

两河漫话

图片展不能代替文物展

□ 路子强

日前,笔者再次参观了数家省内外的博物馆,发现一个现象,即相比两三年前,博物馆的图片展有越来越多的趋势,而文物的展位却鲜有增加,甚至有所减少。博物馆热衷用图片展代替文物展,笔者认为这不值得提倡。2024年10月,有网友晒出照片称,河南某遗址博物馆把文物图片封在玻璃柜内当成文物展出,让他感觉“上当受骗”,不少网友表示深有同感,此话题一度登上了某平台热搜。这也说明,图片代替文物展出的做

法不为游客所乐见。

笔者就此现象咨询了几位文博工作人员,他们给出的理由之一是本地文物档次普遍较低,很多“不值得”展出,用图片可以“丰富馆藏”。秉此观点,很多博物馆大者整面墙、小者制成单幅,投入较大精力以图片形式介绍文物就不足为奇了。

档次低不是文物深藏库房的理由。群众进博物馆是为了博览古今中外,增长历史文化知识,并不太看重文物的等级。若认为档次高才有展出必要,那绝大部分市县级的博物馆就没有存在的意义了。近年来,全国各地新建了许多市

县级博物馆,以更好地满足不同群体的文化需求。2023年6月,茌平区博物馆展出不久前出土的元代墓葬壁画,受到群众的普遍欢迎。从全国来看,这批元代墓葬壁画的艺术水平和历史价值并不是很高,但依然受欢迎,说明“文物档次低‘不值得’展出”的看法是站不住脚的。这也启发博物馆管理人员,摒弃文物等级观念,及时展出本地出土文物,充分发挥文物的社会价值,是博物馆应尽的职责。一味追求高大上,甚至刻意把外地博物馆的珍贵文物以图片形式进行展览,而“看不起”自己的文物,是本

末倒置,背离博物馆应发挥“教育、研究和欣赏”的公共教育功能的初衷,也背离了群众的意愿。

当然,万事不可一刀切,在文物脆弱不宜展览、响应重大考古热点等情况下,以拓展叙事、普惠教育为目的的图片展是务实且创新的举措,如今年是农历蛇年,用图片形式集中介绍本馆和分藏于其他博物馆的带有蛇纹的文物,可以让群众对这类文物有更为深刻的认识。但图片展需要把握一个度,不宜过多,更不能成为展览的主体,从而挤占本应是文物的展位。

画里画外

有一说一

□ 李松林

棉花不够,棉花来凑?近日,不少游客吐槽邛崃市南宝山旅游区“成都雪村”中的“雪”竟然是棉花冒充的。2月12日,成都市文广旅局发布情况通报称,经现场调查,情况属实,立即责令拆除雪村项目假雪场景,并做好游客退票等善后工作。目前,南宝山旅游区已闭园整改,其涉嫌虚假宣传也在调查中。

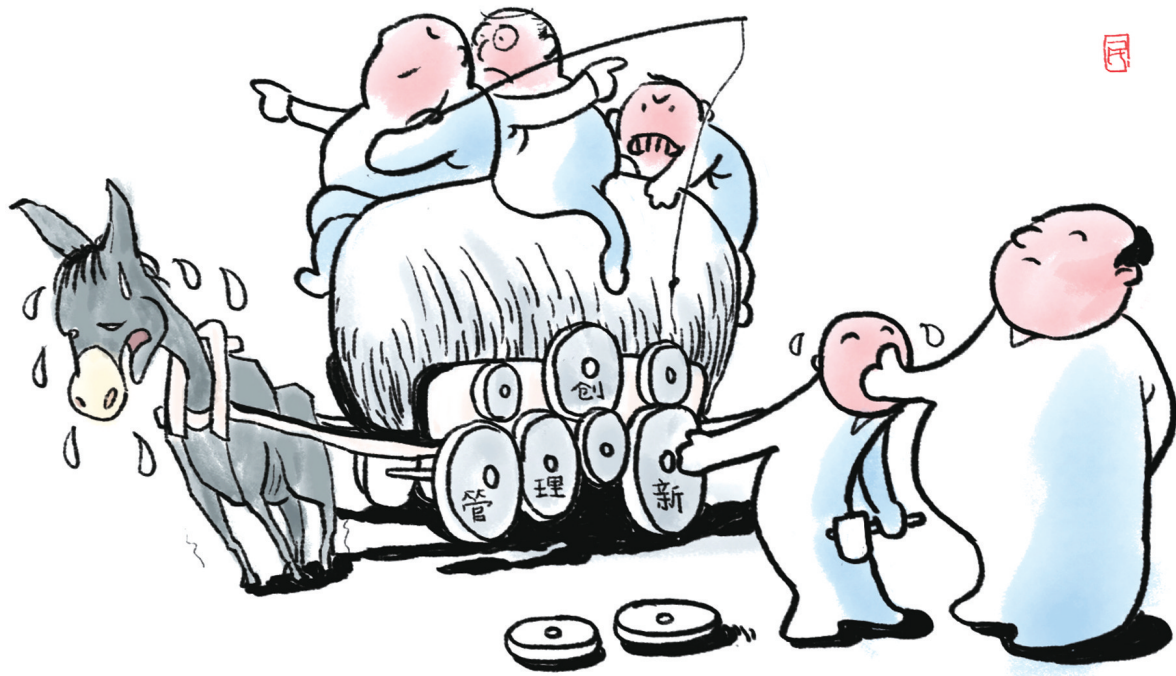
据介绍,该“雪村”的宣传照片营造出大雪纷飞、雪花飞舞的氛围感,不少游客慕名前往。满心期待的“雪村”,原来是不伦不类的“棉花村”,游客情绪和心理上的巨大落差不难想象,“不配雪村的名字,全部是棉花,花是塑料的”……根据景区此前的回应,“雪村”原本是基于一天气预报春节降温会下雪,而在景区内打造的网红打卡点。之所以后来用棉花代替真雪,是由于“天气暖和,为了营造出‘雪’的氛围……”老天爷爽约属于不可抗力因素,游客不会苛责;但拿棉花凑数则是故意弄虚作假,缺乏经营诚意,绝非待客之道。

在各地发力卷文旅、拼创意的大背景下,景区推出“雪村”打卡景点的思路可以理解,但真实真诚应是第一步。货不对板击穿了真实和诚信底线,涉嫌虚假宣传;让游客白跑路,更是在拿旅游区的信誉和长远发展做赌注。

遗憾的是,拿棉花充当雪花的小聪明,不是“成都雪村”独有。此前,湖南一网红景点被曝出造假拍摄事件,最终因虚假宣传被罚款12万元;山东一游乐园因“用驴充当斑马”,让游客啼笑皆非……类似做法,看起来有创意、够噱头、有流量,但因为糊弄与造假,很快便会“穿帮”“翻车”。地方文旅部门和景区管理方都要明白,不论是硬件设施的设置还是创意服务的上新,货真价实才是长远稳定发展的底气。一片假雪、一棵假树、一株假草、一张名不副实的照片,即便能带来一时的利益,与长久的信誉相比,终将得不偿失。

责令拆除、闭园整改、做好善后、接受调查,因为“雪村无雪”,南宝山旅游区领到了“处理四件套”。希望景区能够汲取教训,只有真实真诚,才能换来游客的真心真情,以及文旅消费长久的真金白银。据《北京晚报》

棉花冒充雪花 诚信必然崩塌



如此“创新”

徐民 作

街谈巷议

科技赋能,传统文化“潮”起来

□ 李丽

每年春节过后,总有一些事儿让人念念不忘、津津乐道。今年亦是如此,比如央视春晚的机器人舞蹈表演——《秧BOT》,就点燃了全国观众的热情,甚至一度冲上微博热搜,让受众乐不可支。可见,当传统文化有了科技元素的加持,立马可以“潮”起来。

科技赋能,传统文化更具活力和时尚感。当穿花袄转手绢扭秧歌扮相犹如“咱妈”的人形机器人与16位舞蹈演员同台共舞时,有网友不免感慨此乃“最酷的相遇”。当聊城的春节庆典活动,有了无人机灯光秀的参与,亦让这座城市大放异彩,从而登上央视新闻,让东昌葫芦、“凤凰城”的传说故事远播四方,为更多人所了解。科技与文化的融合之妙,还体现在一些热门博物馆里。比如聊城中国运河文化博物馆,凭借其十足的科技

范儿——融合数字科技、文物展示、微缩景观等展示手段,吸粉无数,2024年吸引96万余群众来这里全方位、跨时空、沉浸式了解大运河的前世今生。如今,已有越来越多的传统文化在科技的驱动下,通过更多元的表达,给观众带来一个个酷爽、好玩儿的惊喜。

以情相牵,传统文化成为科技创新的源泉。万变不离其宗,中华上下五千年丰富的文化遗存,为科技创新提供了丰沃的土壤。今年央视春晚喜剧小品《借伞》就是以西湖断桥边借伞故事为主线,融合京剧、粤剧、川剧、越剧等多个演绎过《白蛇传》的传统曲种,串联起白娘子与许仙的不期而遇,一连串的“误会”拉满喜剧效果,引发观众共情。值得一提的是,用科技手段打造出的如梦如幻的舞台效果,使传统文化的表现更具活力和魅力。登顶中国影史票房榜的《哪吒之魔童闹海》,之所以燃爆春节档,不

仅因其对1900多个特效镜头的精致打磨,能让人身临其境,也不仅因其对哪吒这一家喻户晓的神话人物融入了时代元素,进行了新的诠释,更是因为该片赋予哪吒的精神内核——“我命由我不由天”的奋斗精神,着实打动了观众。“如果宿命就是一座大山,那我就劈开它”“若前方无路,我便踏出一条路”,这些超燃的台词,传递着积极向上的价值观,使得群情振奋,引发了观众的强烈共鸣。

我们所处的时代飞速发展,科技的进步日新月异。越来越多的传统文化正搭着科技的快车以新颖的形式走进人们的生活,并为大众所喜爱。这种呈现方式的改变不是简单的“旧瓶装新酒”,而是对文化基因的深度解码,是对传统文化精髓的创造性转化。如今,科技与传统文化双向赋能,让我们看到了优秀传统文化创新性发展的更多可能。