

“双11”博物馆文创热度飙升,考古盲盒最受欢迎 博物馆新意文创让年轻人“上头”

第三届「志愿文学」征文活动获奖作品揭晓

近日,由共青团中央、中国作家协会共同举办的第三届“志愿文学”征文活动获奖作品揭晓。由知名作家、编辑、记者等组成的专家团队经认真审阅,最终评选出中短篇小说、剧本、诗歌、散文、报告文学等五类110件获奖作品。

此次征文活动以“青春志愿行·奉献新时代”为主题,2020年9月启动后,共收到社会各界投稿作品5600余件,历经初评、复评、终评等环节。获奖作品涉及疫情防控、脱贫攻坚、乡村振兴、社区发展、抢险救援、助老助残、环境保护等多个领域,从不同视角讲述了青年志愿者的奉献故事,反映了广大青年志愿者认真学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,牢记习近平总书记殷切嘱托,积极弘扬和践行社会主义核心价值观,为他人送温暖、为社会作贡献,不断彰显理想信念、爱心善念、担当观念,是人民有信仰、国家有力量、民族有希望的生动体现。

获得一等奖的作品中,中短篇小说《长发的故事》讲述了支教志愿者十年如一日扎根大山、默默奉献,在崎岖的山路上点燃知识的火把,其女儿也受到感召而成为一名志愿者,为疫情防控、乡村振兴贡献青春力量的动人故事;剧本《宜宾路上》记录了青年志愿者在开展助学走访途中的曲折经历;诗歌《青春日记节选(组诗)》浸润着青春底色,彰显着蓬勃朝气;散文《回首阳光正当年》记录了青年志愿者传播中华优秀传统文化,向世界讲述中国故事的所思所感所为;报告文学《圆梦纪实》以亲历者的角度讲述了县域志愿服务组织助力脱贫攻坚,长期坚持帮扶困境儿童的奉献历程。

据悉,“志愿文学”征文活动自2017年以来已举办三届,评选出了一批优秀文学作品,旨在用文学的形式展现志愿者事业在党的领导下取得的成就,展现志愿者在平凡岗位上无私奉献的精神风貌和动人事迹,传递“奉献、友爱、互助、进步”的志愿精神。首届“志愿文学”征文活动获奖作品集《青年志愿者之歌》系列丛书已正式出版。(《中国青年报》杨宝光)

山西投资1亿元 建设石窟寺 保护与传承实验室

中新社太原11月8日电(记者胡健)记者11月8日从云冈研究院获悉,石窟寺保护与传承山西省重点实验室落户云冈研究院,该实验室联合浙江大学、武汉大学、北京建筑大学、上海大学合作建设,专注于石窟寺保护和传承技术、方向、标准等方面的研究和制定。

山西文化遗存众多,是全国闻名的文物大省。第三次全国文物普查数据显示,山西现有石窟寺244处,摩崖造像254处。

实验室计划投资1亿元(人民币,下同)用于科学研究和基础设施建设,其中投资2300万元建成云冈先进计算中心,为全国文物系统首个先进计算平台;投资800万元建成云冈石窟世界遗产监测中心。

石窟寺保护与传承山西省重点实验室的建设是推动“云冈学”建设的重要平台,实验室依托云冈研究院,整合多学科研究力量,旨在建设国内顶级石窟寺学术科研队伍,构建华北地区石窟寺文物保护基础研究、关键技术研发、科技成果转化、科技资源共享服务创新体系建设。

映了我国博物馆文创发展已经逐步走向成熟,真正从博物馆的展台走向了消费者的日常生活;另一方面,消费者也已经从单纯的实用消费、审美消费,向体验消费、内涵消费、品质消费转向。

中央美术学院城市设计学院副院长、教授郝凝辉认为,“未来博物馆文创应加强顶层设计,继续秉承‘设计+创意+文化’原则,遵循文化价值转译与创意价值相融合的设计思路,围绕博物馆文创‘日常实用性、文化内涵性、设计语言创新性’等方面,多层次、多角度、多元化地满足消费者不断增长的新需求。”

“双11”博物馆文创的火热证明,“让文物活起来”正在成为时代潮流,今天的博物馆与公众的距离越来越远,博物馆文创使封存于博物馆的历史记忆走入了“寻常百姓家”。“博物馆文创产品正在成为博物馆文化与社会生活的桥梁与纽带,有力地推动博物馆推到城市的聚光灯下,促使其教育、文化功能实现扩展与延伸。面对新时代的消费者,博物馆既要赓续经典、发扬传统,也要拥抱时代、善当‘网红’。”卜希霆说。(《北京晚报》王广燕)

“朕知道了”纸胶带,让从业者和消费者认识到了博物馆文创的巨大市场潜力。2015年3月20日,《博物馆条例》正式实施,明确博物馆可以从事商业经营活动,挖掘藏品内涵,与文化创意、旅游等产业相结合。2016年《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》出台,2021年文化和旅游部等8部门联合印发《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》,进一步加快了博物馆文创产业发展。

业界认为博物馆要善当“网红”

博物馆文创市场虽升温,同质化、低端粗糙的博物馆文创却依旧乏人问津。兼具文物IP、创意设计和高质量的产品方能得到消费者青睐。“品牌价值仍是消费选择的重要指标。与此同时,消费者也越来越看重产品的品质。2019年1月的‘故宫口红’因品质问题宣布全线停产的事件说明,再好的文创产品也必须要有稳定可靠的品质来支撑。”朱敏说道。

在朱敏看来,此次“双11”博物馆文创产品的热卖,一方面,反

程是相当温馨的亲子互动”……从买家评论来看,沉浸式的考古体验是多数人关注的卖点。

河南博物院文创相关负责人表示,从去年12月初火爆以来,截至今年10月,考古盲盒销售额已经超过三千万元,在“双11”期间也保持了良好的销售势头。“我们博物院的文创是从2019年起步的,但真正进入快速发展时期是在2020年9月,当时正值河南博物院主展馆重新开馆,众多观众前来参观,也带动了文创的升温。”

河南博物院推出的玉佩棒棒糖,也因为造型逼真、人气旺盛,在“双11”前引发了网络热议。该款棒棒糖仿制原型为出土于1983年光山县宝相寺黄君孟夫妇墓中的人首蛇身玉器,属于春秋时期的文物。

“双11”买的考古盲盒到了,比拆快递更快乐的是挖宝。”在经过近两小时的“考古挖掘”后,小陈的盲盒里出土了一件莲鹤方壶,这件稀有宝物令他激动不已。与小陈一样,还有许许多多年轻人对博物馆文创“上头”。最新数据显示,今年共有近100家博物馆参加电商平台“双11”活动,11月1日开售首日,博物馆文创产品销量激增超400%。

今年“双11”,河南博物院、三星堆博物馆最热销的文创产品都是考古盲盒。其中河南博物院“失传的宝物”系列考古盲盒页面显示月销超过五千件,消费者收到的土块中隐藏着青铜器、佛像、铜镜、玉器、陶器等宝物模型,还有一定概率出现四神云气图、除罪金简、杜岭方鼎、妇好鸮尊等“镇院之宝”的模型。

“产品创意太棒了,既有神秘感,又能自己动手且学到知识,比直接买个博物馆纪念品有意思多了”“看到金简的时候,我跟儿子都兴奋地尖叫起来,整个挖掘过

程是相当温馨的亲子互动”……从文创产品的消费数据来看,“95后”比例逐年增加,目前已接近四成。2020年以来,盲盒、摆件、非遗元素商品以及IP跨界联名款成为最受年轻消费者欢迎的

“95后”成文创产品消费主力

一边是“95后”逐渐成为消费主力,另一边,国内博物馆文创的发展日益走上“快车道”。中国传媒大学文化产业管理学院副教授、中国传媒大学国家文化和旅游研究基地主任朱敏表示,2013年,台北故宫推出了大受欢迎的

品类。”中国传媒大学文化发展研究院副院长卜希霆表示,年轻消费者成为博物馆文创产品消费的主力军,这彰显了青年一代文化自信不断增强,由此也推动博物馆文创的繁荣与发展。

卜希霆谈道,1995年至2009年间出生的一代人,一出生就与网络信息时代无缝对接。越来越多的博物馆文创专注于研究这一消费群体,尤其注重其精神层面个性化、体验性、参与感、情感性的需求升级。“例如故宫博物院出版的互动解谜游戏书《迷宫》系列、河南博物院‘失传的宝物’系列盲盒、成都博物馆彩绘‘石犀’等,研发者在博物馆文创产品的研发设计过程中,导入游戏思维理念,通过‘目标(议程设置)—荣耀(获得尊重)—惊喜(随机奖励)—互动(呼唤唤友)’等游戏化流程设计,引导用户互动,极大提升了用户的兴趣和参与度。”

据了解,潍坊现有2项手工艺与民间艺术被列入联合国教科文组织“人类口头和非物质文化遗产代表作”名录,17项国家级非物质文化遗产项目中手工艺与民间艺术类占10项,风筝、年画、核雕、嵌银漆器、丝绸等200余项传统工艺在当代鲜活存续。

山东潍坊被联合国教科文组织授予“手工艺与民间艺术之都”称号

新华社济南11月9日电(记者 张力元)记者11月8日从山东省潍坊市政府获悉,潍坊市成功加入联合国教科文组织“创意城市网络”,并被授予“手工艺与民间艺术之都”称号。

据了解,潍坊现有2项手工

艺与民间艺术被列入联合国教科文组织“人类口头和非物质文化遗产代表作”名录,17项国家级非物质文化遗产项目中手工艺与民间艺术类占10项,风筝、年画、核雕、嵌银漆器、丝绸等200余项传统工艺在当代鲜活存续。

联合国教科文组织于2004年创立“创意城市网络”,致力于发挥全球创意产业对经济和社会的推动作用,分为“手工艺与民间艺术之都”“文学之都”“电影之都”“设计之都”“音乐之都”等7个门类。

不久前,回了一趟乡下老家,看到乡亲们趁着好天气晒番薯枣,那飘逸而出的缕缕香气扑面而来,让我不禁感叹这就是家乡的味道。

老家人有种植番薯、晒制番薯枣的传统。所谓番薯枣,就是将鲜番薯经煮熟切片晒制而成的农家食品。老家土地肥沃,气候适宜,十分有利于番薯的生长,出产的番薯品质好,大小适中,是加工番薯枣的好材料。小时候,父母总教育我们几个孩子要珍惜粮食,就连遗漏在番薯园里小小的番薯也得捡回来,用来晒制番薯枣。每当番薯收获时,我们几个兄弟姐妹在放学以后,便提着竹篮到附近已经收获过的番薯园里,去寻找遗漏的小番薯。这时,我就会睁大眼睛,东寻西找,一旦看到遗漏在园里的小番薯,便如获至宝似地捡起来放在竹篮里,运气不错的话,可捡到满满的一篮子小番薯。有时,父母也参与其中,不过,他们的活儿是挥着锄头对已挖过的番薯园

味蕾记忆番薯枣

缪士毅

地再挖几下,期盼能挖到还在土层里的番薯。

老家晒制番薯枣独有一套办法。番薯收获之后,父母便将挑回家的番薯根据大小分类,大的用于晒番薯干,较小的就用于晒番薯枣。晒制番薯枣一般要经过清洗、削皮、蒸煮、切片、晒制等几道工序。首先用清水将番薯块洗干净,再用削皮刀将番薯表皮削掉,同时,在土灶中铁镬上放置蒸笼,并在铁镬中加适量的清水,将已削了皮的番薯置于大铁镬中,盖上盖子,然后用柴火将番薯煮熟。待煮熟后的番薯冷却后,就用刀将其切成薄薄的小片,并整齐地将番薯片摊在番薯篱上。番薯篱是温州人对用于晾晒番薯枣的竹匾的称呼。这之后,将番薯篱放置在空旷通风之处,经过几天太阳晾晒,那番薯片就成了番薯枣。刚刚晒制而成的番薯枣多呈金黄色,味美适口,十分香甜。

番薯枣晾晒干之后,父母便将其装在用苎麻织成的麻袋

出发

丁闵振

用美育涵养「美丽心灵」

杨帆
以美育人、以文化人,美育是审美教育,更是情操教育和心灵教育,对于立德树人具有不可替代的作用。习近平总书记强调:“做好美育工作,要坚持立德树人,扎根时代生活,遵循美育特点,弘扬中华美育精神,让祖国青年一代身心都健康成长。”

中华民族拥有5000多年灿烂文明。今天,美在中国有了更加多元、开放、包容的形态。弘扬中华美育精神,用美育涵养“美丽心灵”,不妨从教育引导年轻人热爱艺术开始。当代中国,

各种艺术形式和多种艺术风格碰撞交汇,琳琅满目。在“雪如意”“冰玉环”等冬奥会场馆,可以感受中华优秀传统文化的深厚内涵,欣赏丰富多彩的中国元素;透过敦煌壁画,可以感受中西文明交融的历史,体会不同文明交相辉映的魅力……年轻人通过认识和了解中华大地上的优秀艺术作品,可以形成开阔的视野和包容的心态,增强文化自觉和文化自信。

引导年轻人接近、欣赏中国艺术作品之美,有助于赓续优秀传统文化,增强做中国人的志气、骨气、底气。在源远流长的中华美学传统中,古代先贤们秉承“德艺双馨”“艺品如人品”等理念,将优秀道德

