

浅析红色故事视频制作传播中的守正与创新

——以《一支钢笔》为例

李卫玉

红色故事是中国宏大革命历史的具象表达。它以人或物为依托,通过讲述动人的历史细节,传达伟大感人的革命精神,为广大社会大众所接受,是进行爱国主义教育 and 革命传统教育的最佳切入点。

红色场馆作为宣传教育的前沿阵地,亦是革命文物主要的收藏和展示地。新时代的文化和宣传工作要求我们更好地将革命文物活化利用,弘扬革命精神、传承红色基因。红色故事的性质和特点契合文物和宣教工作的双重要求。因此,红色场馆业务人员需在常规陈列之外,挖掘革命文物背后的历史故事,提炼其精神内核,扩大传播半径,增加受众数量,从而达到期待的传播效果。

新形势下,随着人民群众对精神生活的更高追求和科学技术的发展,对红色故事的制作和传播提出了新的挑战。如何在传统中汲取营养,做好守正与创新的平衡,使红色故事中的人或物鲜活生动地镌刻在社会公众的脑海里,南昌新四军军部旧址陈列馆红色故事短视频《一支钢笔》得到公众欢迎和认可,下面以此为例解析红色故事视频制作和传播过程中的守正不阿。

守正不阿 故事内容严格遵循史实

革命文物是革命历史的承载者,每一件文物都诉说着一段历史,一段历史就是一个动人的故事,一个故事就承载着一一种不朽的精神。红色场馆要将革命文物“活化利用”,就要以本馆特色藏品为依托,进行视频创作,将革命文物背后的历史讲清楚,将文物所承载的感情细腻化表达,制作出直击灵魂的故事和课程来面向社会大众,让革命文物“发声”,让历史资料“说话”。

全方位挖掘史料,确保故事的真实性和完整性

革命史是严肃的,对某件或某类革命文物讲述的故事代表的是中国共产党在不同阶段的历史,因此,要做足文稿编撰之前的准备工作,全方位挖掘史料,从文献、回忆录等不同的渠道来彼此印证,确保故事背景的权威性和真实性。

在《一支钢笔》文稿撰写过程中,做到了责任明确,分工到人,严格以史实为基础,对相关文献、书籍、论文等材料进行系统采集和提炼,以场馆研究人员为主,兼顾直面观众的讲解员和拍摄团队,组成红色故事文稿撰写小组。经过小组反复推敲和修改,对文稿所涉史实、政治倾向、社会影响和现实意义进行全方位评估,综合意见,认真审定,为摄制提供可靠翔实的资料支撑,做到见人、见物、见精神。文稿撰写完成以后,还征集社会力量参与评读,谈感想、找缺陷,几轮验证后方才定稿。

提炼精神内核,展现革命文物的时代价值和共通情感

以革命文物为基础撰写 的故事,有其鲜明的时代特征,在故事真实性完整性的基础上,要注重精神内核的提炼。撰写文稿过程中,要避免平铺直叙的说教式书写,应充分考虑当代人的情感特点,寻求当代人感同身受的切入点,引发人性的共通情感,从而让革命文物真正地打动人、感染人,“鲜活”地留在人民心中。《一支钢笔》在尊重历史真实的前提下,着重描述曾昭铭烈士对少年张远之的爱护和期望,“钢笔”作为革命信念的传递,展现了曾昭铭烈士对生命的不舍、光明的渴求、牺牲的决心和未来的期望,给了走出魔窟的少年无尽 的勇气。既有革命大爱、又有舐犊之情,这样的切入角度易激发观众共鸣。该视频获评 2020 年第一届“追寻先烈足迹”短视频征集展示活动优秀作品奖。视频一经播出,群众反响很好,得到良好社会效益,成为南昌市党史学习教育的重点素材。

创新有为 镜头表达与传播方式与时俱进

红色故事文本定稿后,拍摄视频用以在不同场合和平台播放,需要业务人员在拍摄过程中注重创新,充分考虑镜头语言与场景、史料的结合,精确考量形式美,把握节奏感和氛围感,将观众情感代入。同时,新媒体迅速崛起,契合了群众生活方式和审美偏好。为了让红色故事更好地走进千家万户,就要在传统的主题活动和权威媒体之外,借助新媒体的技术优势,走出传播新路径。

故事表现形式的多元化

红色故事视频的拍摄手法上,应以纪实为主,但表现形式和镜头运用可多样化,避免太过沉闷。《一支钢笔》在纪实的叙述手法之外,围绕故事线索展开,沿着“背景—追寻—探寻—归宿”的思路,采用“讲解员讲述+情景还原”的方式录制,以真人演员演绎曾昭铭烈士和张远之狱中情形,高度还原革命先烈真实的历史场景,加以镜头语言表现,十分动人。同时,拍摄方式契合文物故事主题,在受众主题表达的前提下,考虑到不同年龄的受众,在不影响内容严肃性的前提下,动画、CG 等元素亦可适当考虑。视频中所需的文献史料以合理的形式和节奏排布,避免生硬和堆砌。

打破时空限制,全覆盖、链条式传播

红色故事有“声”有“色”、鲜活生动,要拓展传播半径,就要依托新媒体,积极拓展线上宣教内容,从系列红色故事视频、短视频、直播和推文宣发形式中入手,以多媒体、网络化、数字化技术为手段,用全新视角、新形式、新方法、新宣传,将革命文物故事进行大力宣扬,形成从“中央媒体+地方媒体+自媒体”联动的全方位输出。

《一支钢笔》先后通过新华网、环球网等中央媒体PC端刊播,同时,在新华社客户端、凤凰视频客户端等 APP 终端发布。在短视频平台如抖音、快手等以拆条形式进行发布。馆方微信公众号、微博平台也进行相应宣传。《一支钢笔》的线上和线下联动产生了积极反响,阅读点击量达 300 余万人次。南昌新四军军部旧址陈列馆后期还以《一支钢笔》为契机,策划了“文物的声音听你说”系列活动,同时衍生了系列周边文创,形成一个完整的循环的传播体系。

在实现革命文物活化的现实途径中,红色故事视频传播是最便捷、覆盖面广的,但是如何避免同质化,如何在最大范围内引起群众感情共鸣,从而达到春风化雨、教化人心的作用,是与时俱进、不断探索的过程。守正创新是原则也是思路,在实际工作中应用好“守正”与“创新”,有利于红色场馆业务人员砥砺奋进,为传承红色基因、弘扬革命精神贡献自己的力量。

妥善处理博物馆研学的四个关系

林晓平

博物馆作为综合性研学资源,成为学校研学活动最热门的选择。但在博物馆研学实践中,以旅行社、教育机构为主导的研学活动,往往缺乏与博物馆的密切沟通,妥善处理博物馆与学校及社会研学活动的四个关系,避免当前博物馆研学中存在的乱象,是我国博物馆研学高质量发展的重要保障。

处理好研与学之间的关系。研学的目的是鼓励参与者通过探究、参与体验不同文化、风土人情,有效促进学科知识和生活体验的深度融合,是一种创新的学校教学与社会教育形式。博物馆是一个特殊的社会空间、文化空间和学习场所,为教育、欣赏、深思和知识共享提供多种体验。博物馆研学可以体验知识、传授知识,有助于研学学生培养综合素养,优化知识体系,提高学习能力,激励学生建立起对博物馆特质的基本认知,培养利用博物馆的习惯。博物馆主导的研学是研与学并举的综合性学习,它一定是突出探究的过程,也一定是包含合作过程的集体活动。鼓励研学者自己发现或者由博物馆提供具体的研究对象,研学者通过组建团队、分工合作、多方探究、集体讨论、解决问题、成果展示等环节,培养综合素养,更好地利用博物馆的基本功能。在“研”的过程中培养公共意识,如沟通、宽容等;在“学”的过程中获得多种体验,如听、说、写、记录、表述等。

处理好博物馆与市场之间的关系。随着社会文明程度不断提高和政策引导,素质教育理念深入人心,研学市场需求急剧升温。目前注册名称包含“研学”二字的大中小型机构数量超过 3 万家,自然生态、科技创新、国防科工、传统文化、安全健康、红色文化是最常见的研学主题。目前我国已登记备案的博物馆有 6565 家,免费开放率超过 90%,博物馆已成为社会研学机构的首选优质资源。博物馆面临的研学市场既包括研学活动的直接参与者,又包括这些社会研学机构。博物馆要“以具有包容性、多样性和参与性的方式进行运营,并与社区和公众进行交流”,博物馆要妥善处理与社会研学机构的关系,博物馆与研学机构不是对立的,也不是此消彼长的,而是相互协调、相互配合的。要发挥社会研学机构的积极性和创造性,支持社会研学机构组织创新创研的研学活动,同时要科学管理,防止对博物馆日常管理造成冲击。目前国内

许多博物馆先后发布公告,提示研学机构组织以博物馆展览、导览等免费资源举办的有偿讲解、研学活动,要遵守文明规范,不得影响展厅秩序和文物安全。另外多家博物馆开始组织研学机构进行培训,其内容包括重点展览与展品、文明参观规范等。

处理好人才需求和供给之间的关系。人才培养和供给对于增强博物馆研学发展和服务能力具有基础性作用。提升博物馆研学的专业性、科学性、有效性,需要多层次、多样化的人才队伍。随着研学规模的扩大,研学专业性的人才队伍短缺问题更加突出。中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》对加强队伍建设提出了明确要求。人社部《中华人民共和国职业分类大典(2022 年版)》中新增 158 个职业,研学旅行指导师位列其中。但当下相关培训不仅收费差异大,还存在线上授课无考勤、理论考试给答案、线下实操体验课程走过场等现象。博物馆研学人才队伍建设和培养不能等、靠、要,应以现有的博物馆人才为基础,建立博物馆自己的持证上岗培训,并在实践中不断增强,达到符合博物馆特点的研学人才标准。

处理好保障机制和激励机制之间的关系。处理好保障机制和激励机制之间的关系是博物馆研学的关键。为博物馆研学人才提供基本保障,要落实中央、省、市出台的相关工资待遇政策和有关工资改革措施,还要根据博物馆研学人才的特点和需求完善社会保险、福利待遇与工资衔接办法。在稳定的基础上不断探索分配制度改革,对于有特殊贡献的研学组织及研学导师可采用项目工资、提成工资、特殊岗位工资等多种分配制度,切实提高研学课程设计人才、研学产品宣传推广人才、研学项目实施人才的待遇。博物馆研学发展核心竞争力是人才。在研学活动多元化的时代,研学人才激励机制也应该由单一向多元转变,处理好保障和激励机制,让博物馆研学岗位从业者勤业乐业、施展才华。

拥有厚重历史文化资源的博物馆遇到莘莘学子,碰撞出的是智慧之光,是具有一定连续性、创新性、统一性、包容性、和平性的中华文明的认同和传承。研学者乘兴而来,博物馆有责任让研学者满载而归,做有“研”能“学”的博物馆社会教育。

“馆校结合”为中小学教育贡献博物馆力量

何飞

一座博物馆就是一所大学校。作为社会公共文化教育资源的重要组成部分,博物馆是历史、文化和艺术的集中体现,在发挥博物馆中小学教育功能方面发挥着越来越重要的作用。尤其是在“双减”政策的推动下,“馆校结合”充分发挥博物馆教育的影响力,使得博物馆教育成为学校教育的有力补充,形成中小学教育“合力”。

为满足和提升“双减”政策实施后学校教育对博物馆教育的新需求,博物馆应结合自身基础,以需求为导向,积极打造“馆校结合”的新形式、发掘新内容,为中小学教育贡献“博物馆力量”。

博物馆开展“馆校结合”具有独特优势

作为公共文化服务体系中的重要部分,博物馆的教育功能是其公共文化服务功能的核心;“教育和文化机构”是博物馆诸多身份中最基础的功能。当前,博物馆作为青少年学习“第二课堂”的地位已经被社会广泛接受和认可。与学校教育的“正规”性、强制性相比,博物馆教育体现出的“非强制”性在源头上避免了教育对象的抵触情绪和畏难心理。陶瓷文化曾经是世界上最“强势”的语言,拥有世界上最强大的话语权,中国陶瓷影响到欧洲的艺术流派,欧洲因为陶瓷更加了解中国。千百年来,中国通过陶瓷的海外贸易传递了中国的文化。郑州大象陶瓷博物馆藏有历代陶瓷 3000 余件,以元代以前中原陶瓷为主,再现了中原陶瓷的繁荣昌盛。教育部推进的“传统文化进校园”,陶瓷就是传统文化中一个很重要的载体。郑州大象陶瓷博物馆将陶瓷文化融入中小学教育,从陶瓷文化的角度给中小学生们讲“中国故事”,带领学生们了解中国文化丰富、厚重的底蕴。

以“需求”为导向梳理博物馆资源

博物馆是保护和传承人类文明的重要场所,是连接过去、现在、未来的一道桥梁。郑州大象陶瓷博物馆定期举办展览和社教活动,更好地满足中小学生的“博物馆需求”。

郑州大象陶瓷博物馆先后举办了“大河上下——黄河流域精品陶瓷展”“青韵流光——汝州张公巷窑址前四次发掘成果展”“宋代陶瓷艺术展”“大朴至美——丝绸之路汉唐釉陶艺术展”“空中莲花——唐三彩珍品展”等高质量展览,并配套举办“郑州大象陶瓷博物馆馆藏唐三彩鉴赏”“十二世纪后期孔雀蓝釉器物在中国成功烧造及相关问题”等讲座,为广大青少年观众展现了陶瓷文化的独特魅力。

郑州大象陶瓷博物馆系统梳理馆藏资源,以中小学生这个特殊群体的教育需求为导向,研发了一系列活动和课程。如印章打卡活动,结合馆藏文物设计印章内容,通过“盖章”这一青少年喜爱的形式,吸引年轻小观众到馆“打卡盖章”,学习、了解文物知识;“‘文明’进校园”活动,以明信片为载体,传播文物知识;“转土成器”陶瓷烧造实践课程,精选有代表性的特色馆藏,通过介绍文物亮点和辅助教具结合等形式,向小学生立体展示陶瓷精品所蕴含的历史背景、科技含量、美学价值、文化内涵等。精彩的文物知识搭载现代传播方式,传承中华优秀传统文化,令中小学生们以轻松愉快的

高“盐”质，高颜值

——盐城市博物馆赋彩城市美好生活

近年来,中国博物馆事业迎来了高质量发展的新阶段,博物馆充分发挥在构建中华优秀传统文化传承体系、弘扬社会主义核心价值观、坚定文化自信方面的重要作用,全方位升级观展体验,赋能文化传播,正从传统的文化空间向多元的文旅社区转变。“到博物馆去”已经成为一种生活新风尚和休闲新方式。

盐城市博物馆(以下简称盐博),始建于 1961 年,是一座研究和反映地方历史和城市发展的综合性博物馆。2021 年适逢建馆 60 周年,盐博新馆建成开放,在新的起点上以新定位、新内容、新形式、新景观、新体验,在陈列展示、社教活动、学术研究、文化传播等“内核”上与时俱进、推陈出新。盐博新馆建筑面积 3.07 万平方米,建有 6 个展厅和非遗展演中心、社教中心、书院,配套有文创生活馆、咖啡厅等,集收藏、展示、研究、教育、服务、交流于一体,已成为展示盐城文化特质的文旅目的地。

高品质展览启迪美好生活

陈列展览是博物馆信息传播的重要媒介,是博物馆的核心与基石。盐博展陈面积 7500 平方米,馆藏文物 2 万余件,收藏有全国最完整序列的海盐历史文物。馆内打造四大常设展览,基本陈列“天下盐城——盐城历史文化展”,展示盐城数千年的海盐文化、移民文化、农垦文化、红色文化,体现盐城经济繁荣、文化多元的经济社会形态和时代烙印。专题陈列“海之韵——盐城生态文明展”“水之秀——盐城非遗民俗展”“盐之翼——当代盐城建设展”,立足生态文明、民俗非遗、城市发展三个维度,溯源盐城文脉传承与地域文化,向观众讲述盐城 5000 多年的文明史、2100 多年的城市发展史,实现在博物馆里读“城”。

临展常展常新,注重引进高端,与国内具有丰富馆藏的博物馆与机构深度合作,联合举办“和韵天下——中原音乐文物瑰宝展”“飞天神韵 莫高精神——敦煌石窟文化艺术展”“玉见礼仪——良渚文明的精髓”“邂逅穆夏——穆夏艺术收藏特展”“今时明月照梦华——宋人的生活雅趣”“疏光溢彩——西洋玻璃器展”“铁马鸿雁 塞上风来——鄂尔多斯青铜器展”等众多重磅展览。丰富多元的展览让观众来盐博打卡“刷展”成为城市生活新时尚。

多维社教体系触摸美好生活

盐博发挥好博物馆这所大学校的作用,建立“润物无声,美在其中”的多维度社教体系,坚持分众式、体验式、拓展式教育,注重展教结合与跨界联动,让公众更好地触摸历史脉搏、感知文化魅力、增强文化自信。

展教深度融合,展中有教,教中有展。结合馆藏文物及盐城历史文化知识,策划“考古课堂”品牌活动。“小小文物修复师”“文物连连看”“文物的生僻字”等活动深受青少年的喜爱。生态文明展厅,以盐城湿地“吉祥三宝”——麋鹿、丹顶鹤和勺嘴鹤为对象,开发“湿地小课堂”,传递湿地保护与生物多样性等知识。在“非遗课堂”,观众不仅可以欣赏篆刻、发绣等国家级非遗技艺,还可以品味鱼汤面、大糕、陈皮酒等非遗美食,聆听老槐树下董永与七仙女的浪漫爱情故事。

以分众式教育强化传统文化传播效能。针对青少年开展“小小讲解员”“小小志愿者”“小小礼仪员”等公益活动以及古礼、手作、六艺等传统文体验活动。注重馆校合作,博物馆与 40 多所中小学建立馆校合作共建,依托博物馆资源,配合教学课程编写研学手册,受到了老师与家长的肯定以及孩子们的欢迎。用雅趣

的方式让年轻人体验传统文化,如开展“礼乐盐博·锦服华裳”“淡上七贤·古乐演奏”“宋风雅韵·制扇至美”“青瓯渝茗·宋式点茶”“操缦遗音·古琴雅集”等主题活动。盐博还不断探索社会教育新模式、新路径,如“盐引疑云——NPC 探秘游”“串场人家——情境游”“夜韵盐博——沉浸式夜游”“寻盐记——历史研学游”等,解锁文博新玩法。

“夜盐博”特色点亮美好生活

盐博场馆位于城市老街区 and 居民区的核心位置,具有夜间开放的观众流量基础。坚持“朝九晚九”的开放时间,以“博物馆奇妙夜”“夜韵盐博”打响盐博晚间活动品牌。此外“炫酷潮玩夜、奇趣亲子夜、极致浪漫夜、浓情团圆夜、诚挚感恩夜、超燃跨年夜”六大主题夜,特别是根据节日主题策划的中秋“星月满登瀛”、元旦“跨年迎新夜”、元宵“上元奇妙夜”等活动都有着超高人气,观众可感受博物馆的奇思妙想,体验夜游美好生活。

跨界联动聚焦美好生活

搭建交流互鉴平台,形成跨界合作新局面。盐博与南京大学、盐城师范学院、燕舞集团、盐城歌舞剧院、江苏银宝集团等高校和文旅企业,在考古发掘、文明探源、文创开发、情景演出、场馆运营等方面密切合作。同时,发挥博物馆国际交流作用,参与举办盐文化国际学术研讨会,德国、奥地利、日本等国家知名盐和盐文化专家参会,进一步提高了博物馆和海盐文化的国际影响力。积极探索更新颖、更有趣的“打开方式”。与市歌舞剧院专业团队联合打造《夜韵盐博——沉浸式》,紧密结合展览和馆藏,原创《遣唐使登临盐城》《范公堤》《陆秀夫》《鹤韵》《悠悠串场河》《盐民》等多部情景剧及原创舞蹈。同时,与国家级、省级非遗传承人合作“探非遗·市集”“赏非遗·展演”“潮非遗·乐玩”“话非遗·课堂”“享非遗·体验”活动。充分整合社会各界的资源,极大提升了盐博品牌传播力、影响力。

线上线下融合延伸美好生活

“云上博物”是博物馆线下活动的延伸和丰富,通过“云逛展”“云互动”“云课堂”“云直播”等多种形式,搭建更广的与公众沟通互动的平台。利用 VR 技术打造“云展厅”,实现导游导览、语音讲解一体呈现的“云展厅”,观众可通过盐城市博物馆微信公众号实时“云逛展”。线上与观众“云互动”,开启一场能学习、可分享、可参与、可体验、融趣味、有温度的云端文博之旅。今年暑期抖音线上话题“乐游盐博遇见美好”,播放量 1210.6 万。“云游盐博”主题直播,让观众虽未亲至,却临其境,累计观看量 189.77 万人次,点赞量 371.9 万。

历史文化链接美好生活

今年国际博物馆日的主题是“博物馆、可持续性与美好生活”,博物馆是城市文化高地,承载着悠久的历史,链接着美好的未来。在盐城人的心中,盐城市博物馆是重要的文化地标。开馆两年多来,盐博接待观众超 200 万,线上话题阅读量超 9000 万,热门微博总阅读量超 3000 万,盐博抖音号在江苏省公共文化场馆传播力排行榜中多次位列第 1 名,获得最受全国网友关注的“百强热门博物馆”称号,跻身国家 4A 级旅游景区。

新时代背景下的博物馆,已逐渐成为公共文化服务体系的重要环节,盐城市博物馆将继续不断创新理念,优化服务,稳扎稳打地拉近与观众间的距离,推进区域文化的传承与发展,为城市提供优质文化滋养,与人民一起奔赴美好生活。

(盐城市博物馆供稿)