博物馆之旅

京彩瓷博物馆

京彩瓷里看精彩

□ 陈 易

老祖宗的智慧被传承下来实属不易，看到有年轻人愿意潜心从事这样的职业，着实令人感到欣慰

尊、碗、碟、杯、缸、葫芦，粉彩、古彩、墨彩、珐琅彩……琳琅满目，精美绝伦。在位于北京西城区的京彩瓷博物馆里，藏品件件工艺精湛，展现出五代人的技艺传承。

京彩瓷俗称北京仿古瓷，因模仿前朝名瓷品种而得名。它用粉彩、古彩、新彩和珐琅彩的装饰技法，再现了北京皇家经典文化，具有京味浓郁、工艺精细、色泽雅致、浮雕美感强的工艺特色。

京彩瓷传承脉络清晰、用料考究、工艺独特，享有“南有广彩，北有京彩”的美誉。据史料记载，京彩瓷源于清末，沿袭了宫廷造办处制瓷工艺，传承并发展了康、雍、乾三朝制瓷绘瓷技法，迄今已有100多年历史，如今已列入北京市非物质文化遗产名录。

开设这家博物馆的居仁堂京瓷（北京）文化有限公司前身为北京市工艺品厂，最辉煌的时期有800多人，当时产品以出口为主。公司目前主攻京彩艺术瓷、收藏瓷、日用瓷等的设计、创作、生产和经营。为了让更多人了解京彩瓷文化，2008年，公司特意开设了京彩瓷博物馆，向市民免费开放。

进入展厅，首先映入眼帘的是一件名为“和合”的粉彩八宝葫芦瓶。葫芦寓意收财纳福，以此为题材的作品广受欢迎。这件作品图案色彩艳丽、立体感强，令人爱不释手，曾作为国礼赠送给26个国家的元首。

镇馆之宝粉彩百鹿尊让观众大开眼界。这是仿乾隆年间的“千古第一瓷”——乾隆粉彩百鹿尊制作的。据记载，乾隆皇帝50岁开始为十年后的六十大寿做准备，密旨景德镇御窑厂推陈出新，制造人间至尊珍瓷。景德镇御窑厂3000名窑工苦心研究，不断修改器型和图案，耗时十年，终于烧制出皇家最大瓷尊器型——“鹿头尊”，并首次将“祥瑞百鹿图”手工绘制于尊上。在乾隆六十寿诞上，群臣祝寿，皇帝谕旨只允许三品以上官员才能进宫拜请“百鹿尊”，“千古第一瓷”的美名由此得来。

上世纪70年代，北京市工艺品厂派出50人次的技师队伍，拿着介绍信去故宫临摹。由于不许拍照，技师们围着这件“千古第一瓷”用笔画、用脑子记。他们用了三年多时间，仿制得与原作非常相像。细看之下，作品图案完美，青山绿水、溪流潺潺、灵芝寿桃，88只小鹿每只要画3000多笔，丝毛要一遍一遍画上去。

工作人员说：“制作这件作品，画是一个人，填色是一个人。选择的技师技艺水平要达到一定程度。2个多月才能出一只，烧的时候还可能损坏。”

制陶的最后一步是烧制。京瓷博物馆有一间新落成的“京城第一窑”，两座炉子的窑温分别可达780℃和1200℃。烧制京瓷时，温度变化需控制精确，由专人负责，烧制一件作品需要8小时。

影响彩料色泽的关键是窑温。彩料不同，窑温要求也有别。在烧制时，要选择适当的升温速度并精确控制烘烧时间。只有如此，才能使京彩瓷经过窑变，呈现出丰富亮丽的色彩，达到预期设计效果。

在烘烧完成后，还需要数小时的冷却过程。这时不可急于打开窑盖，以免发生炸裂、惊釉等现象。待窑温完全冷却后，产品出窑时，要轻拿轻放，避免磕碰。

京瓷博物馆二层是工作室。京彩瓷第四代传承人、工艺美术大师白莉每天都在这里工作。最近，她正在创作一幅孔雀图。

在这间工作室里，还有一些年轻人。他们右手一支毛笔，左手一把尺子，戴着耳机。“听音乐可以让人安静。”一个姑娘说，她大学学习的是工艺美术专业，由于非常喜欢京彩瓷，毕业后便选择来这里工作。

老祖宗的智慧被传承下来实属不易，看到有年轻人愿意潜心从事这样的职业，着实令人感到欣慰。

光影

海安花鼓是江苏省非物质文化遗产。从明朝嘉靖年间，海安花鼓即在当地流传，已经有三四百年的历史。现在的海安花鼓主要表现村姑、渔妇穿梭织网的舞蹈语言，活灵活现地再现了她们悠然自得的劳作生活，蕴藏着生活富足的欢乐情怀。 向中林摄

☞ 阅读毕竟是相对个人、自然的行为，劝人读书这件事，政府还需创新方法、善用智慧

☞ 家庭阅读并不是政府无法参与的“家务事”。推动家庭教育等公共服务推广，政府可以起到至关重要的作用

劝人读书有良方

□ 姜天骄

全民阅读上升为国家战略已经连续四年被写进《政府工作报告》。倡导全民阅读、提高国民素质和社会文明程度，政府有着一份沉甸甸的责任。然而，阅读毕竟是相对个人、自然的行为，劝人读书这件事，政府还需创新方法、善用智慧。

向“悦”读转变

青瓦白墙，整个门面恰如旧时江南私家宅第。步入其内，亭台环绕，流觞曲水，这便是位于江苏苏州平江路附近的书香世家·平江府店。走进其间，无论是在设置典雅、藏书颇丰的书吧，还是在配置了书籍、读物的客房，总能体会到“红袖添香伴读书”的雅趣。据书香酒店集团总经理朱巍介绍，书香世家是书香酒店集团的子品牌。在经营酒店的同时出售文化生活方式，呼唤更多志同道合的人，共同实践这样一种生活方式和生活哲学。

追求“颜值”和“舒适”已经是当下全国很多实体书店探索的经营之道。在苏州“慢书房”经营者许涛看来，书店就像一座城市的会客厅，“学术、文化沙龙、咖啡、艺术画廊、电影、音乐、创意、生活、时尚”等等主题可以赋予实体书店更多内涵，城市的品位也可从这些书店中窥见一斑。“总之，我更愿意将书店打造成一个文化创意品牌，为看书的人搭建一座可供开放、探讨、分享的公共性平台。”许涛说。

实体书店的转型正是全民阅读向全民“悦”读转变的开始。苏州市政府很早就认识到，倡导全民阅读，社会组织的引导与市场力量同样重要。因此，这些年面对实体书店经营艰难，苏州市政府除了给予适当的补贴，做得更重要的一件事就是帮助实体书店转型升级。

在苏州，“慢书房”“如初”“猫的天空之城”这些书店都融入了“书房+主题+咖啡馆+独立设计+生活态度”的概念经营，成为城市中一道美丽的风景线，也在不知不觉中将全民“悦”读的理念融入人们的生活。

事实证明，把城市书房打扮得舒适、漂亮的确可以吸引更多人爱上读书。许涛认为，美好的阅读体验会让人产生依赖进而爱上阅读，“慢书房”已经有了越来越多的忠实顾客，书店的生存发展也有了坚实的根基。

从家庭着手

不只是中国，全民阅读在许多国家都被当作国家战略。英国政府拨款资助诸如“阅读起跑线”“一英镑购书计划”等项目。早在2001年，日本就颁布了《日本儿童阅读推广法》，对国家和地方及公共团体的责任进行明确规定，使日本少儿阅读推广活动的开展有了明确的法律保障。美国的图书馆资源丰富，公立图书馆的图书及音像资料全部免费开放，刚出生的婴儿也可以办理借书证，使得很多美国孩子从小就养成了爱看书的习惯。

“将全民阅读，尤其是青少年的阅读提升到战略高度来考量十分有必要。”凤凰出版传媒股份有限公司副总经理、江苏新华发行集团总经理金国华一直认为，培养青少年良好的阅读习惯应该重视家庭教育。但是现在看来，我国的家庭教育还没有完全融入国民教育体系之中，很多家庭没有养成良好的阅读习惯，也不清楚怎样为孩子选择合适的书籍。

政府和书企都有责任为家庭阅读提供引导和帮助。在前不久举办的江苏书展上，江苏新华发行集团专门举办了一场“凤凰新华杯”亲子朗读大赛，“有什么比父母和孩子一起阅读更让人感觉到幸福呢？”金国华说。

在书展的亲子阅读馆，一场场精彩的少儿新书发布会和读者见面会让孩子和家长们乐在其中。小读者在家长的陪伴下一边挑选着最新图书，一边与喜欢的作家交流读书心得。据展方负责人介绍，展会上展出了1.8万种童书，涵盖文学、历史、百科等各个方面，体现了全社会对孩子的阅读期待和阅读关怀。

其实，家庭阅读并不是政府无法参与的“家务事”。相反，推动家庭教育等公共服务推广，政府可以起到至关重要的作用。为提高儿童素质，促进儿童全面发展，充分发挥公共图书馆的社会教育职能，苏州图书馆从2011年起就启动了“悦读宝贝计划”。这是一项启迪儿童智慧、提升家长亲子阅读能力、分享儿童阅读乐趣、提供专业阅读指导的系统工程。2013年，“悦读宝贝计划”正式被阅读起跑线英国总部认可，苏州图书馆成为大陆首家成员馆。“尽早让孩子接触书本，爱上阅读。相信这对孩子未来的发展将起到积极的作用。”苏州图书馆馆长助理费巍说。

为了让家庭阅读的理念深入人心，苏州工业园区独墅湖图书馆特别制作了一张幸福家庭阅读书目推荐卡，分别在“儿童的世界”“生活的艺术”“思想的书房”三个栏目下推荐精品图书。“家庭阅读，不只是亲子，也可以是夫妻、祖孙，也可以由一人阅读带动全家阅读、共学。”苏州工业园区独墅湖图书馆副馆长邱振认为。

方便很重要

倡导全民阅读，政府除了要在宏观层面提供指导，还应该为喜欢阅读的人提供方便。白岩松曾在一次读书节目中说，过去常说“酒香不怕巷子深”，现在观念变了，在推广全民阅读过程中，必须把阅读方便当作重中之重来抓。

方便，就是随时随地都能读到自己喜爱的书。“网上借阅社区投递”是苏州图书馆总分馆体系的一个延伸和补充。苏州图书馆目前已建有78个分馆，覆盖了姑苏区、相城区和高新区。但由于分馆一般都位于服务中心、社区文体中心等建筑内，开放时间受限制。“网上借阅社区投递”就能很好地对这一不足进行补充，借助物流投递，不再有图书馆开放时间的限制。同时由于是读者提出借阅在先，物流投递在后，这就使得每一次找书、投递等服务都是有目的指向的，大大提高了图书馆的资源和服务的利用效率。

以前，很多图书馆存在信息不对称的问题：图书馆采购的图书读者不想看，读者想看的书图书馆里找不到。为了让每个人都能找到自己喜欢的书，苏州图书馆与符合条件的各大书店，建立了“选书”服务网络，常年开展线上线下读者荐书活动。苏州图书馆副馆长许晓霞介绍，“选书”活动将图书的部分“采购权”移交到读者手中，使读者在图书采购上有更多的选择权，这样就可以满足广大市民个性化、多元化的阅读需求。同时，也有助于克服图书馆采购过程中的盲目性，完善馆藏体系，大大提高新书的流通率。

7 Weekend 星期话题

“北上，北上，铁血雄心，谁可阻挡……”大幕升起，一曲雄壮的合唱“北上”立刻将观众带回硝烟弥漫同时又高扬理想与信念的长征年代。

为纪念中国人民解放军建军90周年，红色经典民族歌剧《金沙江畔》历时三年精心打造，终于走上舞台与观众见面。令人意想不到的是，这部传播主旋律的正能量歌剧竟然成为名副其实的“爆款”——六场票全部售罄，让制作出品方都始料未及。是什么让这部红色经典如此引人关注？

答案显而易见，是旋律优美动听的民族音乐，是感人至深、扣人心弦的故事情节，是充满历史质感和现实代入感的舞台呈现，是理想信念的高扬以及经演员们精雕细刻的深厚情感。

《金沙江畔》讲述的是一个感人至深的长征故事。红军北上抗日途经金沙江畔，想要阻碍红军北上的民团司令仇万里假扮红军，抢了桑吉土司的女儿卓玛，欲挑起红军和藏人的矛盾。在团长金明带领下的红军先遣团救下卓玛。红军用严明的纪律和民族政策消除了卓玛的误会，并赢得桑吉的信任成功借道，使红军主力得以继续北上。

红色经典 缘何动人

文 心

作曲家雷蕾为剧中主要人物谱写的咏叹调与重唱，充满了戏剧张力与情感力量。为了采集原汁原味的藏族音乐素材，雷蕾登上迪庆香格里拉海拔4500米的雪山，在康巴汉子与康巴姑娘的弦子、歌声与舞蹈里感受浓郁的藏族风情。

在舞台呈现上，导演廖向红着力体现红军长征的“跋涉”感，伴随贯穿全剧的红军“北上”主题，展现出长征精神的力量。舞台实景和多媒体投影完美融合，不仅让观众身临其境地感受到金沙江的浩瀚、黑堡崖的险峻、幽谷奇境的壮美，以及火烧金沙城的惊心动魄和刑场上的残阳如血，也通过富有厚重感与历史感的舞台视觉，体现出红军艰难跋涉与康藏高原自然环境的真实“质感”。

正是依靠这样精益求精的创作态度，《金沙江畔》将红军的长征精神由内而外塑造出来。其实，这部歌剧是国家大剧院继《方志敏》《长征》之后推出的“红军三部曲”的最后一部。这三部歌剧有个共同点，就是大受欢迎。《方志敏》赴江西巡演，观众反响热烈，演出结束后迟迟不愿离去；《长征》两轮演出，售票都是提前十几天告罄，上座率达到100%。

“红军三部曲”的“一票难求”，证明了红色题材舞台作品在广大观众中依然具有相当高的美誉度。这些极具中国特色、民族特性、时代特征的优秀文艺作品，为人民创作，为人民喜爱。这是民族的需要，也是时代的需要。

《周末》执行主编 魏永刚
责任编辑 李 丹
美术编辑 高 妍
邮箱 jjrbzmzk@163.com