻人对这类融合了本土文化的商业语言格外青睐。一方面，方言、本土意象等文化符号是地域身份的“内在象征”，能唤起年轻人对城市的情感认同。另一方面，这些被商业重构的地方文化符号自带吸引力，成为社交平台的分享素材，契合年轻人“晒个性”“找同好”的社交需求，让消费行为从单纯的物质满足升级为文化表达、自我呈现的载体。

文化符号对商业品牌的重要性，更在于它是打破同质化竞争的“差异化密码”。在产品功能趋同的当下，品牌能否精准捕捉城市文化的“核心基因”，直接决定其能否在消费者心中留下独特印记。武汉的早餐品牌强调“过早”的市井仪式；西安的文创产品以“长安”意象为核心，唤起游客的古都记忆；苏州的糕点包装以江南美学呼应“精致生活”的品牌定位——这些案例证明，文化符号能让品牌跳出传统“价格商战”的泥潭，转而通过对城市文化中最具特色的共鸣点的提炼，建立消费者对品牌的情感依赖与价值认同。

但是，文化符号在商业中被频繁使用，虽带来了一定的活力，却也暗藏着风险。某品牌因对长沙方言俚语“捡簪子”（表示占便宜或获得意外收获）的不当运用而被公众投诉。这提醒我们，品牌与城市的绑定需要深度理解文化内涵，而非简单截取符号。今日常见的奶茶杯上的几行现代诗文案虽能引发情绪共鸣，却也多停留在“鸡汤文”的表层表达，少见对城市发展肌理的深层思考，不少新中式茶饮的散文诗风格文案还被指责故作高雅。更值得警惕的是同质化倾向，商业空间中的模仿，可能会使原本独特的城市表沦为批量生产的模板，如流水线复制“想你的风又吹到了XX”把游客都吹腻，本是作为特色文旅宣传却弄巧成拙模糊了地域特质。

此外，还需要提及的是当这类与城市文化绑定的商业符号语言走出本地，该如何平衡“本土”与“他乡”，也是一大考验。以文和友为例，“湘里湘气”的场景充满深厚回忆与情感，在长沙成为超级IP。然而，无论是广州还是深圳的文和友，其装修虽然复古做旧，却越发冷清。有本地网友评论道：“我无法认同广州文和友在保留城市记忆方面的功能。从建筑环境来看，除了堆砌的一些细节元素外，整体缺乏本土特色，与长沙店相比并无太大区别，难以引起本地人的共鸣。”不同地域的不同文化色彩，对城市商业符号语言的弹性要求甚高，只有精准拿捏跨地域的“度”，才能让商业符号在异乡既守住本土文化的根，又融入当地的生活，避免沦为悬浮的“标签”。

从长沙窑的釉下诗到今日街市的消费符号，城市文艺语言在商业载体中寻找着自己的位置。新消费带来的是一场需要智慧的对活——城市如何在在这场对话中守住文化根基，品牌如何在逐利中保持文化敬畏？

城市需建立文化筛选机制，梳理城市文化符号的核心内涵与使用边界（如明确哪些方言俚语涉及民俗禁忌、哪些历史符号需谨慎演绎），为商业实践提供参考标准，既鼓励商业活化传统，又能警惕符号的浅表化；品牌应从简单地“符号搬运”转向“深耕文化”，吃透符号背后的历史脉络与情感密码，结合品牌调性与时代审美对传统符号进行再设计，推动文化符号的创造性转化、创新性发展；消费者也应消费中保持文化敏感，提高文化辨别力，推动商业语言从“博眼球”向“有深度”进化。

『长沙诗』的变奏：新消费如何改写城市文艺语言

邓珊珊