

2014中国(深圳)童话节: 绘一个炫彩童梦

本报驻广东记者 彭海霞

因为爱而开启童话节之旅

“我有一个美丽的愿望,长大以后能播种太阳……”这是童谣《种太阳》描绘的纯真童梦。每个人都有童年,有童话、爱与梦想守护的童年,幸福和快乐总是如影随形。童话节即是给童年绘一个童梦飞扬的童话梦。今年11月,由文化部全国公共文化发展中心、广东省文化厅、深圳市委宣传部等单位联合主办的“2014中国(深圳)童话节”将在深圳揭幕。今年的童话节将以“我们的中国梦”为主题,以深圳为主场,同时在东北、华北、西北、华东、华南、西南、华中等地区设立分会场,举办高规格童话艺术活动和赛事,丰富少年儿童的文化生活,展现少年儿童综合素质教育的成果。

根据弗洛伊德的理论,一个人童年的经历会在潜意识里影响到成年后的自己。童话以最符合少年儿童心理需求、思维特征的独特艺术风格,应用夸张、象征、拟人等手法,化复杂为单纯、化深奥为浅显,以易于儿童接受的形式对现实生活进行折射式的反映。童话故事、剧目不仅把善良、美好、纯真植于孩子的心田,也把人类社会和这个世界的邪恶展现在儿童面前,并教会他们如何对付。这让孩子们在人生成长过程中面对困境能从容应对。

童话温暖人生。作为传播文化的工作者,深圳市童话艺术团团长张明珠和她的团队,在长期的工作实践中,借鉴国内外知名的品牌文化品牌,不断探索创新。张明珠在给自己的孩子讲童话故事时得到灵感,希望为孩子们童年点一盏童梦之灯,这是她创办童话节的初衷。“1994年,我生下了一对双胞胎,在他们成长的过程中,如何教育好他们成为了我最关心的问题。”张明珠说,“后来,我发现,童话是和小朋友沟通的最有效途径之一。每次讲童话故事,孩子们大眼睛都直溜溜地望着我,童话让他们安静、快乐。”

童话教育是爱的教育、美的教育。童

话节主题活动的设计理念首先是播种真、善、美。10年来,童话节一直致力于通过多样的活动,引导孩子们读童话、创作童话,传播真善美。

激发小朋友的想象力,这是童话节的另一个核心理念。据报道,在全球21个受调查国家中,中国孩子的计算能力排名第一,想象力排名倒数第一,创造力排名倒数第五。育儿专家指出,想象力就像肌肉,不运动就会萎缩。孩子看电视只是在汲取他人的想象和构思,这种行为是被动的。而阅读书籍、舞台表演、人际互动,这些要比看电视更能锻炼孩子的思维能力和创造性。

童话的基本特征就是幻想,而且是最丰富、最神奇的幻想,所以童话是激发儿童想象和幻想能力的最好的文学样式。组委会负责人说:“幻想本是儿童的一种天赋和本能,幻想的成长更需要正确的引导和培养。少年儿童是祖国的未来和希望,我们有责任和义务为他们提供一个能够培养兴趣、引导成长、发挥潜能、展示自我的舞台。当前少儿素质教育的重要任务也是要激发、引导孩子们的想象力,培养孩子的自主创新意识,孩子们最大的乐趣在于幻想,每个孩子的内心都是一个神奇的世界。”

童话梦汇成中国梦

中国(深圳)童话节的前身是创办于2004年的深圳童话节。经过10年的发展,2013年,深圳童话节全新升级为中国(深圳)童话节。到今天,童梦之灯越点越多,童话的种子在数百万小朋友心里生根发芽并开出了真、善、美的绚丽花朵。

据悉,今年童话节将以“我们的中国梦”为主题,开展包括个人朗诵及主持人选拔大赛、歌唱大赛、舞蹈大赛、故事创作大赛、书画大赛以及中英文短剧大赛、童话大巡游、童话之旅等在内的各种活动。童话节组委会希望童话节能成为孩子们集体走入经典童话的起点,从此开启不一样的人生。童话就是“造梦”,举办童话节的宗旨就是在孩子们的心里埋下梦想的种子。一个梦、两个梦、三个梦……无数的梦想汇聚在一起,就是我们的中国梦。等到孩子们长大成人,我们的中国梦将梦想成真。



举办童话节的宗旨就是在孩子们的心里埋下梦想的种子。

新视野:从深圳到世界

2013中国(深圳)童话节以“绚丽童心 梦想飞扬”为主题,以“读童话、看童话、编童话、演童话”为主线,举办了一系列丰富多彩的主题文化活动,并联合出版社举办优秀童话书籍评选、设立金奖、举办相关论坛邀请国内外优秀童话作家与会等,促使更多人关注少儿书籍的创意问题。在电子游戏、口袋书等构成孩子阅读生态环境的当下,童话节让更多的经典童话与更多的孩子相遇。文化部全国公共文化发展中心主任李宏表示,通过童话节系列活动评选出来的优秀儿童短剧、童话故事、儿童书画作品、儿童剧剧本等,非常适用于文化共享工程推广。

因具备极强的参与性、观赏性、公益性等特点,中国(深圳)童话节成为深圳有史以来规模最大、参与面最广的少年儿童活动之一。数据统计显示,童话节参加人数每一年都在以20%以上的速度递增。至2013年参与的区域已经覆盖了近千家学校和单位,幼儿园、小学、中学、各艺术培训机构均踊跃参与。据统计,2013年童话

节的报名总人数超过10万人,收到书画参赛作品3.3万幅、童话故事参赛作品4.7万余份,创造了全国单个项目参与人数之最。

因2013年童话节参赛人数爆棚,为确保比赛有序进行,童话节活动组委会特别新增了比赛场地,深圳市少儿图书馆、市少年宫剧场、音乐厅、市民中心礼堂……这些地标性的文化建筑处处闪烁着童话的光辉,处处弥漫着孩子们的欢声笑语。

今年童话节将以深圳为中心,邀请国内外学校、机构的少年儿童共同参与。据悉,童话节组委会已于3月25日在北京向全国各省市的少年儿童发出邀请,共筑童话之梦。届时,来自全国各地的少年儿童将齐聚深圳,开启童话之旅,通过比赛、演出、活动进行文化交流与沟通,共享童话之旅的快乐。

据介绍,今年的童话节还将增设儿童剧童话剧剧本创作征集大赛、儿童剧编导培训班,将更多的优秀剧本搬上舞台。此外,今年童话节还将聚

焦互联网时代的儿童阅读,联合出版社举行优秀童话书籍评选并邀请国内外优秀童话作家参与童话论坛,同时设立“金奖”等,届时还将举行盛大的童话大巡游活动。

童话节不仅丰富了少年儿童的文化生活,激发他们的想象力与创作潜能,使全国少年儿童在奇妙的童话世界中获得文学教育及艺术的乐趣,更将促进国内外少儿文化艺术的融合与交流。据了解,童话节组委会计划于2015年在韩国、新加坡、德国、美国、加拿大、澳大利亚等国家设立分会场,以亚洲文化为枢纽,以东方艺术为桥梁,积极推动中国少年儿童文化艺术健康发展,向全世界展现中国的儿童文化艺术。

为配合2014童话节各项宣传,“童话小天使”选拔大赛从即日起开始接受报名,详情查询童话节官方网站(www.thzg.org)。该官方网站不仅及时公布童话节的各种信息,还开通了微信公众平台,方便来自全国各地乃至世界各地的小朋友参与童话节。



童话节主题活动的设计理念首先是播种真、善、美。

2001年9月,深圳市罗湖区被文化部授予“全国文化先进区”称号,并于2005年和2009年通过“全国文化先进区”两次现场复查。日前,罗湖区又将迎来文化部全国文化先进区的抽查。近年来,罗湖区坚持“创新开路、质量至上”的工作理念,把增强文化软实力摆到更加突出的位置,推动文化建设与经济社会发展同步提升,努力打造深圳质量先行区,全面建设更繁荣、更文明、更幸福的新罗湖。

国际视野奠定罗湖文化品格

陈一锋

深入实施文化强区发展战略

近年来,罗湖区把文化建设纳入《深圳市罗湖区国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》,制定了《深圳市罗湖区文化发展“十二五”规划》、《深圳市罗湖区全面推进改革创新总体方案(2013-2015年)》、《罗湖区文化事业创新发展计划》,部署具体举措,明确文化体制改革的时间表和路线图,并把文化改革发展成效纳入考核评价体系,作为衡量领导班子和领导干部工作业绩的重要依据,以此确保各项目标任务落到实处。

在建立公共文化投入保障机制基础上,罗湖区财政补贴文化场馆免费开放,让广大群众共享经济发展成果。罗湖区通过拓宽公共文化服务途径,采取购买服务、资金补贴等方式扶持辖区700个文艺社团。据统计,2010年至2013年全区扶持、采购总经费超过1000万元,并取得良好的综合效应。同时,为更好地做好罗湖区文艺社团扶持工作,罗湖区于2012年制定了《罗湖区群众文艺社会团队扶持与考核暂行办法》,并于2013年修改为《罗湖区文化社团、发挥社团的积极作用、全面提升社区文化水平、罗湖区不断加大激励扶持力度,以规范化、制度化、透明化的机制,对各类社团,从管理和指导、活动场地保障以及经费扶持方面给予“三倾斜”的大力支持,充分激发社团的活力与创造力。

罗湖区大力打造特色文化品牌,目前已经形成独具特色的十大文化品牌系列,包括深圳水彩画双年展、09剧场“军哥剧说”系列、粤剧周等。公益文化品牌09剧场的演出团队依托罗湖区文化馆,在不增加任何编制和经费的前提下,通过政府购买和社团扶持等

方式,不仅给群众提供了优质服务项目,而且为优秀社会组织提供了良好的发展空间,实现了“不养人,办好事”的目标。今年3月28日,被中国戏剧家协会称为“接地气、正能量”楷模的小品“军哥剧说”系列在罗湖区文化馆09剧场迎来第100场演出。“军哥剧说”系列俨然已经成为罗湖区乃至深圳市最响亮的公益文化品牌之一。值得一提的是,体制外从业者成为09剧场戏剧队伍的重要组成部分,是他们撑起09剧场的创作和演出,而这也是罗湖区文化体制改革创新之处。正是因为这种创新,今年年初中国剧协党组书记、驻会副主席李军率中国剧协调研组前往深圳考察了深圳罗湖区的戏剧活动,并对罗湖这种创新表示肯定。

品牌特色显著,文艺社团蓬勃发展

近几年来,罗湖文体社团得到了长足发展,社团队伍不断发展壮大,从2007年的358个发展到如今的近700个,数量几乎翻了一番,另有文化协会9个、体育协会11个。每年有近20家社团在深圳市公益文化场馆项目招标中中标,承办文化活动场次达80多场,受益人数达20余万人。这些社团是罗湖区开展群众文化活动的生力军。

罗湖区大力打造特色文化品牌,目前已经形成独具特色的十大文化品牌系列,包括深圳水彩画双年展、09剧场“军哥剧说”系列、粤剧周等。公益文化品牌09剧场的演出团队依托罗湖区文化馆,在不增加任何编制和经费的前提下,通过政府购买和社团扶持等

方式,不仅给群众提供了优质服务项目,而且为优秀社会组织提供了良好的发展空间,实现了“不养人,办好事”的目标。今年3月28日,被中国戏剧家协会称为“接地气、正能量”楷模的小品“军哥剧说”系列在罗湖区文化馆09剧场迎来第100场演出。“军哥剧说”系列俨然已经成为罗湖区乃至深圳市最响亮的公益文化品牌之一。值得一提的是,体制外从业者成为09剧场戏剧队伍的重要组成部分,是他们撑起09剧场的创作和演出,而这也是罗湖区文化体制改革创新之处。正是因为这种创新,今年年初中国剧协党组书记、驻会副主席李军率中国剧协调研组前往深圳考察了深圳罗湖区的戏剧活动,并对罗湖这种创新表示肯定。

作为与香港接壤的罗湖,这里成为文化走出去的重要通道。在艺术团走出去方面,罗湖区通过承办深圳粤剧周、深圳国际友城文化艺术周等活动,增进了对港澳台的文化交流。

2013年12月10日,深圳水彩画双年展在罗湖区开幕,来自55个国家与地区的2825件参赛作品以及展览国际化的评选阵容更是刷新了我国举办该类展览的多项纪录。如今,正当水彩画双年展全国巡回之际,一场国际性、艺术性、品牌性、群众性的世界摄影艺术盛会又将在罗湖区政府的支持下孕育而生。据记者了解,由深圳市对外文化交流协会、深圳市文体旅游局、市文联、罗湖区人民政府联合主办的“2014首届深圳国际摄影周”将于2014年10月至11月在罗湖举行。摄影周的最主要活动——首届深圳国际摄影艺术展览,更是得到了国际摄影联盟(FIAP)、美国摄影学会(PSA)和加拿大摄影艺术协会(CAPA)三大权威机构的认证。所有在本赛事中入选的成绩,均作为积分计入美国摄影学会(PSA)的“星标系统”进行星级申请和年终排行榜,也均计入国际摄影联盟的名衔申请。目前摄影艺术展览已经面向全球各个国家和地区征集摄影作品。



罗湖区文化品牌09剧场作为文化体制改革试点,演职人员利用业余时间打造的“剧说系列”品牌,深受居民喜爱。

家园网上接受居民的点单式考验,根据点单量的排名高低选择进社区的活动。“此外,罗湖区还通过完善监督、评审机制,将更多的文化产品纳入文化超市,同时探索将文化采购归入点单式服务进行监管,有效防止采购文化项目滥发滥充。

发展文化产业,规范文化市场

罗湖区坚持“一手抓繁荣,一手抓管理”的工作方针,积极培育和发展内容丰富、健康规范的文化市场,逐步形成歌舞娱乐、演艺、音像、出版物、互联网上网服务、印刷业、经营性体育等综合性文化市场体系,呈现了投资主体社会化、经营成分多样化、市场功能效益化的格局。文化市场行政执法大队自2002年成立后,从事文化市场综合行政执法业务,执法编制由最初的16个扩充至23个,通过聘请第三方机构对辖区210家文化娱乐场所开展安全生产评估,全面排查场所安全隐患,并培训场所从业人员,指导场所建章立制,有力地促进了罗湖区文化市场的规范有序、健康繁荣发展。

近年来,罗湖区坚持将文化创意产业作为重点产业之一,坚持以产业园区为载体,打造了5个在全市乃至全国具有一定影响力的文化创意产业集聚区。“十二五”以来,罗湖区坚持将文化创意产业作为四大支柱产业之一,着重在提质增效升级上下大力气、出实招:先后出台了《深圳市罗湖区文化发展“十二五”规划》、《罗湖产业转型升级专项资金扶持文化创意产业发展实施细则》。2013年,罗湖区文化创意产业实现增加值68.39亿元,占GDP比重不断增加。文博会罗湖分会场经过9届的成长,成交总量从第二届的36.3亿元增长到第十届的39.5亿元,成交总量始终位于全市前茅。黄金珠宝首饰集聚地集聚了1300多家珠宝企业、近2000家个体工商户,年交易总额1000多亿元。罗湖区每年组织部分黄金珠宝企业参加瑞士巴塞尔国际钟表珠宝展、香港国际珠宝展等珠宝专业展会。作为工艺美术航母的工艺美术集聚区涵盖七大工艺美术、家居饰品专业市场,经营面积超过40万平方米,进驻3000多家商户,展示了2000多名设计师的作品,一举成为设计师的潮流风向标。

2007年,全国首个由区级党委政府创建、立足社区、面向居民、以交互式论坛为主要互动平台的社区网站——“罗湖社区家园网”正式上线。相比于线下公共文化设施的逐步健全,线上“家园网”火热依旧,联动效应成果明显。每天超过10万人次的点击率,在“家园论坛”里,记者看到,网民的发帖之多、回复率之高,使“家园网”被誉为罗湖区的“网络民意直通车”。据了解,“家园论坛”覆盖了全区10个街道、83个社区和700多个小区。正是有了这样方便的渠道,颇具罗湖特色的“文化超市点单”才能进行得如火如荼。罗湖区文体局局长廖晓表示,“文化超市点单”是区级公益性文化活动进社区前,要在