

主编 马兵 丁瑜 责编 李晓萌 审稿 姜叶保 排版 魏淑华

作为国家历史文化名城,对于青岛来说,文化从来不是一个隐没的维度。丰富的文化遗产、丰厚的人文积淀、可亲近的公共文化服务,映照着整个城市的精神品格与理想追求,共同构成这座城市最动人的风景。

在青岛众多文化切面中,卓有特色的博物馆群,涵盖了历史、海洋、建筑、艺术、文化名人、工业遗产、农业科技、军事体育、乡村民俗和传统技艺等多个类别,展现出生动的可及性、包容性、多样性和可持续性,为市民游客教育、欣赏、深思和知识共享提供多种体验。截至今年10月底,全市依法备案注册博物馆总量已达119家,而去去年年底,这个数字还是108。青岛博物馆数量位居全国第五、副省级城市第二,计划单列市和全省第一。如果每个周末选择走进一家博物馆,逛完这些博物馆需要2年多的时间。

依托“博物馆之城”建设,一个个连接历史、当下和未来的“城市客厅”不断发出邀请函,在古今对望中,博物馆作为文化的交汇点,持续擦亮着青岛建设新时代中国特色社会主义现代化国际大都市的人文底色。



■胶济铁路 青岛博物馆。

截至今年10月底, 青岛市依法备案注册 博物馆总量已达119家, 博物馆数量位居全国 第五——

一碗汤的距离

□米荆玉

《脱口秀大会》第五季上周落幕,最舍不得散场的不止是粉丝,恐怕还有西海岸烧烤街的老板们。去采访过呼兰等选手的各路媒体,免不了闲笔一下散落在节目目录现场的烧烤钎子。以李诞为首的脱口秀明星钟爱烧烤,这档节目在西海岸录制了半年多,传说单是某家人气烧烤店就积累了40万元的消费额。而本届大赛总决赛上,呼兰、徐志胜一起逛泊里大集、喝羊肉汤的段子轰动全场,呼兰写出了整个赛程里最好的文案,羊肉汤脱口秀这一演出门类颇为亲民:粉丝很难在烧烤摊遇见影视明星,但却有机会跟脱口秀明星同喝一锅羊肉汤。生活在青岛,生活在浆汁沸腾、肉串滚烫的现实里,我们其实拥有跟脱口秀达人同样的创作素材。然而这锅汤端进了东方影都的决赛现场,就是一锅收视率上亿的汤、登上热搜榜的汤、拥有专属姓名的汤。这其中神奇的转化,来自于脱口秀演员们对段子呕心沥血的打磨。《脱口秀大会》对本地酒店、餐饮和文旅行业的带动非常鲜活,而对青岛演出市场、单口喜剧创作的催化作用将会在远景里展现出来。

李诞和“笑果文化”的明星们刚刚谢幕,科幻季旋即在观众面前展开。《阿凡达2》已经官宣了海外上映日期,《三体》动画版也将在B站首发,《流浪地球2》正式官宣将于春节档上映。三部科幻作品各有侧重,市场预期颇为乐观,尤其各家院线对《阿凡达2》可谓翘首以盼。市场期待一部挽救票房颓势的大制作,更深层的思考在于,可能当《阿凡达2》引进后市场反馈不如预期,甚至《三体》动画版《流浪地球2》也可能达不到书迷的期待,然而一代人有一代人的经典,一代人有一代人对经典的诠释空间。2010版《红楼梦》当时的反响远不如1987版《红楼梦》,然而放到2022来看,2010版《红楼梦》却展示了创作者当时被忽略的精致和匠心。持续的创作,持续的改编,才能保持科幻影视与时代精神同步、同构。

年底即将迎来的演艺收官活动里,“青岛最动听”半决赛、总决赛值得乐迷期待。今年参赛的乐队阵容鼎盛,来自兰州的“低苦艾”是民谣摇滚领域的开山乐队,来自淄博的“读火乐队”也是老牌乐队,来自深圳的“超级查理”获得了全国30多家电台DJ给出的最高分,加上青岛本地的万笙、陌酒等实力乐队,乐迷将迎来一场音乐节狂欢,甚至可以当作一次音乐节来享受。一场音乐选拔赛事不一定成功找到下一首《成都》,但是在音乐里展现城市的昂扬姿态,展示在构建音乐新业态的矢志不渝,就是音乐人让人肃然起敬的地方了。

赶在2022即将收尾的时候,文学界突然意识到今年是普鲁斯特逝世一百周年,煌煌七卷本《追忆似水年华》被紧急搬上了各大文学播客的页面,同时拎出来的还有作家法郎士的那句感慨:“人生太短,普鲁斯特太长。”即便是在作家界,迄今也没有哪位作家承认自己读完了《追忆似水年华》,毕竟在一个用几万字描写一块小玛德莱娜蛋糕的文学大师面前,大多数人都是“目力尚佳的时候没有耐力,耐力十足的时候没有心劲儿”。有趣的是,很多读者迷恋那种“坐拥《追忆似水年华》而不折封”的书籍观赏满足感。在阅读领域,我们每个人都有一道不太公平的起跑线,还好,《追忆似水年华》是大家共同的花板。

向博物馆之城挺进

□青岛日报/观海新闻记者 马晓婷 通讯员 于晓梅 毕震

一种熟悉而亲近的生活方式

文化生活的火热,让城市更具质感和温度。在青岛,逛博物馆正在成为市民熟悉而亲近的生活方式。富有个性和特色的博物馆,尤其受到年轻人青睐。今年5月至8月,城阳区博物馆与陕西历史博物馆联合举办的“大唐长安——陕西唐代文物精华展”成功出圈,成为备受青少年追捧的最新“网红”打卡展,其火爆程度超出预期。自“博物馆之城”建设启动以来,青岛博物馆频频“出圈”,一批博物馆项目正热火朝天建设、紧锣密鼓推进;今年8月,经国家文物局同意,以央地共建模式打造的全国唯一国家级海洋考古博物馆、山东省首家“国字号”博物馆——国家海洋考古博物馆正式签约、花落青岛。该馆建筑面积约2.6万平方米,投资额约4.7亿元,将建设立足青岛和山东,辐射环黄渤海,面向东北亚,集考古调查、发掘、整理、研究、保护、展示、培训、交流为一体的综合型学术研究与陈列展示中心;

市博物馆扩建工程全面开工。新建馆建筑面积5.56万平方米,投资额约6.8亿元,预计2025年建成开放。此外,山东大学青岛校区博物馆、胶济铁路青岛博物馆等省级博物馆相继建成开馆,西海岸新区博物馆新馆建设抓紧推进。在青岛,以国有博物馆为主体、非国有博物馆为补充,以海洋文化、历史建筑、工业遗产、乡村记忆四大特色为支撑的博物馆发展体系初步形成。省文化和旅游厅向城阳区博物馆、西海岸新区博物馆、胶州市博物馆调拨945件文物,用于支持青岛市“博物馆之城”建设。今年前三季度,全市博物馆在疫情防控形势下举办各类展览296项,开展社教活动2094次,接待观众369.6万人次。

文物“活起来”文脉传下去

博物馆是涵养文化自信的重要载体。在数量上实现新增长、质量上实现新升级、规范化管理上实现新突破,是青岛市“博物馆之城”建设的重要特点。小雪将至,“岁时·节序”系列活动又将与市民游客相约一期一会好时光。今年,由青岛德国总督楼旧址博物馆申报的“青岛德国建筑—青岛德国总督楼旧址”项目,凭借对文物建筑的保护和活化利用,入选山东省历史文化保护传承示范案例。依托青岛德国总督楼旧址博物馆、青岛市民

俗博物馆(青岛天后宫)、青岛康有为故居纪念馆等资源,青岛市城市文化遗产保护中心正以加强城市文化遗产保护传承和提升游客体验满意度为目标,全力打造集融汇历史、品读文化、城市休闲为一体的“青岛城市窗口”。

打造博物馆精品展览,是我市推动文物“活起来”,推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的重要实践。今年,海军博物馆“向海图强——人民海军历史基本陈列展”获评全国博物馆十大精品展览,实现了我市国家级展览最高奖项“零”的突破。市博物馆、海军博物馆、市革命烈士纪念馆获评国家文物局2022年度“弘扬中华优秀传统文化、培育社会主义核心价值观”主题展览推介项目。

为了推动博物馆更好服务基层,向群众提供更高质量公共文化服务,市文化和旅游局突出政策引领、市场运作、公益优先,推动青岛博物馆事业高质量发展。围绕机制创新,对行业博物馆探索实施市区政府和主管部门单位“联合认证、共建共管”机制,解决了行业博物馆设立备案的堵点问题,为全省国有行业博物馆备案设立创新全新思路。截至目前,已成功对青岛崂山矿泉博物馆、青岛贝壳自然博物馆、青岛电影博物馆和青岛葡萄酒博物馆等4家行业博物馆实施联合认证并经营文化和旅游厅批准设立备案。

与此同时,我市还以市政府名义出台《关于促进文化产业和旅游业高质量发展的实施意见》,首次提出鼓励博物馆合理利用馆藏资源开发文创产品,支持社会资本投资建设博物馆。今年以来,市文化和旅游局与市财政局联合印发《青岛市非国有博物馆免费开放补助实施细则》,自2022年起,连续三年每年从市文化事业建设费中统筹安排120万元,用于非国有博物馆免费开放的奖励补助。

“博物馆+”照见文旅融合品质

11月16日,文化和旅游部发布公告,确定青岛啤酒博物馆在内的53家单位为国家工业旅游示范基地。青岛啤酒博物馆由青岛啤酒百年前的老厂房、老设备改扩而成,馆内现有藏品三万多件,百年电机、糖化锅、发酵桶等21件馆藏被评为珍贵文物。作为国家一级博物馆,青岛啤酒博物馆通过陈设互动创新、服务模式创新、产品形态创新、业态规

划创新,打造出一座兼具历史和现代、文化和时尚的博物馆新形态。自开馆以来吸引100多个国家和地区的中外宾客,累计接待海内外游客超过千万人次,不断拓展着中国工业旅游的新边界。

包含青岛啤酒博物馆在内,我市目前有青岛市博物馆、青岛一战遗址博物馆3家国家一级馆,7家二级馆,9家三级馆,全市国家一二三级博物馆数量达到19家,宝龙美术博物馆、贝壳博物馆等5家非国有馆迈入国家二、三级馆行列,实现了青岛市非国有馆定级“零”的突破。今年9月,3家国家一级馆集体亮相第九届中国博物馆及相关产品与技术博览会,以文博数字化和文创产品创新诠释“博物馆+”的丰富内涵,传递出青岛文博发展的新面貌。

“文博+文旅+文创”的融合,不仅满足了旅游者的文化需求,更为青岛文旅融合高质量发展提供了重要支撑,成为青岛建设国际滨海旅游目的地的重要依托。青岛市旅游品质提升三年攻坚



■山东大学青岛校区博物馆。

行动更是要加快发展博物馆旅游,作为旅游业态创新行动的重要组成部分,提出建设海洋文化、历史建筑、工业遗产、乡村记忆等博物馆集群,丰富博物馆旅游线路,推动不少于20处名人故居面向社会开放。

无论是历史类的青岛市博物馆、青岛一战遗址博物馆、大沽河博物馆,海洋类的青岛海洋博物馆、青岛贝壳博物馆、青岛市南针路航海博物馆,还是艺术类的青岛海右博物馆、青岛金石艺术博物馆、青岛宝龙美术博物馆,抑或是传统技艺类的西海岸新区是知传统技艺博物馆、即墨花边博物馆、平度何家楼陶艺博物馆……一方水土滋养的文明之光,正以博物馆为媒介,传递到每一位参观者心中,筑牢着城市软实力的根基。从物理地标到精神文化场所,不断丰富、立体、多元的青岛“博物馆之城”建设,不断实现着人民对美好生活的向往。



■青岛海关博物馆。



■青岛德国总督楼旧址博物馆。



■胶州市大沽河博物馆 门口标志物。

本稿摄影 王雷

“脱口秀5”谢幕:递给青岛的海派名片

“泊里大集”帮助呼兰总决赛夺冠 业内期待青岛味儿脱口秀登上顶级舞台

□青岛日报/观海新闻记者 米荆玉

11月16日晚间,“脱口秀大会”第五季决赛下半场上线,资深脱口秀演员呼兰最后拿下了冠军,他以泊里大集喝羊肉汤为蓝本,虚构了一个“脱口秀大集”,把诸位脱口秀明星安排得“明明白白”。夺冠现场李诞与呼兰这对好兄弟热烈拥抱,颇为动容。至此,这一贡献了邱瑞“防滑鞋”、鸟鸟“中悲大悲超大悲”、徐志胜“吾与鹿晗孰美”等闪光时刻的顶级综艺秀谢幕。

一档兼具话题热度、行业关注度和外溢效应的综艺秀落地青岛西海岸,从开播伊始就吸引着各界关注。节目早期邀请黄大妈、毛豆等新面孔登场,中期由徐志胜、何广智、孟川联手制作了“脱口秀GOAT开放麦”落地青岛,促成了《脱口秀大会》选手与本地脱口秀演员之间的交流,带来了多个合作契机;从行业发展角度讲,“脱口秀5”让青岛观众迅速成长,成为有包容度、有互动自觉的成熟观众,拓宽了演出市场的空间。打造《脱口秀大会》的上海“笑果”团队把青岛美食、青岛人文风景带出了圈,同时也递给了青岛同行一张海派脱口秀文化名片;在脱口秀,素描喜剧、漫才等新兴演艺类型不断涌现的

当下,青岛如何贴合市场大趋势,塑造潮流演艺品牌,培养自己的演艺核心竞争力?

综艺秀的催化作用

“脱口秀”有它自身的创作逻辑,演员把五分钟节目搬上舞台之前,需要找一批尝鲜的观众试验一下,看看节目“笑果”如何,在哪个时间点抖包袱更加有效,又有哪些笑料不如预期,这个过程叫“开放麦”。《脱口秀大会》第五季落地青岛,出品方之一“笑果文化”顺势把它旗下的“山羊GOAT开放麦”引入西海岸,供脱口秀演员在上节目之前锤炼笑料、修改包袱之用。这一平台的落地,吸引了青岛本地脱口秀演员加入、交流,感受顶级脱口秀演员的专业风采,也被业内人士看作《脱口秀大会》带给青岛最大的冲击。青岛“叁拾捌喜剧俱乐部”创始人何天奇表示,“《脱口秀大会》第五季让观众关注到青岛的脱口秀,关注到本土的喜剧俱乐部。”

《脱口秀大会》的举办促进了青岛脱口秀团体的分化,去年一度蜂拥而起的多个脱口秀团体,现在沉寂了不少,而坚持下来的叁拾捌喜剧俱乐部发展迅猛。何天奇介绍,“脱口秀让人产生误解,觉得它太容易了,觉得就是上台说笑话,但是真的登台后发现,这是一门创作的艺术。可能有的人口才、表现力很好,但是创作力短板决定了他无法

长期做脱口秀。”

脱口秀已经成为上海的文化名片之一。成名于北京、济南、东北的单口喜剧明星要么去上海的演出市场证明自己,要么转投到上海“笑果”,成为这家行业巨头的成员。如何迅速抓住一个热点演出品类并形成行业优势,脱口秀给出了一个“海派”的例证:成熟的演出市场、高素质的观众群体、多元化的审美趣味以及对新兴品类的扶持,合力塑造一个市场新品类。刚刚落幕的总决赛上,毕业于哥伦比亚大学的呼兰获得冠军,北大中文系背景的鸟鸟获得亚军,而季军则是炊事兵出身的毛豆,三个人强烈的差异也体现了脱口秀百花齐放的风格。

为行业积蓄力量

徐志胜、何广智、孟川三位山东籍脱口秀演员齐聚《脱口秀大会》第五季,也让外界一度发出了“脱口秀第一大省是山东”的感慨。何天奇赞同这一观点,“这个说法有点过度联想。今年的冠军呼兰(原名姜远航,老家哈尔滨呼兰区),长在大庆),季军毛豆(大连人),第四名邱瑞(沈阳人)都是东北人。按照市场来说,江浙沪为第一层次,票房最火爆,其次深圳、广州,再其次是北京,山东的市场还未得到充分开发。”

五届《脱口秀大会》办下来,青岛脱口秀演员



■呼兰

还没有进入决赛圈。何天奇表示,自己早在喜剧俱乐部创始阶段就意识到人才培养的问题,“我特别骄傲,我们俱乐部在全国地方城市脱口秀人才培养方面是最早的,也是最好的。我做过数据模型,大概每两百个观众看完演出后会有一个观众考虑上台演出,每30-50位‘动心’的观众会有一个真正写好稿子、登台演出。这个数据放到全国层面上都得到了验证,杭州每周的脱口秀、开放麦加起来超过百场,平均一周一万人次,每周肯定有一个新人上台。但是我们青岛的演出量很少,我们半年才有一个新人登台。即使这样,我们培训系统和演员晋升制度也持续推进,三年来做了二十多期培训班,培养了核心演员14个,在全国城市里是排在前列的。我们的脱口秀同时也带着漫才、素描喜剧一起登台,把这些新类型推介给观众。新演员从登台表演五分钟到十五分钟,四十五分钟,未来达到一个小时就可以开青岛专场演出了。”假以时日,岛城观众有机会在顶级舞台上听到青岛味儿的脱口秀。