给艺术电影找到“对”的观众

□ 牛 瑾

文艺与市场不该是对立的关系，艺术院线已经为两者找到了一个好的契合点

这两天，跟身边的小伙伴一起刷了一部电影，《海边的曼彻斯特》，豆瓣评分8.6。在国内同期上映的《星际特工：千星之城》等多部好莱坞影片的强势之下，虽然顶着于全球大大小小电影节获得239次提名、揽奖115次的光环，虽然被世界各地的影迷反复证明是佳片，《海边的曼彻斯特》在我国的票房却不显眼。但若论发行方式，还是值得说道说道的，因为这是首部通过“全国艺术电影放映联盟”分线发行的海外影片，影片密钥有效期长达3个月。

全国艺术电影放映联盟成立于去年10月，首批在48个城市挑选了100个影厅作为核心影厅，专门放映具有独特艺术价值的中外影片。这些影厅必须保证每天3场、每周10个黄金场次的安排。《海边的曼彻斯特》此次计划在全国66个城市、190家影院、270块银幕上映，也说明该联盟下的院线正在不断扩展中。

其实，每一部电影，哪怕是小众类型，都有属于它的“对”的观众。只是，绝大部分影片全线发行的现实，让《海边的曼彻斯特》这样的文艺电影显得更加弱势，有些只能“一日游”“一场游”，甚至还发生过制作人发微博跪求排片的情况。而全国艺术电影放映联盟目前在做的，就是将这些“对”的观众从茫茫人海中找出来，促成其与艺术电影的“牵手”。好在，“对”的观众正慢慢增多。

如今，被烂片“折磨”得身心疲惫的观众学会了用脚投票，他们当中越来越多的人开始关注高质量的艺术电影，这才出现了国内影迷到艺术影展看世界上的优秀电影的共识。也正因为如此，每年的上海国际电影节和北京国际电影节上，许多热门佳片的放映场次，“手慢无”成了常态。但影展毕竟是“限量版”的，一年只有那么几天，全国艺术电影放映联盟的分线发行却是按需供应的，能更好地对接渴望观看艺术电影的受众。

好在，分线发行也尝到了甜头。客观来说，《海边的曼彻斯特》没有宏大的场面，也没有跌宕起伏的剧情，不像是一部有“观众缘”的电影。但因为分线发行，截至9月13日，该片以0.12%的排片占比收获了0.13%的票房占比，累计票房达到757万元，成绩还是不错的。之前，作为全国艺术电影放映联盟发行的第一部国产文艺片，于今年3月上映的《八月》的最终票房结果及上座情况也显示，艺术院线的表现要好过商业院线。

但也必须看到，我国文艺片的创作力量还很薄弱、市场条件还不完善，文艺片的繁荣将是一条长期的路，院线支持文艺片更是一个长线的投入。全国艺术电影放映联盟分线发行培养文艺片高上座率的做法开了个好头，但目前阶段还是要考虑怎么“活下来”并“活得好”的问题。毕竟，我国的影院和银幕数量经过短时间的极速增长之后，市场趋于饱和，想要单独另开艺术院线难度太大。所以，我国的艺术院线与商业院线是并行发展的，这就难保一部分观众不会到影院后临时改主意、放弃文艺片。毕竟，与艺术电影牵手的“对”的人虽在增多，总量却依然小众。

此外，也得想想怎么提高宣发能力的问题。美国或欧洲的艺术电影的宣发，走的是低成本路线，靠有灵气的宣传手段把“对”的人吸引到影院来。而我国，在电影宣发成本不断攀升的同时，又多是靠媒体用友情价甚至免费形式帮忙宣传积累口碑，这不具有可持续性。因此，必须打破这些既有的宣传套路，壮大目标观众群体。

总之，文艺与市场不该是对立的关系，艺术院线已经为两者找到了一个好的契合点，源源不断的好片子会在这里被更多的人看到。有消息说，斩获了不少奖项的《不成问题的问题》也将在全国艺术电影放映联盟上映。所以，不妨给自己一个机会，走进艺术院线，去看看已经上映的《海边的曼彻斯特》或即将上映的《不成问题的问题》，届时你会发现，爱上艺术电影并不难。

责任编辑 李 丹
美术编辑 高 妍
邮箱 jjrbzmzk@163.com

让文物活起来

文物是不可再生的文化资源，是国家的“金色名片”。保护好这些刻印着历史轨迹的珍贵遗产，并让它们“开口”讲故事，是一个大课题。从今天起，本报推出“让文物活起来”系列报道，借助一个个鲜活事例，探寻让文物走近大众、传承中华文明的奥秘。

走出深闺显神采

□ 魏永刚

行走博物馆里，那些斑驳的文物尽管静静地存放在玻璃橱窗里，却透出历史的苍凉，让我们体会到岁月的涌动，感受那种战胜了时光的文化自信。

我国是文物大国。如何让文物走出“仓库”，更多地走近公众，是一个大课题。国家文物局局长刘玉珠说，中国的文物故事很多，文物资源之丰富让很多人羡慕。让文物活起来，才能更好发挥它们的作用，增强人们的文化自信。

文物凝结着历史信息，承载着文化基因。文物以不同方式，从仓库中走出来，走进人们的生活中。“文物活起来”表达着一种期盼，也是生动的现实。

▼几位小朋友在西峡恐龙遗迹园恐龙蛋化石博物馆里参观鹦鹉嘴龙化石。 李嘉南摄

▲广州白云国际机场与广东省博物馆达成合作，打造机场大型“丝路主题”公共艺术空间。 梁 旭摄

▶土家民俗博物馆。 宋 文摄

延伸链条 让展示成为“终端”

“文博系统首先动起来，文物才能活起来。”山西省文物局博物馆处处长赵曙光从1986年大学毕业，就在文物系统工作，他感触很深。

文物是考古发现的。很长时期，文物考古工作是一条封闭的单线：“挖”出文物来，出个琐碎而专业的报告，然后把文物移交送到仓库里。如今，山西文博工作正在努力打破这个逻辑。他们把展示作为考古的“终端”，而且从“终端”来思考全链条，发挥文物的社会作用。“考古的故事”展览去年在省城太原引起了强烈反响。这是一个展示山西“十二五”期间考古成果的展览，现在巡展到运城，接下来还将到大同展览。在不同地方都受到广泛欢迎。赵曙光说，这个展览的成功就在于打破了文物考古的“单线条”，把考古发现与社会生活联系起来。

动起来，才能活起来。山西文博系统把文物活起来具体化为“文物巡展”。山西省文物局的“十三五”规划中，这是一项重点工作。赵曙光介绍，“巡展”不是简单地让文物到不同地方展出，而是以此为抓手，让整个文博系统从上到下、方方面面动起来。

山西已经成功策划了“无锁不谈”锁具展览，正在策划“山西抗战 国家记忆”“飞龙在天”天龙山石窟造像数字复原国际展等大型巡展。这些展览的一个共同特点是，省市县合作，文化系统和文物部门合作，打通上下，沟通左右，大家共同努力。

赵曙光感到，这种方式最大的收获是培训了不同层次的策展人。展览是让文物走向社会的基本形式。但是，文物策展缺乏人才，尤其是县一级博物馆、文化馆。山西的做法是，以巡展为抓手，省博物馆带动市、县博物馆，各级博物馆动员社会力量。他们不仅和晋城、运城等市合作巡展，而且与芮城县等县级博物馆合作办展览。“文博系统先要从上到下活起来。”赵曙光说，思想活了，想法多了，文物才能更多地走出来。

找准切入点 让传统走进生活

文物是穿越时光、带着过去信息的物件，漫长岁月并不一定冷却文物的温度。“关键要找到文物与人们社会生活的切入点。”这是赵曙光的体会。

山西文博系统策划原创展览，往往要进行两个方面的梳理：梳理文物资源，梳理社会生活中的热点。他们从这两方面的梳理中，找到契合点，让文物在人们的社会生活中重新“活”起来。“帽美如花 童年记忆”展已经征集到1000多顶童帽。这是一个由山西省文物交流中心、山西艺术博物馆和晋城博物馆三家联合举办的展览。展览还在筹划中，已有福建民俗博物馆等联系巡展。

文物活起来，并不是简单局限于带着文物本身走到社会生活中。把文物凝结的文化信息推向社会，也是重要内容。河南博物院有一个华夏古乐团，他们仿制了出土的古代乐器进行演奏。起初，每天上午和下午定时在河南省博物馆演出，深受观众喜爱。后来，古乐器演出成为一个品牌，华夏古乐展演项目还多次到北京等地高校演出，甚至赴海外展演。河南省博物院党委副书记丁福利说，这让文物“回到”现代生活中，展现出独特魅力。位于河南安阳的中国文字博物馆有一个“甲骨学堂”。这个学堂每周六和周日用两个小时进行知识普及，“道具”就是甲骨文和青铜器。志愿者拿出文物或文物仿制品，介绍文字和青铜器等历史知识，听众多是中小学生，每次有60多人。在“学堂”里，孩子们可以近距离接触和认识文物。组织者说，有一些外地孩子专门在网上约好时间，赶来体验这样的课。

只有走进生活，千百年前的文物才能让今天的人们产生兴趣。文物走出仓库，仅仅是第一步。要发挥增强文化自信的功效，文物必须带着它特有的文化信息，走进人们的社会生活。

建好博物馆 让国宝走出“深闺”

安阳的殷墟考古发掘是我国考古工作的重大事件，成果丰硕。殷墟考古已经有相当长的历史，有人甚至把安阳郊区的殷墟遗址称为“考古学家的摇篮”。尽管如此，殷墟出土文物在安阳本地的展出却是近些年的事。殷墟申报世界文化遗产，当地政府投资建设了殷墟博物馆。现在，这个博物馆的展出面积为3535平方米，每次展出600多件出土文物。虽然展出数量有限，但文物可以轮换展出。

“有了博物馆，才能把库房里的文物拿出来。”殷墟管理处主任杜久明说。殷墟博物馆由安阳市政府投资建馆，中国社科院考古所提供展品。这种合作模式实现了资源共享，整合了地方和中央单位的文物资源，社会效益明显。博物馆建设是文物走出库房的基础。

山西博物院这几年和晋城、运城、大同等地市合作举办了多次展览，省里的展览巡展也首先到这些地方去。山西博物院发展部梁育军说：“文物走出去办展览，场地条件是一个制约因素。晋城、运城这些地方，因为博物馆是新馆，基础条件好，展览就办得多。”文物安全是“活”起来的先决条件，没有好的展览场地，就难以保证文物安全。文物活起来，对博物馆建设提出了新要求。

很多地方正在把博物馆建设当作城市拓展的“新地标”。一批地市级城市的博物馆都是当地的特色建筑。我们在调研中看到，县市一级博物馆建设还是薄弱环节。文物活起来，博物馆建起来，反映的其实也是一个地区经济社会综合发展的状况。随着经济实力的增强，我们相信，县市一级区域的博物馆将成为一道亮丽风景，也将会有越来越广阔的场地让更多文物走出来、活起来。

文化思语 Culture

从历史文物中寻找文化自信

□ 魏永刚

文物和文物所承载的历史文化信息，应该成为人们现代生活必不可少的组成部分

文物并不是岁月遗留下来的冷冰冰的旧物，它承载着丰厚的历史文化信息。让文物从库房里走出来，就是要把文物所承载的历史文化信息展示出来。从这些历史文化信息中，我们不仅能感受到历史的厚重，更能寻找到文化的自信。

著名社会学家费孝通先生在很早就提倡文化自信。他说过四句话，叫作“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同。”所谓“各美其美”，就是要懂得我们民族文化的美。存放在各地库房里的文物，是进行历史文化教育的最好教材。我们不仅能从文物上直观地看到过去的制造工艺，而且能够领略一个时期的社会文化生活。这种文化生活是源远流长的，它的“下游”恐怕就是我们今天的生活。历史是一个认识今天的坐标。我们探寻文化生活的源头，本身是历史的回溯，也是对今天生活的新认识。

客观地说，文物的社会认知度还不够。一方面是文物藏在“深闺人未识”，另一方面是人们不认识文物的价值。所以，让文物“活”起来，是我们认识自己的历史文化、增强文化自信的第一步。如果我们连自己有哪些宝贝都不知道，何谈自信呢？所以，让文物“活”起来，不是文博部门独家的业务工作，而是社会层面的共同事情，是增强文化自信的大事。

文物“活”起来，就是让文物所承载的历史文化信息在人们生动的社会生活中延续和更新。这也是一项牵涉各个方面的系统工程。比如，文物保护与城市建设之间，就是一对需要精心应对的矛盾。城市发展要给文物和遗址留出空间，同时，文物和遗址也要在新的城市布局中发挥新的社会功用。城市建设不能破坏文物，文物保护也不能固化为城市发展的障碍。又比如，旅游与文物的关系，旅游景点因为有了文物而增强吸引力，旅游发展又不能简单地把文物和遗址当作“收入增长点”。再比如，文物所有者与使用者的关系，所有者和使用者的不同感受，其实决定着文物能不能拿出来，可不可以“活”起来。我们不能一味强调政府部门的保护职责，也要看到文物所有者和使用者的责任。

文物“活”起来，可以有不同的路径，不同的方法。但是，“活”的目的应该是增强全社会的文化自信。因此，文物走出库房，就要走到人们的社会生活中。文物和文物所承载的历史文化信息，应该成为人们现代生活中必不可少的组成部分。无论我们走出多远，无论生活方式发生了多少变化，我们都应该能够感受到这种文化的滋养。我们悠久的民族文化，是几千年来祖先创造和传承下来的，它们也一定能给予我们今天的生活更多的智慧。

社址：北京市西城区白纸坊东街2号 读者服务窗：dzzs@ced.com.cn 010-58393509 查号台：58392088 邮编：100054 传真：58392840 零售每份：1.00元 广告许可证：京西工商广登字20170090号 广告部：58392178 出版管理部：58393115 昨日（北京）开印时间：3:15 印完时间：4:40 本报印刷厂印刷