

文化

周刊

责任编辑:赵亮
新闻热线:(010)84151608
E-mail:grbwhzk@sina.com

莫高窟将设计深度参观项目

敦煌莫高窟

据新华社 为强化敦煌石窟服务社会的职能,敦煌今年将设计特殊的深度参观或学术考察项目。在旅游淡季让特别喜欢敦煌艺术的公众和专业研究人员能够长时间、近距离观摩研究敦煌艺术。由于文物保护的需要,目前很多人在参观旺季到敦煌都只能参观8个洞窟,且都是远距离的“走马观花”。

经过几代“敦煌人”的努力,文物的病害得到了控制和改善。现在,在敦煌文物保护中,起壁画修复、壁画脱盐、空鼓壁画修复等保护流程都形成了规范,敦煌从抢救性保护逐渐过渡到预防性保护。

“保护是一个永恒的主题。因为这些壁画、彩塑是一些泥巴、草、矿物颜料、动物胶制作出来的,都是非常脆弱的,总有一天会消失。我们的保护就是要和时间‘赛跑’。”敦煌研究院院长王旭东说。

《长城》北美票房“遇冷”

电影《长城》

据北京日报 在美国“总统日”三天小长假里,电影《长城》票房并不理想。《长城》在北美3325家影院上映,上映当天收获590万美元票房,首周末收入票房1810万美元,不敌《乐高蝙蝠侠大电影》和《五十度黑》。相比于该片1.5亿美元的成本,和国内首周末4.7亿元人民币票房,这一成绩并不理想。

就口碑而言,该片也引起了较大争议。一些媒体认为,特效是该片完成得较好的部分。不过,更多人对该片给出了负面评价。目前,该片在IMDB的评分只有6.3分。在烂番茄网上,该片好评率只有35%。

《长城》主打的特效和中国元素,都不是北美观众的菜。“他们都是相当有经验和挑剔的观众,好莱坞特效看过那么多,《长城》一点不稀奇。”电影产业专家蒋勇认为,要想拍出能被国外观众接受的中国电影,首先要好看,内容浅显,至于文化上的输出则不必强求,能潜移默化更好。在这一点上,梦工厂的《功夫熊猫》系列和迪士尼的《花木兰》提供了两个范例。

《中国式相亲》引发激烈争论

《中国式相亲》海报

据北京青年报 相亲节目《中国式相亲》去年12月首播至今,官方微博被访问了1.77亿次,节目在社交媒体上引发了激烈的讨论。在节目中,几名年轻的候选男女排成一排,与五位父母面对面。这些父母的子女则待在另一个房间,在那里他们可以通过监视器看到相亲的过程,也可以通过电话与父母沟通。只有得到父母同意的候选人才能与他们的子女见面。

《中国式相亲》展示了现实中,父母在子女婚姻中的发言权,而背后的原因则是父母是子女婚姻的买单者。一份行业报告显示,2016年在上海举办一场婚礼的平均费用为20万人民币,这还不包括一套公寓和一辆车的费用,这两样被普遍视为订婚的先决条件。“相亲比较普遍是因为从一开始,两家父母就明确知道对方的家庭背景,可以说选择对象是受到父母挑选过的,这样比较有效率。”百合网首席婚恋专家周小鹏说。

赵昂 整理

“文化类节目的走红,体现了当下的节目模式在情感结构、价值观念、文化认同上与观众的贴近并满足了大众的多元化需求”。

综艺“清流”因何涤荡人心？

96岁的翻译界泰斗许渊冲受邀参加《朗读者》,老先生对学术的追求与乐观的人生态度感染了很多。

本报记者 兰德华

“你知道,我爱祖国,所以爱你。你是我那一时代现实极了的高山,我不对你说老实话,就不配你给予我的友谊。”在《见字如面》节目中,当演员王耀庆读出上世纪八十年代,黄永玉致曹禹信中的这句话时,文字的热烈与真挚,打动了无数观众。

“朗读,在于传播文字;人,在于展现生命。将值得尊重的生命和值得关注的文字完美结合,这就是朗读者”。董卿在《朗读者》节目的开头说出这样一段话时,其优雅,知性已迷倒众多粉丝。

近日来,《见字如面》《朗读者》《中国诗词大会》等多档文化类节目就以这般惊艳的表现登台亮相。这股被称赞为“清流”的文化现象,到底会昙花一现,还是将开启中国综艺节目的多元化形态?

参差多态才是文化节目的健康生态

“各位选手的诗词积累让人佩服,题目的设置考虑了观众的参与度,无论是业余爱好丰富生活,还是参透深意提升人生境界,节目能引发人们重新拾起诗词的冲动,这是一件好事。”从事多年中学语文教育工作的王丽娜表示,看到《中国诗词大会》让她很惊喜。

这档让才女武亦姝走红的文化节目,也让诗词本身走进大众。继《中国汉字听写大会》《中国成语大会》等央视系列文化节目之后,该节目让文字类节目的热播好评如潮。

2020年,每25万人将拥有1家博物馆

《国家文物事业发展“十三五”规划》发布

本报讯(记者赵亮)近日,记者从国家文物局获悉,《国家文物事业发展“十三五”规划》(以下简称《规划》)正式发布实施,这是全面推进我国文物事业发展的一件大事。

《规划》在统筹文物保护与经济社会发展,加大文物保护力度的同时,特别强调推进文物合理适度利用,使文物保护成果更多惠及人民群众,做到在保护中发展、在发展中保护。

比如,与大众生活更为贴近的博物馆工作。“十三五”时期,国家文物局将进一步优化博物馆建设布局,全面提升博物馆发展质量。配套的重点工程包括博物馆青少年教育功能提升工程、边疆地区博物馆建设工程、非国有博物馆发展质量提升工程、经济社会发展变迁物证征集工程。《规划》提出,到2020年,基本形成主体多元、结构优化、特色鲜明、富有活力的博物馆体系,全国博物馆公共文化服务人群覆盖率达到每25万人拥有1家博物馆,观众人数达到8亿人次/年。

此外,在“十三五”时期,国家文物局将推动文物保护实现“两个转变”,由注重抢救性保护向抢救性与预防性保护并重转变,由注重文物本体保护向文物本体与周边环境、文化生态的整体保护转变,确保文物安全。加强不可移动文物保护,组织实施一批具有重大影响和示范效应的文物保护重点项目,开展第八批全国重点文物保护单位的推荐和遴选,完善尚未核定公布为文物保护单位的可移动文物保护措施等。

特别值得一提的是,今年1月办中、国办印发的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》将革命文物保护利用工程作为重点项目,国家文物局将有针对性地进行组织实施。

压题图为北京八达岭古长城。牛国梁 摄/东方IC

“文保斗士”曾一智,一生一志为初心

张世光

一位叫曾一智的人去了,却刷了两个“朋友圈”。一个是媒体界的朋友圈,因为她本人就是记者,即使从本岗位退休后也依然作为记者们经常采访的专家活跃于媒体之上。一个是文物保护界的朋友圈,就连国家文物局都发唁电对她的不幸逝世“不胜痛惜,深表哀悼”。

她是谁?

她是一名扎根黑土地的记者,更是一名志愿者,“古建筑保护”作为一个关键词将她的两种身份串联起来。

当记者的时候,她以保护古建筑为主题,写报道、做专刊,畅谈“城与人”。当志愿者,她自费奔波在一个拆迁现场,为古迹遭存奔走呼号。直到她生命的最后,她人生的最后一条朋友圈仍在为一座古桥而呼喊、惋惜、痛苦。

了满足不同层次的文化消费需求的一种努力。

“有一些节目更能满足大众的情感需要,有一些满足知识传播型的,也有一些趣味性的,还有一些是智慧型的等,它们属于有不同的层次,这些层次最终合成一种叫文化传播和传承的景观。各种层次没有所谓高低,大家都应该去努力,生态越丰富,产品成长的可能越健康。”

从传统文化遗产中获取生命力

有评论指出,《朗读者》和《见字如面》生逢其时,它们成功激活了公众对传统文化的那股无处释放的热情。

在中国艺术研究院学者孙佳山看来,要理解文化节目走红的当下,必须了解中国综艺节目模式的变迁过程。这一现象的出现,并非偶然。

孙佳山在接受《工人日报》记者采访时表示:“此

《见字如面》中展出的钱钟书写给马成生的信

前的中国综艺节目大致经历了三个阶段:港台模式、欧洲模式、韩国模式。”

在上世纪90年代末,《正大综艺》《综艺大观》,这种大联欢模式的综艺节目,是中国内地引进港台综艺节目模式的发轫。

“1999年,是我国综艺节目第一个历史节点。当年,省级电视台开始全部‘上星’,由于成本高、竞争压力大,中国综艺节目市场开始火了起来,这一阶段以湖南卫视的《快乐大本营》《天天向上》为代表,包括后来央视的《幸运52》《非常6+1》等。”

第二阶段,从“超女”到“中国好声音”,这一阶段的综艺模式是从欧洲引进来的,而第三阶段诸如“跑男”、“爸爸去哪儿”等真人秀节目模式,则主要来自韩国。

“港台模式很快过时了,而‘选秀式’的欧洲模式最大的缺点是规则比较死,每个人都有比较固定的角色,嘉宾发挥的空间有限。和前者相比,‘真人秀’模式的剧本没那么死,有更大的发挥空间和大创作空间。”

从《见字如面》《中国诗词大会》《朗读者》等开始,我们的节目模式开始与中国观众的基本价值认同符合,开始从中国古代文化资源、文化遗产中获得

大英博物馆文物将亮相国博

2月21日,工作人员开箱准备取出密特拉神像。

“大英博物馆100件文物中的世界史”将于3月2日起在中国国家博物馆向公众开放,目前正开箱布展。展览将展出大英博物馆丰富藏品中的100件(套)文物。

新华社记者 金良快 摄

“文保斗士”曾一智,一生一志为初心

是不一样的。

担当生前事,不惧身后评。曾一智做的工作就是这样的。

有人说她“轴”,有人说她“特性”,更有人对她的这种“轴”和“特性”记忆犹新。

曾一智去世后,最早刷屏的是媒体朋友圈。很多和她共事过的同仁,对她做记者时的执着、纯净、无欲难以忘怀;一些把她作为文物保护专家采访过的晚生后辈,更是为她在文物保护方面的才华学识敬佩不已。甚至有的曾经因为采访时提问不专业而被她当场批评的年轻媒体人,都视当时那次不愉快的经历为职业生涯中难得的“彩蛋”。

为什么人们怀念她,因为她怀有一颗当下我们热谈的“初心”。

初心是什么?是大?是广?是多?是富?或许是,或许又不是。

有时候,一生一志,也堪称初心,只因为,念念不忘。念念不忘,方为初心。这颗心笃定、执着、透明、

生命力。“通过很接地气的节目制作方式,观众很好接受,这自然就能火起来。既不像港台的‘嘻嘻哈哈’和欧美综艺选秀模式的条条框框,也不像韩国节目模式的徒有热闹。”

在孙佳山看来,文化类节目走红的背后,体现的是当下的节目模式在“情感结构、价值观念、文化认同上”与观众的贴近。

而这种端倪,此前就已经出现。

《见字如面》的导演关正文,同时也是此前广受好评的《中国成语大会》《中国汉字听写大会》的总导演和策划人。他告诉记者,“从《中国汉字听写大会》当时取得漂亮的社会反响中受到启发,尽管当时并没有什么节目上的解决方案,但是我也觉得,能有机会把丰富的汉语语言宝库打开并传播,这是一个很好的事情。”

开启中国原创综艺节目新时代?

实际上,中国综艺节目自身发展的现实,也在倒逼综艺节目模式上的创新。孙佳山认为,和此前三种模式不同,近期的文化类节目,可以被看成是综艺节目发展的第四种模式。“这一阶段是中国真正原创综艺节目的阶段。”

与此同时,以传统文化为内核的节目的热播,也在带动相关产业的发展。以《中国成语大会》为例,接力出版社出版的该节目的衍生的系列出版物,也获得了不俗的销售表现。

“尽管节目的影响力会带动相关出版的销售,但出版物实际上是在节目之外的另外的一条河流中用了更更适合阅读的形式进行文化传播。实际上,大家在一个大的传统文化领域上,分别用各自的专业角度做传播。”

“文化节目能够突破传播的瓶颈,然后走入大众本身,现在来看还是多少有点令人意外。市场并没有天然建立起对文化节目价值的那样一种信任和更符合市场规律的评价。因为,我觉得市场收益,必然是之后出现的。”

关正文表示,文化类节目应该是更看重长远的,比如说它的节目生命力更长,产生效益的周期更长。获得效益的可能性,需要逐渐开发。从另外一种角度讲,文化类节目实际上不仅仅是一种情感的坚守,或者是简单情怀的问题。“任何有价值的题材,如果没有真正实现规模化传播的话,实际上作为我们节目生产人来讲,你的工作的价值就是非常有限的。”关正文更期待激发观众自身的感受和思考,“因为这恰恰是文化综艺给大家提供的娱乐的快感”。在关正文看来,“一档文化节目的价值,在相当程度上,体现在它的认知价值核心对现代人的启发,一种对活跃的思想状态和感知状态的启发。”

同时,孙佳山认为,面对这些可喜的现象也不必过度乐观。“中国平均文化工业发展水平相对还是比较弱的,剪辑师、分镜师,甚至节目的剧本等,我们的综合能力仍有待提高。”

(本文图片为资料图片)

“文保斗士”曾一智,一生一志为初心