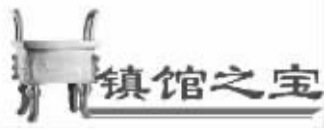


文艺吹来现实的风



追逐梦想、寻找出路的普通中国人，从转身面对世界的那一刻起，就成为我们认识外界、外界认识我们的最手可及的感知点

探秘牦牛博物馆——

### 高原之舟

□ 代玲

牦牛，已经成为一种文化符号，

甚至象征着那些生活在巍巍高原上

的人们

在拉萨河畔的柳梧新区，有一座鸟巢形状的建筑，这里就是拉萨市体育场。世界上第一座以牦牛为主题的牦牛博物馆就位于体育场的西北角。

走进博物馆大厅，大堂正面是一幅根据阿里日土县的岩画设计的一只奔跑的牦牛形象。大堂的顶部，是当代藏族画家昂桑的一幅一半人脸、一半牦牛头的名叫《牦牛与人》的画作。

走上二楼，首先走进的是感恩牦牛厅。“没有牦牛就没有藏族，凡是有藏族的地方就有牦牛”这两句话被翻译成藏汉英三语书写在感恩牦牛厅的展墙上。在正式进入展厅前，有一个巨大的转经筒，在它上面刻写着不同字体的“牦牛”并伴有牦牛绘画。走进展厅，你的视线会被呈圆形排列的128个牦牛头骨所震撼。据说它们每一个都有自己的名字、年龄、生活区域。展厅的中央，是一个玛尼堆，本来应该刻上经文的玛尼石被刻上了牦牛在藏文中的不同称谓。玛尼堆上堆放着社会各界和牧民捐赠的自然死亡的野牦牛头。站在展厅里，你的前后上下左右都是牦牛头，仿佛牦牛从远古向我们走来，经过转经筒、玛尼石等具有宗教色彩的元素，自己仿佛也能来一次历史的穿越，可以和牦牛自在对话，体会到牦牛之于藏民族的重要性。

经过感恩牦牛厅对牦牛感性的认识，我们走进探秘牦牛厅和相伴牦牛厅真正地认识牦牛与藏民族的切身关系。

牦牛如何起源？牦牛分布？牦牛有些什么特征？答案将一一揭晓。

“在长期的生产生活中，西藏农牧民与牦牛结下了不解之缘。将牦牛请进博物馆是他们的心愿”，筹建这座博物馆的北京援藏干部吴雨初说。走进展厅中的藏家小院，观众会看到西藏传统的耕作模式“二牛抬杠”的情景；田野里一位牧民男子正在两头牦牛后面拉犁，一位牧民女子紧随其后播撒种子。在他们身后长长的空间里摆放着曾长期在雅鲁藏布江上使用的交通工具——牛皮船。同时在墙上还播放着西藏非物质文化遗产之一的牛皮船舞。在展厅的另一侧，一进门就堆放着一堵牛粪墙，这曾是牧民最原始最有效的取暖方式。随着视线和脚步的移动，则是用牦牛皮做成的黑帐篷，在帐篷里一位牧女做出正要走出帐篷的模样。在这个大厅里，生动地再现了西藏农区、牧区与牦牛息息相关的生活方式。

“牦牛全身都是宝。”这话一点不假。用牦牛皮制作的秤、皮箱、皮画、胡琴、盾牌、包含牦牛成分的藏药都在相伴牦牛厅里一一呈现。牦牛的材质也越来越多用于宗教中。不远万里磕长头来到拉萨的信徒们，身上所系大多是牦牛皮制作的围裙。相伴牦牛厅里就收藏着两套磕长头用品。不仅能看到久远古代里的牦牛制品，我们还能看到在中国现当代史上，牦牛为中国革命和建设作出的巨大贡献。

最后一个厅是灵美牦牛厅，展示的是被精神和艺术升华的牦牛。大约15世纪，珠穆朗玛下的绒布寺，上师扎珠·阿旺单增首创《牦牛礼赞》，极尽赞颂溢美之词，将世俗的牦牛与神灵的牦牛融合，成为宗教节日里最重要也是唯一由俗人也就是牧牛人所主持的一项活动。牦牛博物馆首次将这一传统说唱，进行了全文记录翻译，并进行了全程拍摄。在说唱里慢慢体会牦牛的灵与美是逛牦牛博物馆一大享受。

在吴雨初看来，牦牛博物馆所讲述的故事，不仅是牦牛的故事，而是牦牛和人的故事，因此这里是一座人类学的博物馆，牦牛只是载体。其实，高原上的牦牛，早已不仅仅是一种艺术形象，它所蕴涵的憨厚、忠诚、悲悯、坚韧、勇悍、尽命的精神和意志，更成为巍巍高原上的文化符号。

《周末》执行主编 姜范

责任编辑 教蓉梁婧

邮箱 jrbzmzk@163.com

# 那些与全世界做生意的中国人

□ 张忱



一个做冰箱贴的义乌老板，虽已有千万身家，却依然从早到晚忙碌。他说，我一天也停不下来；在多哈，中国的建筑团队遇到了一个又一个困难：海水净化标准很高，环境不许有任何污染，爆破不能用炸药……

看着纪录片《与全世界做生意》中的这些故事，该片的主创团队颇有些感同身受：即使在开播前的最后几天，他们还在对细节逐个微调，总也停不下来……

作为一部7集国产纪录片，《与全世界做生意》首次聚焦全球贸易中的中国面孔。此前，英国、韩国等国家的同行，已有过《中国人来了》、《超级中国》等题材作品，讲述方式各有不同。这次，《与全世界做生意》讲的是怎样的中国人的故事？

### 从符号还原为人

忙碌的华强北，快递员丁铁男跑得满头大汗，在接快递的间隙，他对着镜头冒出一句话：我只要每天早起十分钟，就能多想一件事情。在华强北的这些小格子间，每个人都有梦想，我的梦想是做一个小老板，我觉得只要我努力，就一定能……

这个励志又带有点辛酸细节，来自《与全世界做生意》中的“时间就是金钱”一集。该片总导演、央视纪录频道副总监周艳说，我自己看这一集，都很有“片中人”的感觉。看到快递员那么累还要“早起十分钟”，会有点心酸，但转念一想，又觉得真没有道理替他难过，他其实活得挺高兴的。

和片中的故事一样，《与全世界做生意》的主创团队每天都为了按期完工而飞奔。“我们像快递员一样，节奏已经很快了，还要再快些，再快些；但同时，这是一个电视产品，已经排播按时交活儿是必须的。”

这样的故事其实就像普通人生活的倒影，多面而五味杂陈。在追求中国速度的氛围里，很多人习惯了每天加班，看到成果也挺高兴，可又觉得若有所失，想找回一点生活。音乐人小柯为此片担纲作曲。开始和主创团队接触时，他曾直截了当地问：你们想要一种什么音乐情绪，高兴还是难过？是那种豪迈的大片风格的音乐么？在看完了片子之后，他觉得配乐应该有一种“笑中带泪”的情绪。小柯对记者说，你可以从不同的侧面去看片中的故事，大家做生意确实赚钱，但同时也失去了一些东西，包括生活。

像丁铁男这样的普通人，主创团队拍了500多个人，最终选了120多个剪辑片子，组成了走出去的中国人的群相。“生意只是一个切入点”，资深媒体人张春蔚看完样片的感受是，这个片子不仅记录了财富，还记录了财富之外的疼痛和这一代人的情感付出。将大型纪录片的镜头对准普通人，对于做过《大国崛起》、《公司的力量》等大片的主创者来说，无疑是一个不小的转变。乍一看，这不是特别宏大的主题，不属于纪录大片的题材。周艳承认这是一次挑战，但她同时认为，本片和之前的作品一脉相承，仍是以世界为坐标对中国社会的观察

思考，只是转到了微观角度。该片制片人张旭对记者说，我们曾担心这样拍，“大片范”不够，但后来我们开始问，到底什么是大片？

中国30多年来的飞速发展，一直都少不了“与全世界做生意”。而所有这些生意，无论是大是小，都少不了一个个普通中国人的全力支撑。张旭说，普通的中国人是时代的主角，他们的故事最值得讲述。从这个意义上说，这个片子如果改叫“与全世界做生意的中国人”，似乎更贴切。这种呈现方式与已有的题材纪录片大为不同。在今年热度很高的《超级中国》中，有很多关于中国经济的片段，但中国人只是其中阐述宏大主题的符号；或者是在国外扫货的大妈，或者是狂买地产资源的土豪，长达十分钟的段落里，往往没有任何中国人发声。他们的情绪感受、鲜活生活，观众也就根本无从知晓。

周艳说，韩国人做了《超级中国》大家看了都挺高兴的，但其实更重要的是超级中国人，“如果没有这些中国人的话，是不会有超级中国的”。

### 在路上的真实

一位内蒙古商人，来到美国买下一个2.2万英亩的农场种牧草，并把种出的牧草全都销往国内。为了运输，商人找了美国加工商作为生意伙伴，还使用了对方的品牌。然而，没过多久，加工商就利用品牌优势，试图绕过商人直接给中国低价供货抢生意。尽管在“不仅认钱还认脸”的国内市场，这种投机没能得手，商人得知后还是非常生气，不过，为了生意，他还是强压怒火回到了谈判桌前……

谈到生意，人们自然想到的就是曲折跌宕的情节。在《与全世界做生意》的33个故事中，有这样起承转合清晰的叙事段落，但是数量说不上多，还有相当一部分内

容，是片中的情绪、感受：“在意大利，要面子就没面子了”、“印度给人的印象，就是不可思议”……

主创团队不仅选择瞄准普通人，还选择了用纪实的手法来呈现，不让人物正襟危坐在演播室里，回忆讲述过往的财富故事；而是让镜头和人物一起在路上奔波，穿梭于生意场和私生活，经历下一秒的情绪跌宕和多面现实。

真实的生活本身就是一场冒险，拍摄它，同样是一场冒险。永远都无法预测会遇到什么人，有怎样的对话、独白，会有怎样的戏剧场面、高潮结局；现实生活的场景杂乱无章，自然光和现场声的控制也是个技术活儿。“在一些极富戏剧性的事件发生时，镜头出现了晃动，但我们有意识地把这些‘毛边’镜头保留了下来，”该片执行总导演张铭欢说，“因为他们真实表现了人物鲜活的状态和情绪”。中国传媒大学艺术与文化中心主任胡智锋表示，这个片子捕捉了很多人物生活里不易察觉、稍纵即逝的细节，这是很难得的。

真实的生活里罕有高深的理论。在本片中，所有的话都由人物自己讲出，传统的专家点评被彻底放弃。张旭说，片子的宣传语是被生意改变的生活和生命，但这种改变，并没有结论。

生意场上的事难免错综复杂，完整叙述下来要交代诸多背景。在《舌尖上的中国》之后，央视纪录频道的团队逐渐意识到，观众喜欢的是节奏更快、更碎片化的讲述，如果从头至尾长篇大论，可能会遭遇换台。张铭欢说，这部片子碎片化的特点更加明显，“这是一个当下的社会题材纪录片，自然需要尝试更当下的节奏”。

这种真实的展现方式，也容易为世界所理解。奥斯卡最佳纪录短片奖得主马尔科姆·克拉克说，西方观众痴迷中国，他们很喜欢看到中国人的生活，你只要拍好关于中国的社会型纪录片，你就能卖到世界上任何地方。

# 第一好事是读书

□ 周慧虹

法委书记蒋尊玉印象最深的一点。

有些落马官员虽读书，但热衷于读烂书，以烂书满足个人的嗜好。沈阳市原副市长马向东，随身携带《赌博游戏技巧分享》《赌术实战108招》；山东泰安原市委书记胡建学喜欢看《麻衣相法》《相术大全》等。还有的官员爱看厚黑学之类权谋书，如《中国历代君臣权谋大观》《古代帝王取人术》《官场文化与潜规则》……书品映衬人品、官品，读着这样的书，他们离党性原则日渐疏远，在荒淫堕落中愈益沦陷，终致葬送个人前途、损害人民利益。

读书之法，有其共性也需因人而异，古今中外先贤圣哲对之多有述及。人们固然应结合个人认知特点择善而从，但与此同时，尤其要注意结合职业特点、结合自己在学习过程中存在的问题，于自省自励中不断觅求正途。

窃以为，当今领导干部读书必须紧紧抓住两个字，一为“信”。一层意思就是要对读书的好处深以为然，打内心把读书看作提升个人修养、增强自身才干的有效之途，而绝不可做“语言的巨人，行动的矮子”。另一层意思是，对于涉及党性修养、道德价值方面的正统读物内容要深以为然，不能只是在办公桌、书架上摆几本这样的书充充门面，让下属代劳写几篇所谓的心得体会交差应付。唯有以虔诚态度静下心来细读深思，才可能使书中所述内化于心、奉为主臬。

二为“行”。普通读书人讲求“读万卷书，行万里路”，作为领导干部，更应追求“知行合一”。书本中的做人、为官之道，学习掌握的思想政治理论及经济文化知识，不能令之仅仅停留于“坐而论道”，也不能只要求别人照之而行。而是应该首先从自



我做起，本着尽忠职守、为民谋利原则，将所读、所学与深入基层积极开展调查研究相结合，在此基础上形成科学的决策，落实于实际行动，扑下身子抓工作，肩负重任促发展。

康德说，科学是知识的有机组合，智慧是人生的有机融合。领导干部把读书当做“第一好事”，在读书中增长才智、练慧眼，成就的不仅是属于自己的智慧人生，而且带来的还会是民生之幸、国运昌泰。

