

非遗发展要符合乡村实际

杜云生

非物质文化遗产是乡村重要的文化、旅游和经济资源,在乡村的沃土上,承载着深厚的文化传统,其蕴含的行为规范、生活方式、价值观念等至今依然显现着蓬勃活力。各地具有鲜明地域、民族特色的非物质文化遗产,正成为发展乡村经济、催生乡村旅游、实现农民增收的特色文化产业。

文化传承是乡村振兴的重要使命。如何在新时代让非遗在传承中焕发新活力,为乡村振兴注入文化精神动力、产业经济动力和社会治理动力,需要研究符合乡村实际和非遗传承发展实际的思路 and 措施。

涵养文明乡风

在乡风文明建设中,用非遗活跃乡村文化生活,用明德引领社会风尚。

首先要摸清“家底”,掌握乡村非遗的有效资料。开展乡村文化资源普查,掌握每一村落的“乡愁”记忆,包括物质文化遗产,如古戏台、古寺庙、传统民居,还包括与人们生产生活密切关联的非物质文化遗产。在挖掘记录整理的基础上,建立档案,为涵养文明乡风提供鲜活生动的文化资源。

拥有非遗项目的乡村要发挥资源优势,通过举办展览演出、教学传习、节日民俗活动等,吸引更多的乡村群众参与和享受非遗,使其成为生活的一部分,让非遗“活起来”“火起来”,满足乡村群众对美好文化生活的需求,培育文明健康的生活方式和村风村貌。以非遗讲好乡村故事,以非遗引领文明乡风,使非遗与乡村现代生活相适应、与当代文明相协调。

地方文化和旅游部门应注意发现有美誉度和影响力的群众性非遗活动,并加以推广。同时,要组织开展乡村美丽非遗小课堂、非遗小舞台、非遗小庭院、非遗网络直播等活动,扶持一批有影响和带动力的非遗家庭、非遗社团、非遗工作室、民营小剧团,搭建非遗传播的微小平台,培育非遗传播的“干细胞”,使群众参与非遗的方式和路径便捷均等。

文化工作,重在建设。一方面要保护好古镇古村落、历史街区以及非遗依存的传统实践场所,还要

在乡村规划建设一批有中华建筑风范和地方建筑特色的传习所、专题展示馆、传承基地等非遗活动场所,构建覆盖广泛的乡村非遗传承利用网络,使非遗传承传播的设施环境与自然环境、民俗环境、社会人文环境相得益彰,构成广大乡村独具特色的文化风景线。

促进乡村产业兴旺

非遗不但具有文化属性,还具有经济属性,特别是传统手工艺类项目和乡村旅游项目,非遗在培育发展富民产业、提高脱贫质量和群众满意度方面大有可为。

乡村手工艺种类繁多,包括农畜产品加工、工具制作、织染刺绣、纺织扎制、烧冶铸造、剪刻绘画等,手工制品在社会生产生活中应用广泛。各地乡村应重点发展乡村工艺,实施“一村一品”或“一乡一品”计划,顺应社会消费需求,创新产品设计,丰富产品种类,提升产品品质,不断培育村级经济增长点。要注意培育非遗产业集群和文化品牌,壮大乡村产业规模,完善非遗产业链条,增强市场竞争力,吸收更多乡村群众就业增收。要探索传统手工艺合作生产模式和产品现代营销模式,政府相关部门要研究出台扶持乡村传统工艺产业发展的财税、信贷、土地等政策,培育孵化一批成长性强的传统手工艺企业。

文化是乡村旅游的灵魂,通过乡村非遗资源有机融入乡村旅游产品开发,有助于增强乡村旅游的体验性、推动乡村地域文化的保护与传承、丰富乡村旅游产品体系、推动乡村旅游转型升级。在充实旅游内容方面,要科学利用传统村落、非遗传习所、手工艺作坊等,开展非遗研学旅游、体验旅游等。在丰富旅游产品方面,开发一些具有地方特色、适合携带、价格适度、创意独特、有用好看的手工艺旅游产品,规划一些串点成线非遗体验目的地的精品旅游线路。在拓展旅游边界方面,将非遗积极融入乡村旅游的产业链中,包括农场农庄、特色餐饮、客栈民宿、民俗演艺等。

将发展传统工艺与非遗精准扶贫相结合,对于

带动就业、增加收入、扶志扶智具有直接推动作用。非遗扶贫,一要结合实际建设命名一批传统工艺工作站,搭建“非遗+扶贫”的工作服务平台,工作站重点做好产品创意研发、展览展示和市场推广。二是建设一批非遗扶贫工坊,遴选合适的手工艺项目及传承人,对当地群众进行就业技能培训,同时要注意与生产就业相结合,鼓励有实力的手工制作企业、电商或其他机构,参与解决产品销售问题,打通非遗扶贫“最后一公里”。三要开展传承人群研修研习培训计划,加强“非遗+扶贫”能力建设,提高传承人技艺水平、创新能力、营销策略和管理素质,为非遗扶贫培养带头人。

助力乡村有效治理

乡村振兴,有效治理是基础。乡村治理要坚持自治、法治、德治相结合。非遗蕴含着丰富的道德伦理价值和社会行为规范,为乡村治理注入了鲜活的法治、德治资源,形成充满活力、和谐有序的现代乡村治理格局。

要充分挖掘传统文学、传统表演艺术、传统美术作品以及传统礼仪、节俭活动中包含的“讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同”的时代价值,通过戏剧曲艺演出、故事宣讲、作品展览等多种形式,弘扬敬业乐群、孝老爱亲、见义勇为、扶危济困等社会美德,为乡村和谐治理涵养力量源泉。

利用好具有深厚历史传统的乡规民约及其道德培育功能,并在新时代进行阐释、利用和弘扬,不断赋予乡规民约新的时代内涵,不断丰富其表现形式,充分发挥其在凝聚人心、教化群众、淳化民风中的重要作用,使乡规民约焕发勃勃生机,为新时代乡村振兴提供坚实的文化保障。

充分发挥各类非遗协会、理事会、社团组织的集体作用,在传承非遗技艺、开展非遗实践活动的同时,也要加强对非遗传承人的法治、村规、守则和德行教育,培养有技艺、有规矩、有品行的新时代非遗传承人群,为乡村治理贡献非遗力量。

(作者系河北省非物质文化遗产保护中心党委书记、研究馆员)

让非遗产品直面市场检验

李静

随着非遗传播与展示的渠道更加多元,人们现在了解非遗的途径也越来越丰富。把传统文化当成产业来做是一门大学问,基于非遗产品的特质,它更需要可观可视、面对面的销售环境,因此这两年非遗进商场逐渐成为一种新的趋势。

现在的商业综合体,已不是原来意义上简单的购物中心,在这里几乎可以一站式满足人们的各种休闲娱乐需求。这几年,随着非遗热的兴起,与非遗有关的展览展示与售卖活动也不断向大型商业综合体渗透,这种联合不但为商业综合体增加了客流、提升了底蕴,也让非遗产品有了直接面对市场检验的机会,让传承人看到了希望、提升了自信心。

2018年底,一座集现代人文艺术与时尚商业设定为一体的商业综合体——蓝海风·漫巷在陕西西安落地。开业伊始,商家把老绣片、明清家具、传统木雕,以及书法课、香包制作体验课,西安本土的一些非遗创意产品等请进了商场。今年6月,上海也展开了类似的探索,近一个月的2019上海视觉艺术学院非遗品牌智造研培成果展暨“非遗遇见时尚”研培成果零售快闪文化月亮相准淮海中路755商场,引起了消费者和媒体的关注。“展览+零售试销+手作体验”活动为上海市民及国内外游客带来互动参与、深入了解全国27个地区68项精湛技艺的机会。这次成果展展出了200余件作品,几百元至几千元的价格让非遗产品、传承人群与顾客面对面。通过在中市场中不断试水,以市场需求引导非遗创新、实现商业转化的思路,对传承人群来说是一场考验,也是一次机会。

非遗进商场,实践证明是一场双赢的合作,但仅是一个开始,未来这种以传统文化为底色的商业综合体或许会成为文旅融合发展中的新载体、新地标。

笔者曾前往日本京都一家大型购物中心观光,这里每天的

和服秀吸引了各大旅游团前往。与京都著名手工艺西阵织相关的创意产品如手包、领带、围巾等,也颇受游客的喜爱。走进这家商场,不但会对京都这座城市的文化传统有深刻的认知,也会满足一站式购齐所有当地特色产品的欲望。

在国内文旅融合不断发展的当下,融合发展模式将更为灵活和多元,而非遗与商场的高度融合,或许将成为某个旅游目的地供应链上的重要一环。

陕西华清宫朝元阁遗址考古清理出大型建筑基址

本报讯（驻陕西记者秦毅）10月10日,记者从陕西省考古研究院获悉,始建于天宝二年(743年)的唐华清宫朝元阁,经考古发掘,清理出唐代、元明等时期大型夯土建筑基址一处,出土经火焚后的地袱、立柱及排列有序的石柱础、莲花纹瓦当、带字瓦、铺地砖、手印纹砖等。该遗址目前发掘面积已达850平方米,是一处难得的保存较为完好的皇家建筑基址,对研究中国大型建筑的结构、布局及对后世的影响提供了珍贵资料。

朝元阁是唐代华清宫主要建筑之一,是盛唐皇家依山而建的大型建筑,也是骊山上规模最大的建筑,供奉玄宗皇帝(老子)、唐高祖、唐太宗、唐高宗、唐中宗、唐睿宗等6位皇帝画像,相当于李唐王朝的家庙。玄宗时期,除祭祀外,朝元阁也作为登高望远、郊游的休息之处。《旧唐

书》载:帝(玄宗)尝登朝元阁赋诗,群臣属和,帝以豫诗最工,诏曰:“诗人之冠冕也。”不少文人墨客留下了许多涉及朝元阁的诗赋。

2018年8月,为配合唐华清宫朝元阁的维修保护工程,陕西省考古研究院开始对朝元阁遗址进行发掘。朝元阁遗址为一处依山而建的大型夯土高台建筑。夯土台基坐北朝南,长方形,东西长22.6米、南北宽15.5米至16米、高5米。朝元阁夯土基础保存相对完整,排列有序的石柱础对研究朝元阁的建筑结构具有极其重要的价值。通过发掘,能初步判断出唐代朝元阁是一组结构复杂的大型建筑,主要组成部分有高大的夯土台、左右两侧台阶式廊道、北部廊道、西侧夯土、顶部建筑、建筑内部夯土台等,结构较为完整,且整体建筑应该至少有3层屋檐。

北京西山民俗文化节600年古商镇吸引游客

本报讯（记者李雪）10月12日、13日,“遇见南窖 慢品西山”北京西山民俗文化节在北京市房山区南窖乡举办,一场民俗文化大戏在有600年历史的古商镇上演。活动核心区位于南窖乡水峪村,该村以古宅、古碾、古商道、古中幡享誉京城,村中尚留有100余套明清时期四合院,青石砌成的古道贯穿全村,闻名乡里的水峪中幡传承至今。村中依山而建的民居错落有致,房屋、地基、道路全部使用就地取材的青石建造,已历经几百年风雨侵蚀。

活动启动现场,大鼓会、水峪中幡、海淀扑蝴蝶等非遗表演令游客惊艳不已。有300多年历史的康熙戏楼上演的连台大戏:音乐活化石之称的南窖《银音会》、北京绝技《三仙归洞》、京剧《穆桂英挂帅》等,给人原汁原味的传统观戏体验。看完大戏,古商街的小广场有

中国传统民俗表演:看拉洋片,品大碗茶;观古彩戏法,听评书相声;驼铃声、叫卖声不绝于耳;快板口技、民谣表演精彩纷呈。儿童还可以体验投壶、木射、蹴鞠等传统游戏,体验冰皮点心、手工香包、灯笼团扇的制作。

作为南窖民俗花会的典型代表,文化节现场还设置了历史悠久、极具特色的灯笼会、逛灯城环节。灯笼会的灯笼4面绘制了以《三国演义》《封神演义》《薛仁贵征东》《精忠岳飞传》4部古书为题材的工笔画,每幅画配有典故出处,充分展示古典文化的精妙。灯城共有365盏灯,代表一年365天,暗含12个月24节气72候的108种变数,布局按世代口传心授的九宫城、八卦图等摆设。每年元宵节期间,十里八村的百姓都要来逛灯城,能顺利走出灯城,则预示着新年事事顺利。



带给广西人欢乐的“莺歌”和“飞燕”

在漫长岁月中,收音机和电视机曾伴随人们度过了一个个美妙的夜晚:从窗台前的收音机里流淌出的音乐,到全家聚在电视机前的欢声笑语,留在了大多数人的记忆中。

走进广西南宁市博物馆的“近现代南宁历史陈列展”,橱窗里的莺歌牌收音机和飞燕牌电视机迅速勾起无数南宁市民的回忆。这两件展品由南宁市无线电三厂研制生产,是当时广西电子行业的标杆产品,后由热心市民捐赠给博物馆。

橱窗里的收音机有着黑色长方形外壳和黄色提手,外壳表面装有喇叭,右上角处还能显示收音波段。南宁市博物馆工作人员黎琼泽告诉记者:“这

款收音机是莺歌牌BJ-821型八管二波段便携式收音机,由南宁市无线电三厂于1976年试制并批量生产,线路、工艺结构及外壳均为该厂自行设计、自行制造。”

在上世纪70年代后,广西的晶体管收音机快速发展,技术水平逐步提高。其中南宁无线电三厂的莺歌牌、友谊牌收音机是当时广西收音机品牌中的佼佼者,在1961年至1981年间共生产各种规格的收音机达163327台。其中,莺歌牌BJ-821型由于使用一号电池及大口径扬声器,便携方便,声音洪亮,适于农村及城镇居民使用,深受用户欢迎。

“当时工资低,根本买不起30元的成品收音机。我家的第一台收音机是花了15元钱托一个老乡从上海购回二手货零部件组装而成的。虽然不是三厂的‘莺歌’,但也是当时很有名的‘友谊’。”在南宁市民许学轻的记忆里,辗转得到的这台收音机虽是低端产品,但也让他高兴了很久。那段时期每天早上6点,许学轻准时打开收音机,待耳熟能详的《东方红》音乐响起,就开始收听一天的广播节目,比如新闻节目、小说连播、文艺演唱、样板戏、相声、评书等,让这一天的生活特别充实。

随着市场需求的变化,南宁市无线电三厂开始研制、转产电视机。“1969年,该厂自行研制生产的首批南宁牌电子管黑白电视机投入市场,开创了南宁生产电视机的历史。1978年,该厂注册了飞燕牌商

标,第二年试制并投产飞燕牌黑白电视机。博物馆中收藏的这台电视机就是当时的‘飞燕’。”黎琼泽所指的21英寸黑白“飞燕”有一个左右旋转式的调频钮,靠天线收看电视节目,在当时的城镇家庭里是一件奢侈品。

飞燕牌电视机是当时南宁的一张名片。1984年,无线电三厂从香港陆氏实业有限公司引进一条年产10万台彩色电视机或12万台黑白电视机兼容生产线,开始组装彩色电视机,开创广西彩电生产的历史。不仅如此,飞燕牌21英寸遥控彩电还在全国第三届彩电质量考核中拿了优等奖,是当年广西唯一获奖的家电产品。南宁市无线电三厂也因此跻身全国电子百强行列,成为广西电子行业的“排头兵”。

不管是黑白的画面还是五彩缤纷的荧屏,都为广西各族人民群众增添了生活的色彩。南宁市民甘荣福回忆说:“以前家里是买不起电视机的。上世纪80年代,单位里买了一台‘飞燕’,好多职工乐坏了。每天下班吃过晚饭,大家就拿着凳子去排队看电视。”

弹指七十年,如今收音机大多成了收藏品,市面上各种带有高新科技的电视机成了家中的必需品,人们休闲娱乐的载体变成了平板、手机……但回忆里与邻里亲朋围在收音机、电视机前的时光,依旧充满幸福感。

(郭凯倩 黄玉婷 卢莉莉)



飞燕牌电视机

