

牛河梁遗址第一地点2号台基发掘简报发布 5600年前红山先民已能分清正南正北

本报记者 朱忠鹤 文并摄

日前,《辽宁凌源牛河梁遗址第一地点2号台基发掘简报》(以下简称《简报》)正式对外发布。《简报》揭示,作为红山遗址重要考古发掘遗址点,2号台基为正南正北的长方形平面。这表明,距今5600年前,红山先民就已能准确确定正南正北方位。

牛河梁遗址是红山文化中晚期的一处重要遗址,在众多红山遗址中,地位十分重要。第一地点位于较为平缓的山坡上,闻名于世的“女神庙”就在第一地点分布范围内。2021年,考古工作者持续多年研究后明确,“牛河梁遗址第一地点”是一处由9座台基构成的台基建筑群,此次《简报》中提到的2号台基是其中之一。

牛河梁遗址考古发掘执行领队、省文物考古研究院研究员郭明介绍,2号台基依自然山势,位于第一地点中部偏北,1号与6号台基之间,2018年、2020年至2022年的系统发掘已初步廓清其分布范围、平面布局及建筑方式。

2号台基采用土石混筑方式,平坦处垫土、低洼处大石块铺底加碎石,兼具坚固性和渗水性,构筑原则与第一地点西南建筑群及其他台基一致,体现统一规范。

2号台基平面近长方形,呈南北方向,南北长64.61米、东西宽约41.39米,东、南、北部地势较高,无边界或护坡石墙,中部和西侧边缘砌筑石块护坡,主要遗迹包括石墙、建筑基址、护坡石墙等。

考古工作者在台基内发现2座建筑址石构基础,无明显人类活动遗迹,石墙叠压于晚期垫土之下,可能为营建过程中特定仪式遗存,使用时间较短,抑或为地上建筑的基础部分,推测其修筑过程是第一地点台基建筑群的缩影,遗迹差异或与功能分区相关。



中国社会科学院学部委员、中国历史研究院考古研究所研究员冯时指出,牛河梁遗址第一地点2号台基所呈现出的正南正北方位,是古代先民运用圭表测影技术进行空间规划的具体体现,这一技术背后蕴含的是中国早期文明对“二绳”方位的精确掌握。

先民们通过“立竿见影”的方式,利用立柱或表杆观测太阳影子的变化来测定时间与方位。考古证据显示,这种测影实践的历史可追溯至距今约8000年前,为确立空间基准奠定了基础。到了距今约7000年前,考古学上

已经发现了明确的“二绳”图像证据,所谓“二绳”,即通过天文观测确立的两条相互垂直的方位基准线——指南北的“子午绳”与指东西的“卯酉绳”,例如湖北秭归柳林溪遗址出土的距今约7000年的陶器刻画,就清晰地展现了这两条垂直的方位线,同时在淮河流域也发现了具有正南正北朝向的空间规划遗迹。

距今6500年前的河南濮阳西水坡遗址考古发现进一步证实了这一点,该遗址即呈子午线布局。牛河梁遗址作为红山文化的重要祭祀中心,其第一地点2号台基严格遵



上图:在上海博物馆“龙腾中国”展览中,牛河梁遗址第一地点分布图现身展厅。
左图:过去几年,牛河梁遗址第一地点2号台基一直是考古发掘重点。

循正南正北的方位布局,这并非偶然,而是先民通过长期天文观测,利用圭表测影技术精确测定方位、确立建筑朝向的结果,是“二绳”体系在大型工程中的具体应用,是“敬天、礼地、法祖”宗教观念。

近些年对2号台基的发掘,不仅初步厘清了分布范围、结构形式与营建过程,为认识第一地点台基建筑群的结构布局与功能分区提供了新资料,也为阐释牛河梁遗址所代表的红山社会发展水平与组织模式提供了重要线索。

文化七日谈 QIRITAN

人人都能在“东北超”找到快乐

丁春凌

先老实交代,我不看足球,不懂足球,也没佯装过球迷。

世界杯、欧洲杯、中超中甲,在我眼里大差不差。22个人连跑带颠90分钟,进不了仨俩球,甚至忙活整场,一个球没进——没输没赢。就这?

发现没,我对足球的异见,极其低幼。但是,但可是,虽然君子不好球,最近,我对“东北超”来了兴趣。

“东北超”,拆开说,就是“东北地区城市足球联赛”,今年5月23日到10月,辽宁、吉林、黑龙江、内蒙古三省一区的8座城市——沈阳、大连、长春、延边、哈尔滨、鸡西、呼和浩特、通辽,各出一个球队,PK。

听介绍说,球员全是咱身边的普通人,车间里拧扳手的师傅、操场上的半大小子、快递小哥里的“野球王”。中超中甲中乙的注册球员,都这儿去。

话说回来。一个球盲,到底能从东北超里找到哪些乐子?我摊开手,数了数。

看球更看人。那些张嘴就叫价千万的球星,我一个也对不上脸。但小区里周末背着球鞋出门的大哥,要是能踢进一个球,我能替他乐好半天。因为那是咱身边的人,影影呼的。

不用懂排兵布阵,不需看下场阵容,先看这群普通人替自己的城市拼命往前冲,心里就跟着热乎乎、暖烘烘。

看赛也看戏。听说中场休息时,朝鲜族的象帽舞、蒙古族的安代舞,还有二人转都要亮相。呼麦、长调、喷呐,九腔十八调,全是正宗东北味儿。

各城市核心商圈还设“第二观赛现场”,大屏幕一支,小烧烤一摆,没票的人也能凑一块堆儿,边吃边唠唠嗑。

这哪是看球啊,分明就是一场流动的东北大集嘛,踢球的和看戏的,谁也别耽误谁和。

看场子还看日子。正经球赛,得买票,得端着,得该鼓掌鼓掌,该叹气叹气。东北超不用。东北超整了个新活儿,叫“一张球票闯关东”。

拿着一张球票,从沈阳故宫玩到长白山天池,从松花江畔逛到呼伦贝尔大草原。大连那边牵头7座城市组了个“超开心”文旅组,景区打折、酒店优惠、美食管够,7座城市玩个遍。

这能叫联赛?这是东北人把日子过得亮了,顺便请全国人民来凑个热闹,全民狂欢。

看乐和,本身就是乐子。最近,总听旁边的人说“散装江苏,整装东北”,人家江苏靠着苏超把自己打得整整齐齐,那本来就铁板一块的东北,借着东北超,这回是不是能来一次更整齐的亮相?就像苏超那样,嘴上叫嚣像要打架,越叫越亲,越喊越团结。

更难得的是,这份乐和不分男女,也不论懂不懂越位、角球,光是看场边大爷嗑着瓜子指点江山,穿着朝鲜族裙子的大妈给自家儿子送水那些场面,就能把你拽进快乐的海洋。

看着短视频里,通辽招人、呼和浩特集训,鸡西比比划划,一群大小伙子在早春里汗珠子掉地上摔八瓣,场边大爷,手揣兜,眯着眼,时不时喊两嗓子,那股热气腾腾的劲儿,就心动。

对了,我还好奇一件事儿,这8个城市玩命踢球,台上台下互相嘶吼,喊出啥词儿呢?各个城市拿自己最硬气的家底互相叫板,谁也不服谁,得多出梗。

这大概就是东北超撩人的地方:不用你懂,不用你会,甚至不强求你认真。看下去,它都在那儿,鲜活、实在。

去不去,到时候,找个风和日丽的周末,买张票,去一个半生不熟的城市,跟一群不咋认识的人,一块儿凑个热闹,整几个东北硬菜尝尝。

然后,乐着回家。

“银楮流光”古代货币展在伊犁开展

本报讯 记者杨竞报道 由伊犁哈萨克自治州博物馆和沈阳金融博物馆联合主办的“银楮流光——中国古代货币中的白银与纸钞”展览近日在新疆伊犁开展。这是继2021年与图木舒克新疆农垦博物馆联合办展后,沈阳金融博物馆第二次赴新疆办展。

展览由“银楮千年——中国古代白银货币的沿革与演进”和“惊鸿马可·波罗——中国古代纸币的源流与传播”两部分组成,不仅展示了中国古代白银作为货币的演进过程,且以“马可·波罗与元代纸币”为主线,以金代交钞、大明宝钞、大清宝钞等为辅线,将中国古代纸币与丝绸之路沿线的地区和中国家联系在一起,展现东西方货币文化交汇的传奇画卷。

“书香表情·阅读瞬间”摄影展在沈开展

本报讯 记者杨竞报道 3月13日,“书香表情·阅读瞬间”第十四届百姓阅读表情摄影展在辽宁省图书馆举行。此展以镜头为媒,呈现的是百姓阅读的场景,更是对全民阅读热潮的礼赞。

此次展览由辽宁省图书馆、辽宁省摄影家协会联合举办。展出的近50幅作品是从全国各地310名作者的1038幅作品中选出来的。镜头里,既有在公园树下、田间地头看书的老人,也有在高铁上、演出后台看书的年轻人,更有在图书馆、书桌前读书的孩子,他们沉浸在阅读中。《渴望》《安静的书桌》《粉墨书香》等一幅幅温馨的摄影作品,以艺术之名,让阅读的力量穿越画面,让书香的芬芳浸润人心。

大众文化消费新看点 ③

后浪“霸座”:从网上围观到“为爱发电”

本报记者 吴丹

核心提示

“以前周末刷视频,现在周末看演出。”25岁的大连白领张彤彤点开购票记录算了算账,2025年,仅京剧她就看了14场,花费2700元,“其中一场在北京,拉高了均价,面对面听名角唱戏的体验,值!”

张彤彤不是个例。中国演出行业协会发布的数据表明,如今,18岁至34岁的观众群体占据超过70%的市场份额,成为消费主力。从高价票到周边文创,从跨城追戏到二刷三刷,文化消费正在成为他们的“新刚需”,理性“埋单”和社媒分享成为他们的新选择。

年轻人如何发现艺术之美?为何热衷由体验带动分享?记者深入我省剧场、对话剧迷和专家,试图揭开背后的消费密码。

从“偶遇”到“入坑”

“对情绪价值的更大渴求,只有现场艺术能真正满足”

“我入坑京剧,是个意外。”张彤彤回忆,初中时偶然刷到一段B站视频——电影《霸王别姬》里程蝶衣的京剧唱段,“我第一次发现京剧竟如此之美!工作之后有了收入,每周线下看戏就成了自然而然消费。去北京、上海旅游,看戏也成为必选。”她说。

张彤彤的经历有一定代表性。在受访的20位年轻戏迷中,超半数是通过短视频、戏歌、游戏接触并爱上戏曲。有人总结了“入坑三件套”——歌曲《神女劈观》(出自游戏《原神》)、《武家坡2021》(改编自京剧《红鬃烈马》)和陈丽君等火出圈的青年戏曲演员表演切片。

“短视频是把双刃剑。”沈阳师范大学戏剧艺术学院一级作曲李洪旭指出,“它把最精华、最有冲击力的几十秒推到你面前,降低了欣赏门槛。但真正的人,必须走进剧场。”沈阳评剧院院长张巍对此也深有体会,“很多年轻人起初担心听不懂,但看完一出戏,他们说得最多的是‘原来现场这么震撼’。”

短视频负责“种草”,剧场负责“转化”,让年轻人反复“埋单”的则是剧场提供的独特体验。沉浸式戏剧《幡灵迷境》在沈已演出超2000场,外地观众占比突破50%。它打破了传统剧场“观演分离”的模式,采用多线并行的剧情架构,使观众从被动观赏者转变为可深度参与剧情、与演员实时互动的“剧中人”。每场结束后,总有年轻观众热情地围着演员,签名、合影、交流。“我二刷了。”吉林游客于英说,“沈阳5天之行,我把两晚都留给了这部剧,每次跟着不同角色走,看到的故事线都不一样。这种感觉像自己走进了电影里。”

“情绪价值”是很多受访者提到的关键词。沈阳评剧院戏迷、东北大学艺术学院研究生金雅露这样描述在剧场看戏的感受:“有的戏看了很多遍,仍然很感动,演员谢幕时我也跟着眼眶发热。”她把对戏发展的思考写入了合着论文中——“环境式或

沉浸式戏曲的每一场演出,观众群体的不同反应都会催生细微而独特的气氛差异。从固定的、程式化的标准表演,到即兴的、充满生命力的艺术事件,这种转变不仅标志着观众主体地位的觉醒,更赋予戏曲艺术在当代语境下蓬勃生长的无限可能。”

年轻人对情绪价值的渴求,倒逼剧团和剧场不断寻求突破。辽宁大学艺术学院教授回宝昆认为:“这代年轻人既有对热度追逐的渴望,也有清醒理性的消费观,他们买的是体验,是共鸣,是‘那一刻我被击中了’的情绪价值。这种需求,只有现场艺术能提供。”

从“有得看”到“有得聊”

“像追星一样追戏,做周边,社交属性催生新的消费形态”

“一个人去看戏,散场后就不是一个人了。”大连京剧院粉丝群“前院加后院”成员王民中告诉记者,群里300多人非常活跃,不仅在网聊,线下也会搞团建。

“年轻人看戏,很多时候是社交行为,而且像追星一样追戏,对自己心仪的年轻演员更宠。”王民中说,群里最活跃的时候是演出前后,“抢到票的欢呼雀跃,没抢到的直懊悔‘下手慢了’;看完戏连夜发剧照、写剧评,等见了面还接着聊。这种‘有得聊’的感觉,让大家处成了朋友。”

“原来看戏的是白头翁,现在黑头发多。这个变化我体会最深。”48岁的王民中自打来大连上大学就与京剧结缘,“经过20年的培养,大连京剧院已经拥有一个稳定的戏迷群,有六七成观众是每场必来的。现在这个群体以年轻人为主,大学生和刚上班的居多,所以票房也是比较稳定的。”

是什么让这些年轻人成了铁粉?王民中认为,实力和真诚是圈粉的要害,“大家常和演员在群里交流,从剧目安排到表演细节,‘前院’很认真地倾听我们‘后院’的建议。可以说,观众跟演员的共同成长造就了双向奔赴。”

社交属性还催生了新的文化消费形态。在大连多个剧场门口,记者发现演出



3月15日,大连京剧院《红娘》演出现场,一张张青春面孔成为观众席的“绝对主力”,台上的精彩演艺与台下的热烈反响,构成了传统文化在当代焕发新生的动人图景。

受访者供图

前都有年轻剧迷在自发组织物料交换。手绘角色明信片、冰箱贴、徽章……这些由剧迷自制的周边,成为剧场外的独特风景。

为了赶在3月15日大连京剧院演出前制作完成《红娘》周边,张彤彤一下班就开画,根据剧院发布的海报参照设计人物形象,“材料费花了110元,并不多,主要是得费心思。红娘画了两天,崔莺莺4天才画完。”她向记者展示冰箱贴和明信片成品,“自己画,自己印,免费送,我们圈内管这个叫‘无料’,纯属为爱发电。戏曲文化博大精深,越研究越有趣。”当日下午,身为“社恐”的她,戴上口罩在金三角剧场前支开了摊儿,看到200份周边被戏迷们全部领走,她的眼里盛满了笑。

从“被动接收”到“深度参与”

“当看剧成为一种‘有文化、有品位’的社交标签,‘埋单’就变得理所当然”

年轻人的主流消费观很清晰:可以买贵的,但首要的是买对的。什么是“对的”,前提是“值得”。省剧协秘书长刘振国给出3个关键词:内容、体验感、身份认同。“内容是第一位的。”他说,剧本扎实、制作精良、口碑过硬,是剧目在市场上立住脚的根本,“好口碑传播快,烂戏一天都活不下去。”

体验感决定性价比。沉浸式互动环境戏剧《老酒馆》票价199元至299元,为什么火?“因为物超所值。”观众赵越说,“为这种入戏的感觉,我愿意付费。”身份认同是隐藏的消费动力。话剧《雷雨》在沈阳中华剧场演出时,穿旗袍来看戏的年轻观众不在少数,她们对视的眼神里带着对彼此的认同。辽宁歌舞团情境剧《国宝辽宁》在辽博驻场演出期间,穿汉服看剧打卡者成为亮丽风景。将专业的观演点

评发到朋友圈、小红书,往往会收获点赞,这种“懂戏的人”的身份标签,让消费本身成为一种文化表达。回宝昆认为,“当看剧成为一种‘有文化、有品位’的社交标签,‘埋单’就变得理所当然。”

新一代剧迷已经打入剧场,年轻人的文化消费习惯正在形成,而且具有较强黏性。很多人一旦“入坑”,就是长期消费者。“以前觉得看戏是老一辈的事,现在觉得这是我的事。”大连民族大学视觉传达设计专业学生王嘉睿表示,“看戏,已经是生活的一部分。”从学校去市中心看演出,坐轻轨得接近一个小时,但路上的他心情是愉悦的。每次看大连京剧院演出,他都会录视频、剪辑片,自媒体账号“温庭筠”运营一年,已积累了5000位粉丝。

正因为越来越多“懂戏”又有热情的年轻人涌现,“剧场热”引发文化消费新剧目。《国宝辽宁》作为2025年的现象级剧目,从线下火到线上,很多网友自发地积极发布观剧报告、总结观看攻略,以自来水之势进行宣推,助力该剧的市场化。文艺院团主动靠拢市场的努力与号称“自来水”的年轻剧迷的推力,对于文化消费的刺激,带来良性循环。沉浸式现场的强体验属性,激发年轻观众踊跃产出二创内容,并在此基础上形成口碑裂变,通过图文剧评、短视频切片、相关周边等,形成由体验带动分享、分享引发复购的趋势,成就“爆款”。

从“偶遇”到“入坑”,从“看戏”到“入戏”,从“围观”到“发电”——年轻人正在用行动重塑文化消费生态。其不再满足于被动接收,而是主动选择、深度参与、乐于分享。“当观众主动买票进剧场,意味着其对文化艺术的价值有了清晰认知,愿意为精神享受付费,这种消费行为背后,是审美素养的提升,是社会文明程度的进步,更是文化自信的体现。”省文联副主席林岳表示。