

解码

看展何以成为年轻人的新时尚“标配”

大观园

【第401期】

随着文化娱乐形式日益多样化,去打卡看展,正成为许多年轻人新时尚的“标配”。

有业内人士表示,年轻人爱看的展更多的是新奇特和小而美的展览。而年轻人爱看展的背后,也隐藏着新经济的密码:一方面设计展、IP展等新展览方式的出现,给年轻人线下聚会带来了兼具参与感与体验感的新选择;另一方面,随着消费方式的改变,具有一定审美能力和购买力的年轻人,对精神消费的需求也在增加。

为什么看展火了?我们来听听几位看展爱好者和业内人士怎么说,试图解码会展新经济密码。

“内行”看门道:积累越多收获越大

在上海从事设计行业的洁夕(化名)同时也是一名策展人,“之前比较喜欢当代艺术、新媒体和建筑相关的展览,每年都会去观看中国美术学院、中央美术学院等艺术院校的毕业展。”

如今,她更喜欢去博物馆看一些特展,如中国国家博物馆传统服饰展、杭州丝绸博物馆的婚纱展等,“看一次就当上课。”

与大学时喜欢看展不同,洁夕觉得,比起几年前自己看展只是为了看了个热闹,现在更多是一种学习的心态,比如会尝试站在艺术家的角度思考如何去创作,如何去表达;作为策展人如何去呈现好的展览。

身在上海,她能获得更多学习的机会。数据显示,2020年8月-2021年8月,全国共有展览项目2.9万个。其中,上海市展览项目数量多达4730个,居全国

榜首。

和洁夕相似,网友“小李老师”爱好看展也与工作相关。在杭州从事文旅行业的他更偏爱文博类的展,每两周至少看一次展会。他喜欢避开看展高峰,与展览进行更深层的连接。

据他观察,从人群来看,文博类的展览,女性占多数。地质和古生物类的展览,就是男性居多;从年龄层来看,文博类的展览,35至60岁的人最多,地质和古生物类的展览,25至35岁的人最多。

对“小李老师”来说,看展就是在读书和看论文之外,一种专业、专题性知识的补充输入渠道。他介绍说,博物馆的展览,多半是专题性很强的,这就要求观展前有一定的知识储备和积累,“本身积累得越多,收获就会越大。”

“外行”看热闹:从不同视角看生活

洁夕身边也有很多热爱看展的朋友,这些朋友又可以分为两

种,一种是打卡拍照,好玩儿、好看就行;另一种是,偏专业一些,对策展、作品有热爱和研究,或者本身就是该专业的从业人员。

她的朋友麻袋(化名)就是前者,“我就是想让朋友圈的人,看到我是个拥有丰富多彩人生的人。”

与“小李老师”不同,她的看展偏好更倾向于设计和时尚类的展览,相对比较轻量化,“快闪”居多。除了自己所处的杭州之外,她还经常去上海和北京看展,“北京给我感觉是‘烟火气’,上海就是‘网红质感’”。

作为一名互联网行业从业者,她觉得看展更多时候是一种碰撞,寻求新鲜的灵感。但她发现,许多看展的人都是去拍照打卡摆造型,很少有人真正去了解展览背后的故事。

“有些展就真的是被‘卖家秀’骗去的,比如6月份我去了一个赛博朋克主题的展览,进去就是一些灯光元素、雕塑人头、金属折射、LED大屏幕的堆叠,所谓的

想象都停留在现在,完全没有未来世界的感觉,好像只要潮流的元素堆起来,就可以卖门票了,还有很多‘网红’在里面拍照,一拍就是半小时。”麻袋说。

另一位互联网行业从业者菲菲(化名)是四年前来北京的,经常和朋友一起相约打卡。对她来说,看展可以从不同视角看生活,还能提升自己的审美。目之所及,她看到更多的,也是跟自己年龄相仿的年轻人,大家抱着类似的目的,穿行在一个又一个展览中,感受不同审美之间带来的碰撞。

新需求促使会展行业的升级和进化

年轻人看展的火爆情况,也引发了行业的关注和思考。

有业内人士认为,看展之所以成为年轻人一种新的生活方式,主要是因为互联网的迅速发展,拉开了许多人与现实的差距,而新奇特、小而美等展览的兴起,增加了更多的参与感与体验感,就像“剧本杀”一样,成为年轻人线下聚会的更优选择。

部分受访者解释说,当下的年轻人面临着沉重的升学、求职等压力,亟需情绪释放的渠道,看展对他们来说是一种释放内在焦虑的方式。

此外,年轻人需要个性化的

社交平台去展现自我,通过在社交平台发布看展信息,寻找有相同爱好的人,以展览作为共同话题,人与人之间就建立了联系,这些都会给人带来愉悦的社交体验。

年轻人的看展需求,也促使会展行业从传统专业化模式转型新会展的跨界与融合。

杭州会展集团董事长、总经理李健认为,会展转型创新,不仅仅是展会举办形式的创新,还要站在产业体系建设的层面,探索展会模式创新,通过服务产业升级,促进产业协同。

李健表示,以杭州为例,其办会优势除了得天独厚的环境外,还拥有丰富的数字新消费相关的场景,这里的消费人群、消费方式以及新兴产业更容易被接受、可推广。

李健表示,随着长三角一体化向纵深推进,更多优质的会展项目落户杭州,三省一市的会展合作,也有新的增长,再加上杭州本地涌现出了一批如ADM展这样的新会展IP,而这些层面的创新,就需要会展主办方将会展活动与数字经济、新制造、新消费、文化创意、旅游休闲等产业紧密串联起来,通过展会的平台,促进产业间、行业间联动协同发展。

(中国新闻网 奚金燕)

沈顺英

深秋时节,故乡桂花糯米藕,以绵甜、软糯、桂花香气浓郁而备受喜爱。

糖藕,作为一款老少皆宜的小食,小孩嗜其甜润,大人醉其清爽,老人好其恬淡。

秋风寒凉,此时的嫩藕,脆嫩亦美白。生吃,味道甘甜,有雪梨之清润;和糯米、蜂蜜、红枣一起煮,粉红透亮,软糯爽润。

莲在水里如清新少女,藕进了厨房也宜风雅。将薄薄藕片撒上糖,糖渐融未消似着纱衣,晶莹剔透光泽闪动,用蓝花白底瓷盘盛出,美食配美器,让人感叹岁月静好、尘世温柔。

水乡鲜藕有七孔藕和九孔藕之分。七孔藕绵软酥烂,九孔藕脆甜汁多。做糖藕以七孔藕为宜。取藕茁壮挺直的中段一节,里外洗净,先斜切一节作为帽盖,而后将淘净晾干的糯米灌入藕孔,边灌边拍藕段,尽量使糯米在藕孔中灌得满当,并用圆芯筷杵实,再把先前切下的藕节头复位,用牙签固定,以防糯米从藕孔中漏出。

糖桂花,是做糖藕绝不可少的点睛之笔。星星点点地撒上些许,如碎金铺在琥珀上,藕原有的清芬,此时又增添了桂花的幽香。

在干净的瓶罐里,铺上一层白糖,铺上一层桂花,再一层白糖,一层桂花,循环往复,最后用调羹压紧,密封,放在避光阴凉处。眼见着桂花颜色愈发深沉,白糖慢慢溶在桂花的香浓蜜色里,至融为一体,糖桂花就大功告成了。

藕放入冷水中,大火煮开后加冰糖改小火慢炖。焗上两三个钟头后,投糖桂花、赤砂糖大火收汁,最后就看到了色泽酱红、汁水如蜜、入口清香甜糯的桂花炆熟藕。

将黏黏糊糊、嘀嘀咕咕的藕段夹出,轻轻撕去自然翘起的表皮,半冷半热时用快刀快切,叠放盘中。伴着那一根根缠绕的藕丝,有种难以拒绝的香。浇上锅中浓稠旖旎的炆藕甜卤,那已成肉红的藕片,瞬即便愈发滋润晶亮了起来。糯米的糯,莲藕的面滑,再加点儿蜂蜜——只要一块,立时就让你的味蕾陷入甜美的沼泽中。藕与糯米,有如一对丝连心契的璧人,让唇舌间颇有些春色关不住的韵致。



郑晓龙:《功勋》的成功要归功于功勋们自带的光芒

两年前第一次面对功勋人物的题材,我完全不自信。因为这种以真人真事为蓝本的题材,能施展的艺术创作空间没那么大。他们所从事的职业一般老百姓也不了解,核物理、核潜艇、航天、医药、农业育种科技,让观众看懂都不容易,又遑论感兴趣。但我翻看8位功勋人物的相关资料后,逐渐与他们的事迹产生共情,甚至一些人物形象开始在脑海里鲜活起来。

《功勋》的成功要归功于功勋们自带的光芒。他们的精神境界、人格魅力,他们在平凡人生中创造出的不凡功绩,为这部作品提供了丰富的创作素材。有了这些感动中国的功勋人物,才有我们感动观众的故事。

我们要做的是解題和破題。我们首先回到源头,努力理解党和政府颁发“共和国功勋”勋章背后的深意——表彰功勋,为大众树榜样,为国家立精

神。理解这一点,我们就找到了破題的切入点,即要写功勋人物的“高光时刻”。有些功勋人物的高光时刻容易辨识,比如屠呦呦、袁隆平、于敏、黄旭华、孙家栋,他们的不凡成就举世瞩目。但也有些功勋人物的高光时刻不那么好辨识,比如申纪兰。大家都知道她当了十三届人大代表,但鲜为人知的是,她是新中国倡导和践行男女同工同酬的第一人,为妇女解放、男女平等做出了重大贡献。再比如李延年,参加过解放战争、湘西剿匪等大小战斗20多次,而在抗美援朝战争中带领部队坚守住346.6高地,是李延年经历的最惨烈的一次战斗,也是为停战谈判赢得的决定性的一仗,这就是他的高光时刻。还有张富清获得过很多军功,却60多年深藏功名,从来不因战功向组织伸手提条件、要待遇,这是他真正的高光时刻。我们还要找到每个功勋人物的职业特点、性格特征和所处时代的不

同,这样才能创作出个性化的、有血有肉的、具有鲜明时代特色的人物形象。在此基础上,将他们忠诚、执着、朴实的人生品格和献身祖国人民的崇高境界作为基调,我们的创作就有了取舍素材的依据。

我们在创作中坚持现实主义创作原则和创作态度。核心要求就两个字:真实。除了我一向强调的细节真实,比如服装、道具、场景这些都要尽力还原外,还要有时代的真实感,人物的说话方式、行为方式、思维方式和精神状态都要努力还原当时的历史年代,虚构的情节也必须符合功勋人物的主要精神,是以人物自身特点为依据有可能发生的剧情。努力抓住每个功勋人物的精神内核,写好人物的成长,让观众觉得功勋人物也是有血肉之躯的平凡人,但他们却做出了不平凡的事。

作为在《功勋》这个主题项目下的单元剧,我们希望这部

作品的呈现既要有整体性,又要有各自的风格。所谓整体性,就是现实主义创作内容以及统一的片头设计。所谓不同的风格样式,就是发挥各组主创的积极性,注意给他们留下足够独立的创作空间。参加《功勋》拍摄的各分组导演和编剧都是电视剧的行业翘楚,都能独当一面。每个创作人员都发挥他们各自的优勢,就能呈现出不同功勋分组故事的新鲜感。各组去深入采访、调研、构思故事时,会有自己的感受和创作冲动,而这样拍出来的作品也会提高观众的收视兴趣。我从事导演职业这么多年,用这样的方式创作还是第一次,是挑战,也是有益的尝试,收获颇丰。

(《光明日报》)



新华社武汉10月29日电(记者 喻珮)湖北省文化和旅游厅(省文物局)近日印发《湖北省“十四五”文物事业发展规划》(以下简称《规划》)。“十四五”期间,湖北计划运行开放20个以上国家考古遗址公园和省级文化遗址公园,全省各级各类博物馆有望达到260个,县级博物馆覆盖率实现100%。

湖北地处长江中游,是楚文化的发祥地和中国革命的策源地,文物资源十分丰富。“十三五”以来,湖北省文物事业蓬勃发展,“万里茶道”成功列入中国世界文化遗产预备名单,鄂豫皖三省大别山区革命文物保护有序推进,多项文物维修、考古发掘项目、博物馆陈列展览荣获国家级大奖,南水北调文物保护整体通过国家验收。

为了进一步加强文物机构队伍建设,提高文物治理体系和治理能力现代化水平,湖北制定《规划》,分为9章共33小节对构筑文物安全防护体系、加强考古科研创新、加大文物保护力度、推进革命文物保护利用、推动博物馆高质量发展等方面做出规划部署。

据湖北省文旅厅介绍,《规划》规定,“十四五”期间,湖北将运行开放20个以上国家考古遗址公园和湖北省文化遗址公园,至少增加50个湖北省文物保护单位。

《规划》同时提出,湖北将推动实施“世界文化遗产申报工程”“荆楚大遗址传承发展工程”“武当山古建筑群整体保护维修工程”等七大工程,加大文物保护力度。

根据《规划》,到2025年,湖北省文物事业基础进一步夯实,保护利用水平显著提升,科技应用和信息化水平进一步提高,富有荆楚特色的全省文物事业现代治理体系初步形成。

苗勇新作《晏阳初》登上好书榜

本报讯(张杨)近日,中国出版传媒商报9月好书榜单揭晓,由全国知名作家苗勇创作、人民东方出版社出版的长篇人物传记《晏阳初》成功上榜,获评人文社科类9月“中外十本好书”之一。

据悉,中国出版传媒商报在9月共评选出文学、人文社科、生活科普、财经、童书、艺术教育等门类共计60种图书,全面勾勒9月阅读版图。评选以“媒体认可、市场销售表现力、专家推荐、读者认可”作为标准,注重人文思想性、文学性、艺术性和可读性,体现时代精神,呈现不同趣味与多元声音。

入选作品《晏阳初》全书共10章近50万字,以晏阳初一生拼搏奋进为主线,以平民教育运动、乡村建设运动实践探索为副线,以爱国爱家爱平民为辅线,以饱满的激情、细腻婉约的笔触,艺术性地再现了晏阳初匍匐于大地、俯身于泥土、躬耕于陇田,无私奉献于中国和世界劳苦大众的史诗般的传奇一生。

作者苗勇介绍,本书的创作前后历时10年,除了翻阅大量历史资料,在创作手法、叙事结构、文学语言等方面,都经过反复的打磨,才最终呈现出如今这样一部立意高远、故事性强、语言优美的传记文学。

据了解,苗勇于1986年开始发表作品,2007年加入中国作家协会,著有诗集《山韵》,散文集《山民》《散落的文字》,杂文集《小曲乱弹》,文论集《星星点点》,报告文学《丰碑》《历史不会忘记》《走出山旮沓的世界伟人》等12部。

食坊闲话