

央地合作推动文化交流

编者按:本报于4月12日以整版篇幅刊登了北京、上海、浙江、河南、四川、青海和黑龙江7个省市“央地合作”推动对外及对港澳台文化交流的成果和经验,引起良好反响。应一些读者要求,本报特对河北、山东、重庆、广东、福建、云南、内蒙古7个省区市的经验和做法进行梳理总结并刊登,与全国的读者一起分享。

河北



河北吴桥杂技吸引了众多外国人前来学艺。

央地合作品牌项目: 中国吴桥国际杂技艺术节
央地合作突出特点: 打造系列外向型杂技演出精品

近年来,河北紧紧围绕国家对外及对港澳台文化交流大局,努力把文化周活动纳入国家文化交流框架,借船出海,不断提升对外及对港澳台交流档次,打造真正意义上的拳头产品。“十一五”期间,“河北文化周”活动分别在德国、比利时、意大利、韩国、俄罗斯、法国、加拿大等国家及我国香港、台湾地区举办,将文化艺术展演和文化产业推介作为活动内容,或组织综合晚会,或组织杂技晚会,配合民间工艺、绘画、书法,多方位展示河北文化,树立了河北文化的良好形象。文化周活动与经贸活动相互促进、相得益彰。据不完全统计,自2006年至今,河北共派出文化艺术团组230多个,2600多人次,出访亚、欧、非、美、大洋洲的近50个国家和地区。

河北“央地合作”项目中最给力的是每两年举办一次的中国吴桥国际杂技艺术节。该艺术节自1987年创办以来,已连续成功举办12届,先后有30多个国家和地区、300多个杂技节目、4000余杂技艺术家和演员、几十名驰名国际杂技的资深评委来参加。节目涵盖杂技艺术中的高空、地面、滑稽、驯兽、魔术五大门类即所有的门类。

河北立足本土文化资源积淀,努力打造对外文化交流精品,通过挖掘、整合、打造、包装,形成了一批具有鲜明地域特色又适应海外市场的文化产品和品牌:舞台表演艺术方面,杂技精品如《车技》、《四人顶技》、《狮子舞》、《抖空竹》、《流星》、《蹬技》,河北梆子《钟馗》,评剧《花为媒》,民间舞蹈《放风筝》、《走山》、《俏夕阳》,器乐曲《顶嘴》、二胡《赛马》,皮影剧《观世音传奇》;民间工艺方面,内画、年画、剪纸、草编等富有河北文化特色的演出和展览在国际舞台上频频亮相,深受欢迎。

云南

央地合作品牌项目: 中国—东南亚南亚民间艺术博览会
央地合作突出特点: 打造面向西南文化交流的重要窗口

近年来,在文化部的指导与支持下,云南充分利用国内外的艺术节、文化周、博览会、文化论坛、学术研讨会等形式和渠道,努力创造新的交流形式和渠道,把云南民族文化艺术和文化产业推向世界。

自2006年至今,云南共派出对外及对港澳台文化交流团组和个人193个,3723人次,前往世界50多个国家和我国港澳台地区进行文化交流活动,项目和人数超过了“十五”期间云南对外及对港澳台文化交流的总和。参与交流的文化艺术品种有歌舞、杂技、戏曲、民族民间说唱、文物、古生物化石、美术、书法、摄影、电影电视、民族民间服饰、工艺美术等。

立足云南文化资源和区位优势,围绕“桥头堡”角色的战略部署,开展全方位、多层次、宽领域、多渠道的对外文化交流与合作,使云南成为中国面向西南文化交流的重要窗口、文化贸易的重要通道、文化合作的重要平台、文化信息的媒介中心、和谐文化建设的示范区,是云南文化交流的突出特点。2006年,在昆明举办的中国云南国际民间工艺高层论坛暨民族民间工艺品博览会吸引了美国、加拿大、俄罗斯、日本、韩国、孟加拉国的众多工艺美术专家、民间艺人及其作品参会参展。2007年,在昆明举办的“东盟电视合作峰会”提高了云南影视产业的地位和影响。2008年,由文化部等部门联合组派的云南艺术团赴莱索托、南非、毛里求斯、塞舌尔演出云南歌舞杂技晚会《梦幻香格里拉》,受到热烈欢迎和普遍赞誉。2009年,云南省博物馆展览小组赴巴西商谈滇青铜器展览,为展示我国独具民族风格和地方特色的云南青铜器打下了合作的基础。2010年,云南策划的“中国—东南亚南亚民间艺术博览会”被纳入文化部项目。



中国云南国际民间工艺高层论坛暨民族民间工艺品博览会为黄龙玉雕等产品提供了良好平台。

内蒙古

央地合作品牌项目: 第十一届亚洲艺术节
央地合作突出特点: 国际比赛屡获大奖

“十一五”以来,在与文化部的“央地合作”下,内蒙古全区共派出文化艺术团组100多个,1600多人次;派出文物、民俗和艺术展览20个,120余人次。在配合文化部举办重大文化交流活动方面,内蒙古于2009年在鄂尔多斯举办了第十一届亚洲艺术节,这是鄂尔多斯首次承办如此重大的国际性艺术节。该艺术节通过展示亚洲各

国艺术的神奇与魅力,促进亚洲各国间文化乃至经贸、旅游等多方面的交流与合作。其中包括主体活动7项:亚洲文化部长圆桌会议、鄂尔多斯那达慕大会、开闭幕式演出、国内外艺术团组活动、鄂尔多斯乌兰牧骑亚洲巡演、中国少数民族非物质文化遗产展演等展览展示活动及建立亚洲艺术雕塑主题公园。



第十一届亚洲艺术节上的非遗表演吸引了多国文化部长观看。

内蒙古许多艺术表演团组在海外巡演,并在国际比赛中获得大奖。如内蒙古民族歌舞剧院的“安达”组合演出小组于2008、2009年两次赴美国进行了为期共90余天的巡回演出,共演出100余场,观众达到8万多人次;内蒙古民族歌舞剧院大型民族歌舞乐《天堂草原》赴我国台湾参加《2008海峡两岸中秋晚会》的交流演出,在台北掀起了内蒙古民族文化热潮;内蒙古杂技团赴美国的17个州及德国、意大利、奥地利、瑞士等国家进行演出,并参加了朝鲜第23届“四季之春”艺术节,取得了两个单项金奖及团体金奖的骄人成绩;鄂尔多斯市东胜区歌舞团参加西班牙特鲁埃尔民间艺术节展演,获团体表演一等奖;齐·宝力高“野马”马头琴乐团参加在奥地利维也纳金色大厅举办的“纪念世界反法西斯胜利60周年暨全球促进中国和平统一大会”并举办了专场音乐会,引起了强烈反响。

重庆

央地合作品牌项目: 欢乐春节
央地合作突出特点: 有力配合国家重大文化交流活动

近年来,重庆文化“走出去”呈现上升的良好发展态势,不断拓宽领域、丰富内容、提高质量,正朝着深入欧美发达国家主流社会的方向拓展。“十一五”期间,重庆先后组派上千人次出访62个国家,内容包含了演出、展览、展示、展播、巡演、讲座等。在与文化部的合作下,重庆

多面出击,推动文化交流事业的发展,有配合国家文化外交的重大活动,如国家文化年、庆典活动;也有商业演出、学术交流、合作培训等,涉及美国、德国、英国、法国、澳大利亚、加拿大、日本、意大利、俄罗斯、南非、埃及等国家。近年来参与的主要文化交流活动包括:2007年9月3

日至13日,重庆市文化艺术代表团出访俄罗斯沃罗涅日市,开展“2007俄罗斯中国年·重庆周”文化活动。其间共举行了4场文艺演出和1场文艺讲座,进行了3项文化交流洽谈,签订了1项文化交流合作协议。2008年1月28日至2月13日,重庆文化代表团51人赴马耳他、德国参加文化部“欢乐春节”活动,杂技、民乐、川剧、民间手工艺展示、图片展受到当地民众的欢迎。此外,还参与了英国英伦艺术节、重庆威尔士周、法国现代艺术展、德国卡塞尔文献50年展、印度“西天诸神——古代印度瑰宝展”“德中同行·走进重庆”等众多文化交流活动。同时,通过国际合作开展的大足石刻等文物保护工作取得丰硕成果。

重庆生产的多部动画片、纪录片出口国外。重庆杂技艺术团常年在海外巡演,并在美国建立演出基地。铜梁龙舞多次在国外表演展示,成为有一定国际影响力的文化品牌。



2011年,重庆再次参加文化部“欢乐春节”品牌活动。图为黄杨木雕制作人的木雕作品让美国观众流连忘返。

广东

央地合作品牌项目: 中国(深圳)文化产业国际博览交易会
央地合作突出特点: 粤港澳文化合作向纵深发展

在文化部的指导与扶持下,广东对外及对港澳台文化交流打开了新局面。

文化部在广东设立对港澳文化交流基地以来,粤港澳文化合作不断向纵深发展,在演艺节目和人才、文化资讯、文物博物、公共图书馆、粤剧艺术发展和非物质文化遗产保护、文化创意产业等6个方面的合作日益深入推进,取得了丰硕成果。

同时,在文化部的支持下,广东积极打造品牌文化活动,如中国(深圳)文化产业国际博览交易会、广州国际艺术博览会、广东现代舞周、羊城国际粤剧节、广州国际摄影双年展、广州三年展、连州国际摄影年展、深圳国际水墨画双年展等,着力提升专业水准以及国际影响力,有力地促进对外文化交流与贸易的发展。

广东还积极配合国家重大文化品牌活动,主要项目有:连续数

年参与“中非文化聚焦”活动。2009年,赴白俄罗斯、塞尔维亚举办“中国当代水墨艺术展”。派广州交响乐团、深圳福永醒狮团赴比利时参加“欧罗巴利亚中国艺术节”开幕演出。2010年,派广州交响乐团赴泰国进行中泰建交35周年庆典演出,赴罗马进行意大利“中国文化年”活动开幕式演出,赴瑞士进行“瑞士文化风景线”中国主题国活动开幕演出。



塞尔维亚副总理克尔科巴比奇参观“中国当代水墨艺术展”。

山东



山东鲁剧表演艺术家们的表演将在联合国教科文组织总部举办的“孔子文化周”开幕式推向高潮。

央地合作品牌项目: 孔子文化周
央地合作突出特点: 孔子品牌带动文化“走出去”

近年来,在与文化部的“央地合作”下,山东积极参与了在法国、俄罗斯举办的文化年活动,在美国、泰国举办的“欢乐春节”品牌活动,朝鲜的“四月之春”艺术节,较好地配合了国家的文化外交,同时向世界介绍了齐鲁文化。

山东的孔子品牌带动战略目前已彰显成效。山东举办了一系列孔子文化交流活动,组织举办两届世界儒学大会,成功搭建了国际儒学交流研究平台。2010年9月6日至10日,由文化部、教育部、中国联合国教科文组织委员会和山东省人民政府共同举办的“孔子文化周”,在联合国教科文组织总部所在地巴黎成功举办,活动包括《孔府乐舞》演出、“孔子的智慧”展览、“孔子教育奖”颁奖、“孔子讲座”。“孔子文化周”是中国近年来在联合国教科文组织总部举办的规模最大、参加人员最多、级别最高的大型文化活动,充分展示了孔子文化的独特魅力。

2009年,青岛交响乐团与著名华人音乐家殷承宗等合作,在哈佛大学、耶鲁大学、纽约卡内基音乐厅、新泽西州立大学、华盛顿肯尼迪艺术中心音乐厅等具有国际文化地标美誉的美国主流音乐厅成功演出。

此外,山东对外文化贸易已经起步,市场化的对外文化合作取得积极进展,具体表现为演艺产品走向国际市场。2009年,山东有10个院团出国商演,海外总收入达870万元人民币,其中4家民营艺术团体的海外演出收入为383万元,占全省海外商演总收入的44%。

福建



每届海峡两岸民间艺术节都吸引海峡两岸千余民间艺人、专家、学者参加。

央地合作品牌项目: 中国国际钢琴比赛(厦门)
央地合作突出特点: 大力推动闽台文化交流

福建以“突出台港澳,巩固东南亚,拓展欧美日非”为工作重点,不断探索文化合作交流新途径。“十一五”期间,共促成对外及对港澳台交流项目86个,1578人次;对台交流项目207个,1.3万人次。

在文化部的支持下,福建进一步打造“海峡两岸民间艺术节”“福建文化宝岛行”、闽台缘博物馆、湄洲妈祖文化旅游节、海峡两岸闽南文化节等闽台文化交流品牌,扩大了福建文化在台湾的影响,增强了台湾同胞对祖地文化的认同。2007年以来,先后组织6批“福建文化宝岛行”赴岛交流项目,共涉及18个院团近800人人岛交流。

在突出闽台文化交流的同时,福建也积极拓展对外文化交流。通过参与“中俄文化年”“福建文化非洲行”、美国“中国文化节”、福建与法国诺曼底大区友好省州间文化交流等一系列大型对外文化交流活动,以及国际南音大会唱、国际木偶节、中国国际钢琴比赛(厦门)等大型文化艺术交流活动,木偶及梨园戏、高甲戏、歌仔戏、莆仙戏等福建地方戏曲品种在国际舞台上备受好评,不断扩大福建文化在国际上的影响力。

福建还充分发挥在工艺美术方面的优势,培育了诸多各具区域特色的产业群、集散地,以及一大批对外文化贸易的龙头企业。如德化有众多陶瓷出口企业,产品主要出口到190多个国家,2009年出口总值达57.58亿元。莆田有一大批对外文化贸易骨干企业,形成集艺术画框、古典艺术家具、工艺品、铁艺、铜艺、画布等产品的研发、生产和销售为一体的产业链,营销网络遍及美国、欧洲、中东、非洲、东南亚等50多个国家和地区。