

文化强省建设潮涌南粤

本报驻广东记者 林金华 宾阳 通讯员 刁定宏

加快从文化大省向文化强省跨越,广东着力提升文化软实力。8月11日,广东省文化系统学习贯彻省委十届七次全会精神动员大会在广州召开,吹响了文化强省的进军号角。

省委书记对文化系统寄予厚望

“我不太看重你们能获得什么奖,更看重的是你们的作品在老百姓心目中有多重!”就在全省文化系统文化强省建设动员会的前几天,8月6日,广东省委书记汪洋率队到省文化厅及所属单位进行专题调研,他希望文化系统及文化工作者在文化强省的建设中发挥主力军作用,以时不我待和舍我其谁的精神,为推动广东文化大发展大繁荣再立新功。

如何进一步推进文化强省建设?汪洋说,首先就是着力加强文化民生建设。文化民生是文化强省建设工作的重中之重。要建设好公共文化服务体系,特别是基层和一些边远落后地区,让广大群众不但成为受益者,更要成为参与者,成为文化强省的主体。其次,要高度重视打造文化精品。文化强省的另外一个重要表现就是出精品。希望省文化部门积极引导,认真规划,力争今后5年在重要的艺术门类上,广东都能出一到两部在全省叫得响、长演不衰的文化精品。

与此同时,汪洋指出,进一步

做大做强文化产业和深化文化体制改革都是广东文化强省建设所面临的重要课题。

主管文化工作的广东省副省长雷于蓝表示,在中共广东省委十届七次全会后,汪洋就文化强省建设进行专题调研的第一站选择省文化厅,说明省委省政府对文化系统以及文化工作者寄予厚望。

各地城市升级发展战略

深圳自2004年实施“文化立市”战略以来,文化建设跨进了一个新阶段。深圳市委宣传部副部长吴忠表示,目前深圳正经历着从提出实施文化立市战略到提出建设文化强市目标的飞跃。

自实施“文化立市”战略以来,深圳通过大力推动文化创新工程、品牌带动工程、精品创作工程和政策支持工程,使文化事业和文化产业的发展有了长足的进步,创造了文化发展的“深圳速度”和全国性的影响力,尤其是文化产业的发展势头强劲,文化产业增加值占GDP的比重已由2003年的2.5%到2009年达到6.5%,目前正经历着从提出实施文化立市战略到提出建设文化强市目标的飞跃。

吴忠说,文化立市是深圳的基本发展战略,文化强市则是市委市政府贯彻落实科学发展观,适应广东建设文化强省加快发展方式的转变而提出的文化发展目标,这个目标包括以下几个方面

大市;二是将文化创意产业发展成第四大战略性新兴产业;三是大力建设“设计之都”和“时尚之都”;四是实现文化事业更强、文化产业更强、文化辐射力和影响力更强、文化形象更好。应该说文化强市目标的提出是振奋人心的,也是有基础的。

和深圳一样,在广东建设文化强省的背景下,东莞也开始把发展目标从“文化新城”升级为“文化名城”。东莞是一个富可敌省的新兴城市,文化名城怎么建,有哪些措施?

日前,东莞市委书记刘志庚在文化名城建设工作座谈会上提出了初步的构思。一是创新一个理念,树立文化是魂、文化是根的理念。二是做好一个规划,做好文化名城规划,并作为重要部分,纳入东莞“十二五”规划的重要部分。三是弘扬一种精神,即海纳百川、厚德务实的城市精神。四是造就一批名人。五是打造一批精品,精品要能反映东莞现实的文化精髓,使外界了解真实的东莞。六是建设一批载体,要通过建设文化阵地,彰显历史文化特色。七是发展一批产业,要力推优势文化产业的发展。八是促进一个融合,文化和产业发展融合,从土地、劳力等要素驱动向文化、创意和科技的驱动来实现发展。

刘志庚透露,为了更好地推进文化名城建设,市里每年投入10亿元,连续投5年,一共最少投入50个亿,主要是用于确保能惠

泽到百姓的公共文化领域建设和发展中。

广东省文化厅厅长方健宏表示,广东省委十届七次全会讨论并通过了《广东省建设文化强省规划纲要(2011—2020年)》,其中对广东建设文化强省提出了具体的目标定位和措施要求。他说,文化强省相对于文化大省而言,是一个更高的层次,因此,这个阶段对各地的文化建设要求也更高。

文化强省建设潮涌南粤

夏秋之交,文化强省建设大潮涌动。在8月11日的会议上,珠海市文化局官员透露,珠海在年内将拨出人民币30亿元专款用于建设公益性文化设施。这位官员说,文化作品不仅要吟唱“阳春白雪”,推出精品,还要有“下里巴人”,让文化成果惠及民众。拥有诸多外来务工群体的佛山则提出“文化服务均等”,让外来打工者以及残疾人等群体享受文化成果。

对于岭南文化的对外传播和交流也是广东文化部门的一个着力点,不同地域的特色文化显然受到重视。湛江文化局官员表示,将借雷州文化第一次能和广府文化、潮州文化和客家文化并列为岭南文化主体的契机,对外传播雷州文化。将申办“中国瑶族文化之乡”的乳源县也将在两年内到美国等地演出交流,让瑶族文化的魅力远播海外。

广东还提出,借鉴国内外发展文化产业的经验,强化市场意

识,尽快确定文化产业的范围、定位,研究出台有针对性的政策措施。珠海市文化局官员透露,珠海将借助毗邻港澳的优势,加快建设粤港澳文化创意产业园区,珠海市文化产业基金也将从每年的1000万元增加到2000万元。

链接

汪洋谈文化

我们要倍加珍惜引领广东阔步前行的“解放思想、改革开放”的时代文化精神,高举先进文化的火炬,把握大势,与时俱进,以坐不住、等不起、慢不得的精神和态度,加快全省文化的改革和发展。

目前,广东人均GDP已近6000美元,总体进入小康社会,可以说已经基本“富之”,下一步重要的是要“教之”,以教开智,以文“化”人,既富“口袋”,又富“脑袋”。

欧洲文艺复兴时期意大利著名画家达·芬奇说过,“艺术借助科技的翅膀才能高飞。”文化与科技的紧密结合,将孵化新的文化生产方式,培育新的文化业态。

要勇于担当起时代赋予的神圣使命,既要脚踏实地,又要仰望星空,积极投身文化强省建设的时代洪流,共同促进社会主义文化的大发展大繁荣。



8月9日至12日,第25届全国青少年科技创新大赛在广州举行。本届大赛吸引了来自全国31个省、区、市以及新疆生产建设兵团、军队子弟学校和香港特别行政区、澳门特别行政区等35个代表队的500多名学生参加,共有391个学生创新项目和200个科技辅导员创新项目参加本届大赛的评选活动。图为来自广西浦北县寨圩中学的黎福耀同学(右一)在展示自己发明的关节式机械臂。新华社记者 卢汉欣 摄

华南简讯

深圳经济特区建立30周年纪念园竣工

随着以深圳原创歌曲《春天的故事》、《走进新时代》、《走向复兴》为主题的雕塑墙的落成,8月10日,深圳经济特区建立30周年纪念园在莲花山公园竣工。据了解,该纪念园将于8月26日深圳经济特区建立30周年纪念日正式对外开放。

纪念园由入口广场、主题雕塑墙、休闲草坪等组成。在原有空间基础上,以雕塑墙的形式揭示出重要的“时”“事”“人”背后的深圳精神,通过民众的视角阐释深圳改革开放的成果。

主题雕塑墙是纪念园的主体部分,由3段弧形的石质铸铜浮雕墙组成,每段高2.8米,长26米。浮雕墙体为浅色调石材,采用巴西进口“啡点金麻”,每块均整体切割而成。3段纪念浮雕浓缩了深圳特区30年的发展

历程,分别以《春天的故事》、《走进新时代》和《走向复兴》3首深圳的原创歌曲为主题。而这3首原创歌曲的五线乐谱和歌词,作为纪念浮雕的重要组成部分,用喷砂的方式凸显于浮雕墙背面。

浮雕以典型化的创作方法,用具象的艺术语言,塑造了190个人物,以代表30年各行各业深圳人的风采。据主创——艺术家戴耘介绍,“3组浮雕不是机械对应3个10年,而是深圳改革开放30年的3个不同阶段,突出表现深圳人、深圳城市的精神。在这3组浮雕中,没有出现真实的人物,只是将人们所熟悉的历史事件加以艺术化、符号化。”除人物外,浮雕配以深圳不同时期标志性建筑、景观、城市符号,展现出一幅疏密有度、起伏跌宕的深圳特区历史画卷。

顺德申报“中国美食名城”通过评审

本报讯 今年年初,中国厨师之乡——顺德向中国烹饪协会提出申报“中国美食名城”。8月5日、6日,中国烹饪协会专家小组对顺德进行了实地考察与研讨,顺德申报“中国美食名城”顺利通过专家评审。

期间,专家组考察了水产养殖基地、美食街、餐饮企业和顺德职业技术学院,并就顺德饮食文化、餐饮职业教育、餐饮品牌建设、餐饮产业发展和政府促进,引导餐饮业发展等专题发表了意见。

据了解,顺德目前有饮食网

点5000多个,从业人员超过10万人,中华餐饮名店有12家。从2004年开始,顺德餐饮业收入每年增长都超过20%,2009年更创纪录,达到了105.6亿元。顺德餐饮人均消费达到2700多元,是全国人均消费的两倍以上。顺德成为“中国美食名城”,将为下一步进军“联合国创意城市网络——美食之都”做更好的铺垫。

顺德区委宣传部部长、区文体旅游局局长梁惠英透露,顺德还准备将“顺德美食”作为非物质文化遗产向国家进行申报。

(田苗苗)

深圳举办第四届性文化节

本报讯 (驻广东记者王巍)8月8日,为期3天的第四届深圳性文化节落幕。据悉,3天共有3万人观展。

本届深圳性文化节是一场集学术交流、讲座、生殖健康教育、科普宣传、文物展示、成人用品推介、贸易洽谈于一体的文化盛会,旨在搭建文化信息交流平台,提高民生“性”福指数,营造良好、健康的性文化环境。

与往届相比,本届性文化

南海之滨深情合唱 鹏城同庆三十华诞

本报驻广东记者 彭海霞

首届深圳合唱节将于8月17日在深圳音乐厅拉开帷幕,来自全市各行各业的123支合唱团队将先后登台,为深圳唱响华美乐章。在深圳经济特区建立30周年之际,首届深圳合唱节为深圳人满怀豪情齐声讴歌改革开放的伟大建设成就、赞美时代精神和城市日新月异的发展变化、抒发对美好生活和幸福人生的追求提供了绝佳的舞台。今后,深圳合唱节将每两年举办一次。

首届深圳合唱节是继去年“歌唱祖国”深圳庆祝新中国成立60周年合唱赛后举办的又一次大型群众合唱赛事,其规模更大、内容更丰富,充分体现了开放性、示范性、艺术性和兼容性。

开放性 全民参与普城同歌

首届深圳合唱节一个显著的特点就是群众广泛参与。它采用了“统一策划,资源共享,分区选拔,集中比赛”的运作机制,把队伍的选拔过程与开展群众文化活动结合起来,不过分强调比赛环节,更多地将合唱节宗旨定位为

“普及、参与、提高”,努力打造自己的特色。在活动筹备期间,深圳各界踊跃报名,积极参与。在福田区,就有87个单位合唱队参加比赛,合唱演员超过3500人,最终角逐出的优秀团队才能代表福田区参加首届合唱节的决赛。合唱节123支参赛队伍分别由工会、外劳务工、中小學生、各街道社区以及老年人。这种全民参与的方式充分体现了合唱活动广泛的群众基础和社会影响力,在全市范围内营造了文明健康、和谐稳定的社会环境。

本次合唱节将持续至9月20日,13场合唱比赛全部免费向市民开放。从8月17日至23日期间,合唱节将先后举行首届深圳合唱节启动仪式暨罗湖区专场、总工会专场、市直机关专场、福田区专场等10个专场决赛。9月15日、16日将举行3场总决赛,9月20日将在深圳音乐厅举行颁奖晚会。

为迎接各专场合唱决赛,各参赛队伍投入了很多精力排练。代

表深圳市合唱水平的深圳音协合唱团、深圳中学合唱团、高级中学合唱团快马加鞭、毫不懈怠。深圳国际文化产业博览交易会有限公司也首次组建了自己的合唱队伍报名参与,并创作演唱会歌《为文博会歌唱》;坪山新区成立不久,基础薄弱,但他们经过资源整合,共组织了14支队伍参赛。深圳市巾帼居家养老服务社合唱团是一支由保姆、钟点工、月嫂、按摩师、修脚师傅等50名家政服务人员组成的队伍,他们以高度的荣誉感热情参与,坚持定期排练。富士康科技集团正处在集团内部搬迁和变动的特殊时期,但集团克服了合唱团员变动的困难,组建了新的合唱队伍,以合唱活动为契机,提高员工素质,稳定队伍情绪,增加企业凝聚力。

专业性 推动深圳合唱事业发展

首届深圳合唱节是深圳市委、市政府统一部署的全市纪念深圳特区建立30周年重点文化活动策划项目,是深圳市音乐工程建设

的重要组成部分。它以专业的追求和专业运作为特色,把合唱节与音乐工程和提高市民音乐素质结合起来,明确了“群众参与、专家指导、专业水准”的办节定位,力求在扩大群众参与面、突出群众性的同时,更加注重合唱艺术的专业性。

在组织发动过程中,合唱节组委会专门邀请了国内著名合唱指挥家举办了两次人次的合唱指挥培训班,培训合唱指挥人才,帮助各参赛队伍提高演唱水平。

在首届深圳合唱节启动仪式上,组委会还将现场公布“纪念深圳经济特区建立30周年”——深圳30年30首合唱歌曲作品评选活动,以合唱活动为契机,提高员工素质,稳定队伍情绪,增加企业凝聚力。

在深圳,有一股强大的合唱“气场”。从1984年深圳音协合唱团成立至今,深圳这座年轻城市的合唱事业已经走过了辉煌的20多年。深圳的合唱队伍遍布基层,合唱团体屡屡在国内外合

唱盛会上夺冠。2006年12月,第八届中国合唱节在深圳举行,来自深圳的合唱团就赢得4金、4银和1铜的骄人成绩。深圳市音乐家协会主席熊家源充满信心地说,深圳完全有实力办成“合唱之城”,并邀请世界著名合唱团来举办国际性的合唱赛事。首届合唱节还特邀了香港城市青年合唱团等著名合唱团队来展演,这是深圳合唱节对外交流、提升品牌的一个尝试。深圳市文体旅游局文化处副处长张晋文说,深圳合唱节首届合唱节是因为深圳的合唱水平本身就具有一定的高度,而且合唱在群众中的普及度很高。

首届深圳合唱节突出本土音乐元素,鼓励创作、演唱原创和新创作的合唱作品。为此,合唱节还专门制定了给演唱新作品的参赛队伍加分的规定,希望通过合唱节,带出一批优秀合唱歌曲,培养本土优秀合唱队伍和合唱指挥家、词曲作家,从而整体上推动深圳合唱艺术发展,打造“深圳合唱节”这一文化品牌。

弘扬经典 提升艺术修养

最近,东莞提出要建设文化名城。作为全国著名的粤剧之乡,粤剧艺术必将在东莞文化名城建设中扮演重要的角色。新形势下,如何促进东莞粤剧艺术的传承和发展,是一个值得思考和探索的课题。

抓好普及 奠定发展基础

一方面抓“私伙局”。“私伙局”是由民间牵头成立的业余粤剧(粤曲)演出团队,常年活跃在东莞乡村和社区,演出粤剧小戏和粤剧(曲艺)。目前,东莞共有规模不等的“私伙局”300多家,是活跃城乡人民群众文化生活的重要力量。

东莞粤剧发展中心2006年成立以来,一直致力于为各镇(街)粤剧艺术提供业务辅导。近3年来,受该中心辅导的“私伙局”达到250家左右,对提升东莞粤剧演艺水平起到了积极作用。通过培训、学习和实践,东莞“私伙局”取得了可喜的成绩。

另一方面抓培训。粤剧艺术要发展,人才是关键。纵观过往四届“四洲杯”的比赛,尽管青少年参赛者逐年增多,表演水平也让人赞赏,但整体来说,年轻人尤其青少年参赛者所占比例仍偏低。因此大量培养粤剧艺术演唱人才、表演人才,尤其是培育青少年一代,是粤剧艺术发展的当务之急。

打造品牌 扩大艺术影响

一方面打造“粤韵金声”活动品牌。“粤韵金声”粤剧曲艺周末欣赏晚会作为东莞市一项品牌性文化艺术活动,自2006年开办以来,得到了广大市民和省内外专业人士的一致好评。

一方面打造“粤剧黄金周”品牌。一年一度的东莞“粤剧黄金周”是东莞市振兴粤剧的一大举措,被称为“粤剧艺术的节日、老百姓艺术欣赏的盛会”,已成为东莞市文化艺术品牌活动,推动了粤剧艺术的发展,提高了东莞粤剧在省内外乃至港澳地区的知名度。

与此同时,笔者认为很有必要策划更具影响力的粤剧艺术活动——东莞国际粤剧节,并把它打造成为文化名城中最闪亮的城市艺术品牌之一。

东莞发展粤剧艺术之我见

卢锦霞

组织参赛 提高艺术水准

一方面,借“四洲杯”平台促提升。一年一度的广东省“四洲杯”粤曲演唱大赛,是广东粤曲艺术的金牌品牌。通过比赛,粤、港、澳三地粤曲业余爱好者有机会同台切磋技艺,从中得以学习、交流和提高。自2004年首届“四洲杯”比赛以来,东莞市的粤曲爱好者与日俱增。曾经参加“四洲杯”的选手姚锐良、甘玲、詹佩芬等,经过近几年的不断磨练和提高,

成为东莞市粤剧界的名人,激发了粤剧爱好者提高自身粤剧艺术水平的迫切渴望。

另一方面,借省市各类比赛促提升。俗话说:有压力就有进步。要想检验自己的实力,参加比赛是良好途径。近几年,东莞通过组织参加“粤晖国际私伙局粤曲大比拼”“梦想舞台之粤韵竞芳华”“莞韵悠扬”“四洲杯”比赛等赛事,锻炼了队伍,弥补了不足,有效促进了艺术交流和粤剧艺术水平的提升。

一切的艺术活动源于坚持与热爱。笔者相信,伴随着文化名城建设的启动,东莞粤剧艺术发展的春天即将到来,东莞粤剧艺术的发展将老树新花、薪火相传,焕发出新的生机和活力。