

据解放日报 在圆明园罹难 155 周年之际,北京圆明园遗址保护基金会和上海远东出版社首发《1860·圆明园大劫难》(修订版)、《伦敦新闻画报》所载火烧圆明园(1861)、《圆明园流散文物考录·英国卷 1》、《圆明园流散文物考录·法国卷 1》4 本。通过这两本《考录》,圆明园被劫文物中,至少有 639 件有了比较清晰的下落。

过去 10 年里,上海远东出版社动员多国专家学者共同努力,从英法美日等国收集起 1860 年以来各大拍卖行卖圆明园文物或疑似圆明园文物的记录以及欧美收藏家的收藏记录,努力从中寻找线索。

背景

1860 年,两万名英法联军侵略中国,劫掠并烧毁了圆明园——圆明园。举火之前,英法联军全面洗劫了圆明园,导致圆明园各大宫殿里的 150 多万件珍稀文物被悉数劫掠。

声音

法国历史学家贝尔纳·布里赛:十多年间多方查找当年英法联军官兵的战争日记、书信和回忆录、军事档案以及英法新闻报道,从零碎化的信息中一点一滴积攒,拼凑并还原出中国历史上的一场大劫难。

点评

借助现有文献档案研究圆明园的历史及其文物,其意义胜于重金从海外回购文物,更胜于耗巨资进行所谓重建。由于种种原因,我们对 155 年前的那场劫难了解得还是太少,很多研究都不得不依赖于海外文献资料来进行。这一次公开发行的《考录》,历经 10 年打磨,做研究,应踏实如此。

未经许可转载文章被诉
新媒体拿来主义何时休

据中国新闻出版广电网 一位专注著作权法学习与实践多年的法律工作者,因为不满新媒体未经授权使用他人作品,撰写了一篇题为《新媒体“拿来主义”的界限何在》的时事评论。

此文在一家知名纸媒首发后,竟被各种新媒体竞相转载,且既未经授权的许可与授权,也未给作者支付稿费。该文作者赵俊杰委托律师一纸诉状将侵权媒体之一的某知名网站告上法庭,这起案件在广州越秀区人民法院公开开庭审理。

背景

《新媒体“拿来主义”的界限何在》一文,对如何辨别新媒体公司是否侵权提出了法律依据。比如,对于仅提供网络服务的网站(ISP),我国的《信息网络传播权保护条例》明确了其免责条件,如不知道服务对象提供的作品侵权;未改变服务对象所提供的作品;未从服务对象提供的作品中直接获益等。

声音

中国文字著作权协会总干事张洪波:虽然网络媒体和传统媒体的内容合作是趋势,但大量传统媒体的作者并非该媒体的员工,也未将自己作品的信息网络传播权转让给相关媒体,因此传统媒体向网络媒体的“一揽子授权”,容易对作者权利造成侵害。

点评

新媒体的“拿来主义”现象,并不局限于个别媒体,复制、粘贴、删去原作者名字,别人的辛劳成果,在键盘敲击几下后,就变成自己的了。维权成本过高,加之维权收益过低,使得原作者往往无心无力“较真”,但是此以往,原创者的原创精神被消磨,互联网上还会有好作品么?事实上,《著作权法》制订于 1990 年,之后在 2001 年和 2010 年进行过两次修订,但修订内容中涉及互联网的并不多。当下网络侵权严重,一定程度上与相关法规缺失不无关系。解决互联网侵权问题,应当从立法层面入手。

中国广电大数据联盟在京成立

关注

跟着唐诗宋词去旅游,通过“旅游+读书”“旅游+摄影”“旅游+影视”等方式,让传统旅游业与历史文化、人文思想有效嫁接,实现传统旅游及文化产业业态的转型升级——

“互联网+文创”理念融入传统旅游业

赵凤兰

在“互联网+”时代,传统旅游业格局正在发生嬗变,过去单一的传统旅游方式和消费模式正朝着多元文化主题游、体验游和移动互联时代转变。在刚刚过去的“十一”黄金周,跟着唐诗宋词去旅游、《丰子恺与读书》系列文化深度游等人文主题游悄然兴起,这些旅游通过“旅游+读书”、“旅游+摄影”、“旅游+影视”等方式,让传统的旅游业与历史文化、人文思想有效嫁接,实现了传统旅游及文化产业业态的转型升级。不仅如此,“互联网+”更是贯穿出游全程,手机“摇一摇”可一键购票,微信支付即可进入景区……与往年相比,今年的旅游消费增加了更多信息元素和文化内涵。

“互联网+文创”催生人文主题旅游热

据国家旅游局假日旅游市场信息显示,今年游客出行需求呈多样化,假日旅游方式已从传统的观光型向观光休闲复合型转变。时下,在“互联网+文创”理念催生下,传统旅游业正被致力于旅游+文创事业的人士所重构。

上海游读会便是这样一家打造“移动互联+文创+线下连锁体验”的大文创生态圈公司,他们将出版、影视、培训与旅游结合起来,通过对图书的原创思想者进行立体价值开发和人文思想探寻,来帮助更多人成为具备诗性生活能力的人。今年,他们先后围绕诗人王久辛的诗集《狂雪》、作家岳南关于抗战期间中国知识分子大迁徙的《南渡北归》及教授厚夫的《路遥传》等著作,开展了深度文化主题游活动,让这些知名的作家、教授、科学家、企业家、军事家带领游客,来一趟身体和灵魂的文化旅行。今年“十一”前后,游读会专门组织了“醉美新疆喀纳斯两岸文化深度游活动”和“《丰子恺与读书》系列深度游活动”,来自台湾、广州、北京、上海等地的游客和同道学者在此一些风景秀丽、闪耀先贤智慧之光的庭院故居,一同游玩、摄影、品茗、读书,感悟自然、美文和生命,享受没有金属感的自然之美,让身体和心灵游弋于喧嚣生活之外。

谈到文创事业与旅游文化的联姻,游读会的发起人赵春善这样解读:“我们不是出版公司,我们通过出版锁定知识产权,对原创思想者进行立体价值开发;我们不是影视公司,影视是我们游读活动的衍生品,是立体价值开发的重要一环;我们不是旅游公司,旅游是我们深度文化体验的形式,是价值转移和再造的双驱动。”下一步,游读会还将陆续开展



洛阳市明堂遗址内正在演绎唐朝武则天时期外国使臣入朝觐见的场景。本报记者吴凡摄

旅游产业转型升级,使旅游行业步入新常态。

新型文化体验游消费升温

除了人文主题游、信息智能游,文化体验游也是“旅游+”和“互联网+”时代的一大亮点。从单纯的旅游观光到高空飞行文化体验,直升机游当下正在成为旅游经济新的增长点。据中国航空运输协会统计,到 2020 年,我国低空旅游有望形成 585 亿元的市场规模。面对诱人蛋糕,全国各地都兴起了一股直升机热。近日,蓬莱、深圳、南宁、桂林、株洲、张家界等地推出了直升机空中游览项目。

前不久,全国首个夜间直升机空中游览项目——苏州夜航金鸡湖正式营业。游客系上安全带,戴上耳机,和着螺旋桨发出的巨大轰鸣,一架价值 400 万元的美国罗宾逊 R-44 直升机腾空而起,绚烂的苏州金鸡湖夜景便尽收眼底。“十一”前后,无锡也开通多条直升机体验游线路,体验者提前预约后,即可在空中观太湖、游灵山。

此外,全国各景区不断创新“互联网+”时代的旅游形式,以传统产品为主体,持续打造观光与休闲、度假并重的多元化旅游产品体系。在江苏盐城大丰区新丰镇,融“田园、河网、风车、花海”等设计元素为一体的“荷兰花海”吸引着来自全国各地的旅游爱好者和摄影爱好者,游客纷纷乘坐“热气球”进行体验观光,在空中鸟瞰万亩花海营造的独特景致;在安徽合肥,人们在非遗园中观看河蚌舞、划船表演,还可以参加“寻找小小非遗传承人”的体验活动;山东东营精心开发的“十朵金花”乡村旅游点,推出了果蔬采摘、美食品尝、观赏摄影、户外露营等于一体的旅游体验产品。



河南开封,游客在书店街扫描二维码了解书店街的历史文化。CFP 供图

人物

从上世纪 80 年代因喜剧小品《吃面条》成名,到 90 年代开创中国第一个喜剧电影,再到成功转型舞台喜剧创作,陈佩斯一路诠释着他喜剧艺术的坚守和追寻。

陈佩斯:喜剧的内核是悲情

本报记者 兰德华

10 月 17 日,北京剧院,一位特殊的喜

剧人即将主讲一堂别开生面的喜剧公开课。

空旷的舞台,灯光汇集。他身穿一件宽松、随性的酒红色“便西”,脚踩一双黑色圆口老布鞋,大步流星直奔舞台中央,向着观众深深鞠下一躬。当然,最引人注目的依旧是他的标志性“发型”——光头和一脸谦和的笑。

他就是喜剧人陈佩斯。

陈佩斯,这个离开舞台越久,观众越期盼归来的艺人,从上世纪 80 年代因喜剧小品《吃面条》在当年春晚一举成名,到 90 年代开创中国第一个喜剧电影系列,再到如今他沉寂多年后成功转型到舞台喜剧创作,从喜剧到喜剧,这一路诠释着他喜剧艺术的坚守和追寻。

早在 2001 年,陈佩斯推出了第一部自导自演的话剧——《托儿》,从此,走向了舞台剧的创作。

截止到现在,他和他的团队已创作了 9 部舞台剧,其中,2006 年创作的《阳台》至今已演出超过 500 场。

在《阳台》这部作品中,他多年的疑问有了答案:喜剧的内核是悲情。

在这部讲述农民工“老穆”讨薪过程中阴差阳错却介入到任住建部门的贪官“侯建设”仕途与家庭危机的作品中,他第一次实践了自己的喜剧理论。

创作这部喜剧,缘起于他十几年前,一次恼火的购房经历。

“买了楼之后发现,后面有一连串的问题在等着你。你设想的是一种理想的生活,最后等着你的是‘一连串的阴谋’。”住在非常粗糙劣质的、外表却光鲜的楼房中让他感到屈辱和愤怒。带着这种愤怒,他开始了社会调查。

然而,对建筑工人现状、建筑行业业态的调查却引发了他对整个社会的思考,并将这种思考表达在他的喜剧作品里。

据文博会组委会办公室副主任、北京市贸促会副主任海波介绍,本届文博会主展

建筑如雨后春笋般的拔地而起,但我们却缺乏对人本身的关注。从一个建筑项目被多次灰色的转包,到建筑过程中的偷工减料,最根本上是对人的不尊重。”

“创作这部喜剧的过程,我们经历了一个宣泄——我们对这个社会黑暗面不满的宣泄,到后来我们的认识更加理性的过程。我们发现,受害者不只是民工,同时还有我们这位‘食官’,他也是这种非理性的发展、非理性的生活方式的受害者。他是被权力害的,也是被过度的聪明和自信害的。”至此,他找到了《阳台》这部喜剧中人物角色行动的切入点:它的悲情内核。

在他看来,高雅和低俗从来不是评判喜剧的合适的尺度和方法,最重要的是看有无悲情内核。

有了悲情,才有反思与批判。陈佩斯说:“讽刺是中国喜剧的一个优秀传统和重要方法。我们的艺术,从来都不是歌功颂德的,从来都不是。”

在践行自己的喜剧理念同时,陈佩斯对文化市场有着自己的判断和理解。

“做市场,这件非常不同凡响的事。公平的交易,是我们所有人都应该遵守的道德底线。”之于文化市场,他认为,尽管杯水车薪,有了更多的阅读时间读书和思考,倔强半生,这几句话,或许是他耳顺之年真实的心境。

第十届“文博会”突出“文化+”新兴业态融合

本报讯(记者赵亮)10 月 29 日至 11 月 1 日,由文化部、国家新闻出版广电总局和北京市人民政府共同主办,北京市贸促会承办的第十届中国北京国际文化创意产业博览会(简称文博会)将在北京举办。本届文博会将以“推动文化繁荣促进融合创新”为主题,突

设在中国国际展览中心(老馆),总面积 5.5 万平方米,设有 16 个主题展区,将举办综合活动、展览展示、推介交易、论坛会议、创意活动、分会场六大系列百余场活动,并继续搭建官方互联网展示平台。

与往届相比,本届文博会突出“文化+”新兴业态,打造产业融合发展新引擎。围绕融合创新主题,在展览展示、推介交易、论坛会议等各个平台上,促进文化产业与高端制造业、建筑业、商务服务业、信息业、旅游业和体

育产业等重点领域融合发展。例如在主展场,安徽馆将以文化与旅游融合发展为主线,整体展示皖南国际旅游示范区;文物博物馆展区着力打造“文博科技展区”,联合北京、上海、天津、杭州等地高科技企业,突出展示博物馆科技、文创发展的新业态。

据了解,创办于 2006 年的文博会伴随着中国文化创意产业的发展脚步走进了第十个年头,着眼于国家文化创意产业发展战略,见证了中国文化创意产业从起步、培育到快速发展的历程。据统计,文博会举办以来共吸引了来自数十个国家、地区的 300 多个政府机构、行业组织、国际组织,上万家国内外文创企业,千余位文创产业知名专家、学者和政府高官参展参会。前九届文博会签约总额达 5898 亿元。

本报讯 北京地区高清交互用户近两年平均每日不重复开机率基本稳定在 60% 以上;“2015 年央视春晚”在北京地区电视直播收视份额为 91.2%;“纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 70 周年大会”在北京地区电视直播收视份额为 99.1%,实时在线率达 72.37%……自 2014 年 11 月以来,由北京歌华有线每日向北京地区推出的“歌华发布”,为党委政府提供了真实客观的舆情参考,为电视台提供了丰富的数据服务,为广告商精准投放提供了数据支持。

10 月 23 日,中国广播电视台有限公司、北京歌华有线电视网络股份有限公司联合全国三十余家省市有线电视网络公司,共同成立“中国广电大数据联盟”,并在京召开成立大会。该联盟将以全国超过 4000 万双向数字电视用户的收视数据为基础,搭建全国广电大数据平台并建设收视数据调查分析机构,实现数据共享、联合发布,努力构建科学准确、客观公正、导向正确的收视评价体系,打造全国收视调查市场健康发展新格局,探索大数据助力电视+与智慧广电发展新方向。(凌云)

滦县发现 6000 年前石雕人像

本报讯(记者李显霖)河北滦县日前出土一个石雕人像,考古专家称其距今至少 6000 年,早于红山文化。

据悉,石雕人像长约 7.4 厘米,宽约 8.4 厘米,高约 15.1 厘米。河北省考古专家谢飞介,滦县出土的石雕人像取材于天然砾石,花岗岩质,雕像依原材自然形状设计,造型古朴典雅,加工浑厚有力,颇具审美理念,与周边出土的同类标本风格一致,是滦河流域出土的石雕人像代表作之一。

谢飞说,这尊石雕人像,应属于距今 6500 年至 6000 年之前的赵宝沟文化遗物,早于红山文化。

滦县石雕人像的出土,丰富了滦县新石器时代考古研究的新材料,证明在兴隆洼文化和赵宝沟文化时期,滦县就处于这一文化区系的中心地带。石雕人像是当时政治社会精神世界和艺术最崇尚的表现形式,既是祖先崇拜的实物证据,也是神灵崇拜的先导。

布依族歌舞剧《刺梨花红》晋京演出

本报讯 10 月 20 日晚,一台具有浓郁的贵州特色的黔南布依族大型歌舞剧《刺梨花红》在首都中国评剧大剧院上演。该剧由贵州省戏剧创作中心主任、国家一级编剧马军和陕西一级编剧张平深入贵州黔南布依族寨创作而成,据悉,10 月 12 日,由全国政协京昆室、中国戏剧家协会、中国少数民族戏剧学会、北京市委宣传部、北京市文化局共同主办的第四届中国少数民族戏剧会演在北京拉开序幕,而歌舞剧《刺梨花红》确定为全国 11 个少数民族剧种的 19 个剧目 15 台演出剧目之一。

全剧以布依族古老的文化传统为背景,讲述千练,有的外乡布依小伙子芒山与七星山下美丽、聪明、刚强的布依族姑娘刺梨探寻布依女儿人文精神家园,呼唤热爱生命、追求文明进步、战胜愚昧落后思想的传奇故事。该剧凄美而积极向上,在表现形式上全部选用了布依山歌曲调和传统的舞美夸张手法,歌颂了布依人的善良与情。 (段丽娜)

王瑜

近日来,备受公众关注的文化事件就是故宫迎来建院 90 周年,相关的展览活动引发了大家的热议。相关新闻用“万众瞩目”和“汹涌澎湃”来形容似乎并不过分。

从 2500 人因不文明行为上故宫“黑名单”到上千人为看《清明上河图》通宵排队;从首次向公众开放午门城东侧到门票或将全部网络预约,这座全世界观众最多的博物馆一举一动俨然已成公众和媒体关注的“明星”。

史料记载,1925 年 10 月 10 日,这座皇家宫殿史上首次向普通民众打开宫门。当天虽是下午两点开幕,平 8 点钟武门前已人头攒动,逾 5 万市民自发而来。2012 年,故宫超负荷接待观众数创历史新高,每天接待观众数超 100 万人次,而其收藏的文物数量和质量也堪称世界级。数据显示,目前中国大陆有 4160 座博物馆,收藏国家珍贵文物 401 万件,其中故宫有 168 万件,逾四成珍贵文物都在故宫。

毫无疑问,故宫是中国博物馆当之无愧的龙头老大。这样一座古老而丰盈的博物馆,在面对互联网快餐文化盛行和 90 后日益成文化欣赏和消费群体主力的当下,面临着跨型阵痛。

除了保管和研究、展示和教育功能是博物馆核心功能。如何在传播传统文化方面展现独有魅力,如何将抢救性保护和文化传承实现有机融合?如何通过更有“人情味”和创意的“安全”展示,达到人文历史传承和教育目的?如何在宏大叙事同时能更接地气?如何在开放文化同时突破狭窄的筹资渠道?这些现实而长远命题,是几乎所有博物馆面对的共性难题。

此外,我国博物馆还面临馆数和参观人数“井喷”式增长带来的隐忧。

公开资料显示,我国登记注册博物馆数量最近 12 年新增近 2000 个。当前仍以每年超过 100 个速度增长,相当于每 3 天新开一个。预计到 2020 年,每 25 万人将拥有 1 个博物馆。与此同时,免费开放以来,全国博物馆年均接待观众约 4 亿人次,各地省级博物馆参观人数相比之前普遍增加 3