

✎ 豪华包装下的海外夏令营,并不只是货真价实的国际交流

✎ 消费者的意识成熟和游学市场的规范化同等重要



上海纺织博物馆

梭转今昔

□ 沈则瑾

纺织业对上海城市繁荣所发挥的作用,是其他产业不能望其项背的

出于河道运输和救火便利的考虑,大多数上海的棉纺织厂在上世纪初都选址于苏州河南岸。今天的上海纺织博物馆也建在苏州河南岸,原上海申新纺织第九厂旧址,这是中国最早的一家机器棉纺织厂。

院子里耸立着一个状如“门”的大型青铜雕塑,上面缀满纺轮、纺车、元宝石、经线、梭子等纺织产业的元素,颇有气势,彰显出上海纺织产业的辉煌和传承。

进入序馆,我立即被大厅里两根梭织纹样立柱所吸引,柱子的每一面,都用麻绳分别运用平纹、斜纹、缎纹三种织造方法“织”成片包裹起来。其实,任何梭织物的纹路都是在这三种织法上变化而来的。

序厅中央铺着上世纪20年代纺织厂细纱车间的地板原物,走在上面让人有时光倒流、纺机轰鸣的错觉。钢化玻璃条屏以天然纤维麻、丝、棉、毛填充,意指上海认识并运用天然纤维的顺序:新石器晚期使用麻类,2500年前认识蚕丝,1000年前引进棉花,100年前开始毛纺。

一台木制老织布机引起了我的注意,自元代黄道婆改良织机后,上海地区都使用这类织布机。上世纪80年代初,作者还是大学生时下乡劳动,在老家学用这种织布机织土布。据说这台晚清老织布机是上海远郊金山朱泾一农户传了五代的宝贝,博物馆专家四次上门恳请割爱,织布机才成了馆藏精品之一。

借助苏州河的航运,矗立在苏州河两岸连绵不断的纺织业曾被称作上海的“母亲工业”。20世纪以来纺织业曾是上海最重要的工业产业,上海解放时有4552家纺织企业,棉纺锭数占全国一半。上海最多时拥有55万纺织大军,上海纺织品一直为人称道,上海纺织对上海城市的扩展和繁荣所发挥的作用,是其他产业不能望其项背的。

这种作用一直延续到上世纪90年代。1998年1月23日,纺织压锭“第一锤”就在博物馆原址上海申新纺织第九厂敲响。亲眼目睹那一锤落下,砸在人心口上的那份震撼至今难忘。站在雕塑《沉思——压锭“第一锤”》前,记者也陷入沉思,当年多少上海纺织企业关门,工人下岗,如此壮士断腕多年,才换来今天上海纺织的“高大上”?

一身航天英雄翟志刚穿过的航天训练服,其中有些关键材料就是由上海纺织人提供的;一艘由膜结构以及碳纤维等纺织材料为主制成的白色冲锋舟也是上海纺织人的奉献;一套看着普通的芳纶纶面料制成的防化服同样是上海纺织人研制的,能防火防辐射。

我想知道这些纺织品背后的故事,哪怕是科学原理也行,但即使是上面这寥寥数语的说明,还是我从博物馆网站上找补的。其实我很想说,这里有着大多数行业博物馆的通病,承载着太多的使命,更像一个史料陈列馆。其中一个展项就叫“回顾辉煌”,展品有工人的工作证、用过的茶缸、获得的锦旗,但这博物馆真的只有这些吗?博物馆不该更奇妙有趣吗?那些织机、纺车、缝纫机都只是展品,那些高科技织物也都是玻璃橱窗里的样品,让参观者可望而不可即,看得见却看不懂。记者看着展厅里仅有的三五个家长带来的孩子着急,在无人讲解的展厅里,对着那些泛黄的史料图片,他们怎么能提起兴趣来?

后来,又来了二十来个集体参观的孩子,结束时他们得到了一份小礼物,是一方草木染的手帕。看着孩子们开心的样子,我很有感触,让孩子们目睹甚至动手尝试一下怎么在手帕上染色,或者有一些其他能让他们动手的有趣项目,相信比那些史料图片更能让他们留下快乐印象。

《周末》执行主编 姜范

责任编辑 教蓉 梁婧

邮箱 jrbzmzk@163.com

断了传承

怎当遗产

□ 吴学安

只有传承教学相长,才能让非物质文化遗产生生不息

8月20日,在文化部召开季度例行发布会上,非物质文化遗产保护问题成为关注焦点。我国在非物质文化遗产保护方面已建立了一整套制度,但是“传承无人”的难题仍然难解。

传承人是非物质文化遗产的灵魂,如果没有传承人,非物质文化遗产根本不会存在。由于现在掌握“非遗”技艺的人大都是高龄的老艺人,这些技艺已到了即将消逝的边缘。如果不及早让老艺人出来传艺,极有可能造成无法挽回的损失。正如多年从事民间文艺抢救工作的作家冯骥才所说,非物质文化遗产是十分脆弱的,往往是“人死艺亡”。

当前,我国非遗保护工作的基本思路是不断探索有效保护的办,争取在保护和传承等重难点环节上有所创新和突破。创新手段之一,就包括对非遗进行合理的生产性保护,其中包括对国家级代表性传承人提供相应的扶持措施。

来自文化部的信息是,从2008年开始,中央财政对国家级代表性传承人提供每人每年8000元的传习补贴,而从2011年开始,金额提高到每人每年10000元。此外,针对代表性传承人和保护工作的人员大部分文化水平不高等问题,未来文化部将会制定系统的培训计划,帮助他们提高非遗研究、传承和生产创作的水平。

培养传承人,就有可能打破非遗一直以来的“家传”规矩,以更开放的姿态迎接非遗保护新时代。例如,北京西城区的非遗项目丰富,但目前全区非遗传承人普遍年龄偏大,平均年龄在65岁左右。有些项目被设为“濒危非遗项目”,还有些项目已经随着传承人的离世而失传。北京刻瓷、裕氏草编、泥塑彩绘脸谱、戏曲盔头制作技艺,这四项从不曾外传绝技公开招徒。为了培养传承人,北京西城区首次面向社会招募非遗传承志愿者。传承人会向选拔出来的传承志愿者传授非遗技艺,表现优秀的志愿者可以作为非遗传承人的入室弟子,成为非遗传承人。

过去,一位拥有绝技的高人,绝不会轻易向外透露自己的独门秘密,甚至对自己的子女也有诸多限制条件。现在经过政府牵线收徒传艺,把自己经营多年的绝技传授给自己非亲非故的人。他们在享受并发展自己所持有的“非遗”权利的同时,还将担负起传承后人的责任和义务,从而确保“非遗”后继有人,这的确是一大进步,让人叫好。

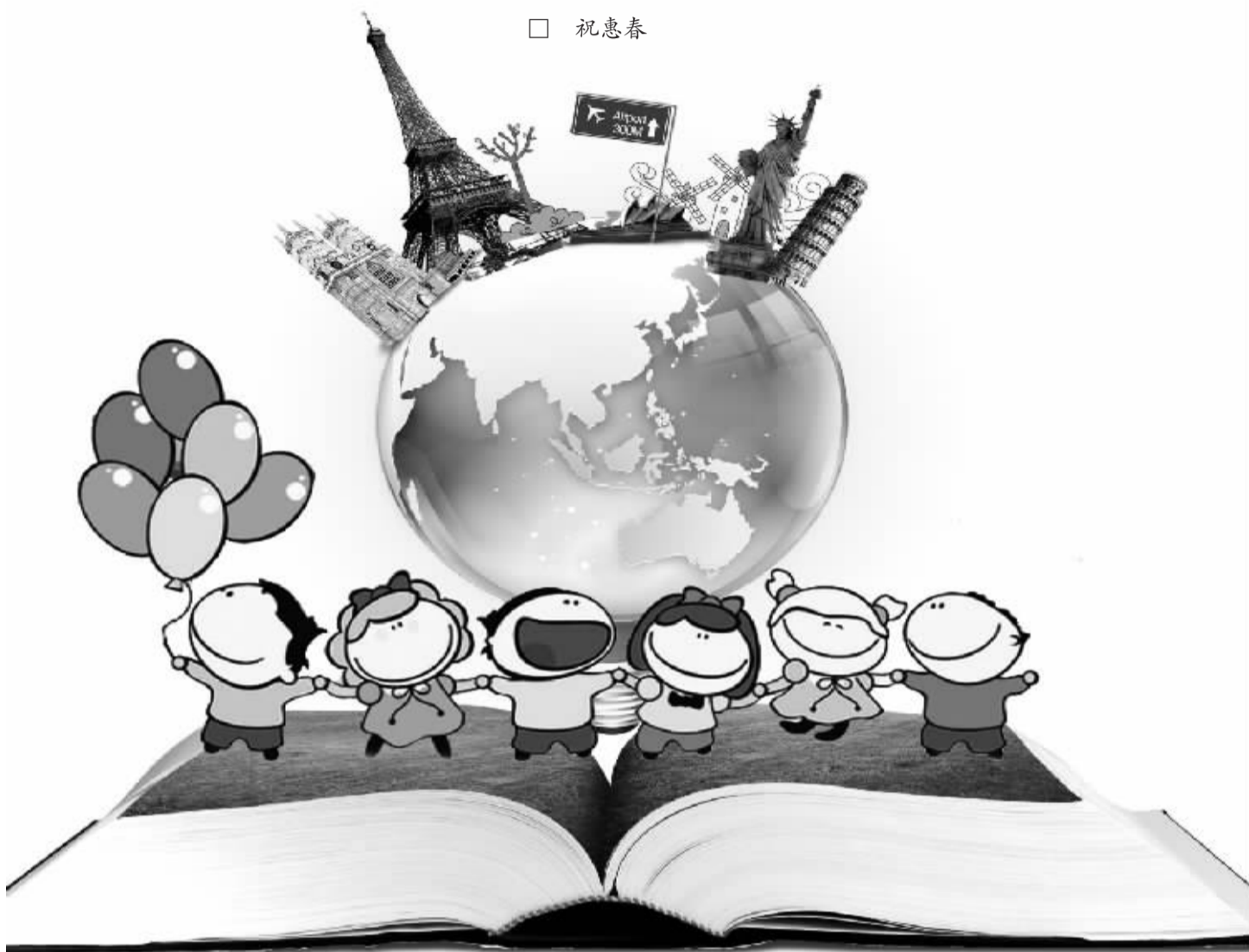
为了保持生命力,越来越多的非物质文化遗产需要积极地将新一代青年人吸收进来成为非遗传承者。任何一种技艺和艺术,如果不能随着时代演进和发展,必然会缺乏生机与活力。现在全球范围内都掀起了中国文化热,“非遗”传承人身份的绝技都是长年累月磨出来的,并非一日之功。五大宫调、剪纸、葫芦画……这些在江苏连云港曾见惯不惊的非物质文化遗产,如今却珍贵又罕见。连云港市新海小学率先将当地的非物质文化遗产项目引入课堂,组成兴趣小组,并请其中几个项目的传承人担当教师,让孩子们从小开始接触这些民族特色文化。

可以说,只有传承教学相长,扬长避短,才能让祖先留给我们的文化遗产生生不息,永续发展。

海外夏令营

良莠不齐忙“淘金”

□ 祝惠春



即将结束的暑期,留给了孩子们哪些回忆?“读万卷书不如行万里路”的夏令营无疑是家长和孩子嘴上的热词之一。

优胜劣汰

近年,夏令营市场一直保持“一高一低”的不均衡发展态势:市场增长率高、行业水平低。与国外相比,我国的夏令营市场处在起步阶段,海外游学夏令营尤其处于“野蛮生长”阶段。

2012年,教育部等四部委联合发出通知,力图对夏(冬)令营进行规范管理。但是,对于具体的组织方式及监管责任等,却并无明确的规范,对教育培训机构等开设的出国游学方面未涉及。而在实际中,由于教育部门和学校担心出现安全事故,已基本不再组织夏令营,家长们只得把孩子送进市场化的夏令营。目前海外游学夏令营的主办方多是教育培训机构,让旅游管理部门无从监管,旅游业管理条例也难以制约,更导致纠纷发生后难以追责。

统计数据显示,国际游学从2005年起,每年市场增长率高达40%-50%。美国、加拿大、澳大利亚以及英国等都是海外游学的热门目的地。据分析,海外游学市场规模将达到百亿元。但是,海外游学行业标准却迟迟未立,进入门槛过低,导致目前行业的发展仍处于“谁都能来分一杯羹”的状态。加强对游学市场的监管,提升产品品质和内涵,全面推动游学行业的转型和发展,迫在眉睫。

新东方国际游学推广管理中心主任刘婷表示:长期以来,游学在监管上处于“三不管”地带,存在监管“盲区”。今年7月2日的国务院常务会议上,李克强总理指出,“组织好夏令营、冬令营、研学旅行”,释放出利好信号:政策将推动和完善游学领域综合性和法制化的制度建设,或将推动游学行业优胜劣汰的洗牌。刘婷表示,这是第一次提到国家层面进行规范和推动。随着政策的细化,将推动游学行业由现在的无序发展向标准化、规范化方向发展,或将实现行业的洗牌。而在此过程中,真正对消费者负责、具有教育理想和良好口碑的游学品牌终将得到广泛认可和关注。

终结“盲游”

夏令营(Summer Camp),起源于美国,亦称游学。1861年夏天,来自康涅狄格州的教师肯恩,率领孩童“肯恩营队”在一片森林的湖畔,进行为期两周的登山、健行、帆船、钓鱼等户外活动,并持续进行了12年之久。此后肯恩得出结

高价低质

近年来,我国夏令营热有增无减。“许给孩子一段愉快而有意义的假期时光”,是无数家长选择夏令营的美好初衷。各种夏令营应运而生,有海外游学夏令营、拓展训练夏令营、军事夏令营、减肥夏令营、“吃苦”夏令营、高等院校体验夏令营等,遍地开花。其中,最时髦的莫过于“海外游学夏令营”。

记者在采访中获悉,一些海外夏令营价格不菲,动辄数万、数十万元的费用,让人瞠目结舌,但是消费者趋之若鹜,十分追捧。在“海外游学夏令营”项目中,既有货真价实的“国际交流”,也有把海外游学夏令营变成摇钱树,收取游学费用,却没提供游学服务,实际只是一种变相的“暑期旅游”。本为孩子体验多元文化,开阔国际视野,却成为各种教育培训机构牟利的工具。游学项目的价格不透明、监管乏力、层层转包等现象,让一些家长和孩子大呼“上当”、“坑爹”。

花费不菲的费用参加海外夏令营,家长们是为了什么?孩子们怎么看?在采访中,家长心态各异,有的目的明确:“希望通过游学,给孩子播下留学的种子”;有的爱子心切:“也知道没啥实质收获,就是花钱把孩子送去开眼界”;有的跟风:“孩子的同学都去,我们当家长的不好拒绝”。

而孩子们参加夏令营后的感受也不一而足。有的认为还算满意,有的孩子迷迷糊糊:“基本上‘上车睡觉、下车撒尿’,啥都不记得。”年纪大些的孩子,有的抱怨:“住宿差、服务差,就是去看公园、校园,还不如在国内玩。”还有一个大一点的学生告诉记者:“每天上听说读写四门课,周围都是认识的团员,跟平时在国内学校上外教课没两样。接待住的当地人都是接待国际学生的‘老手’,提供住宿只是为了赚取钱财,交流也不多。”

一位业内人士总结:豪华的海外游学夏令营存在“三无”:噱头多无内容;定价高无规则;门槛低无保障。游学项目是“大肥肉”:“比起机票+酒店的那一类产品,游学或者培训里的项目价格都不透明,你说参观一下欧美名校在总费用中算多少钱?外教老师带着你做个游戏要花多少钱?操作空间太大!”

