

朋友圈里形成了刷屏效应。京大学新闻传播学院教授、博士研究生导师朱丽丽的唐宋八大家开展消息引发诸多媒体报道。也在南

2020.12.29

星期二

编辑 陆娟

美编 任兰君

17

深读唐宋八大家

06

为什么说媒体推广引来八大家热潮

唐宋八大家开展引发的热潮也是朱丽丽乐于见到的,本科、硕士和博士专业都在文史专业的朱丽丽对此非常感兴趣。如今从事新闻传播的朱丽丽多年来致力于做媒体文化研究,她也从十年来的文博热以及青少年观展热角度对唐宋八大家热潮进行了解读。

媒体推广加速文博热

近年来青年群体的日常生活中,购买博物馆的文创产品,去博物馆看展都是晒朋友圈、网红地打卡的热门事件,这正是当下城市生活的一部分。

在朱丽丽还在求学和成长的年代,去博物馆看展还没有现在的热度,为什么会如此,朱丽丽认为媒体的推广和传播是关键因素之一。

朱丽丽注意到这些年无论是传统媒体还是新媒体,都推出了很多跟文博事业相关的文化产品。比如,前几年有一个大热的纪录片叫《我在故宫修文物》,播出之后引发了非常强烈的反响。朱丽丽听过《我在故宫修文物》的制片方——清华大学清影团队的老师介绍说,当这个片子播出火了之后,尤其

去打call、积极地写评论、积极地与生产方之间达成一种心照不宣的狂欢的合谋。

朱丽丽认为电视综艺节目,比如说《国家宝藏》,运用现场表演的方式,讲述文物前世今生的故事。节目组会请一些老戏骨,包括流量明星,去再现历史中的某一个场景,通过这种具象化的方式,还原和普及历史文物知识。使得这样一个文化节目变成一个为大众所喜爱的,尤其为青年所喜爱的宝藏节目。我们从中可以看到,媒体确实全方位地促进了当今社会文博热的产生。

来的这些字画的真迹,体味跟古人面对面的感觉,相信一定会有不一样的感触。

“它一秒钟把你拉回历史现场,你可以感觉到历史的温度,也可以感觉到历史经由千年保存下来的一些原貌。这好比“目击成诗,遂下千年之泪”。要有很直接的观感,要置身在某个情境之中,然后有着非常大的感动,你才能够为这千年之前的人,为这千年之前存在过的人,为他们活生生的感情和创作一掬感动之泪,一掬同情之泪。这是我得觉得非常有意义的地方。”朱丽丽说。

也正是如此,朱丽丽作为媒介文化研究专家建议,博物馆展览包括辽博的“唐宋八大家”这样的优秀展览,首先是应该跟青少年发生关联,成为一个非常好的窗口和契机,使得教育青少年变成一个全社会的事情,而不仅仅是家庭内部的事情,或者是学校内部的事情。文博事业的蓬勃发展,对培育我国青少年的文化素养能够起到积极的正面作用。

我们需要唐宋八大家这样的文化精品

2014年是流量明星的元年,鹿晗是第一个流量明星。与传统明星通过作品走红的造星策略不同,鹿晗走红却并没有给普罗大众带来什么印象深刻的作品。

从那年开始,流量明星和作品纷至沓来,整体质量下降。

为什么大众文化产品的品质在下降?朱丽丽认为,即使是大众文化产品不可能完全原生态,恰恰非常需要文化精英作为文化把关人引领大众文化品格。而从当下的角度来看,博物馆就是这样的一种文化事业,在今天这个时代非常必要,也非常重要。博物馆沉淀了人类文明的过去,只有人类文明的精品、一个国家民族文化的精品,才能够进入到博物馆。它是被时光筛选的,也是被无数代验证过的。而这样的文化精品有机会走出学院,走出原来相对狭窄的精英化群体,深入到大众,深入到社会,让每一个人有机会面对面接触,从中得到陶冶和愉悦,无疑具有非常重要的文化意义。

朱丽丽非常认可唐宋八大家的策展过程中各个环节的努力,如当地政府对于文博事业的投入。而中间文化精英,如一批优秀的策展人,文博事业的研究者和参与者,包括媒体人的努力,让博物馆的文化传播有了更好的效果。

“以往的经验中,策展人更偏向于民间文化交流,而如今政府主导的文博从业者能够让他们重新组织文物的故事,用更加活泼的、更加新颖的方式,让文物的文化内涵能够更好地被大众感知、接受和喜爱,增强博物馆在公众心中的文化吸引力。这无论如何都是一个非常好的开始,也是一种非常好的趋势。”朱丽丽认为历史文化是全人类、全民族的宝贵财富,它不是某一个人、某一个群体的学术私产,理应回馈公众、回馈社会。从这个角度来说,博物馆千方百计向公众推出优秀的文化成果展览,与大学向社会推广课程和学术研究的成果其实是一样的。

在整个文博热的趋势当中,朱丽丽也提醒要时刻清醒:后人如何看待我们这个时代的文化品格?

朱丽丽说,我们当下的文化品格,就需要政府部门、知识分子、公众的共同努力,达成全社会孜孜以求的文化目标。而文化精英们要勇于承担责任,才能够使得更多更好的人类优秀文化成果深入到大众中间去,深入到社会中间去,变成我们所有人精神愉悦的来源,也变成我们社会文明的基石。

辽沈晚报记者 刘臣君



朱丽丽简介

文学博士,南京大学新闻传播学院教授,博士研究生导师。中国新闻史学会视听传播学会理事,高校影视学会媒介文化研究专业委员会理事,主持或参与了多项国家和省部级研究课题。

本报读者可以扫描课程二维码登录观看朱丽丽老师的精彩课程。



本人供图

扫码登录观看精彩课程

是在青年人扎堆的B站上火了之后,每年有3万青年人抢着去故宫应聘原来非常冷门、非常小众、不为世人所知的修文物的工作。这可以看出媒介的推广对于文博热的形成是有很大的作用和影响力的。

这并非孤例,当下有很多的虚构文化产品、主流文化产品其实都在推波助澜的。朱丽丽举出两个例子,一个例子是电视剧,近两年来我们的历史剧有一个新的趋势,越来越注重对历史朝代的历史细节的还原,其中包括《长安十二时辰》《知否知否,应是绿肥红瘦》《清平乐》等等,它们对历史细节的还原达到了以前历史剧没有达到的高度,它们事实上激发了一股“跟着媒体去考古”的热潮。历史剧中呈现的服装、化妆、礼仪、民俗、官制、兵制、武器、甲冑、物产,日常用品等等,都在观众心中引发非常大的激荡,而他们会用一种积极的文本再生产的方式介入进去,日常一点的说法就是他们积极地

把青少年吸引进博物馆“目击成诗,遂下千年之泪”

若干年前朱丽丽带着她的研究生团队做过一个江苏省的项目,考察文博事业尤其是博物馆与青少年教育之间的关系。通过这个项目的完成,她也对文博事业本身有了进一步的了解,有了更直观的感受:我们的历史文化教育,其实在很大程度上,特别是在现代社会,不能完全通过学校和家庭来给予。社会教育,包括博物馆,也是非常重要的一环。

朱丽丽还清晰记得有位博物馆馆长讲过很有意思的一句话,他说原来我们的博物馆是面向市民的,但是我们现在的观念有所改变了,博物馆不仅是面向市民的,而且是面向公民的,面向国民的。

“我觉得这就把博物馆的文化教育意义推向一个更高的高度。我们做项目的过程中发现,某些中小学的举措很好,去博物馆观展可以在学校里面置换学分。有机地促成社会和学校的连接,将博物馆的教育跟青少年紧密地结合起来。同时我们也看见,博物馆的主题展览,使得青少年与国家民族的历史文化之间,有了一种直接的、面对面的、非常生动鲜活的教育。”在朱丽丽看来,辽博做的“唐宋八大家”文物展会吸引沈阳、辽宁乃至于全国各地的青少年来观展,而这些青少年的观展感受,会与他们在课本上学习过唐宋八大家的体验交融,面对穿越千年留下