

红火的节日 惠民的品牌

——首届上海市民文化节冬季活动剪影

洪伟成 黄思宇

1月18日上午,首届上海市民文化节的压轴赛事——市民摄影大赛,在地处上海闸北区的海上文化中心大宁剧院举行颁奖典礼暨入围、获奖作品展览。虽是数九寒冬,但现场人头攒动,气氛热烈,目光所及大多是忙于镜头对焦的普通摄影爱好者,就连颁奖典礼上担任开场舞的演员,也都是人手一台相机,将专注摄影的定格姿态融入节奏明快的舞蹈中。场上场下,镜头交相辉映,诠释了一场摄影艺术的盛事。

以“美丽上海,欢乐节日”为主题的市民摄影大赛,从启动到决赛历时8个月,共吸引2.48万名摄影爱好者报名参赛,经过紧张的初赛和复赛,共有417位市民的4370幅(组)摄影佳作入选终评环节,最终产生了100名优秀市民摄影家。典礼后的展览现场,摄影爱好者们游走于一幅幅作品之间,情不自禁地与素不相识的参观者分析起眼前作品的得失,快意切切,相识恨晚。又有三五成群的好友共同锁定“墙上有名”的作品,忙着为自己和自作品合影留念。

历时一年的首届上海市民文化节共有十大赛事,围绕春夏秋冬四季次第展开,冬季的两项市级赛事——以“见证历史,传承文明”为主题的市民收藏大展和以“美丽上海,欢乐节日”为主题的市民摄影大赛,岁末年初相继进入决赛和展示阶段。至此,给城市带来无穷活力、社会多元主体参与的首届上海市民文化节成功落下帷幕。

自去年3月开幕以来,这场“百个社区大展示,万支团队大竞技,社会各方齐参与,千万市民同享受”的上海全市范围的文化狂欢,眼下虽已随季节一同入冬,然而却难掩全民参与的热度。《首届上海市民文化节冬季活动全表》2013年12月编印面世,该表汇集了市级、区级、各社区文化活动中及社会主体举办的5000多项文化活动,时间从2013年12月1日延续至2014年1月31日,内容精彩、形式多样,彰显了鲜明的节日特色,极大地丰富了全市

各行业群众的文化生活。

围绕着两大“冬季赛事”,各区县、社区文化活动和中心及社会主体根据各自特点及元旦、春节等节庆,纷纷开展各项主题活动:一方面,积极挖掘地域特色资源,开展具有区域特征的活动;另一方面,大力弘扬中国传统文化,以新春为契机,吸引广大群众广泛参与。其三便是针对寒假的到来,将一部分受众重心转移到青少年学生身上。各级公共文化设施利用阵地优势,积极整合社会资源,有重点地向少年儿童和大中学生等群体开放公共空间。令人欣喜的是,当贯穿全年的市民文化节延续到冬季,各区县已获得各具亮点的阶段性成果,树立起社区特色、打造出品牌活动、扩大了地域文化的影响力……

上海静安区的“银幕”文化算是今冬一抹亮色,“社区经典影院”“无障碍电影专场”“贺岁电影展映”“老电影放映室”“‘百花芬芳’获奖电影有奖竞猜”等系列项目都井然有序地展开。这得益于贯穿全年的一个项目——社区影院,将市场票价近百元的文化“奢侈品”,转变成社区内的文化“日用品”,让居民出门10分钟便可免费观赏到优质高清影片。立足于此,依托2013年市民文化节契机,静安区增设了21个社区影院放映点,并拨专款配置拥有3D功能的高配置高清电视和投影放映设备。自去年底,遍布全区5个街道的35个影院放映点,基本解决了居民就近免费体验先进高新技术影视文化欣赏的需求,进一步丰富了社区居民的文化娱乐生活。

除了努力将活动项目打造成品牌,也不乏将社区打造成文化品牌的范例。上海徐汇区文化馆馆长戴菲非介绍:“市民文化节的开展,展示了全区各个社区不同的文化特色,如‘名家’云集,‘雷锋’云集的天平社区,‘白领文化’风靡的徐家汇社区以及拥有‘专业乐团’丰富资源的湖南社区。”就天平社区而言,2013年的关键词离不开“好人”,社区出版的《天平雷锋》被上海图书馆破例收藏,



上海市民摄影大赛获奖作品展厅里,热爱摄影的市民正在欣赏和交流。 司羽摄

自编自演“美丽天平”原创音乐舞台剧,运用微博等新媒体平台建立好人好事发现和表彰机制,入选上海市首批11家文化志愿者服务基地……冬季活动又继续将“天平好人”故事会巡演”作为重点项目,联合各社区、共建单位,面向21个居民区共举行11场巡演。每一场演出包含6个常演故事和2个流动的,由巡演所到社区推举的草根故事,每场持续约2个小时,引起了不俗的反响,在天寒地冻中传递着温暖人心的正能量。

借市民文化节之力,上海各区县更注重对地域特色传统文化的挖掘和传承。崇明灶花是一项市级非遗,向化镇灶文化博物馆开张之初并不热闹,赶上去年如火如荼的首届市民文化节,终于迎来了上海市区的参观者。崇明县文化馆副馆长黄晓说:“如今农村的灶头已被燃气灶所取代。灶花虽然失去了载体,但我们又发掘出漂亮时尚的瓷砖取而代之。灶文化博物馆去年喜人的客流量,让我们感受到市民文化节的强大号召力。如今,县里已设立了灶花研究小组,提倡在城镇化建设中有意识地保留个别村落传统灶头。”

同为市级非遗的金山卫田山歌在冬季也呈现新貌。据金山卫镇社区活动中心主任杨明霞介绍,去年12月的“田山歌公演”和“田山歌广场舞比赛”算是传承这一当地重要文化资源的展示。经历了2012年发掘史料、走访艺人、整理曲目,最终上演的田山歌舞台剧《田山歌韵·金山卫》惊艳全场。鉴于广场舞深受群众喜爱,镇政府历经3个月完成了将田山歌编入舞曲的制作,并安排进入到下属18个村和居委会,组织起热火朝天的全民热潮。

放眼浦江两岸,徐家汇商圈迎新倒计时、迎新年浦东世博区域群众文化优秀节目展演、闸北区乐林·悦圣诞音乐跨年、虹口区迎新年古筷及体育吉祥物展览、普陀区迎新猜谜汇等极具节庆特色的活动,一一伴随着市民迈入2014年。马年春节将至,静安区的学生迎新文艺汇演、黄浦区的“乐动心灵”中国民乐迎新音乐会、老西门春联大会暨国家楹联基地授牌、长宁区民俗中心的春节大联欢、闸北区开展的迎新书画展等,将在上海市民文化节的全方位大联欢。首届上海市民文化节的冬季活动,为申城的新春增添了与以往不一样的热度与亮色。



上海市民摄影大赛获奖作品展厅里,市民日常爱好登入了艺术殿堂,市民纷纷与作品合影留念。 司羽摄



上海市民摄影大赛获奖作品展厅里,市民日常爱好登入了艺术殿堂,市民纷纷与作品合影留念。 司羽摄

(上接第六版)
市民文化是与时俱进的文化,不可能一劳永逸。欧洲文艺复兴花了近4个世纪,一些世界城市也用了几十年甚至上百年建设市民文化,我们也要树立长期建设的思想。关键要有一套完善的文化政策法规体系,为此,上海市出台了全市第一部面向社区的《上海市社区公共文化服务规定》,制定了《关于加强本市社区文化活动中建设和管理的指导意见》,开展了上海市文物保护、非遗保护和街头艺人管理三部立法工作,市民文化生入了有法可依的轨道。市民文化的生存与生态环境有了根本性改变。中国香港在文化立法方面一直走在世界前列,香港政府网页所提供的香港法例涉及文康娱乐类的有22项,广播、电影、电视、公共娱乐场所、文物保护等都有具体管理条例。韩国首尔则有30个相关法规条例涉及文化。一些成熟的大都市,如纽约、伦敦、东京等都依托固定的法规条例开展市民文化管理,政府很少临时作出决定。这些都值得借鉴。

市民特殊群体文化利益要用特殊机制去维护。市民文化发展,最根本的目的是要让市民成为一个有道德的人、一个高尚的人、一个纯粹的人、一个脱离低级趣味的人、一个有益于人民的人。伦敦市政府非常重视对特殊群体的照顾,如收集儿童和青少年文化设施有关情况,创建伦敦残疾人网络,组织开展残疾人可以参加的文化活动,努力让残疾人、青少年拥有更多绿色空间等。市民文化涉及所有市民的切身利益,我们的责任在于既要确保市民

文化让城市增色 市民因文化润泽

对文化的知情权、参与权、评估权与享用权,又要力求市民文化符合民意、市民愿、市民情,适应市民口味。如同世界许多城市一样,人文关怀在上海特别受重视,用文化关怀塑造市民、感动市民,提升市民成为重要原则。上海市不仅注重市民文化的普惠性、均等性,而且注重对特殊群体的特殊文化关怀,不搞文化例外。对不同年龄结构、学历层次、区域、收入群体及外来务工、本市无业、特殊群体人员的文化需求,上海开展专题调研,有针对性地加强了政策及路径创新。

20多年来,中国出现了世界最大规模的城市化运动。目前,我国城镇人口占总人口的比重已超过50%,首次超过了农村人口。在这个节点上,我们更应思考城市发展策略与文化战略如何结合与协调。对新融入城市的人群特别是农民工包括他们的子女,我们建立了文化绿色通道以维护他们的文化权益,创办“农民工欢乐节”,组织10项文化展示、交流、体验、下工地和进企业演出及培训,开展“万名农民工绿色网上行”,有10多万农民工参加了网上培训与网上读书活动。

上海是一个老年群体居多的城市,让老年人老有所乐,是上海城市义不容辞的文化责任。上海以社区居民、老年人及外来人员为服务对象,建成305家

公共电子阅览室,服务人次超过1400万。上海积极开展符合中老年人身心特点的文化联谊与娱乐活动,很多电视节目、舞台艺术作品、社区活动等都是为他们量身定制的。在暑期,还开展面向全市青少年学生的6600余项文化活动,在节庆、假日开展适合人人参与的文化活动,让市民在参与文化活动中涵养品行、陶冶情操、愉悦身心、各圆其梦。

市民文化发展方式要用文化思维去创新。创新不单是世界城市市民文化发展的工具,也不仅是衡量一个国家文化科技发达的标准,更是这个国家与城市内在文化精神的体现。市民文化的特性是创新,市民文化滞后会拖城市的后腿。上海市民文化富有活力,显示出旺盛的生命力。创新驱动,是世界城市市民文化发展共同的经验,是上海市民文化发展的生动诠释。

艺术巡演、校园艺术节、新上海人风采大赛、市民艺术大展示活动。三是开展创新评比,推出一批适合青少年群体的青少年科学创意实验室、打开艺术之门暑期系列活动、青少年沪语比赛等文化创新项目,举办申城青年才艺大赛、两岸三地青年视觉艺术创意赛等活动。四是将文广影视行政事务服务与情采集、政策咨询、数据统计、资料提供、开业指导等功能向社区下移,构建了全覆盖的三级服务网络,方便了行政相对人和广大市民。五是推进全市文化创先争优活动,先后有10个区被命名为全国文化先进区,17个街镇被命名为全国文化先进社区,12个地区被命名为中国民间艺术之乡。六是利用自贸区机遇,实行文化消费政策创新,发展信息消费,丰富信息消费内容。对公益性文化消费,政府坚持托底保障,在全市14家剧场开展公益性专场演出,形成上海大剧院“艺术课堂”、东方艺术中心“东方市民音乐会”、文化广场“剧艺堂”公益演出品牌。在4家标志性剧场开展低票价试点,让百万市民享受到低票价实惠。对文化消费,坚持发挥市场配置资源的基础性作用,推动面向市民的各类演出活动,2012年全市110家剧场全年演出1.3万场,吸引市民700万人次。

市民文化要真正让市民喜欢,必须立足明天、关注今天、不断创新。当前

春节的脚步越来越近了。作为全球华人最重要的传统节日,近年来,春节的国际化趋势越来越明显。新年伊始,随着上海交响乐团92人的乐队开启了大规模欧洲巡演的帷幕,上海杂技团原创的《十二生肖》在巴黎首轮驻场演出圆满落幕,由上海市文广局和德国柏林中国文化中心举办、上海市历史博物馆承办的《衣裳华美——百年海派旗袍的前世今生》又惊艳柏林……

2014年新年伊始,上海市文广局加快了文化“走出去”的步伐,预计将陆续派出13批近400人次,分赴美国、加拿大、德国、法国、瑞士、荷兰、古巴、智利、新西兰等国家以及我国台湾地区开展包括文化演出、展览、贸易等各种形式的“欢乐春节”活动。

从2001年开始,文化部就把春节作为弘扬中华文化的重要载体,在海外开展春节文化活动。“欢乐春节”是2009年底由文化部牵头在海外推出的国家大型综合性文化交流品牌活动。2010年至2013年的3届“欢乐春节”活动,上海累计派出了文化团组共计28批近800人次,足迹遍布五大洲15个国家(地区(不含2014年的项目)),向世界集中展示和传播了中华文化的悠久历史和海派文化的独特魅力,深受到各国政要和当地民众的喜爱,同时也得到了我驻外使领馆的高度肯定。2011年,上海市文广局荣获文化部颁发的海外“欢乐春节”活动优秀组织奖。

2014年的“欢乐春节”活动刚拉开帷幕,上海就在总结以往经验的基础上,结合今年的工作要求凸显以下特点:

一是在“走出去”机制上,依托“都市合作、市区联动”,全面统筹调度上海的文化资源,推动海派文化“走出去”。近年来,上海市文广局充分挖掘各区县丰富优质的文化资源,如今年委托松江区委上海文化艺术团一行20人赴美国洛杉矶参加第33届华人工商大展和“欢乐春节”巡演活动,集中展示了流传在松江地区的剪纸(撕纸)、春联、中国画扇面等非物质文化遗产;通过松江地区“百姓明星”评选活动脱颖而出的百姓明星和入围选手成功地进行了现场表演。不同寻常的创新举措,调动了区县参与文化“走出去”的积极性,也为今后更好地引导和利用区县文化资源和经费,为上海对外文化交流事业提供强劲动力做了有益的尝试。

二是在“走出去”渠道上,坚持文化交流与文化贸易并重,以文化交流

促经营性文化贸易,积极探索对外文化工作可持续发展。不久前,上海市文广局派团参加了第33届美国华人工商大展、第19届洛杉矶艺术展以及2014年美国国际演出品年人年会,其中华人工展参展面积达3300平方米,30多家公司参展。洛杉矶艺术展成交近百件作品,销售额过10万美元,在国际演出品年人年会上达成9项合作意向,涉及机构17家。由上海市文广局指导、上海广播电视台外语频道和加拿大新时代传媒集团合作举办的2014上海电视周1月14日至29日也在温哥华、多伦多两地同时举办。

三是在“走出去”的主体上,坚持在政府主导基础上,整合政府和民间两种资源,官民并举,形成合力,借“欢乐春节”的大船出海,扩大自身在海外市场的影响力。近期,上海组织民营演艺机构参加了在纽约举办的美国APAP演出产品交易会。在这次国际演出交易会上,首次参会的上海民营演艺机构主动出击,积极寻找合作伙伴,共有17家机构在参会期间达成了10项合作意向。如法国BL音乐制作公司与上海绛州鼓乐团达成了明年上海绛州鼓乐团到法国、西班牙巡演的合作意向;美国美中文化交流协会与美国德克萨斯州来勒剧团与上海市演出行业协会达成2014年至2015年期间上海“海上雅乐”赴美巡演的合作意向;美中友好协会与上海梦陶剧社达成京剧儿童剧《少年中国梦》巡演美国八大名校的合作意向。

四是在“走出去”内容上,讲究传统与现代相结合,既有中国传统的戏曲杂技,又有源自西方的交响乐,最终以艺术品质和内涵为标准,真正把代表中国和派文化的精华、体现当代中国形象、反映中国核心价值理念的优秀传统文化全面展现在世界面前。十二生肖是中华民俗文化的重要内容之一,同时又和欧洲通行的十二星座有着异曲同工之妙,针对国际高端演出市场精心创排的《十二生肖》就以上海杂技团在国内外获奖的精品节目为载体,通过杂技特有的动感艺术语汇演绎了十二生肖所颂扬的诚信、包容、友善等“真善美”道德观念,成功地向欧洲观众传递了中华文化的思想内涵。

由于欧洲观众反映良好,《十二生肖》剧组《女子车技》节目还于1月27日在巴黎大皇宫中庭的玻璃屋顶下,参加了中法建交50周年官方庆祝活动——“巴黎大皇宫中国之夜”演出。

上海借力「欢乐春节」品牌向世界传播中华文化

洪伟成

绝不良文化、消极腐朽文化的影响与侵蚀,崇尚健康的生活方式与习惯,争做有文化的好市民。

文化润物无声,重在渗透,在渗透中涵养,在涵养中润泽,是市民文化的最基本路径。应通过细微的而不是粗俗的、平等的而不是说教的、静静流淌的而不是大轰大嗡的、生态自然的而不是刻意造作的、结合穿插的而不是两张皮的、动态的而不是静止的、系统的而不是碎片化的方式,让市民文化在城市与市民之间、市民与市民之间、心灵与心灵之间、物质与精神之间广泛地贯通与渗透,滋润每个人的心田。

市民文化的主体是市民,市民文化的真正体验性如何,市民最有发言权。应着力为市民文化体验创设良好条件,让文化流动在大街小巷,弥漫在市场上的广场上,体现在孩子的教室里,渗透到市民的家园中,融合在城市的公共空间里,嵌入市民的日常生活中。

总而言之,发展市民文化是上海城市建设中的一项重大命题,应切实列入各级党政领导的重要议事日程。城市承载文化,文化润泽市民。上海市委书记韩正指出,要把文化看做上海这座城市的人民福祉、活力魅力所在、竞争力的本质体现。上海城市未来的希望在市民文化,而市民文化的作用不是自然发挥的,它需要辩证的思想、理性的能动和脚踏实地的建设。上海城市是市民文化的“发电站”,应承担市民文化让市民生活更美好的主旨,更好地统筹安排,联手合作,致力打造既具特色又普遍惠及的市民文化发展新格局。