

儿童消费成为文化消费市场新增长点

王珏 何媛

暑假里，不少家庭带着孩子参与了丰富多彩的活动，儿童消费市场已经成为文化消费市场一个新的增长点。但其背后，儿童作品的精品不足、市场的不规范、家长的攀比心理等问题，也应引起重视。

市场热潮如火 儿童消费群体迅速扩张

为了让孩子们度过既快乐又有意义的假期，针对儿童的各类活动在暑假里推出。演出儿童剧目，上映电影，让孩子们在轻松的观赏环境中学习、成长；开办特色夏令营，让孩子们体验中华优秀传统文化；培训才艺，组织主题演讲竞赛……儿童文化消费市场呈现“井喷”状态。

专家指出，随着国家全面开放二孩政策的实施和“80后”“90后”父母对孩子培养的不断重视，儿童消费市场成为文化消费市场一个新的增长点。一个孩子往往会带动两个甚至多个大人一起消费，“一拖二”“一拖三”的市场消

费行为，促使着儿童消费群体的迅速扩张。除了一线城市外，二三线城市儿童的消费需求也处于攀升阶段。

据中国儿童产业研究中心调查，80%的家庭儿童支出占家庭支出的30%—50%。2016年全国居民人均支出1.7万元，家庭夫妻2人，则为3.4万元，儿童支出占比30%，则每年支出为1万元，对应儿童大消费市场规模为1万亿元。

呼唤更多优质内容 更加规范的市场

“我暑假带着孩子看了几场儿童剧，有精彩的剧目但是也不乏滥竽充数的儿童剧。”北京市民谢忠燕表示。这从侧面反映了快速发展的儿童消费市场隐藏的问题。

好的内容对身心都处在成长长期的孩子们来说，有着正向的引导作用。但就目前的市场而言，优质内容不足、缺少精品等问题也开始显现。以儿童剧为例，相当一部分剧目打着儿童剧的幌子，在布置简陋的舞

台上，或是上演内容被随意改编的节目，或上演毫无创意、重复编演的国外剧目，剧本内容陈旧。而就夏令营而言，有些夏令营缺少策划和内容，缺少规范和监管，遭到了不少家长的投诉。“家长在挑选儿童相关消费内容的时候应做功课：一是了解相关内容以便于事后与孩子讨论；二是挑选与儿童心理特点相符且最好是针对自己孩子某些特点有教育意义的精品。”首都师范大学心理学院基础心理学教授李新旺说。

与此相对应的是，儿童消费市场的理念、创作机制、后续监管等有待加强。儿童消费体验需要寓教于乐、合家欢色彩。就儿童影视而言，目前很多儿童影视作品过度成人化、理念化，将本应阳光灿烂、活泼可爱的儿童变成了“小大人”。过于成人化的思维表达和超出儿童层面的理性框架，让孩子们感觉枯燥生硬、意趣索然。“我曾经带着妹妹去看过儿童电影，但是剧中有很多说教情节并不适合孩子看，我妹妹在剧场都快睡着了。”重庆市某高校学生江金英说。

暑假期间，北京市民李治也有个小烦恼，“现在与其他家长聊天交流时，都在说带着孩子参加这个、参加那个，感觉不带着孩子干点啥快跟不上潮流了。”家长们为了孩子“不输在起跑线上”，让他们学习声乐、美术、舞蹈，参加夏令营等，希望以此提高儿童的综合素质，这也反映出家长存在攀比的心理。

相关专家也指出，很多孩子学业负担重，没有艺术熏陶的时间，失去了童年所独有的那份自由。儿童消费市场的繁荣，能在某种程度上弥补这一缺陷，但如果家长们过度攀比，浮躁、功利的风气将影响孩子们接受真正的艺术教育。

提升父母能力 建立更好的亲子关系

针对家长的攀比心理，李新旺认为，在条件允许的情况下，带孩子适当观看儿童剧能够增进孩子与孩子之间的交流互动。最重要的是，家长在带着孩子参加完相应活动时，

应该和孩子交流讨论，不能只是赶时髦，不能只重视过程而忽视效果和内容。

好的儿童文化产品，并不仅仅对儿童的快乐成长有帮助，更有助于家庭的社交生活。没有爱，就没有教育。和孩子一起的活动可以让家长借机会与孩子建立共同话题，这个共同话题其实是亲子关系的黏合剂，能够加深亲情。如果家长们把每次和孩子看剧、参加活动等机会当作难得的亲子互动时光，更纯粹更快乐地与孩子一起投入到这个过程中，转变固有思想，那么自然能够减轻攀比、功利思想。

除了加强对孩子的教育，对父母的教育也需要跟进。“父母都愿意花大量钱在孩子身上，周末陪孩子参加不同的补习班和兴趣班，但父母很难有时间花在自我教育上。”有养创始人周洲说，让孩子和父母一起成长的亲子教育也很重要。周洲说，父母的教育，是我们应该补上的一课。父母们应该提升自身的教育价值观及其能力，建立更好的亲子关系。（据《人民日报》）



【第134期】

第25届 北京国际图书博览会开幕

8月22日，第25届北京国际图书博览会在京开幕。来自93个国家和地区近2500家展商，用出版书籍这种共同的方式讲述着各自的文明，表达着对世界的思索。

30多万种图书从世界各地汇聚一堂。在把世界优秀图书引进中国的同时，中国出版也在积极地走向世界、融入世界，“国际范儿”和“中国味儿”，是本届图博会的两个关键词。

与北京图博会同时同地举办的第十六届北京国际图书节，通过纪念改革开放40周年主题活动、名家大讲堂、大运河歌曲征集颁奖、北京国际童书展以及近百场各类新书发布会和线上线下互动活动，诠释着“北京故事，世界表达”的内涵。（据《光明日报》）

天津：中小学体育场馆向社会开放

新华社天津8月20日电（记者周润健）为了给广大群众开辟更多健身空间，天津市近日制定实施方案，今年，符合开放条件的公办中小学校体育场馆将向社会开放。到2020年，经过改造符合开放条件的公办中小学校体育场馆将开放。

按照天津市人民政府办公厅近日印发的《关于推进天津市学校体育场馆向社会开放的实施方案》，公办中小学校（寄宿制学校除外）用于体育活动的室外场地设施，如操场、球场、田径场跑道等要先行开放；室内场馆设施原则上应对外开放，鼓励民办学校向社会开放体育场馆。

方案规定，中小学校体育场馆向社会开放应在课余时间（教学时间与体育活动时间之外）和节假日进行，开放时间应与当地居民的工作时间、学习时间适当错开。每周开放时间原则上不低于25小时，国家法定节假日和学校寒暑假期间适当延长开放时间。

方案明确表示，社区居民需持有效身份证件或居住证明、学生凭学生证到所在社区办理校园健身电子智能卡后，刷卡进出免费开放的中小学校体育场馆健身。单位、社会团体需要集体前往学校参加健身或比赛，须经学校同意，在约定时间开展活动。

方案同时也要求，在使用学校体育场馆设施时，应当自觉遵守开放场地管理以及设施、设备使用的各项规定，不得以任何方式扰乱管理秩序或者影响周边群众正常生活。严禁携带宠物和危险物品等进入校园，严禁开展易对锻炼人员产生干扰和意外伤害的活动。

第17届 金刺猬大学生戏剧节圆满落幕

8月19日晚，第17届金刺猬大学生戏剧节闭幕式在北京9剧场举行。闭幕式开场播放了今年大戏节的宣传片，带着现场观众一起重温了2018年金刺猬的美好瞬间。

随后展开的颁奖环节更是扣人心弦，嘉宾们依次颁发了“优秀剧目奖”“优秀组织奖”“最佳男女演员奖”“戏曲演出奖”“最佳演出奖”“最佳编剧奖”等奖项以及最具悬念的“金刺猬”大奖。据悉，从2001年到2018年，金刺猬大学生戏剧节吸引了来自全国34个省市自治区的1400余所大专院校参与报名，报名剧社1500余个，参加展演的剧目近300部。全国2万余名大学生、100余名专家教授以及2千余名志愿者参与其中，更接待了来自全国的约10万余名观众。

本届金刺猬大学生戏剧节，累计现场观看近20000人次，网络直播平台观看次数达到了150000人次。

其中，值得一提的是，金刺猬大学生戏剧节评委会、福建人民艺术剧院一级导演白明进行的《刺猬旅行》的演讲。“刺猬旅行”是金刺猬大学生戏剧节于2018年开启的创新性项目，计划走进不同城市的大学校园，和戏剧的实践者们交流、分享戏剧创作的酸甜苦辣。目前，“刺猬旅行”计划已经走过北京、珠海、武汉、长沙、昆明、兰州等地的7所高校。（据中新网）



醉美九曲黄河

许双福（陕西）摄

应避免出现形式化 博物馆游学

王钟的

暑假期间，北京各大博物馆、科技馆满眼都是五颜六色的“小文化衫”，他们是来自全国各地的夏令营营员。但是，有媒体调查发现，很多夏令营组织的博物馆游学活动还停留在知识学习层面。

在博物馆开展课堂外教学活动，俨然成为一股新风尚。在博物馆开展教育教学活动，确实是世界各国的通行做法，在我国也有政策法规支撑。《博物馆条例》就规定：地方各级人民政府教育行政部门应当鼓励学校结合课程设置和教学计划，组织学生到博物馆开展学习实践活动。各地重视利用博物馆开展教学，既是教育理念、教育方法的进步，也是对教育政策的遵循和执行。

当参观博物馆从“选修课”向“必修课”演变，更重要的问题是，博物馆真正能为学生带来什么？显然，

不管是打卡式参观，还是考察琐碎的文博知识，都无法满足博物馆教育教学的初衷。

须认清的是，博物馆是有别于学校的公共文化设施。如果学校等教育机构组织学生到博物馆参观、游学，只是把课堂换了个地方，并没有在理念和方法上做相应的切换，那么，教育者就没有真正把握博物馆的本质。

博物馆里最重要的是藏品和参观者，人们参观博物馆，实现了人与藏品的精神互动。亲眼看到“后母戊鼎”是什么样子，亲手触摸到科技馆里展示的仪器，畅游于惊心动魄的历史遗迹，能够获得比教科书上描述更直观的体验。而这种体验是超越文本知识的，人们到博物馆参观，最重要的不是记住展品上的标签、分类，而是感知真理，从而与历史同呼吸，与科学理

念发生共振。

无论是历史文化，还是科学知识，课堂教学往往偏重知识性的灌输。物理公式是写在纸面上的，历代王朝年表只是一堆数据，单单凭着知识层面的教学，学生无从感受科学原理是如何应用转化进而影响日常生活的，无从感受“你方唱罢我登场”的古代历史变革。博物馆不只是平面的复印机，更是穿透时空的“全息映射”。到博物馆开展教学活动，必须要转换思维、切换频道，让学生真正感知博物之美。

利用假期组织中小学生在博物馆等地参观，其初衷自然不容否定，但也要注意规避其中的形式主义。当下针对学生的游学活动难免陷入两种误区：一种是把游学当成旅游，有关机构不过是在组织低龄旅游团，缺乏教育教学的能力；另一种是把游学片面地理解为另一种补课，

企图换个场地灌输课堂知识。游学学生的心态要么绷得太紧，要么过于放松，结果都是过犹不及。

理想的游学，应当是张弛有道的。无论是参观博物馆、科技馆还是历史遗迹，学生没必要穷于应付知识文本，只要用心去体会，就能取得超越知识的收获。检验游学成果的标准，不在于完成一套试题，而在于完善世界观，养成健全的思维能力，进而推动崇文重教的理性社会的成长。



故乡的一瓯清凉

洪忠佩

月光下，我给儿子讲到薛荔的时候，仿佛在说着江南乡村邻家女孩的名字。母亲听后，笑了，说哪有这么文气，不就是凉粉子嘛。是呢，在我婺源老家的方言里，薛荔就是凉粉子。这样的名字，像乳名，亲切、上口。母亲是从什么时候开始用凉粉子做凉粉的，她自己都不记得了。在我心里，母亲那盛着凉粉的青花瓷瓯，盛着老家的夏天。

凉粉子藤蔓的“霸道”，在我的婺源老家是出了名的。乡村的古树上、老墙边、溪湾旁，处处是凉粉子藤蔓攀缘的身影。我家的菜园子就在老屋的背后，半截残墙让凉粉子藤蔓罩得严严实实的。藤蔓上吊着的凉粉子，不仅牵引着父老乡亲的目光，还吊住了小孩子的胃口。在老家，几乎整个夏天都可以采摘凉粉子。小时候，我曾经与母亲一起采摘过，懂得采凉粉子的艰辛。采摘的时候，一般会避开毒辣の日头，能爬树的爬树，不能爬树的要借助木梯上上下下，通常是两三个

人协作，有的负责采摘，有的负责扶梯，有的负责提篮，一个个忙得不亦乐乎。也有用长柄钩镰采摘的，但技巧很难掌握，一钩，凉粉子如果掉到地上就伤着了，不新鲜。刚采摘下来的凉粉子，外皮颜色偏青，样子像秤锤，果柄上会冒出白色的汁液，黏糊糊的。母亲趁着天气晴好，用刀削去凉粉子的青皮，再剖开，放入竹筛竹盘中拿去晾晒。

母亲制作凉粉的方法比较简单，却耗费气力。她先把晒好的凉粉子装在布袋内，置于陶缸或木桶中，用山泉水或井水浸泡，并勒紧袋口用手反复揉搓，一次次地挤出凉粉子内乳白色的汁液。随之而出的，仿佛还有淡淡的清香。一而再，再而三，待挤出的凉粉子汁液呈浓稠状，就可以取出布袋。约莫半个钟头，汁水自然而然凝成了晶莹剔透的凉粉。这样的凉粉，称得上是乡村天然的果冻，口感凉凉的，宛如水磨豆腐花的嫩滑，却多了些许韧性。

在我的老家，村里人吃凉粉不

喜欢加蔗糖，大多用食盐、姜末、蒜泥、香葱凉拌调味。讲究的人家，有加些许蜂蜜，抑或薄荷叶调味的，也有加野生百合的，那应是另一种味道了吧。一碗凉粉捧在手里，入口即化，似乎还来不及品味味道，就滑下肚里，有意犹未尽之感。在乡村还没有冰棒、冷饮的年月，一瓯凉粉成了夏夜消暑的奢侈享受。清楚的记得，我是在课堂上学过李白的《静夜思》后转入县城上学的。秋季开学后，我每晚都在思念着老家月光倾泻的夏夜，还有那一瓯清爽清凉的凉粉。当年，我还以“难忘的凉粉”为题，写了一篇作文寄给上海的《少年文艺》。在编辑老师的来信中，我才知道凉粉子的学名叫薛荔，亦称木莲。后来，我在一本《江西草药》的图谱绘本上看到它的名字，说藤叶可药用，性味酸而平，具有清热消炎等功效。这些年，在县城夏夜的街上，时常有卖凉粉的吆喝，如今的凉粉是冰镇的，还加了白糖，但味道似乎不如

母亲做的纯正，盛凉粉的塑料餐具更是比不上母亲的瓯。

母亲盛凉粉的瓯，是产自景德镇的青花瓷瓯，通体泛着白净的釉光，几朵青花绽放在瓷瓯的外壁上，格外雅致。瓷瓯内的凉粉呢，似如圆瓯的镜面，稍稍抖动，就如嫩豆腐般颤动。用瓷匙轻轻舀起，流线型的凉粉安静地躺在瓷匙上，莹润而生动。在夏夜里，凉粉还泛着月光般的色泽。星星、月亮、竹椅、蒲扇、凉粉，以及母亲在月光下讲述的故事，似乎是乡村夏夜的标配。

每年的夏季，月光仿佛是老家发出的请柬，让我一次次回到生我养我的村庄，去品尝凉粉的美味。在此起彼伏的蛙鸣合唱中，夏夜月光的皎洁，以及母亲那一瓯凉粉的清凉，总会一同进入我的梦乡。

食坊闲话