

春节怎么过

佛跳墙、定胜糕、八音盒……

博物馆提交了新方案

总有人抱怨年味儿越来越淡,有没有可能是你的打开方式不对?谁能想到,中国国家博物馆除了操心文物,还操心老百姓的年夜饭。近日,国博和老字号全聚德联手,上架了一款全家福金汤佛跳墙礼盒,内含鲍鱼、海参、瑶柱、猪蹄筋、花胶……

从那卷“朕知道了”胶带开始掀起的博物馆文创风潮,如今几乎成为各家博物馆的标配,春节市场更是“兵家必争之地”。春节吃什么、用什么、玩什么,博物馆提供“从文物来、到生活去”的解决方案。

吃是一件大事,博物馆也这么认为

“每逢佳节胖三斤”,尤其是春节这个中国人最看重的节日,博物馆文创也看中了这个好时机。

“饮食文创和其他文创的不同之处在于,好看和好吃必须同时满足,对设计创意有更多要求。”国博饮食文创负责人廖飞说,“进到国博的观众,可以喝到嫦娥奔月拉花的咖啡、吃到大孟鼎模样的雪糕,设计成便于携带和物流配送的新春礼盒,希望让没进博物馆的人也能享用。”

廖飞介绍,金汤佛跳墙的外包装取材元素为国博馆藏《宪宗元宵行乐图卷》,描绘了明成化年间宫中过节时热闹的气氛。佛跳墙又名“福寿全”,寓意美好,相传源于清道光年间,有近两百年历史。

春节期间,“中国古代饮食文化展”将在国博展出,吃这件小事,反映了中国人千年来充满烟火气息的日常。除了佛跳墙,国博还推出了一款“元宵行乐图新春茶点”礼盒。灵感依然来自《宪宗元宵行乐图卷》,画中一个货郎担最引人瞩目,南北通货,琳琅满目,小孩相拥而上,正是最快乐的一幕。

良渚博物院最近也推出一款“良渚定胜”礼盒,把良渚元素和杭州的中华老字号“知味观”的传统小吃定胜糕相结合,用的、吃的,一套配齐。器皿设计来自良渚文化的黑陶豆,釉色采用了良渚嵌玉漆杯的红色,金色贴花则来自良渚陶器纹饰。

良渚文创负责人熊磊说:“红色有过年的气氛,也呼应‘定胜’主题。良渚文创产品在年礼礼盒的加持下,更容易引起消费者的兴趣,进一步将良渚文化带入更多人的视野。”

源于古代艺术,走入现代生活

长期致力于博物馆研究的上海大学教授潘守永,最近也被各家博物馆的文创进军的新领域越来越多,连电动牙刷都在其中。

上海博物馆近年来每到春节,都会推出当年相应的生肖展,并从展品中挑选文物作为灵感来源,创作系列文创产品。虎年将至,这次挑选的文物之一是河南磁州窑的虎纹瓷枕。陶瓷虎枕是金代流行的一种特色生活用品,还有着吉祥、辟邪的寓意。晋代葛

洪《时后备急方》中就主张,虎头枕可以治疗睡眠相关的疾病。上博提取了陶瓷虎枕的图案元素创作了居家毯,试图传达出磁州窑的野逸画风和虎纹中的民俗趣味。上博文创中心副主任冯炜说:“我们想传递一个家的感觉。瓷枕是冰冷的,但是毯子柔软、温暖,可以做挂毯、做桌毯,或者干脆围身上当披肩。”

冯炜坦言,做了这么多年的文创,创新并不容易,何况还有“春节”这样一个节庆的限制,“在不违背传播博物馆文化、讲好博物馆故事的基础上,最重要的是,文创产品要与现代人的生活相结合,源于古代艺术,走入现代生活”。

博物馆文创的客群主要是年轻人,所以,年轻人日常用什么,上博文创会特别关注。这次与居家毯同时上新的还有虎纹车载颈枕、香薰礼盒、围巾、保温杯、口罩、贴纸……

从上一个羊年开始,上博逢年制作生肖颈枕已成传统,进入第八年,观众已经产生了一种期待感。虎年文创还没上新前,就有朋友跟冯炜打听,今年你们做什么款式呀?还有不少粉丝等着集齐一轮12款。

国博经营开发部副主任朱晓云说,尽管新春产品适合售卖的时间段并不长,但要付出很大心力,基本上需要提前将近一年去筹备、策划,“希望突破传统‘模板式’的设计思路,力求新颖外观的同时,把国博独特的文化资源融入产品中,赋予产品更强的文化张力”。

今年已经是国博日历诞生的第4个年头,“坚持必须坚持的,创新可以

创新的。”朱晓云说,新冠肺炎疫情阻挡了人们的脚步,但国博的展览并没有停止,如何让这些展览被更多无法来到现场的观众看到,除了厚重的图录,日历是一个更轻盈的方式,“国博日历每年以365件馆藏文物为基本内容,2022年我们将国博2020—2021年最值得回味的12个专题展览融入其中”。

除了日历这样的长销品,国博今年也上新了一些新玩意儿,比如,源自西方的八音盒,第一次与元宵场景结合。国博馆藏《宪宗元宵行乐图卷》描绘的是明宪宗元宵节当日,仿效民间习惯,在内廷张灯结彩,搭鳌山灯棚,放烟火花炮,舞狮子,上演杂技百戏……八音盒选取了图卷中的杂技表演、鳌山灯会、花灯爆竹、货郎车担等场景,同时加入欢快的音乐,文物真的“活”了。

博物馆文创的下一站驶向何方

潘守永说:“春节文创,有点像我们说的‘快消’,过了这个时令,顾客就失去了消费动机。但有的产品具有一定持续性,比如日历,可以用一年,比如冰箱贴、靠枕、雨伞,就更是长期用品。”

潘守永坦言,文创本不是博物馆的主业,这些年才陆续投入人力物力,成为博物馆工作的一个主要部分,“大家强调博物馆不仅要用眼睛看,还要能体验、能把博物馆带回家,这是博物馆新的使命。但博物馆文创的市场,不是社会的增量,而是在市场已经饱和

以规范书写呈现汉字之美

汉字是世界上历史最悠久的文字之一,是中华民族文化和智慧的结晶,是传承中华优秀传统文化的重要载体。不久前,在中宣部出版局召开的规范使用汉字工作座谈会上,与会人员一致认为,加强汉字使用的规范化、标准化、信息化势在必行。进一步开展汉字使用的规范和管理工作,才能更好发挥国家通用语言文字在社会生活中的作用,促进各地区经济文化交流。

汉字是意美、形美、音美“三美”兼具的文字,也是世界上少数几种兼具实用价值和审美价值、可以构成书法艺术的字体之一。历代书法家创造的多姿多彩的书法艺术,是中国代表性的艺术形式,体现了中华民族特有的美学精神和审美理念。然而,近年来,一些个人和机构为了追求标新立异、突出视觉冲击,忽视汉字的书写

规范、书写技法和文化内涵、审美特征,故意将汉字笔画和结构进行粗俗、草率的夸张变形,创造出一些拙劣的字库字体产品,亟待予以规范。

公共空间中的汉字是否准确、规范、优美,所使用的字体风格是否合适,事关全社会文化素质和艺术修养,必须引起重视。以丑为美、以怪为美的字体出现在公共空间,不但不能体现汉字之美,反而会降低全社会的审美水平,不利于大众汉字书写规范意识和审美趣味的培养,也会对青少年产生误导。《中华人民共和国国家通用语言文字法》确立了普通话和规范汉字作为国家通用语言文字的法定地位,并规定“公共服务行业以规范汉字为基本的服务用字”。当汉字被应用于出版、影视、媒体、展览、广告等面向社会公众的领域时,使用规范应该是基本要求,在网络空间也同样如此。公共空间中的汉字规范而优美,会在无形中营造美的氛围,提升大众的审美素养。

规范是美的基础。规范汉字使用,并不是拒绝个性化的汉字书写,而是提升审美水平的题中之义。对字库设计者和相关企业来说,需要强化把关意识,提升审美水平。书法是一门艺术,每一种经典字体的诞生都是书法家苦心孤诣、千锤百炼的结晶,都是在取法先人、学习传统、融会贯通之后的成果,都融汇着书法家的艺术个性和时代精神的精华。放下浮躁的心态,扎扎实实练好基本功,才能更好创新。在信息时代规范使用汉字、提升书法审美素养,应加强行业引导,指导相关行业协会联合发出规范用字倡议,遴选推荐优秀字体,引导出版、影视、媒体领域提升规范用字的自觉意识,落实好规范用字的各项要求。同时,有必要加强标准研制,指导相关标准化技术委员会开展研究,推动相关国家标准、行业标准立项、编制工作,为规范用字提供技术支持。

汉字是极具代表性的中华优秀传统文化精神标识,顺应信息时代的要求,不断推进汉字规范化标准化信息化建设,弘扬以汉字为载体的中华优秀传统文化,才能把汉字最美的特征展示出来,让其更好地服务人民生活和经济社会发展需要。



山村冬韵

汤青摄

胖馍馍肥年

崔立新

腊月,厨房里“蒸”事不断,蒸馍,蒸糕,蒸豆包儿,蒸豆渣饼……馍,蒸得最多。腊月里蒸馍,发一年。

蒸馍的日子,一般固定在腊月二十六。家乡人对年馍很在意。白胖胖,喧腾腾,光鲜鲜,那是“发”得好啊!不松不软的青蛋馍,馍皮发黑或裂缝儿了,就会被认为来年运气不好。所以,蒸年馍,相当隆重且严谨。面粉,都是挑最好的麦子,磨头箩白面;面,头天就和好,放在温暖的地方发酵。蒸的时候,几乎全家上阵,揉面的、挑花儿的、烧火的、备柴的,齐心协力,热气腾腾。

我娘蒸馍,总是铺垫垫的,先蒸一锅素馍。素馍,没有任何花哨和噱头,连个红点儿也不点。她泡好碱水,一次倒足,那充满气泡儿的酵面,霎时塌陷下去,体积缩了一大半。娘高高兴兴地,露出臂膀,加进去干面粉,两手在面盆子里,来回回搅、揉。面粉、面絮、面团、面块儿,散乱的面粉逐渐团成一大块。

表面,没有怡甜快辣的味,没有繁华绮丽的色,只有温馨平淡、从容踏实的质。馍要好吃,全凭劲道。劲道,是“揉”出来的,“面揉干把,白如雪花”。娘揉面时,会念叨:“抱大的孩子,揉到的面”。面揉多了,能增白,还能增加光润度。

面团揉到一定程度,切成小块再揉,再掐成均匀的“剂子”,案板上一推一拿继续揉。面团越揉越硬,揉到更硬,最后

揉成的圆馍坚强地立着;上笼时,还不肯屈服。等出锅,嘿!发成了圆的。柔韧面皮下,仿佛有力量鼓动着,充满张力。

我家蒸馍的锅,是一口八印大铁锅,锅盖是枣木合的,算是高粱秆子穿的;柴火有时是棉花棵、玉米轴,有时是山上拾来的硬柴。圆馍安顿在算子上,灶里大火猛烧。水一开花,稍减火候,文火慢蒸。十来分钟后,锅盖一揭,一团白汽冲天而起,白汽缭绕间,却见馍一个赛一个文静,低调出场,端的是花未全开月半圆的矜持和娇羞。

书上说,清代扬州小馒头很有名,《调鼎集》里道:手捺之不盈半寸,放松乃高如杯碗。我娘蒸出的馒头,跟这不是一个风格:使劲捏紧在手心里,馍也不会缩多少;北方馍,端的是劲道,一层一层用手撕着吃,真香。

《随园食单》里说的“千层馒头”,我觉得就是娘蒸出的馒头。素馍蒸出来,来帮忙蒸花馍的邻居就到了。她们开始做馍,一边谈论着家长里短稀奇事,悠然,放松,笑语盈堂;手下却没闲着,搓,团,擀,剪,切,一压一按,一捏一卷,一扎一挑,盘枣点豆,插面花儿。

眼花缭乱之际,花馍上了算。急火猛蒸,慢火加热。等出锅,看吧,有蝴蝶馍,有拧劲儿馍,有攒花儿馍,还有鱼型的、猪头型的,一个个白白胖胖,鲜嫩灵活。

的情况下杀人的。比如,同样是一个红包、一把伞,为什么要买博物馆的呢?这是我们最该思索的问题”。

“博物馆文创的优势在于有大量藏品,这是最好的创意基础,但一个问题依然是创意不足,或者说跟风,比如一时间所有博物馆都在做雪糕、做手机壳,不但品种重、缺乏创意,而且知识产权意识也比较淡薄。”潘守永说,“另一个问题是政策的边界,博物馆文创尽管有博物馆的事业属性,但依然是面向市场的商品。经营就有投入、有产出,那么,赔了怎么办,赚了虽然不能分红,但能不能设立一定比例作为奖金,甚至作为一定比例的绩效,是不是应该给创作者奖励……”这些问题都需要更完善的政策指导。”

朱晓云认为,博物馆资源的数字化应用,将成为未来文创的重要发力点。“如果说互联网让博物馆文创走出了博物馆,那么数字文创就让博物馆文创走出了物理时空。”朱晓云说,国博已经在数字文创藏品方面迈出了第一步,“上线了一些馆藏数字文创,所有产品都在10秒种内售罄”。

朱晓云说,文创归根结底是文化产业,由文化和创意两部分组成,缺一不可,而设计生产并非博物馆的传统优势,“博物馆在做好馆藏资源挖掘、整理的同时,需要最大限度地调动和整合社会资源(设计、生产、营销等)。这就不仅仅要依靠博物馆自己的IP影响力,更需要博物馆有开阔的胸怀,搭建一个开放共赢的平台,让所有有情怀、有实力的人和机构,都来为博物馆文创贡献智慧”。

(《中国青年报》 肖芮斌)

大观园

【第421期】

北京冬奥会和冬残奥会原创作品音乐会举行

由北京冬奥组委文化活动部、北京市文学艺术界联合会主办,北京音乐家协会承办的北京2022年冬奥会和冬残奥会原创作品音乐会日前在北京中山公园音乐堂举行。

据悉,自北京申冬奥成功之后,北京冬奥组委连续3次举办冬奥歌曲征集活动,得到了广大词曲作者和民众的积极响应。音乐会上演唱的10多首歌曲就是在这次征集活动中甄选出来的优秀作品。音乐会由5个部分14个节目组成,即序曲《一起向未来》、第一篇章《冰雪之约》、第二篇章《冰雪之爱》、第三篇章《冰雪之情》和尾声《永远在一起》。

(《人民日报》任姗姗 王瑁)

四川447项新春文旅“年货”惠民生

本报讯(王鑫)“欢乐春节 安逸四川”。1月24日,记者从四川省文化和旅游厅获悉,为丰富春节文化旅游供给,满足人民群众精神文化需求,四川省将按照“控制线下、丰富线上”原则,策划开展2022年全省新春文旅惠民活动。活动涵盖全省新春文化惠民活动、新春文旅消费惠民活动和新春线上文旅“三展”活动三大板块,共计447项重点活动,为广大群众营造欢乐、祥和、喜庆、安逸的节日氛围,让基层热闹起来,让群众高兴起来。

据悉,春节期间,四川省将依托民间文化艺术和非物质文化遗产,广泛开展送文化下乡、文艺院团进基层、艺术精品展演、特色文博展览、非遗民俗活动等高质量、内容精、群众参与性强的文化活动,包括2022年全国“村晚”(四川)示范展示活动、2022年全国“赏年画过大年”新年画(四川)作品联展、“山海为鉴——亚洲古代文明展”等,努力让全省人民群众度过一个独具巴风蜀韵、饱含乡愁乡情的中国年。

与此同时,四川省还将推出线上文旅大餐,重点开展“龙腾虎跃闹新春·云上天府过大年”——2022年四川省群众文化“春节”线上系列活动、“莫扎特有福”——四川交响乐团新春线上音乐季等129项线上活动,通过特色文艺晚会、戏剧、戏曲、音乐、综艺、在线课程、直播活动、春节视频、游园活动、民俗活动等,让网友足不出户即可感受四川各地新春的热闹氛围。

丝路服饰文化特展在成都博物馆开展

本报讯(记者 李林暄)1月25日,“云观衣裳——丝绸之路服饰文化特展”在成都博物馆正式启动,呈现古丝绸之路之盛磅礴的服饰文化、繁盛精致的衣冠王国和浸润着千年文化自信的人文历史图景。

本次展览中,成都博物馆以丝路服饰为主题,联合中国丝绸博物馆、甘肃省博物馆、内蒙古博物院、云南省博物馆等来自全国11个省、3个自治区、1个直辖市的20余家文博机构,展出了186件/组珍贵文物,包括丝织品、服饰、陶俑、画像砖等。展览策展人魏敏表示,本次展览集中了成都地区特色历史文化资源和丝路沿线文博单位,既有省级大馆的经典馆藏,也有多家之前较少进入大众视线的地方中小型博物馆的精品文物。这种合作模式,不仅满足了成都博物馆作为策展方集合更多文物、集中力量呈现好展览的需求,也促进了地方博物馆的馆藏资源交流,让馆藏精美文物得到充分展现。同时还满足了观众看新展、看好展的观展需求,领略不同地区精美文物的风采,实现互利互荣、多方共赢。



食坊闲话