

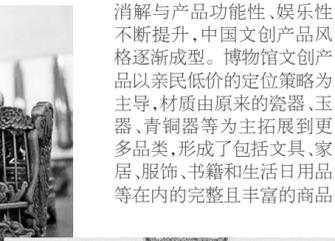
跨界融合,博物馆文创迎新未来



□高心源

上世纪50年代,为了出口创汇,原轻工部等部门组织了一批传统工艺美术企业,开发了数量相当可观的出口定制型工艺美术品推向海外。当时,这些流向海外的工艺品成为换取外汇的重要途径,而在这些精美的工艺美术品中,尤其是陶瓷、丝绸等大类中,有一部分经过手工艺人的巧思设计,或者由具有现代学院教育经历的设计师、艺术家参与制作,与传统的工艺美术品有较大区别。以现在的标准来看,这一系列产品在当时面向国内的“工艺革新”产品,可以看作是文创的雏形。

进入新世纪,随着国际与国内经济环境的变化,特别是国家对文化事业、文化产业和旅游业的不断重视,以博物馆全面免费开放为标志,人们对文化享受的需求进入高速增长期。伴随着人们大量涌入博物馆参观,博物馆参观群体多样性增加,多层次文化消费需求快速增长,产品纯粹工艺美术价值的



□高心源

消解与产品功能性、娱乐性不断提升,中国文创产品风格逐渐成型。博物馆文创产品以亲民低价的定位策略为主导,材质由原来的瓷器、玉器、青铜器等为主拓展到更多品类,形成了包括文具、家居、服饰、书籍和生活日用品等在内的完整且丰富的商品

结构。这一时期的文创仍以简单的“亮宝式”为主,即以复制、仿制等形式表现,缺乏对博物馆藏品自身独特性的提炼和创意设计开发,产品局限于功能性产品,趋同化现象明显。

近年来,文创的文化价值和经济价值进一步凸显,全国范围内的文博场馆及相关文化企业兴起文创设计热潮。2016年5月,《国务院办公厅转发文化部等部门关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知》发布;当年10月国家文物局发布

《关于促进文物合理利用的若干意见》,在利好政策推动下,业界进一步加大文创发展探索力度,受到社会广泛关注。其中,文创不断拓展边界,这包括持续探索文创IP化运作,重视儿童文创产品开发,探索以VR技术为代表的“文化+科技”模式等。

2019年5月,国家文物局公布《博物馆馆藏资源著作权、商标权和品牌授权操作指引》后,博物馆馆藏资源IP授权进一步盘活



□王筱莹

文物资源,推动了博物馆逐步开放共享文物资源信息。2020年新冠肺炎疫情发生后,线上文化消费驶入快车道,包括以被授权的文物、非遗等为创作元素的表情包、小游戏在内的数字化文创产品竞相涌现,以“考古盲盒”“文创盲盒”为代表的“文化+潮玩”受到年轻用户的追捧,更多跨界融合的新玩法正成为文创“出圈”的推手,推开了文创新未来的大门,进一步拓宽了文化遗产更好“活”起来的路径。

(来源:中国文化报)

书架

□王筱莹

大唐,距今已有上千年历史,这个经历南北朝时期民族融合,人人称赞的盛世唐朝,在政治、经济、文化、外交等方面都有很高的成就。在王维的眼中它是“九天阊阖开宫殿,万国衣冠拜冕旒。”在杜牧笔下它是“长安回望绣成堆,山顶千门次第开。”在杜甫的记忆中它是“稻米流脂粟米白,公私仓廩俱丰实。”大唐的印象是多样的,即便经历了安史之乱,也有别样的美延续着。

女子的服饰妆容,最能反映一个国家的经济、文化和社会风尚的变迁。《中国妆束:大唐女儿行》是一本关于唐朝女性服饰的图书,绘出了大唐女性盛世红妆的漫长画卷,绚丽难言,气象万千。书里有李白的“云想衣裳花想容,春风拂槛露华浓”,有和凝的“玉腕重,金扼臂,淡梳妆”,还有“年年岁岁花相似,岁岁年年人不同”别样的风情。作者以考古发掘所见唐代文物为基础,对照真实史料或出土文书中的记载,以唐人的眼光重新解读当时唐朝女性妆束的时尚。

书中时间跨度长,上溯至隋,下及五代,以绮罗(衣)、琳琅(饰)、粉黛(妆容)、髻鬟(发式)四篇,分别考证了近四百年间不同历史阶段,在女性妆容、服饰、首饰上的潮流演变。为力求接近历史原貌,作者不仅参考唐代壁画,还翻阅史料,比照古书古画特征进行样式复原,以出土文物

做支撑,细碎如一针一环,均有出处,甚至关于织物的纺造细节都刻画入微,独具匠心,让读者更深刻地感受到唐时风貌。

作者以历史为蓝本,展示了唐朝的妆束时尚,以数百幅插画和图例,让读者能直观地看到衣服式样以及发饰妆容的演变史,此外,还讲述了一衣一饰背后的故事,如大子宫室贵女李倕的忠贞爱情故事,杨贵妃令人叹息的结局,金枝玉叶李静训因为早夭得以免落入皇室血腥斗争的漩涡中……这些女子的传奇经历,使读者能够更富趣味性地了解历史文化背景的同时,认识唐朝服饰和首饰对不同身份阶层的象征,透视出唐代社会的工艺水平和审美品位。千年历史,翻阅再看,她们的装束及故事,都令人深深着迷。

值得一提的是,本书从服饰史的划分上,将唐朝分为初唐、武则天时代、盛唐、中唐、晚唐,还将武则天时期服饰变化单独列了出来。作为女性气质和女性地位的外显,妆束的开放与含蓄,深刻地被女性自我认同、女性社会地位所影响和左右。于是,这段时期女性的妆束雍容大胆、自信从容,呈现出雍容华贵、秀色明丽的风貌。

书中还有一处别出心裁的设计,即每个章节的开篇都引用了一则古文,比如谈及红拂夜奔引用了《虬髯客传》,谈及贵妃逃香囊引用了《旧唐书·杨贵妃传》,还有聂隐娘抽刀引用了裴铏的《传奇》等等,这些典故让读者在阅读中感受到更多趣味性,进一步透过故事找寻唐朝遗风,以及妆容服饰甚至考究的工艺等等。

唐代女子可以骑马穿胡服,还可以踢蹴鞠。相较于其他封建社会,唐代女子受压抑束缚较少,她们自由、奔放、活泼、勇敢,她们的一身时尚展示着大唐的繁华与自信。我们常说美而不自知,但大唐女子对美是非常有认知意识的,她的自信和对美的趋之若鹜,即可一目了然。

总之,这是一本涵盖了大量史料的图书,不仅能窥见大唐的女性之美,也能在作者的笔下以书穿越,感受唐“潮”。

(来源:光明网)

抄袭者被奉为导师,综艺节目的标准在哪里

杂谈

近期,此前因抄袭剽窃被法院作出终审判决的两名影视从业者,以导师与特邀嘉宾的身份活跃在荧屏之上,在节目中对手进行非专业的指导,引起了舆论的轩然大波。大众除了对这两位艺人之前抄袭剽窃不道歉的态度感到不齿,更对他们在几档综艺节目中的出位言行嗤之以鼻。在角色竞演综艺节目中,两人挑选演员时与资深演员、导演等其他导师的标准格格不入。一个喜欢颜值,明明说好依据演技实力决定演员分级,遇到零基础的高颜值小鲜肉却瞬间转变了态度;一个钟爱流量,宣称自己“从来都是只重演技,不用流量”,实际上却说一套做一套。

两人的行为不仅引发了网友吐槽,也遭到了业界同行的抵制。日前,156名影视从业者联合签署了《抄袭剽窃者不应成为榜样!》——部分影视从业者致媒体公开信。信中指出:“有抄袭劣迹的编剧、导演以节目导师、嘉宾的面目出现,在节目内外进行话题炒作,以此追逐点击率、收视率,博人眼球。”此信一出,再次在网络上掀起轩然大波,将这两位有抄袭前科的“导师”频频送上热搜,也让156名影视

从业者集体抵制的行为演变成了一个文化事件。其实,这些影视从业者不光对这两位抄袭者在节目中当导师的设置有一肚子意见,还对平台在选人用人方面不谨慎的问题提出质疑。吸毒嫖娼、偷税漏税的艺人受到了严惩,一些有道德问题的艺人也被限制出镜,为什么有剽窃抄袭行为的人,反而被资本和平台追逐,在导师和行业精英人士的位置上泰然自若?毋庸置疑,话题和流量是问题的根本所在。

选秀竞技类综艺节目的导师,即不是业界德高望重的泰斗,起码也应该是兼具业务水平和职业操守的行业精英。然而,在资本的裹挟下,流量成为衡量作品成功与否的重要指标,话题度则变成助力作品获得流量的一大法宝。一些节目在播出期,费尽心思制造话题,花大价钱买微博热搜,以维护数据表面的光鲜。在这种思路的指导下,行业标准可以一再降低,抄袭者凭借自身的流量和争议,成为综艺节目里的红人,获得了与业界著名导演等平起平坐的地位。在平台和资本方的眼中,抄袭者身上不光彩的“污点”,反而成了可遇不可求的关注点。为了蹭热度,创作者不惜代价地炒作抄袭者的各种不当言行,用“招骂”的方式换取流量、收视成绩乃至经济效益。

抄袭者不只在综艺节目里是香饽饽。近年来,他们在影视生产制作领域也是混得风生水起。影视业在流量和资本的裹挟下,出现泡沫化倾向。对于抄袭者来说,行业泡沫正好为他们提供了赖以生存的土壤。他们努力迎合部分年轻观众,

为了满足其猎奇心理、拜金心态,在作品中贩卖赤裸裸的欲望。在他们的身体力行和推波助澜下,影视市场上涌现出大量“宫斗”“架空”“甜宠”和“玛丽苏”等缺乏精神内涵的产品,在观众尤其是青年群体中产生了不良影响。此番,具有争议的抄袭者光明正大地站在综艺节目的C位迅速出圈,随便发表个言论就能在热搜榜上挂几天,不但获得了流量和热度加持,还能为自己的新作品融资。如此违背艺术生产逻辑和影视行业规则的事情如果继续下去,让那些认真敬业、致力于输出原创作品却因话题度不够而得不到社会充分关注的业内人士怎么想?

这种“审丑”行为应该及时被制止。此次156位影视从业者联名发声,不只是点名批评个人,更是担心行业风气会被少数不务正业、投机取巧的行为带偏。建立健康有序的市场环境,呼吁更清朗的行业风气,才是善莫大焉。莫让抄袭者当导师,并不是要封杀他们。他们若能吃一堑长一智,经此一役后,潜下心来,深耕创作,用自己的真本事、硬实力打造出人民群众喜闻乐见的文艺作品,或许还能重新获得行业的信任和观众的认可。平台和资本方也应把社会责任放在首位,不应为追逐眼前的小利,而破坏市场秩序,阻碍行业的健康发展。156名影视行业从业者联名发声,批评的是同行,抵制的是平台,但他们更希望用共同发声的方式改变行业乱象的现状、用实际行动匡正影视行业的风气,为文艺作品的高质量发展贡献自己的力量。

(来源:光明日报)

非遗

天水竹雕是流传于我省天水市的一种传统手工艺。竹雕也称竹刻,是在竹制的器物上雕刻多种装饰图案和文字,或用竹根雕刻成各种陈设摆件。天水竹雕因其样式精美造型独特、考究,闻名遐迩。精湛的雕刻技艺和不朽的艺术价值,充分体现了劳动人民的卓越才能和艺术创造力。属于我省省级非物质文化遗产之一。

天水市气候宜人,水质甘美,物产富饶,素有陇上“小江南”之称。树木丛生,产在天水的或移植的竹子,因受气候影响韧性很好,经得起多次弯曲、打磨。这样的因素,使竹子雕起来难度很大,而价值却不亚于牙雕角雕。文化名城天水的竹雕艺术作品将雕刻工艺高浮雕、镂空、圆雕融为一体,其造型之独特,品种之繁多,在国内外属于罕见。竹雕艺术品收藏升值快,需求量大,已成为艺术品收藏潮流的主导。具有很高的观赏、文化、历史、社会价值。

常有零星的竹雕生产作坊。在天水市秦州区北宅子古民居内陈列着一个长1.2米、高60厘米的竹雕卷箱,上面用高浮雕手法雕刻的清明上河图栩栩如生,令人惊叹。这件作品就出自非物质文化遗产竹雕传承人吴云生之手。像清明上河图卷箱这样的大型作品,吴云生制作完成需要耗时近三年。天水竹雕不仅造型独特、品种繁多、体型硕大、不开裂,在全国绝无仅有。而且天水竹雕已有两百多年历史,竹雕在图案造型上融入许多伏羲始祖文化元素和天水当地历史人物原型,每一件作品精心雕刻,没有重复,都是孤品。

天水竹雕的工序,第一是选料,也就是所谓的选材。要进行竹层处理,软化材料。一件作品整体造型的构思,局部工艺的构思,都要体现它的造型美、艺术的精湛,浑然一体,才是一件好的作品。第二是画工。画工必须突出重点,以历史典故为基础,既要仿古,又要创新,抓住重点,突出重点,才能达到现代人的收藏和观赏水准。现代人接受的是一种具有美感的作品,而不是一件丑陋的复制品。第三是描线。早期是刷漆片,后来是一种用碳素笔画在竹子上,手轻易抹不掉,因为所画的线是三维体的。第四是分层雕琢。有几层雕几层,之后才能细雕,细雕再进行初修,一遍比一遍要细。有时候一件作品要修一个多月,因天气、光线不同,所修的表情不同。竹雕是把一维体变为三维体,使平面化变为立体化,具有立体美。

(来源:陇上非遗)



宋朝之前没有棉被,古人如何御寒

古风

□史海心语

无论是古代还是现代,人们御寒总是需要棉衣或者棉被的,衣、棉被使得人们在冬天不会被严寒侵袭。古人和现代人不同的一点是,现代人家里有暖气等取暖设施,所以现在人在家中一般不需要穿棉衣的。但是在古代,最好的御寒物品便是动物皮毛了,如羊皮袄、狐裘。但这种东西太过昂贵,普通人家根本用不起,所以到冬天时,如杜甫一样的非富人家一般都会在被子里加柳絮和芦花,虽然这样的保暖措施有些差,但有胜于无。同样,古人的过冬衣物中也会填充柳絮和芦花,明朝戏曲学家高濂的《遵生八笺》中就描述了这一场景:“深秋采芦花,装入布被中。”

除此之外,古人还会用干的稻草来铺床,在此之前,他们一般会选在天气好的时候将干草拿出来晒太阳,等到晚上睡觉的时候再铺到床上。这样一层厚厚的干草,既能取暖,又能保暖,是古人过冬必备之物。其实,白居易《卖炭翁》一诗中“可怜身上衣正单,心忧炭贱愿天寒。”一句便是当时普通百姓的真实写照,所以古人最不愿意过的就是冬天。因为冬天和夏天不一样,夏

用来观赏,并没有普遍用来御寒。不过,宋朝以前虽然没有棉被,但古人的智慧也是不容小觑的,他们想出了各种千奇百怪的御寒方法。

首先,无论贫穷还是富有,都是要穿衣服的,睡觉的时候也是要盖被子的,而且在先秦时期已经有了被子的雏形,叫作“衾”。在杜甫《茅屋为秋风所破歌》的“布衾多年冷似铁,娇儿恶卧踏里裂。”一句中所提到的“布衾”就是指“布被子”。杜甫写这首诗时只是秋天,还没到更为寒冷的冬天,而且他居住的地方也是比较温暖的南方,所以盖的只是布被子,而到冬天,杜甫盖的被子就不是布被子了。

在冬天,还可以通过脱衣服的方法来凉快,而想要平平安安地度过冬天,都是一件难事。



事实上,对于古代的贵族阶级来说,一般都不用担心过冬的问题,因为他们有很多的方法御寒。他们会在屋里烧一个炭火盆,将火烧得旺旺的,然后在身上铺盖貂裘,盖羊毛被,以此取暖。但是炭火盆烧的是木炭,木炭燃烧不冒烟,贫苦人家根本用不起,而烧柴火又会冒烟,所以在西汉时期,出现了火炕,这为古人平稳过冬提供了很好的帮助。他们会将炕烧得热腾腾的,以此安稳地度过寒冷的一夜又一夜。

明朝的时候,开国皇帝朱元璋有一天偶然发现,堆在身上的棉花,让自己很暖和。于是,朱元璋就先让身边的人试着做了棉布。惊讶棉布的好用之余,朱元璋就让全城的人都用棉花做棉布。从此之后,棉花开始在我国被普及开了。后来,就有了大家现在的棉服和棉衣了。

造型独特的天水竹雕