



## 回眸

去年近十亿人次走进博物馆 渐成新的生活方式

据人民日报 记者从1月8日召开的全国文物局长会议上获悉:截至目前,全国博物馆总数已达5136家,去年全国博物馆举办各类展览超过2万个,近10亿人次走进博物馆,社会教育活动超过20万次。

2018年,文物保护利用改革力度明显加大,《关于加强文物保护利用改革的若干意见》《关于实施革命文物保护利用工程(2018—2022年)的意见》相继出台,成为文物领域里程碑式的政策性文件。文物安全方面,2018年,国家文物局会同公安部开展全国打击文物犯罪专项行动,侦破案件851起,打掉犯罪团伙173个,抓获犯罪嫌疑人1476名,追缴文物6877件(套)。公安部第三批A级通缉令10名重大文物犯罪案件在逃人员全部到案。

点评  
去年一年近10亿人次进入博物馆,这个数字确实令人欣慰。这一方面说明我国博物馆的历史文化教育功能正在逐步深入普通民众。另一方面也说明,民众的人文素养正在呈现某种提升的趋势,至少在不少家庭看来,参观博物馆已日渐成为一种新的生活方式。在当下新媒体信息呈现爆炸态势下,相当多数民众愿意放下手机,走进博物馆,这无疑是一种进步。

纪录片《四个春天》全国公映 老年生活亦有诗意

据新华社 纪录片《四个春天》日前在全国公映。影片以2013年至2016年四个春天为时间节点,记录了一对相濡以沫50多年、乐观自强又多才多艺老夫妇的家庭日常,折射出平凡生活中的诗意。

《四个春天》是一部以真实家庭生活为背景的纪录片。15岁离家、在异乡漂泊多年的导演陆庆屹以自己南方小城里的父母为主角,在4年光阴里,以一己之力记录了他们的美丽日常。“人最幸福的是看到自己旺盛的生命力,在生活中留下印记。生活很美好,在经历各种事的时候可以让自己更坚强一点。”陆庆屹谈及创作收获时说,“希望我们走过天涯海角,始终不忘心中柔软。跨越山海,勿忘回家。”影片艺术顾问、北京电影学院导演系副教授王红卫说:“这部作品让我想起生活和世界有更好的可能性。”

点评  
区别于以往同类题材对老年人日常状态的刻画,本片向观众传达出一种别样的理念和真实,那就是老年人的生活也可以过得诗情画意又充满希望。在当下处于深度老龄化社会的中国,这样的视角显得更为独特且洋溢着生机。那就是,老年人的生活状态与青年抑或中年生存状态其实类似,关键在于心态是否乐观,能否积极主动地拥抱生活。正如曾经流行的那句广告语所言,“六十岁的人可拥有三十岁的心脏”。只要调试好自我,再大的年龄也能创造生活的希望,也能活得光彩照人,永葆青春。这也许才是本片更值得称颂之处。

猪年生肖邮票《己亥年》首发 生肖文化历久弥新

据新京报 1月5日,中国邮政《己亥年》特种邮票正式发售。据悉,此次猪年生肖邮品分三天发行,第一天发售量最多。截至当日下午3点,全市单日发售的一套2枚《己亥年》生肖邮票已全部售空。

据了解,从1980年开始发行生肖邮票至今,我国已连续40年发行生肖邮票。《己亥年》特种邮票1套2枚,图案名称分别为“肥猪旺福”“五福齐聚”,全套邮票面值2.4元。另发行小本票1本,售价12元。当日上午,《己亥年》特种邮票首发仪式在故宫博物院文华殿举行。作为邮票设计者,韩美林与中国邮政集团公司董事长刘爱力共同为猪年邮票揭开首发展示板,宣布2019年《己亥年》特种邮票正式向全国首发。

点评  
中国传统的生肖文化在历经千年之后,在当下依然能够焕发新的生机和活力,显然是一大幸事。作为这一文化传播的重要载体——生肖邮票,可谓功不可没。多少年来,几乎每年新春之际发售生肖特种邮票,都能引发一次抢购热潮。其中当然不乏一些资深的投资客,不过还有更多的人是一种发自内心的热爱,从一两次尝试演变为收藏爱好者。而每年的生肖邮票的设计也会引发业内外人士不同程度的评论。从生肖文化的传播效果来看,这种方式确实值得充分肯定并在传统文化传承领域发扬光大。

(晓渔)



1月10日至13日,由上海文广演艺集团、上海木偶剧团出品的大型多媒体木偶剧《最后一头战象》登台北京国家大剧院。该剧改编自作家沈石溪的同名小说,讲述的是抗日战争背景下,傣族少年波农丁与小象嘎嘎从玩伴成长为战友的传奇故事。  
新华社记者 罗晓光摄

抗战期间,“雾季公演”为重庆带来一段戏剧的黄金时代。如今,该市有26项传统戏剧被列入市级以上非遗,并新推出青年戏剧孵化计划等扶持措施——

# 重庆:古城焕发戏剧之春

本报记者 李 国 实习生 康雪颖

从1月11日开始,作为中国音乐剧产业里程碑式作品——《妈妈咪呀!》中文版开始在山城重庆热演,连演6场票仍供不应求。中文版《妈妈咪呀!》诞生于2011年,当年被重庆演出公司首次引入山城,成为年度文化盛事。此后,该剧又经过多次打磨,时隔7年,再度入渝。有业界人士称,重庆这座古老的戏曲之城正在焕发新颜。

在中国,提到戏剧,很难绕过重庆。抗战期间,全国文化界知名人士云集山城,重庆戏曲文化也格外兴盛,其中以“雾季公演”为代表的重庆抗战戏剧,更让话剧界掀起一次创作和演出高潮。如今,随着重庆各界越来越重视传统戏曲,曾经的戏曲“重镇”迎来新的“春天”。

“雾季公演”点燃山城戏剧之火

时逢岁末年初,新春佳节将近,重庆多个曲艺剧团先后开演多台戏剧,让众多戏曲爱好者“梦回”抗战时期,置身于山城戏剧的“黄金时代”。

1937年11月,随着国民政府迁都重庆,国内一些著名的戏剧团体和文艺界知名人士,先后在山城汇聚。一时间,重庆演艺界名流荟萃,盛况空前。当时,在重庆有怒吼剧社、上海影人剧团、农村抗战剧团、中电剧团、中央青年剧社、中国艺术剧社等50多个戏剧社团;涌现出郭沫若、田汉、夏衍、老舍、曹禺、陈白尘等一批近现代历史中著名剧作家;还有焦菊隐、史东山、陈鲤庭、郑君里等知名导演以及一大批知名演员。

抗战时期,重庆戏剧界注重开展大规模的群众性戏剧表演。此前其作为战时“陪都”,经常遭遇日军空袭,而每年10月至次年5月为雾季,这期间因经常大雾弥漫,不利日机空袭,重庆文艺界遂利用此段时间,举行大规模的演出,史称“雾季公演”。

1941年10月到1942年5月,为重庆首届“雾季公演”。此后到1945年,重庆“雾季公演”在日机轰炸的间隙中坚持了4届,创造了重庆话剧运动,开创了中国话剧史的一段“黄金时代”。

据史料记载,“雾季公演”的成功举办,离不开周恩来领导的中共中央南方局的鼎力支持。当时,《屈原》的演出使国民党当局震惊,他们污蔑《屈原》剧本是在鼓吹爆炸,甚至提出“谁说《屈原》是好戏,谁就是白痴”。对此,周恩来在重庆说:“这是郭沫若先生借着屈原的口说出自己心中的怨愤,也表达



《尘埃落定》演出剧照。 主创方供图

了广大人民的愤恨之情,是向国民党压迫人民的控诉,好得很!”

“雾季公演”盛况,大大刺激了剧作家的创作热情和灵感,一时间,重庆成了剧作家的丰产地。如郭沫若在抗战期间就创作了《棠棣之花》《屈原》《虎符》《高渐离》《孔雀胆》等知名剧作。

“戏剧见证了近现代以来重庆的深重苦难,见证了中国的志士仁人的抗争,更见证了今日中国的繁荣和发展。”重庆一资深戏迷刘广元对《工人日报》记者说,虽然那段令人热血沸腾的峥嵘岁月已过去80多年,“雾季公演”却点燃了重庆的戏曲火焰,成为中国戏剧史上一道璀璨的风景线。

传统戏曲迎来“第二春”

“黄杨扁担悠悠嘛,挑挑白米下柳州哇,人人都说柳州的姑娘好,个个姑娘会梳头哇……”春节临近,秀山多个“花灯班”已开始张罗春节期间表演所需的材料和唱词。

“秀山花灯”作为第一批列入国家级非物质文化遗产名录的民间戏曲,因内容和表演“接地气”,深受当地人喜爱。

“很多人认为非物质文化遗产多是阳春白雪,但秀山花灯恰恰属下里巴人。”年过七旬的秀山花灯传承人王世金向《工人日报》记者介绍说,秀山花灯在当地村村寨寨都能见到,表演内容源自老百姓身边的故事,尤其是发生在农村的趣事,“有浓郁的泥土味”。

王世金表示,秀山花灯因起源于唐宋时期,历史悠久,表演内容较为传统。前些年,老“花灯人”一度忧心传承问题,现在随着当地旅游业的发展,秀山花灯唱词得到“升级”,融入与生态、环保等热门话题相关的新鲜内容,“有创新的想法,加上科学实践,老调新唱同样具备生命力”。

事实上,传统戏剧是我国民族文化的重要组成部分,而重庆自古以来就是孕育戏剧的沃土,多达数十种的传统戏剧经过一代代百姓传承和发扬,成为当地独特的精神文化财富。目前,重庆市及以上非物质文化遗产中有26项传统戏剧项目,其中国家级2项,市级24项。

除了这些非遗传统戏曲受追捧外,不少歌剧、话剧、杂剧等,也深受山城百姓喜爱。2018年12月初,由重庆市歌剧院创作的歌剧《尘埃落定》正式公演,消息一经发出,演出票瞬间售罄。



“朱炳仁艺术”主题邮局开业

日前,以铜雕艺术家朱炳仁命名的朱炳仁艺术主题邮局在北京798园区朱炳仁艺术博物馆落户并正式对外营业。

据了解,朱炳仁一直致力开拓与发展铜艺术,首创“熔铜艺术”,开启“铜雕技艺”新篇章。2008年,该技艺入选国家级非物质文化遗产代表性项目。

本报记者 王伟伟 摄

中国儿童文学研究会实施文化扶贫

本报讯(记者徐新星)记者1月9日从中国儿童文学研究会获悉,2018年下半年以来,该研究会在一些“老少边贫”地区力推“文化扶贫”。研究会副会长、秘书长楚三乐带队,到内蒙古鄂温克族自治旗和黑龙江勃利县等地进行精准文化扶贫与帮扶活动。

此次活动中,研究会组织由儿童文学作家组成“文化扶贫”小分队前往鄂温克族自治县旗巴彥托海镇,了解当地教育、文化、艺术发展,走访正在恢复的百年学校——巴彥嵯岗小学,捐赠价值1万多元精品图书。此外,扶贫小分队还来到勃利县,组织儿童文学作家、辽宁文学馆馆长薛涛和吉林阅读推广形象大使、儿童文学作家寰寰,给该县近10所学校学生进行公益演讲,并赠送价值10多万元的图书。据悉,研究会还将与上述两地建立战略合作,持续推进文化扶贫。

《创意中国》第二季再创收视佳绩

本报讯(记者王瑜)1月10日,北京市文化创意产业促进中心相关负责人向记者介绍,大型文化创意创投类季播综艺节目《创意中国》第二季延续第一季口碑,再创收视佳绩。截至目前,该节目已连续三周蝉联卫视晚间黄金档栏目收视第一,优酷、腾讯两家视频平台前六期节目播放量累计近一亿。此前,该节目还获得新浪微博2018年综艺大赏“人气文化类节目”第二的成绩。

据介绍,《创意中国》第二季自10月27日开播,来自全国的优秀文创项目争奇斗艳,深受观众喜欢。据统计,“颐和食坊”项目创始人谈及创业艰辛的短视频内容在今日头条点击量达20余万次。抖音平台上“诗经采薇”项目关于古代作揖方式的短视频,也收获9.2万的点赞量、近900条评论,网友看后纷纷表示:中华文化博大精深,中华礼仪不可废。

江西抚州盘活地域生态文化资源

本报讯(记者卢翔)日前,江西南丰乡村旅游点以诗的浪漫、梦的多彩吸引各地游客来到橘海徜徉,悠然采摘。数据统计,目前,江西省抚州市乡村文化旅游点已达130多家。去年,该市接待旅游人数、旅游收入分别增长38%和39.3%。

据介绍,抚州市充分利用“才子之乡、文化之邦”厚重的文化元素和丰富的生态资源,发展文化休闲旅游和观光农业,让地域生态文化资源活起来,做好环境美化、景观建设、文化挖掘等工作,发展文化创意、休闲旅游、数字经济等新兴产业。2017年以来,当地谋划实施重大文化旅游项目51个,总投资超过430亿元。

贵州丹寨非遗传承助力精准扶贫

本报讯 贵州省丹寨县苗族蜡染于2006年入选第一批国家级非物质文化遗产保护名录。如今,该县苗族群众在传承与弘扬本民族文化同时,将非遗技艺转变为脱贫致富的好手艺和好门路。

蜡染是苗族源远流长的“指尖”技艺,也是苗族文化的精髓之一。排调镇也改村远景苗寨是传统的苗族蜡染制作技艺村寨,也是苗族蜡染传承地之一。该寨有232户人家,目前有近200人从事蜡染制作。省苗族蜡染非遗传承人王阿板说:“作为传承人,我想教我们寨子的妇女和孩子学习蜡染,让苗族蜡染能一代传一代。”为了发扬蜡染技艺,带动更多的人脱贫致富,王阿板表示将继续传承和发展好这项非遗技艺,带领更多的人一起学蜡染制作,让更多的人通过苗族蜡染实现脱贫致富。(罗丹含 杨武魁)

## 综艺节目应警惕“一根筋”思维

盛伯骥

临近年关,各界对过去一年国内文化类综艺节目出现一些批评。笔者不想从责任意识和艺术态度等方面去深入剖析,而是想从体验者角度,讲点个人感悟。

近两年来,我国的综艺节目注进一股文化热潮。在过度娱乐化的节目环境下,这种有文化含量的节目形态,让受众有一种新鲜、新颖、新奇的感觉,如《中华诗词大会》《中国好诗词》《朗读者》《见字如面》等。这些节目的推出,不但有较好的收视,更有较好的口碑、政府的表彰、专家的热议、媒体的肯定,显示出文化类综艺节目带来的创新前景。

然而,接踵而来的不少“跟风”节目的出现,使得文化类节目在受众中的影响开始大打折扣。仅从受众环境来看,2018年各电视台文化类节目出现明显降温。如《中国诗词大会第三季》虽然拓展题库、升级赛制,市场表现却没有因此升级。数据显示,该节目第三季在CCTV10播出后,在CSM全国网平均收视率为0.18%、平均份额1.06%,较上季份额(1.45%)下滑26.9%;此外,

北京卫视播出的文化体验节目《非凡匠心》第二季,在CSM52城市网平均收视率为0.45%、平均份额2.25%,较首季下降10.7%。江苏卫视播出的读书节目《阅读闯关》,首季节目在CSM52城市网平均份额为2.56%,2018年播出的第二季节目平均份额仅为1.65%,降幅近一半。同时,该节目媒体关注度也开始降低。各大网站热播、热搜榜单中,文化类节目普遍排名较为靠后。

面对这种传播效果,至今一些媒体人没有反思,仍然执意追随前人步伐,继续跟风此类节目。这恐怕还是与这些媒体制作人的“一根筋”习性有很大关系。

以文化类节目为例,从资源开发来讲,含义应该非常宽广,不应简单理解为仅有诗词、文字、文学等类别,文、史、哲、地理等方面资源也应罗列其中。以哲学为例,这是一个涉及人类生活每个细节的学科。其特征是能深更能浅,能枯燥也能有趣,如毛泽东哲学思想就是深入浅出的典范。如果能开发这类资源,可能会给节目创新带来惊喜。至于历史、地理等资源,如果可以与当今旅游热潮有趣接轨,效果可想而知。这方面,最近央视推出的《国家宝藏》是一个示范,为文化类节目创新开启了全新思路。

因此,凡事不要“一根筋”到底,电视节目创

新更为如此。联想到之前备受诟病的节目“过度娱乐化”问题,也是类似缺乏创新,过度依赖已有资源模式导致。

从节目创新视角来看,除市场利益外,主要是有些团队或媒体过分依赖既有的思维惯性,离开娱乐选秀就感到前途渺茫,离开韩国模式就无所适从,离开明星资源就六神无主。

在如今多元的受众市场中,所谓的创新,不仅在于推出一个个看起来样式新奇的节目,也不是简单依赖既有的资源和模式。而是要尝试多种节目资源的开发,多种节目形态的试验,多种目标受众的拓展。这才是体现新时期媒体人智慧和素质的重要标杆。

今天的传播环境,既不能期待“前人栽树,后人乘凉”,更不要误入“前人栽树,后人遭殃”的陷阱。无论是电视频道,还是网络平台,在节目创新上,既要优化团队综合品质,又要强调勇于突破的意义。特别对一些有成功运作经验的媒体来说,过去的成绩和经验,不能成为依赖和包袱,而是要敢于突破自我,创造新的业绩。

艺评