



2017年2月26日 星期日
农历丁酉年二月初一 二月初八 惊蛰

文匯報



今天 多云到晴 温度:最低5℃ 最高14℃ 南到西南风≤3级
明天 晴到多云 温度:最低6℃ 最高15℃ 东南风3-4级

上海报业集团主管主办·文汇报社出版 第25326号 今日8版

国内统一连续出版物号 CN31-0002 国内邮发代号 3-3 国外发行代号 D123 文汇网:www.whb.cn 微信号: wenhuidaily 公众账号:文汇报 微博:@文汇报 客户端:文汇报

浦东新区放出采购『大招』,精准对接公共文化服务供需,满足市民多元文化需求——

■本报记者 唐玮婕

同样装在“公共文化服务”一个篮子里,既要拿出“高大上”的顶尖艺术演出,也少不了“小而美”的大众娱乐活动;既要登得上高楼大厦,吸引“金领”“白领”热情参与,又要下得了村口田头,让农民百姓喜闻乐见……为了完成这一看似不可能完成的任务,浦东新区放出“大招”——2017浦东新区公共文化产品服务采购大会上上演“首秀”。

300多家文化产品供应方以及数十家有文艺演出需求的新区委办局、街镇、开发区等,日前全部聚拢在一个完全开放的平台,供需双方无缝对接,更高效、更有针对性地满足浦东市民群众的文化需求。

“拉郎配”不如“全开放”

浦东新区每年平均投入到公共文化服务的资金约为1亿元,但要把这个亿“文化钱”花在刀刃上却并不容易:政府主导的公共文化资源配送是公共文化服务的重要组成部分,但政府送来的文化未必是市民想要看的。为了让街镇村居的市民群众享受到心仪的文化服务,也让文化公司、专业院团找到合适的受众市场,浦东新区首个文采会应运而生。从形式看,浦东新区文采会在两天展期内搭建起一个开放平台,邀请公共文化产品的供需双方面对面,一个要亮出“真刀实枪”,一个则要拿出“真金白银”,最核心的目的就在于去除无效供应,增加有效供给,让公共文化服务实现供需精准对接。

浦东新区希望改变公共文化服务“拉郎配”的配送形式,为供需双方对接打造全新的开放平台。“之前举办文化活动、创作宣传节目时,都会委托一些文化公司开展合作。由于对文化市场缺乏了解,合作公司拿出来的往往都是他们熟悉的、长期合作的节目。”浦东新区妇联副主席陆天一介绍说,“有了文采会这个平台,等于有了更广的选择余地、更透明的报价。对于我们来说,就更容易挑选出百姓欢迎的文化服务。”

既要“顶天”,也要“立地”

上海淮剧团、上海爱乐乐团、上海轻音乐团等名家名团,在文采会现场散发星光,喜马拉雅FM、沪江等一批文化市场涌现的“后起之秀”也纷纷亮出拳头产品。

打开参展商的列表,上海及外省市各类文化院团、艺术院校、文创企业、宣传文化系统各直属事业单位及各类民非组织和文化团队都在榜上,覆盖范围包括文艺演出、展览展示、培训讲座、文化活动策划、数字公共文化服务等12大类上百个项目。需求方则涵盖新区各委办局、街镇、开发区、事业单位、民非企业、社会组织及个人。

“我们不仅希望采购全国各地的优秀演出节目,也希望专业机构提供服务,帮助提升社区文化团队水平,开展原创节目创作。”在塘桥文化活动中心相关负责人杨梓婧看来,一些专业演出往往需要标准剧场,成本比较大,对于社区而言,规模小、表演方式灵活的节目称得上“经济适用”,也让老百姓感到更亲近。

“要把最顶尖的文艺演出引进来,也要提供更接地气”的文化服务,要通过市场引导供需双方共同扩展浦东公共文化服务产品的种类和内涵。”浦东新区宣传部相关负责人表示,“在文采会这个平台上,不仅有国营院团与政府机构,还会有越来越多社会与市场主体加盟,浦东市民将享受到越来越丰富多元的文化产品和服务。”

起了“蓬头”,还得有后劲

眼见浦东文采会“首秀”起了“蓬头”,但这一平台可不仅是为期两天的展会,更要对浦东新区提升公共文化服务的有效性产生长期影响。就在前天,“浦东新区公共文化服务采购”App正式上线,对标文化领域的“淘宝”,实现供需双方全天候线上对接,做到信息透明、选择多样、交易便捷。

与此同时,浦东新区还发布了资助公共文化建设的六条政策,内容涵盖公益性文化活动项目、社会力量建设公益性文化设施、优秀人才和文艺作品等资助办法,鼓励和吸引更多社会力量参与浦东新区公共文化建设,进一步完善公共文化服务顶层设计,加强制度保障。

未来,浦东新区计划每年举办一届文采会,做大做强这一创新平台的影响力。



浦东首个文采会邀请公共文化产品的供需双方面对面洽谈。
资料照片

“决心”号在南海完成第一个孔钻探,将揭示海底800万年变迁

4根“神针”探沧海桑田奥秘



上图:“决心”号大洋钻探船上拍摄的南海鲸鱼(2月22日摄)。

右图:为了给第二个钻孔安装一个“保护套管”,船上将套管装置系统和水下摄像机一起放到了海里,“现场直播”在海底的安装情况。图为“决心”号钻探工人准备“钻孔保护套管”装置(2月23日摄)。



本报讯(记者沈淑莎)昨天下午3点左右,正在我国南海大陆和南海大洋交界位置进行4个钻位钻探的“决心”号大洋钻探船完成第一个孔的钻探,深度达650多米。这一钻探将揭示800万年以来海底变迁过程。昨天,在市科委主办的“深海探测:我们下到了哪里”上海科普大讲坛正在举行时,南海传来了这一令人惊喜的消息。

按照这个速度,预计到明天,我国的科学家们将拿到海底岩石。在

昨天“决心”号传来消息时,记者通过屏幕看到在“决心”号大洋钻探船钻井平台上,45米高的钻塔中间有升降补偿装置,400吨的牵引力能补偿波涛起伏给钻杆带来的不利影响。

不停旋转的钻杆,由一节一节的金属管子连接起来,共有4500多米长,相当于把4条南京路步行街竖起来。钻头通过钻杆穿过海底,钻取岩芯,岩芯每次取10米,在平台切割成1.5米的小段,然后送到岩芯实验室。

向岩芯问沧海桑田的变化情况,是

海洋科学家们的惯用手段。南海大洋钻探队1999年时,就钻取大洋底5500米的岩芯,科学家从中读取了西太平洋最近3000万年的气候记录。

“这次我们放下4根‘探海神针’,主要回答陆地是如何一步一步变成海洋的问题。”本次南海大洋钻探航次首席科学家、中科院南海海洋研究所孙珍说。借助西班牙和加拿大之间的大洋钻探,目前科学家的主流海洋形成理论都以大西洋为蓝本。中科院院士、同济大学海洋与地球科学学院教授汪品先表示:“现在我们要做的是看

看南海是不是也符合这个模型。地球板块运动过程有三个关键期,一是裂谷、二是扩张、三是俯冲,这三个南海都有。”

在“决心”号上,中国科学家有17人。本月上旬,来自中国、美国、法国、意大利、挪威等13个国家的33位科学家,登上了“决心”号大洋钻探船,奔赴南海执行国际大洋发现计划。据介绍,到今年年底,我国将有31个单位128人次参与大洋钻探研究计划。

为古籍“治病” 还故纸“旧貌”

“中华古籍保护计划”实施十年来,逐步形成修旧如旧、最少干预、可逆性、抢救为主治病为辅四大修复原则

修复手段多样结合

古籍修复,需要考古学家的严谨,外科医生的缜密,也需要美学家的智慧双眼。据了解,国图馆藏有200余万册(件)古籍,修复师仅19人。和古籍打了43年交道的“老法师”杜伟生告诉记者,古籍修复,“开卷”并非易事,“如同医生要给病人建病历,修复古籍的第一步是为每本古籍度身定制修复方案。”

作为国家级非遗项目古籍修复的传承人,杜伟生为几百名学生讲过课,如今他们活跃在各地古籍修复一线,而国图的修复师团队中,8名是他的“嫡传弟子”。杜伟生告诉记者,为古籍“治病”有着一套严格的流程。“开卷”前要拍照存档、制定方案,《永乐大典》这类重要古籍的修复,需要“专家会诊”。修复师们要根据古籍的材质、成色选择相应的纸张,染色工序也是亲力亲为,甚至连浆糊都必须自制。

▼下转第四版



古籍修复师需要有起于常人的耐心和严谨。

本报记者 周渊摄



■本报驻京记者 周渊

随着《我在故宫修文物》的走红,文物修复这一冷僻的行业受到空前关注。与修文物相比,埋首于故纸堆为古籍“问诊治病”似乎更不为人知。适逢“中华古籍保护计划”实施十周年,我国古籍修复现状如何?古籍修复师又是如何对抗时间,使这些“故纸”重现原貌?近日,记者赴国家图书馆古籍修复室,探访为古籍“问诊治病”全过程。

古籍修复室坐落於国家图书馆古籍馆一隅,一张张宽大的作业台上摆放着各类古籍、放大镜、冷光源补书板等工具,十余位修复师埋头故纸堆,在灯下细致地进行拆、包、订等步骤。这场景,用“枯灯独坐”来形容也不为过。

两三年间,综艺电影从火爆沦为受冷落,多部影片因与综艺相关而陷入窘境 厚资本轻观众,票房成功学失灵

■本报首席记者 王彦

投资2.5亿元的影片《决战食神》自元宵前夕上映,至今累计票房1.17亿元,回本无望。有影评人在打分时写道“原来是部综艺电影”。看过动画片《欢乐好声音》的观众在网上留言时,多数会提一句“差点因片名像综艺节目而错过了它”。与此同时,影片《欢乐喜剧人》原本定档大年初一,临阵撤档后再无音信。影评人的冷眼、观众的误解和片方的踌躇,都指向同一个事实——只要与“综艺”二字相关,这部影片天然就会失去一部分观众,似乎综艺电影已成人人绕行的雷区。

可就在3年前,《爸爸去哪儿》电影奏响了电视综艺迈向大银幕的序

曲,并在当年以一周拍摄期换回了近7亿元票房。此后,几乎每年年初都有一两部脱胎于综艺的电影争相效仿,悉数稳赚不赔。

两三年时间,综艺电影便从火爆沦为被冷落,观众在不满什么?专家指出:以《爸爸去哪儿》为首的综艺电影是电视真人秀粉丝经济的收益终端,代表着“票房成功学”下躁动的一种创作手段。“票房成功学”所图只有钱,那么综艺电影行至今日,只能怨被资本侵蚀的心蒙蔽了艺术思维。与其急功近利地问粉丝经济要钱,不如静下心来回归创作初心。

综艺节目本身开发过度 后续无力

对于有人喊出“综艺电影已死”,

北京大学艺术学院教授李道新并不认可,但他同样不看好综艺电影的前景:“这原本只是中国影视在特定时段的一个特别现象,并且其抵达的方式主要通过大银幕对电视综艺节目的持续、过度开发。鉴于绝大多数电视综艺囿于模式创新、人才发掘等问题,很难具有太长的生命周期,以此为基础的综艺电影当然会更早一步被观众抛弃。”

回想2014年《爸爸去哪儿》大电影的走红,有两个要素被视为票房制胜的关键:节目有热度,观众对“综艺电影”未知。前者是此类电影存在的前提,后者实为真相被暂时遮蔽。随着“一周速成的真人秀花絮集合”底细被揭开,随着翌年《爸爸去哪儿2》与《爸爸的假期》两部综艺衍生电影在院线“同室操戈”,观众已觉审美疲劳。

几部综艺电影的评分在豆瓣网上一路走低:2014年《爸爸去哪儿》是6.1,2015年《爸爸去哪儿2》是4.5,《爸爸的假期》是4.1,《奔跑吧!兄弟》是3.4,2016年《极限挑战之皇家宝藏》是4.3。这与其综艺“原身”一季不如一季的境况相吻合:《爸爸去哪儿》综艺节目从第一季的9.1、第二季7.8,一路落到第四季6.8;《奔跑吧!兄弟》真人秀则从第一季7.6掉到了第四季4.7。

电视上,真人秀类娱乐综艺因相近雷同、一窝蜂繁殖,不少节目本身已陷入困顿。唇亡齿寒,更不思进取的综艺电影被冷落,不难预见。由此,李道新认为:“《决战食神》的惨败是必然的,甚至比预计更早、更大!”

▼下转第三版

推动双方合作交流迈上新台阶 应勇会见英国伦敦金融城市长

本报讯 上海市市长应勇昨天在衡山宾馆会见了英国伦敦金融城市长庞安竹一行。

应勇说,上海与伦敦金融城自1996年建立友好交流关系以来,双方以促进金融发展为共同目标,合作交流富有成效。按照国家要求,上海要在2020年基本建成与我国经济实力 and 人民币国际地位相适应的国际金融中心,为实现这一目标,我们正在国家金融监管部门的指导下,坚持宏观审慎、风险可控的原则,着力推进金融开放创新,进一步完善金融市场体系。下一阶段,我们将继续拓展人民币产品市场的广度和深度,进一步集聚功能性金融机构,优化金融发展环境,大力吸引金融人才,通过金融中心建

设更好地服务和振兴实体经济。伦敦金融城是世界著名的金融中心,在长期发展中积累了很多宝贵经验,尤其在优化营商环境、开放市场、机构设置管理和金融人才培训培养等方面值得上海学习借鉴。欢迎伦敦金融城发挥自身优势,积极参与上海自贸试验区和科创中心建设,推动双方合作交流迈上新台阶。

庞安竹说,伦敦金融城与上海的友好交往历史悠久,与陆家嘴金融城有着特殊而密切的关系。上海在创新创业、金融服务等方面具有较强竞争力,伦敦金融城愿与上海进一步加强合作交流,积极推动人民币国际化,为英中“黄金时代”创造更多务实成果。

英国驻沪总领事吴侨文参加会见。

九星市场综合整治——

把土地增值收益还给农民

►刊第二版

