



博物馆里的“百事通”

本报记者 黄仕强

位于重庆市渝中区人民广场的重庆中国三峡博物馆,是首批国家一级博物馆,每天都会迎来络绎不绝的参观游客。博物馆内,有这样一群人不会被太多留意,他们身着便装,看上去和游客无异,但当有人在一件文物前驻足良久时,他们便走到身旁,将这些文物的故事娓娓道来。这群人便是重庆中国三峡博物馆的志愿讲解员,每位成员平日里有各自的职业,来做志愿讲解员没有薪水,却有异常严格的考核制度和一摞摞需要背诵的资料。从《夺宝奇兵》到《盗墓笔记》,探险类电影往往以博物馆作为片头或周末。电影中,博物馆总是带着一层神秘的面纱。志愿讲解员的出现,正是为你揭开面纱背后的秘密。

2005年,第一批志愿讲解员进驻重庆中国三峡博物馆,他们是重庆师范大学历史学院的学生。2007年,重庆中国三峡博物馆举办了一次盛大的展览《西天诸神展》,从那时起,博物馆正式对外招收志愿讲解员。这些志愿者中,年龄最大的65岁,最小的18岁。平日从事的职业也是各行各业:工人、家庭主妇、汽车工程师、商人、大学生。无论年龄或职业类别,当面对重庆中国三峡博物馆展品时,他们均可如数家珍。只要在他们工作馆藏范围内,你随便指出一件物品,他们都可以将其产生年代、历史背景、故事轶闻一一讲述,可谓博物馆的“百事通”。

要成为重庆中国三峡博物馆的“百事通”并没有想象中那么简单。一小时的讲解,需要收集并牢记数万字资料。这没一分钱薪水的岗位,背后却有一套严格的考核标准。所有志愿讲解员在上岗前都需经过刻苦学习,内容包括博物馆基本常识、服务基本方法、气质培养、语言表达、礼仪接待、发声技巧等,然后由博物馆发配讲解稿,牢记之后再行面试考核。在对《工人日报》记者讲解一件展品时,记者看见讲解员们呈现出统一规范的站姿和讲解手势,还有一口标准普通话。对于“椒盐普通话”占强势地位的重庆,从发音就可看出,他们下过一番苦功。

最后也是最重要的部分是讲解词。无论是由馆内外专家,还是出色的讲解员起草,最终讲解词成稿都要经过馆内审核。伴随信息快速更新及历史重新发掘和定义,讲解员还需不断对讲解词扩充。志愿讲解员告诉记者,简单讲解完一个展厅需要几大本资料书的知识。若是旁征博引绘声绘色地讲解给观众,需要的知识量更大。志愿讲解员的工作时间也有要求。每年需在博物馆工作超过80小时,才有机会获得下一年志愿讲解工作。

西方国家博物馆志愿者引入较早,如今,美国博物馆约三分之一工作人员由志愿者担当。目前国内博物馆志愿讲解员队伍规模还很有限,多数博物馆仍以专职讲解员为主。称谓方面,国外不称讲解员,而是博物馆教师。多数博物馆教师会参与展览全过程,所以他们讲解的内容很丰富。在日本,要想成为一名志愿讲解员很难。一般都要经过半年培训。他们不但要了解展品,还要就展览背景、观众心理、讲解技巧等进行学习,之后当然还有考核。

对只有10年经验的重庆中国三峡博物馆志愿讲解员团体来讲,了解国外志愿讲解员经验也非常重要。志愿讲解员钟谷菁告诉记者,她从国外的志愿讲解员制度中了解到这项工作并非只在博物馆中进行,平时生活中,每个志愿讲解员也是历史文化的传播者,“这无疑给了我们更多的启示”。



5月22日,中国文化品牌和产品亮相在美国拉斯维加斯举办的国际品牌授权博览会。 新华社记者 李颖 摄

上合组织国家电影节将在青岛举行

本报讯(记者杨明清)日前,上合组织国家电影节新闻发布会在北京举行。上合组织国家电影节由国家电影局、山东省人民政府主办,由青岛市人民政府承办,将于6月13日至17日在青岛西海岸新区举行。

青岛市委常委、副市长王家新表示,青岛是联合国教科文组织授予的中国首个“电影之都”,将以电影为纽带,把上合组织国家电影节打造成为一届国际影视盛会。

工人原创话剧《实现·使命》受欢迎

本报讯 近日,由首钢文化公司出品,讲述一家三代“钢铁人”在各个时期坚守使命,无私奉献的产业工人原创话剧《实现·使命》在首钢矿业公司俱乐部开展巡演,受到广大职工好评。话剧不仅展现了首钢近百年的发展历程,也展示了几代产业工人的奋斗历程。

演出中,在钢铁工业不断转型发展的大背景下,一次次惊心动魄保炼钢高炉的壮举,让现场观看演出的职工产生了巨大的共鸣。据悉,话剧团还将赴河北唐山、陕西、贵州、吉林等地的基层厂矿演出。(舒华)

统计显示,我国每年生产的儿童电影超过60部,数量不少,但业内人士指出,令人印象深刻的屈指可数——

好看的国产儿童电影去哪了?

本报记者 于灵歌 陈俊宇

“六一”儿童节将至,带孩子看电影庆祝节日是不少家长选择之一。80后北京市民孙先生是一个5岁男孩的爸爸,他发现,“现在不论电视还是影院,除了熊出没、猪猪侠之类动画片,好像没有别的可给孩子看了。”

数据显示,2012-2016年,中国儿童电影票房收入逐年增加。2016年,全国电影总票房达457.1亿元,儿童电影票房收入约83亿元。而从近几年暑期档和六一档看,几部国产动画系列电影(潜艇总动员)《赛尔号》《三只小猪》等轮番上映,却频频被诟病:内容幼稚、粗糙且同质化。不少观众表示无奈,为何适合孩子看的电影越来越少,好看的中国儿童电影都去哪了?

国产儿童电影“式微”

“我小时候每学期学校都组织看电影,像《小兵张嘎》《闪闪的红星》等,那是我们课外活动最快乐的时光。”亚洲国际青少年电影节组委会秘书长冯学东回忆。

从新中国成立初期到上世纪八九十年代,儿童电影陪伴无数中国人度过童年。改革开放之初,以中国儿童电影制片厂为标杆,每年每个国营电影制片厂都要生产至少一部儿童电影。儿童电影制片厂每年要生产5部不同类型的儿童电影。那个时期涌现出《泉水叮咚》《霹雳贝贝》《红衣少女》等不少经典佳作。

上世纪90年代以来,受市场化冲击,“不赚钱”的儿童电影逐渐没落。据中国儿童少年电影学会统计,近10年来,儿童电影生产数量并不少,一直占国产影片10%左右。目前每年生产国产儿童电影超过60部。但业内人士指出,让观众印象深刻的屈指可数。

北京电影学院文学系副教授孟中告诉《工人日报》记者,儿童电影是商业电影重要类型,业内称为“合家欢电影”。目前全球票房排名前20的电影中,比如《冰雪奇缘》《小黄人大眼萌》等不少都与儿童有关。而记者查看近期国产电影票房排行榜,排名前20的电影中,没有专门为儿童拍摄的电影。就职北京某互联网公司的李女士表示,她只给6岁的孩子看迪士尼出品的儿童电影,比如《爱丽丝梦游仙境》《小飞侠》《狮子王》等,“国产的《熊出没》《喜洋洋与大灰狼》还是不太放心给孩子看。”

“中国儿童电影商业孵化还不成熟,没有票房市场,就没有高额投资,相关研发就没有保障,专业化水平低,进入恶性循环。”孟中分析认为。



“潜艇”系列动画电影曾5年蝉联同档期国产动画票房冠军。 视觉中国

创作观念滞后于儿童成长

为什么近些年国产儿童电影佳作缺乏?孟中认为,除了“不赚钱”,还存在创作观念误区,“儿童电影概念还较模糊,既包括面向儿童观众的类型电影,也包括回忆童年的艺术电影,后者未必适合儿童观看。”

2015年,国产动画电影《大圣归来》成票房黑马,不仅吸引大批“小观众”,也“圈粉”不少80后、90后年轻人,成为国产动画走出“低幼怪圈”典范。

“儿童电影不能严格按儿童生理年龄区分。好的儿童电影是大人和小孩都爱看。”孟中指出,如今儿童获取信息渠道和成年人基本一样,青春期启蒙也越来越早。而国内创作者对此研究明显不足。

举办过多次青少年影像活动的冯学东发现,如果内容不够吸引,孩子们很难在电影院坚持坐一个半小时,“故事一定不能刻意说教,而要从孩子视角出发,寓教于乐。”他指出,孩子们不在乎有无明星,只在乎内容。一味追求商业回报的电影,势必影响孩子价值观形成和情商培养。

儿童观影渠道狭窄

“现在不论是学校还是孩子,对儿童影视需求很大。”冯学东分析,“儿童电影市场回报率低,主要因儿童没有购买力,需要政策引导和扶持。”

早在2004年,全国妇联等6部门联合下发《关于进一步做好少年儿童电影工作的通知》,强调“在题材、资金、队伍等方面加大扶持力度”,每年重点扶

持创作20部少年儿童题材故事影片和两部动画片。据报道,目前每年约有30多部儿童片、动画片得到总计约2000万元政府资助。

但政府扶持政策,客观鼓励部分非专业人士依赖资金资助,制作低成本和低质量儿童影片,发行渠道也不透明。“这有违儿童电影艺术性和商业规律。”孟中指出,“毕竟扶持目的是造血,让市场自身运转起来。”

记者了解到,尽管由孟中担任制片人的《旺扎的雨靴》入围今年柏林电影节,但因缺乏商业发行资金,国内孩子们还看不到这部佳作。目前,国内儿童观影渠道较少,基本靠家长周末带孩子去影院。对此,中国儿童少年电影学会会长侯克明认为,“这方面我们需要向发达国家学习,学校定期组织孩子们进影院,针对不同年龄孩子放映不同电影,组织跟电影主题相关教育活动,票价也相应降低,让更多孩子走进影院,才能形成良性循环。”

冯学东也建议,政策应向电影出口渠道更多倾斜,比如成立针对中小学生的院线,或通过补贴以极低价格卖给孩子电影票,让孩子们有更多渠道看到好电影,才能形成优质产业链。

呼吁建立儿童电影分级制

孙先生喜欢电影《红海行动》,但因暴力镜头过多,没法与孩子分享。有报道称,票房大片《捉妖记》《美人鱼》里都有暴力情节,不少家长不得不带孩子中途退场。

“很多国产‘合家欢电影’主要从市场考虑追求票房,没有从儿童本身出发。”孟中指出。

文化类综艺如何延续热度?

王 瑜

最近,大型文化综艺节目《朗读者》第二季回归,再次引发收视热潮。据媒体报道,观众口碑和评价超越预期,豆瓣评分给出9.3分的好评,甚至比第一季8.6分还高出不少。这一效应再次引燃业内人士对文化类综艺节目热度能否持续的热议。

近两年,文化类综艺节目再度兴起并呈现蓬勃发展趋势,从《中国诗词大会》《见字如面》到《朗读者》《经典咏流传》,再到《国家宝藏》和《非凡匠心》,均不同程度获得观众追捧。今年以来,不仅《中国诗词大会》和《朗读者》等一批品牌节目相继推出新季,一批新的节目也陆续上线,从《信中国》《小镇故事》到《同一堂课》《匠心工匠》,其创意和形式,都有令人耳目一新之处。

与此同时,节目之外带动的一些热点也颇引人注目。

比如节目本身带动了更多观众对于我国非遗传承、古典文化、文博历史以及传统礼仪等的关注和喜爱,某种程度上,相当于从不同角度对公众进行了较为有效的中国传统历史文化之普及性教育。

再比如调查显示,不少有特色的文化类综艺节目居然吸引了不少90后的年轻观众。此前有媒体对《见字如面》《朗读者》等一系列文化类综艺节目调查发现,其受众群体以85前和95后最多,尤其是

95后观众,占比超过三成。另据央视调查称,《国家宝藏》观众主体构成中,集中度最高的是20岁到25岁年龄段人群,位居第二的是15岁到20岁人群,“年轻观众持续在网络平台刷屏、点赞及分享”。

这些无疑为令人欣喜之处。不过,还应看到,文化类综艺类节目火热背后尚存在一些明显“短板”。比如不少节目存在跟风之嫌,内容雷同,创意相似,引发观众审美疲劳。还有一些节目初期精彩,但后劲不足;亦或首季引人,但后季平平。最近的一个例子是,就在《朗读者》第二季播出前不久,《中国诗词大会》第三季也曾强势推出,然而观众反响并不热烈,口碑也明显远不及前两季。这些都是值得业内人士警醒之处。

在探寻症结之前,首先要看到的是如今人们所面临的全新传播环境。不仅信息资源极大丰富,甚至一定程度呈现出“信息爆炸态势”;而公众的接收渠道也早已实现“全天候和全方位”,从手机、电脑到楼宇电视,从公共视频到户外媒体,从各种移动互联平台的24小时滚动播出,到可容纳海量视频的网络大数据库,人们可以随时随地选择接收自己喜欢的信息。

在如此全息的传播环境之中,作为接收和接受主体的受众,也在发生着显著变化。海量信息资源令他们无所适从的同时,也让他们的注意力变得比以往任何时候都要挑剔和审慎。劣质的节目“难入法眼”,好的节目无法坚持优势,也随时可能被“打入冷宫”。还有更重要的一点就是,今天的观众

似乎比以往任何时候都变得更加“喜新厌旧”。需要进一步补充说明的是,这种“喜新厌旧”所付出的成本比以往任何时候都要低,甚至接近于零。这或许才是每一位传播者应正视的“革命性”变化。

从传播环境到受众群的革命性变化,决定了传播者提供的内容必须首先适应和契合这种变化,否则就可能随时被无情地“抛弃”。而就文化类综艺节目而言,窃以为,只有那些真正从观众心理的本真需求出发,不断触碰和回应其内在精神需求与文化渴望,并且能够持续与观众建立心灵沟通与对话的内容,才可能获得较为长久的发展。

从这个角度而言,《朗读者》第二季和《中国诗词大会》第三季恰可以互相印证,作为不同的参照,给更多的文化类综艺节目以启示,这种启示具有某种风向标意义。那就是,再丰厚的文化底蕴,也呼唤更接地气的内容,更广泛的嘉宾,更多元的表达和更有新意的形式。

而作为主创者,可能更需要始终保持一种敬畏和谦卑的姿态。新节目的研发要精益求精,已建立的品牌,更要持续创新。否则很有可能陷入曲高和寡与孤芳自赏的困境,那只能是自娱自乐,很难获得持久的关注度和生命力。



红楼影院变身公共藏书楼

5月24日,试营业的北京首家公共藏书楼内,提前来参观体验的市民络绎不绝。这里位于北京市西城区西四路口附近,改造前曾是北京有名的红楼影院,有着70多年历史,后因建筑破损、设施老旧等原因于2012年被要求停止放映。

2014年以来,北京西城区开始着力打造“书香西城”,停映的红楼影院正好为建设特色阅读空间提供了难得的场所。在西城区文化委推动下,一些文化企业也参与进来,将这里改造成为一个拥有藏书、公共借阅、新书发布、研讨、个人口述录制等多功能的新型公共文化服务机构——公共藏书楼。据了解,目前该藏书楼还处于“预约参观”阶段,已藏书1万余册,预计很快将开始试运营。

本报记者 吴凡 摄影报道



国产电影《大圣归来》曾是票房“黑马”。 视觉中国

此外,国内网络儿童影视资源也并不理想。打开一些主流视频网站少儿频道,记者发现,播放量最高的国产影片除了动画片,就是《铠甲勇士》《舞法天女》等真人饰演的剧目,被网友评价“制作粗糙、缺乏创意、剧情雷人”。

今年初,国内网络平台出现大量视频恶意冒用儿童熟悉的卡通形象,并涉暴力、惊悚、色情等因素,引发国内主流视频平台集中发力清理。

电视热播的国产儿童影视作品也广受批评。据不完全统计,热门动画片《熊出没》中,曾在10多分钟内出现20多次不文明语言;《喜羊羊与灰太狼》中,灰太狼曾被伙伴捉弄2347次。受此影响,各地多次出现儿童仿效的暴力场面。

对此,有民间机构曾根据儿童年龄和发育程度,推出儿童影视剧分级制度。“现在视频网站呈现内容还是出于商业考虑,不适合适龄儿童观看。”冯学东直言,“儿童还未形成成熟的是非辨别能力,在当前视听环境下建立儿童电影分级制度非常必要,可为家长和孩子提供观影指导意见。”

侯克明表示,社会需要儿童电影去讲述人类文明,让下一代能把文明传承下去,“儿童电影必须把社会效益放在首位。”

2018年文化和自然遗产日主题活动发布

本报讯 5月22日,文化和旅游部举办第二季度例行新闻发布会,介绍今年文化和自然遗产日主题活动。今年“文化和自然遗产日”是6月9日,活动分为“非遗”和“文博”两大板块,主题分别为“多彩非遗,美好生活”和“文化遗产的传播与传承”。

据非物质文化遗产司副司长王晨阳介绍,将有3700多项非遗主题活动在全国同步展开。主场活动是6月8日至14日在天津市举办的全国非遗曲艺周。这也是近年来首次将所有曲艺类国家级非遗项目集中汇演、交流、研讨。京津冀非遗曲艺人才培养基地将于曲艺周期间正式成立。此外,还将推出非遗公开课并首次举办非遗影像展。

“文博”方面主场城市活动由国家文物局和广州市人民政府共同主办。据国家文物局政策法规司司长陆璟介绍,广州主场城市活动将在千年古港南海神庙举行开幕式,同时举办“海上丝绸之路”国际学术研讨会和青少年文化遗产知识大赛,并首次举办文化遗产公开课。

国图首次尝试舞台演出传播科技知识

据中新网“书香筑梦·科技兴业——2018国家图书馆科技创新音乐会”5月22日晚在国图艺术中心举办。此次活动是国家图书馆首次通过舞台艺术形式展现发明成果、传播科技知识,1000多名观众观看了此次公益演出。

本次音乐会围绕“科技创新”主题,将科技、艺术、知识元素紧密结合,精心设计歌舞、乐器演奏、科技故事讲述等多种形式节目内容。现场所使用的很多乐器都是科技发明成果,如国产化的非洲乐器马林巴,新型民族乐器丁笛,使用人造皮制成鼓面的胡琴以及将胡琴、三弦、箏篪、竖琴等乐器整装为一身的文琴等,专业演奏人员利用这些造型新颖的乐器,演绎出《天路》《故乡的歌谣》《丝路风情》等经典乐曲,让观众在欣赏美妙音乐同时,领略科技创新在艺术表演中展现的独特魅力。

全国革命文物微电影像开启征集

据北京日报 日前,由中国文物保护基金会与中国电视艺术家协会共同举办的“红色记忆V计划——全国革命文物微电影、微视频、微动漫征集活动”正式启动。

“红色记忆V计划”是受财政部和国家文物局委托的公益活动,面向全国征集以革命文物为主题的微电影、微视频和微动漫,以中央苏区、陕甘宁边区、大别山区、太行山、沂蒙山、东北抗联遗迹等9大片区和长征路线的革命文物为创作源泉,或通过情景再现的方式还原革命历史,或将历史与现实相结合反映革命文物的教育功能,或用影像方式记录革命历史教育活动。征集活动截至今年8月31日,在此期间可登录官方活动平台,了解相关信息进行报名。

(王瑜整理)