

让齐鲁文化在世界舞台绽放风采

——访山东省委宣传部副部长、省文化厅厅长徐向红

本报驻山东记者 苏锐

文化品牌形成较大影响

最近几年,山东文化战线服务大局组织策划力度不断加大,围绕重大经贸洽谈、友好省州交流等重大外事活动,策划实施了系列文化交流项目。如在法国举办“孔子文化周”“孔府乐舞”演出,在澳大利亚举办“澳亚艺术节——聚焦山东”系列活动,在韩国丽水世博会举办演出等。徐向红介绍,2012年至今年上半年,全省共派出428个文化团组,3672人次,接待来访团组741起、10771人次。

同时,山东省文化厅作为对外文化工作的牵头部门,充分发挥组织协调作用,积极培育山东对外文化交流品牌,推动齐鲁文化在核心价值层面“走出去”。徐向红介绍,目前山东已培育了尼山世界文明论坛和世界儒学大会两大品牌,并在国外举办了“巴黎尼山论坛”“纽约尼山论坛”,产生了重大影响。“今年下半年,我们还将举办中韩儒学对话会,并赴泰国举办‘曼谷尼山论坛’。”

此外,山东在文化艺术交流和文化贸易方面的成绩也引人关注。徐向红介绍,近3年来,山东平均每年组织省直及各市艺术团赴国外、境外演出交流达670人次,举办演出810余场,美术书法展览120场次,非遗展示65场次。同

时大力发展对外文化贸易,每年从全省文化产业专项资金中列支部分资金,专门用于扶持重点文化贸易企业和重点项目。2013年、2014年分别使用省级文化产业专项资金1000万元,用于扶持山东地方特色系列文化产品及文化服务走出去、文化进出口贸易培训、山东文化贸易平台建设和国家及省文化出口重点项目建设等。文化产品和服务进出口额逐年提升。据统计,截至2014年,山东核心文化产品出口企业1305家,比2013年增加56家。

文化资源有待进一步整合

在徐向红看来,尽管山东对外文化工作取得显著成效,但是整体来说工作思路还不够开阔,途径渠道还不够宽广,对外文化交流质量和效益有待进一步提升,文化产品和服务贸易发展相对滞后。

“以文化交流的产品和服务内容为例。一些对外文化活动内容单一,文化遗产展览、书画美术展览、演艺剧目演出、文化企业产品等,各搞各的,相互割裂,互动性不强,没有形成规模效应,活动质量和效益不够强。”徐向红告诉记者,目前山东推动文化走出去亟须补齐的短板是加大文化资源整合力度,“有些活动不注重部门协作,从事对外文化交流的部门比较多,资源分散且职能重

合,缺少信息交换平台和资源整合的有效途径,没有形成工作合力,造成一定资源浪费。”

另一个值得关注的问题是经济文化融合力度有待进一步深化。徐向红说,从近年来山东文化交流情况来看,文化创意产业培育不够,外向型文化企业数量少,对外文化产品和服务贸易规模较小,核心竞争力不强。2014年,全省进出口总额为2771.2亿美元,其中核心文化产品进出口总额仅为2.87亿美元,核心文化产品进出口额只占进出口总额的1%。另一方面,文化与科技、旅游、农业、制造业等行业融合不够,互动不够,没有实现相互促进、相得益彰。

徐向红认为,通过发挥中华传统文化的影响力,可有效促进对外贸易;通过文化衍生品“走出去”,可有效推动文化价值理念“走出去”,文化经济融合的力度亟须进一步深化和加强。

开辟对外文化交流新空间

当今文化发展趋势为山东推动对外文化交流和贸易提供了难得契机。徐向红建议,未来山东可以实施“对外文化服务标准化建设工程”。以外国人的眼光来策划文化交流活动,着力抓好“孔子文化展标准化建设”,打通历史与现实、艺术与产业、展示与展销、

讲解与互动,把图片实物展览、非遗传承表演、艺术展演、产品展销等内容有机结合,增强参与性、互动性、趣味性,用“国际语言”讲好中国故事、山东故事、孔子故事,推出系列化、标准化的对外文化交流和贸易的“集装箱”。

同时加大对对外文化贸易。徐向红建议,应加大对外向型文化企业扶持力度,培育一批重点文化贸易企业。积极参加各类国际性文化产品交易会、海外项目展示会、洽谈会,打造对外文化贸易综合平台。鼓励在境外兴办文化实体,鼓励参与境外文化投资,拓展民间交流合作领域。加强与国外知名文化企业、文化机构的联系合作,“借船出海”,借助其销售网络、传输渠道和贸易平台,推动省内的文化产品和服务走出去。积极争取在青岛创建“国家对外文化贸易基地”。

在对外文化交流过程中,人才是不可或缺的因素。徐向红认为,应面向海内外加强儒学人才高地建设,定期组织文化企业高层管理和营销、策划人员到国外高等院校或者文化机构开展专题研修,策划举办国际性高峰论坛、文化论坛、名家讲座和学术研讨活动,把全球儒学人才“请进来”,同时在孔子研究院、孟子研究院等儒学研究机构设立名家工作室,吸引海内外知名儒家研究人才开展人才培养、学术交流等活动。

文化锐评

好家风是剂良药

黎昕

江西永新,一女生遭七八名初中生围殴、掌掴;浙江庆元,四名初中生将一小学生关在黑屋殴打,绳拴脖子、烟头烫身;陕西女孩被殴后“失联”……近段时间,校园暴力事件持续引发人们关注,施暴者不仅对受害者拳脚相向,还用手机拍摄打人视频,并上传网络炫耀“战果”,仿佛对方越痛苦就越有快感。

遏制校园暴力,需各方合力,但最该发力的是家庭教育。“修身、齐家、治国、平天下”,我们一直强调个人、家庭和国家的有机统一,从个人到国家、再到天下,“家”是最重要的纽带。在笔者看来,父母长辈融

化在爱之中的家风和家教,最能融入个人血脉之中,是青少年德育所系的最好分子载体,是中华民族延续不息的营养土壤,最有助于青少年树立健康、强大的价值观。

遏制校园暴力,好家风是一剂良药。但良好家风的养成绝非一时,更非易事。在山东泗水县椿树沟村等地,“乡村儒学讲堂”每周开课,浓厚的学习氛围逐渐取代过去村里的歪风陋习。山东各地遍开并形成固定讲课制度的“儒学讲堂”正在发力,这种让优秀传统文化扎根乡村的做法是一种良好的尝试。

用镜头记录齐鲁艺术家生活

本报讯 7月9日,首届“镜头下的齐鲁艺术家”山东摄影大赛在济南启动。活动由山东省艺术研究院、省摄影家协会主办,旨在多视角展现门类艺术家的工作及生活情况。

凡在山东工作或生活的音乐、舞蹈、戏曲等门类艺术家和群众文

艺工作者,均可作为拍摄题材。大赛组织方鼓励摄影家及摄影爱好者深入基层,坚持以人民为中心的创作导向,反映文艺工作者在各自岗位的无私奉献精神。

大赛截稿日期为11月15日,评委会将选出优秀作品给予奖励,并集结出版。(清凤)

“百态孔子像”设计大赛举办

本报讯 7月10日,“百态孔子像”设计大赛颁奖典礼在山东工艺美术学院举办,活动同步推出“萌版”卡通孔子形象。

此次大赛由中国孔子基金会主办,旨在弘扬儒学传统文化,让孔子形象更贴近百姓生活,大赛于2015年1月启动,共征集筛选优秀孔子形象作品80余件(套)。

在“百态孔子像”设计大赛优秀作品基础上,山东工艺美术学院新媒体艺术教研室的设计团队,经历6个月的研讨和调整,创作出“萌版”孔子卡通形象。中国孔子基金会副理事长李言栋表示,“萌版”孔子卡通形象让儒学大师更“接地气”,更容易被新时代大众接受,成为中华民族儒学文化创新的代表形象。(王松松)

临沂举办沂蒙抗战纪念地图片展

本报讯 7月7日,由临沂市文广新局主办,临沂市文物局、市博物馆承办的“不朽丰碑——纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年沂蒙抗战纪念地图片展”在当地开展。

展览以临沂最具代表性的100余处抗战纪念地为线索,图文并茂地对抗日军民团结一致、浴血奋战的光辉历程进行回顾,讲述沂蒙儿女在党的领导下对抗战胜利作出的巨大牺牲和突出贡献,展览将持续到10月1日。

展览以临沂最具代表性的100余处抗战纪念地为线索,图文并茂地对抗日军民团结一致、浴血奋战的光辉历程进行回顾,讲述沂蒙儿女在党的领导下对抗战胜利作出的巨大牺牲和突出贡献,展览将持续到10月1日。(清凤 赵建玲)

故事片《十三根金条》展现共产党人情怀

本报讯 (驻山东记者苏锐)近日,由山东省委宣传部、省新闻出版广电局、淄博市委宣传等主办的电影故事片《十三根金条》在济南公映。

这部红色题材的影片,由中国延安精神研究会策划,淄博市委宣传部分监制,淄博庄园文化发展有限公司投资出品。

影片根据1934年发生在江西赣南原中央苏区的一段真实历史改编,红军第五次反“围剿”失败后,身为共产党员、县苏维埃主席的谢福生接受

重托,携带全县百姓支援红军捐助的13根金条前往瑞金寻找红军。不料红军已经转移,党组织也转入地下失去联系。敌人得知金条的消息后,千方百计围堵追杀。在历尽千难万险,妻子儿女饥病交加的情况下,腰缠巨财富的谢福生始终坚守党的纪律,坚守诚信,最终把13根金条一根不少地交给党组织。影片展示了一名共产党员应有的自觉自律、坚守诚信、甘于为理想信仰牺牲和奉献的伟大人格和高尚情怀。



图片新闻

7月12日,由济南市儿童艺术剧院、山东世博演艺有限公司等联合承办的“中国儿童戏剧节分会场——济南第七届亲子剧节”,在历山剧院启动,将持续至8月23日。

43天里,中国儿童艺术剧院、济南市儿童艺术剧院、罗马尼亚达尼卡剧院、瑞典易剧场等在内的六大演出团体,将为济南观众呈现11部作品、22场的精彩演出。图为亲子剧节开幕现场。济南市儿童艺术剧院 供图

敢向市场谋发展

——山东部分手工艺类非遗项目生产性保护观察

本报驻山东记者 苏锐

“柳编之乡”的发展兴起是个缩影

柳编是我国传统民间手工艺之一,自新石器时代就已出现,主要是利用天然柳条柔韧性茎秆编织生活器物,实用性强,生产制作遍布全国,各地皆有传承。但若问全国最大的柳编市场在哪里,业内人肯定会“遥指沂蒙山”。

临沂市柳编之所以扬名,起初是靠当地盛产原料以及有成熟的生产模式。临沂市沂河、沭河沿岸生长的优质杞柳,是制作柳编的绝佳材料。当地自古以来流传下来的柳编技艺,使很多本地村民熟悉柳编制作,这为规模化生产提供了保障。

20世纪80年代中期,改革开放浪潮吸引大批外资进入,一些国外公司看中临沂市劳动力成本低廉的特点,将本国文化创意与柳编制作技艺相结合,临沂传统柳编告别自给自足的生产形态,就此步入产业化发展。这一新模式采用“经销公司+中间商+农户”的现代组织形式,伴随国际市场的开拓,当地柳编产业规模不断扩大,产业链条不断延伸,并带动相关行业的发展,出现了产业集群的形态特征,也成为当地重要的经济增长点和外贸出口支柱产业。

当“中国柳编之乡”的名头越叫越响时,柳编这门不起眼的民俗技艺为临沂带来了巨大的经济效益。2011

年,当地柳编总产值近60亿元,利税近3亿元,自营出口额约4亿美元。“第一个吃螃蟹的人沾光了。”临沂市从事柳编经销行业的刘姓商人向记者感叹,彼时国外市场非常青睐柳编制品,加之国内成规模的厂家较少,因此较早从事柳编规模化生产的企业赚了多少钱。这位商人同时透露,在国际市场上尤其是美国,柳编是无限进口,不存在任何贸易壁垒,加之绝对环保,所以美国等国家和地区鼓励进口柳编制品。

山东工艺美术学院调研小组此前曾对临沂柳编进行过专门研究。该调研小组发现:2011年时,临沂从事柳编经销的公司达802家,其中拥有自营出口权公司372家,当地有25万农民从事柳编产品生产,带动杞柳种植专业村100多个,种植面积超过34万亩。

与柳编相似的还有临沂市郯城县的中国结编制技艺。这项继承我国传统编结技艺,由农民自发创办的农村文化产业,兴起于20世纪90年代。如今,红花乡已拥有经销公司9家,专业生产村110多个,从业农民2万多人。2011年,红花乡中国结手工艺产业实现产值4600万元,产量6000多万件,占全国总产量的60%。

重压之下,生存要适应“新常态”

明代散文家魏学洵在其传世名篇

《核舟记》中写道:“明有奇巧人曰王叔远,能以径寸之木为宫室、器皿、人物,以至鸟兽、木石,罔不因势象形,各具情态。”赞的是艺人王叔远能在果核上雕刻东西的传神技艺。几百年过去,几经起落沉浮的核雕技艺,在潍坊市仍有不少拥趸。作为国家级非遗项目,核雕正被越来越多的人关注、了解,古老技艺也开始散发时代芬芳。“由于技艺特殊性,从事核雕制作必须从年轻学起,但鲜有年轻人能耐得住寂寞去学。”潍坊核雕协会秘书长葛伟健告诉记者,近年来愿意学核雕制作的人不在少数,但真正有志于从事这一行业的人少之又少。

潍坊核雕“后继乏人”的情况,是诸多手工艺类非遗项目所要面对的共性难题。记者发现,很多市场前景看好的项目,却并不能对年轻人构成吸引力。

聊城市东昌府区有“中国葫芦雕刻文化艺术之乡”的美誉,东昌葫芦雕刻更是入选第二批国家级非遗名录。成本几元的葫芦,经过艺人精雕细琢,出手便售价两三百元,且买者甚众。经济收入如此可观,传承人李玉成却仍然忧心忡忡。“葫芦雕刻学习技艺耗时多、回报周期长,让许多青年人望而却步。”李玉成坦言,现今东昌葫芦雕刻艺人几乎都在60岁以上,项目后继乏人是事实。

不单是项目本身传承缺乏传承人,一些项目规模化生产所需的劳动力也在逐渐流失。

临沂市临沭县的凌文粉从事柳编生产10余年。“以前给别人打工,后来自己干,但越来越不挣钱。”凌文粉说,近几年当地劳动力成本普遍升高,拥有一定编制技艺的工人每天的工资在100元左右,这让她的小厂无力承担。

用工成本增加的同时,很多企业还面临外币贬值导致的外需减少等问题。“一些国家或地区货币贬值,外商来看货时我们按照原来的人民币价格供货,但他们就感觉贵了。”凌文粉每年都会参加两届广州交易会,让她感觉明显的是,“这两年外商订货少了许多。”

产品创新不足也成为手工艺类非遗项目发展的瓶颈。山东社会科学院文化研究所研究员赵迎芳认为,很多手工艺产品虽然经验丰富,但受自身知识结构及生活环境的约束,无法深入研究国内外市场需求,产品创新易遵循老套路,开创性差,易被模仿和替代,很难提升产品附加值。

“互联网+”带来“鲶鱼效应”

在传统意义上的营销渠道日渐狭窄的背景下,很多传承人或非遗传艺产品企业将目光对准了互联网。

临沂市临沭县利远工艺品公司是一家专业从事柳编生产销售的小企业,企业法人李勃是位27岁的大学

生。2010年从成都某大学英语专业毕业后,李勃没有和其他同学一样留在大城市,而是选择了回乡创业。瞅准家乡火爆的柳编行业后,结合自己的外语技能,李勃创办了利远工艺品公司,主要通过互联网洽谈与外商的柳编产品出口生意。公司每年净利润约10万元。

在滨州市博兴县,“电商”“淘宝”已成为当地百姓熟知的热词。作为全国知名的草柳编工艺品出口基地,当地群众制作的草柳编制品通过互联网销往世界各地。在有“淘宝村”之称的博兴县湾头村,全村1700户人家中有500余户在网上销售草柳编工艺品,年销售额在100万元以上的超20家,最高的能做到一年300万元。

在非遗传资源丰富的潍坊市,当地于今年4月上线了国内首家O2O文化产业电商平台——“印象商城”潍坊店。平台旨在整合潍坊风筝、木版年画、红木嵌银等优秀传统文化资源,通过电商“平台+商家”的O2O模式,加强与“淘宝”“天猫”等资源的品牌整合营销,进而逐步形成全国性的大型文化产业电商平台。

线上销售已成为潍坊民俗艺术品的主要营销手段。潍坊市寒亭区的天诚飞鹰风筝公司总经理王永训介绍,该公司是潍坊市文化产业示范基地,每年电子商务销售额达600多万元,占总销

额的80%,其中30%销售到国外。“今年,公司对内部实行现代化标准管理,坚持传统生产工艺,组建起优秀的电子商务团队,打破传统的营销方式,不断扩大市场范围,开拓创新。”

根据山东省文化厅的统计,截至2014年年底,山东以非遗项目为依托的企业和经营业户达3.917万个,年营业收入约196亿元,利税超30亿元,从业人数达130余万人。

非遗项目的发展离不开相关政策扶持,山东省文化厅近年来也在不断探索对非遗项目的生产性保护举措。7月13日,文化部非物质文化遗产传承人培训项目在济南率先开班。来自山东各地从事“草柳编”“剪纸”工艺的近200位学员,将分别在山东艺术学院、山东工艺美术学院参训一个月。本次培训是文化部“中国非物质文化遗产传承人研修培训计划”试点工作的一部分。山东省文化厅副厅长李国琳介绍,试点旨在“补非遗传承人文化修养之缺、美术基础之缺、设计意识之缺、市场意识之缺”。对于山东而言,通过委托高校对非遗传承人进行大规模培训,培训能提高传承人的学习能力、传承水平,进而提高传统工艺的品质,扩大中国传统工艺品的市场知名度和市场份额,促进传统工艺更加广泛地走进现代大众生活,相应带动千家万户就业。

文化视点