

文艺品牌集聚文化自信的光芒

省文联打造的十大文艺品牌让我们看到,黑龙江拥有一张内涵丰富的文化名片:这名片中有流动在岁月里的旋律,《乌苏里船歌》、《塞北的雪》、《好日子》承载着几代中国人的回忆;这名片中有人民的创造,黑龙江的农民画作者兼收并蓄,将民间剪纸、民间刺绣、木版年画等艺术形式的技法融入到了农民画中,使得黑龙江的农民画在全国独树一帜;这名片中有艺术家的大胆创新,画家于志学独创了最适合表现冰雪之美的雪皴法、泼白法、重叠法、滴白法、排笔法等技法,开创了冰雪画这一新画种并令这一画种蜚声海外;这名片中还藏着金山银山,省杂技团凭借独创的冰上杂技秀,注册了自己的商业品牌,并成功地创建了自己的商业演出模式……这些文艺品牌集结着动人的龙江故事,也闪耀着不凡的龙江智慧,它让我们对黑龙江文化信心满怀。——编者

十大文艺品牌建设成果斐然

擦亮文化底色 凸显我省文化底蕴

□本报记者 董盈

《“龙歌”——黑龙江原创合唱作品集》正式出版;黑龙江省美术馆(黑龙江省版画院)与法国、英国多家艺术机构达成诸多意向性合作协议,将黑龙江版画推向更广阔的国际舞台;我省冰上杂技先后参加了中央电视台春节联欢晚会哈尔滨分会场演出、日本“冰上2017”国际花样滑冰表演展览和在葡萄牙举行的欧洲首秀巡演……记者从前不久召开的省文联“十大文艺品牌建设”研讨会上了解到,省文联坚持以品牌建设带动精品创作,着力打造具有龙江特色的文艺品牌,逐渐形成了“龙歌”、黑龙江版画、冰雪摄影、“龙江书刻”、龙江冰雪画、黑龙江农民画、少儿戏曲舞蹈、冰上杂技、民间手工艺、北派二人转十大文艺品牌,这些文艺品牌频频亮相国际舞台,屡屡斩获殊荣,品牌形象不断深入人心,这些文艺品牌正日渐成为展示黑龙江形象的名片。

凸显龙江特色 提升文艺品牌辨识度

回顾十大文艺品牌的发展,省文联主席傅道彬介绍,十大文艺品牌建设最早是从“龙歌”入手。2009年,省文联创新性地提出了打造“龙歌”音乐品牌的工作思路,将歌颂黑龙江山水和民族风情为主要内容的歌曲和由黑龙江籍词曲家创作或由黑龙江籍歌唱家最早演唱的歌曲进行收集整理,形成了“龙歌”专辑,并在工商部门完成“龙歌”品牌注册。2009年12月,省文联精心组织了庆祝黑龙江省文联成立六十周年——唱响“龙歌”文艺晚会,傅庚辰、胡小石、刘锡津、王德、车行、李昕、王国臣等黑龙江籍著名词曲家亲临晚会现场,讲述了他们与“龙歌”的创

作故事,正式将“龙歌”文艺品牌面向社会进行推广,拉开了打造我省十大文艺品牌的序幕。

打造我省十大文艺品牌的工作火热展开:2009年,在省委宣传部、省文联支持下,省美术馆、省版画院策划和启动了黑龙江版画系列专题展和巡回展为核心的的文化品牌传播工程,黑龙江版画文艺品牌效应不断凸显。2010年,2010中国·黑龙江国际木雕艺术节系列活动启动,刻古铭今——黑龙江当代书刻造型艺术展亮相上海,“龙江书刻”品牌逐渐走进公众视野。2010年至2013年间,逐步完善了黑龙江农民画、民间手工艺、冰雪摄影、黑龙江冰雪画等品牌建设的步伐。2014年,完善北方曲艺品牌为北派二人转文艺品牌。2015年,将少儿戏剧“小梅花奖”评选和少儿舞蹈“小荷风采”赛事共同组成少儿戏曲舞蹈文艺品牌,同时引入冰上杂技文艺品牌。

2015年,我们明确提出十大文艺品牌。黑龙江具有独特的自然资源、人文资源禀赋,以及“东北抗联精神”、“北大荒精神”、“大庆精神”、“铁人精神”等优秀精神内涵,我们立足挖掘黑龙江文艺资源,把最能代表黑龙江文化特色、艺术形象的作品发掘出来,同时照顾到各个艺术门类,打造了十大文艺品牌,对省而言具有代表性,就全国而言有影响力。”傅道彬说。

夯实群众基础 激发文艺品牌生命力

对于文艺品牌的生命力傅道彬这样评价:“十大文艺品牌建设在于它的群众性和基层的号召力、影响力。人民群众是我们创作的源泉、服务的对象,文艺品牌来源于黑龙江的优秀文化,它的根在基层。或许很多

艺术家会离开,但品牌不会走,因为群众的力量经久不息。”

傅道彬认为,培育扎根于人民、扎根于基层的文艺品牌,必须培训基层文艺队伍,辅导基层文化活动,不断发现、吸纳基层优秀文艺人才,最大限度地激发人民群众的创造活力。例如,黑龙江农民画品牌建立了4个农民画基地,培养以绥化、宾县、肇东、绥棱等地为主干向全省辐射的农民画创作群体,并以此增加黑龙江农民画的创作实力,增强黑龙江农民画的品牌影响力。值得一提的是黑龙江版画群体的打造,从省到各地市、从兵团到农场都大力培育各自的版画群体,发展群体创作,为增强我省版画的整体实力和竞争力贡献力量。据介绍,在版画教育方面,在垦区就有多所学校开展了版画活动班或课外小组,仅大兴安岭地区有版画班的学校就有50多所。据不完全统计,垦区、鸡西、大庆、阿城、大兴安岭等地多所学校还编著了自己的版画校本教材。

“或许现在有的文艺品牌我们还缺少旗帜性的人物,但我们拥有璀璨的群星,这种集体壮大比独领风骚更有意义。”傅道彬说。

推动纵深发展 艺文助力龙江形象塑造

记者了解到,省文联围绕十大文艺品牌建设,除了主题活动、精品力作、人才培养,在理论研究方面也成果丰硕。《龙江书刻》品牌方面,先后编印出版《黑龙江书学论文集》、《龙江书刻高峰论坛论文集》等论文集,填补了我省书学史研究空白。民间手工艺品方面,先后编辑出版《黑龙江流域经典民间艺术代表作丛书》、《黑龙江民间工艺百家

典藏》等弘扬我省民间艺术的著作。北派二人转文艺品牌方面,收集整理传统曲目,编辑出版《黑龙江北派二人转艺术史话》等二人转书籍……此外,品牌建设中还屡获各种殊荣。近年来,我省共有140人次获得兰亭奖等全国性大奖,培育出一批在全国具有重要影响力的知名书家。我省共有110余名小选手在国内戏剧赛事中获得殊荣;共有近千名儿童参与了“小荷风采”全国少儿舞蹈展演活动,取得了4金、10银的好成绩……这些也体现了黑龙江的文化综合实力,提升了黑龙江的文化自信。

谈到未来文化品牌的发展之路,傅道彬说,在进一步扎实推进既有的十大文艺品牌建设的同时,更要承前启后、与时俱进,注重对全国有代表性、有影响力的新文艺品牌的挖掘,对文艺品牌的创作主题、表现形式、题材体裁、内涵外延等方面加以研究思考和创新创造,积极推进新龙歌、龙歌交响乐、工业版画、冰雪花鸟画、冰雪人物画、龙江漆画、龙江水彩画等新品种建设,不断推动品牌向纵深发展。目前,十大文艺品牌建设还存在不足,主要表现在发展不平衡方面,例如,品牌内部发展不平衡、新旧品牌之间发展不平衡等,这需要在今后的工作中谋划解决。

“经过多年来的打造,我对十大文艺品牌建设充满信心。黑龙江从来不是文化的荒凉之地,如果说荒凉也是认识的荒凉。我们有基础、有广度,黑龙江人民有强大的艺术创造力。对于十大文艺品牌建设,我们要敢于坚持,在对省内各艺术门类深入调研的基础上,深刻分析研判,提高自身文艺水平,用文艺的张力、魅力感染人,努力形成优势突出、特色鲜明、影响广泛的黑龙江文艺品牌体系,推动文艺品牌可持续发展。”傅道彬说。

文化观察

■直击社会文化热点
■思考当下文化现象
■弘扬社会主义核心价值观

链接

黑龙江十大文艺品牌

“龙歌”

“龙歌”是省文联与省音协重点打造的文艺品牌。“龙歌”有两个含义:一是黑龙江的词曲作家创作的歌曲,一是以黑龙江的自然山川、人文地理为表现对象的歌曲。这些歌曲曾在中国大地上广泛流传,滋养了一代又一代中国人的心灵,影响了一代又一代中国人的精神生活。

黑龙江版画

黑龙江版画以二十世纪五十年代末异军突起于中国画坛的“北大荒版画”的延续和拓变为主流。黑龙江版画以其特有的创作道路、语言体系、画家集群、经典作品、理论建树和美学价值,为中国当代创作版画提供了全新的语言范式和审美参照,产生了深远影响,并持续成为中国当代版画的重要学派之一。

冰雪摄影

我省北部地区有着得天独厚的冰雪摄影创作题材。2015年起,省摄协不断挖掘我省冰雪摄影题材,通过建立摄影创作基地、举办冰雪摄影展赛、开展冰雪摄影理论研究等方式,不断进行冰雪摄影文艺品牌建设。

“龙江书刻”

“龙江书刻”是省文联、省书协着力打造的文艺品牌,以包括“龙江书法”、“龙江书刻”、“龙江篆刻”在内的“三书两刻”为核心,旨在反映黑龙江发展变化,讴歌黑龙江人文精神,助力边疆文化大省建设。

黑龙江冰雪画

冰雪画是著名画家于志学在20世纪60年代初开始潜心研究探索独创的冰雪画雪皴法、泼白法、重叠法、滴白法等矾墨技法,于20世纪70年代末推出的中国画新画种。冰雪画派发源于黑龙江,是目前国内最有影响的画派之一。黑龙江冰雪画品牌通过建立完善冰雪画派,举办冰雪画派作品展等省际、国际间的展览交流活动,开展冰雪画教学,编辑出版理论著作,不断扩大冰雪画的影响力和知名度。

黑龙江农民画

农民画是民间美术的一种发展形式,创作者可以是包括农民在内的一切美术创作者。在内容上,农民画的创作以农业、农村、农民为主要表现题材。在表现形式上,农民画以极具张力的构图、鲜明明快的色彩、爽朗质朴的艺术语言为人们所喜爱。黑龙江农民画以独特的本土文化与鲜明的地域特色在全国农民画界独树一帜,包含着众多表现农业发展、秀美新农村、黑龙江本土风情等与农民生活息息相关的生产、生活场景。

少儿戏曲舞蹈

少儿戏曲舞蹈文艺品牌由少儿戏剧“小梅花奖”评选和少儿舞蹈“小荷风采”赛事组成。

冰上杂技

冰上杂技是传统杂技融合花样滑冰、歌舞、魔术、滑稽和冰上时尚运动形成的新型冰面艺术形式,具备“新、惊、险、奇、特、美”六大特点,在国内属于首创,由黑龙江省杂技团有限公司在传统杂技基础上改进创新而成。

民间手工艺品

黑龙江古以来居住着众多的少数民族。赫哲、鄂伦春、鄂温克、达斡尔、锡伯、满、蒙古、柯尔克孜、朝鲜、回等民族世代生息居住在这里。在漫长的历史发展过程中,少数民族创造了丰富多彩的民间手工艺。我省的民间手工艺包含鱼皮工艺、桦皮工艺、兽皮工艺、剪纸工艺、皮影工艺、青铜铸造工艺、黑陶工艺、核雕雕刻、泥塑、锻铜艺术、铝板画工艺、雕刻工艺、刺绣工艺、纺织工艺、草编工艺等等。

北派二人转

北派二人转是黑龙江二人转的产物,具有戏曲、歌舞、曲艺三种艺术元素,呈现鲜明的多元性。2006年,“北派二人转”被国务院确定为第一批国家级非物质文化遗产保护项目。北派二人转以唱功为主,歌唱性是其重要的审美特征之一。其唱腔的特点是重情,粗犷豪放,高亢大气,其唱腔分板头、韵味,丰富多彩,素有“九腔十八调七十二咳咳”之说,以此充分凸显其独有的流派特色。

本报记者 董盈整理



“寻找黑龙江的旋律”新龙歌作品音乐会在哈尔滨音乐厅成功举办。省文联供图

方殿君摄

传播文明 立心铸魂 黑龙江文艺品牌的发展样本

□本报记者 毕诗春

从2009年到2018年,省文联用了近十年时间打造黑龙江的十大文艺品牌,这些文艺品牌不仅体现着我省的文化综合实力,更体现了黑龙江省的文化自信与担当。近十年间,这些文艺品牌有了怎样的发展,它们为黑龙江带来了怎样的影响,又如何为黑龙江文化立心铸魂?带着这样的问题记者采访了最具代表性的几个文艺品牌的项目负责人。

创新“龙歌”传播方式 释放品牌效应

“只要你是一个中国人,就一定会唱出几首黑龙江创作的歌曲来。”这是省文联主席傅道彬给“龙歌”的评价。黑龙江人创作了大量的传唱久远的歌曲,在中国产生了重要影响。《乌苏里船歌》、《走上高高的兴安岭》、《我爱塞北的雪》、《太阳岛上》、《春的故事》等,这些歌曲影响了一代又一代中国人,成为中国人心中的优美旋律。“龙歌”凝结着黑龙江人共同的记忆,在今天文化繁荣的盛景下,我们无疑对“龙歌”有着更深的期盼。黑龙江人的调调,黑龙江的味道,在岁月的沉淀中,都成了我们心中一份最原始的印记。

省音乐家协会驻会副主席、副秘书长陆媛说,2009年,省文联、省音协提出了打造“龙歌”音乐品牌。“龙歌”文艺品牌创建以来,一直以重大节庆活动为契机,集中展示“龙歌”。而且,很多时候会邀请傅庚辰、胡小石、刘锡津、王德、车行、李昕、王国臣等黑龙江籍著名词曲家亲临音乐会现场聆听自己创作的“龙歌”。另外,省文联、省音协更注重发挥创作的带动作用,保持“龙歌”品牌的可持续发展,利用名人名作带动新“龙歌”的创作发展。经过多年来的精心打造,“龙歌”品牌虽已初具规模,但因经费得不到有

效保障等因素制约,“龙歌”活动及社会影响主要还局限在黑龙江本土,如何进一步发挥行业优势、丰富和创新“龙歌”的传播方式、提升“龙歌”的品牌影响力是摆在我们面前需要思索的问题。

黑龙江版画 传播黑土文明

在这个时代,想知道一个文化品牌的影响力,只要将这个关键词输入搜索引擎即可知道。当我们把“龙江版画”四字输入搜索引擎,得出的查询相关结果约256万条。黑龙江版画以二十世纪五十年代末军垦突起的“北大荒版画”的延续和拓变为主流,经过几代版画作者半个多世纪的探索与锤炼,黑龙江版画已形成了赋予北国地域特色和浓郁生活气息的主体风格特征,是展现黑土文化厚重、雄浑的风情版画。

省美术馆馆长张玉杰说,长期以来,省委省政府始终把北大荒版画——黑龙江版画列为特色优势艺术品牌,从学术层面和社会层面进行黑龙江文化的传播和推广,增进了国内外公众对黑龙江地域文化的认知和认同。黑龙江版画文艺品牌创建以来可谓是硕果累累。张玉杰说,自2008年以来,省美术馆、省版画院通过策划、主办各类版画学术展览和学术活动,开展了黑龙江版画向外推介和宣传工作。国际版画交流项目方面,黑龙江版画的国际交流项目从2008年前后还只在韩国、俄罗斯、日本等邻国举行,到2010年开始向西欧、北美等地辐射。2017年,先后赴法国、英国落实具体合作项目,与法国、英国多家艺术机构达成诸多意向性合作协议,将黑龙江版画推向了国际舞台。

自2008年以来,省美术馆(黑龙江省版画院)先后编辑出版包括《时空纵横——黑苏皖粤当代版画巡回展作品集》、《黑龙江版画辞典》、《画说龙江——黑龙江省美术馆藏吴冠中、张祯麒、杜鸿年、郝伯义经典版画作

品集》等版画作品集30余种。下一步,省美术馆将在黑龙江版画文艺品牌发展中拟筹建“黑龙江(国际)版画艺术博物馆”。届时,龙江风物、黑土文明将通过版画艺术的形式展现给观众面前。

创新融合推动 冰秀秀出世界水准

近日,省杂技团有限公司又迎来了令人振奋的喜讯,经省文化厅推荐,文化部专家评审、公示,其“冰上杂技一带一路巡演”成功入选2018年文化部“一带一路”文化贸易与投资重点项目,这是全国杂技院团唯一入选项目,也是我省艺术院团唯一入选项目,为我省文化界赢得了新的殊荣。

省杂技团协会副主席、省杂技团有限公司经理薛金升说,冰上杂技是传统杂技融合花样滑冰、歌舞、魔术、滑稽和冰上时尚运动形成的新型冰面艺术形式,具备“新、惊、险、奇、特、美”六大特点,在国内属于首创。为谋求杂技艺术的突破与发展,在激烈竞争的国内文化演出市场成功立足,省杂技团2006年组建了冰上演出队,推出冰上杂技。通过历时多年的探索、实践,2013年6月进一步推出冰上杂技秀,并于2014年在国家工商部

门注册了“冰秀”品牌商标。冰秀在国内外驻场及巡回演出千余场,接待观众400余万人次,取得了良好的社会效益和经济效益。冰上杂技获国家特色文化产业重点项目、省重点文化产业项目,获评国家艺术基金资助项目、中国文学艺术基金奖励项目,已成为黑龙江冰雪文化旅游演出代表作,被誉为“中华品牌 龙江名片”。

为北派二人转 出书立传

东北二人转在东北区域舞台上占有重要的地位。有一句形象的表述“宁舍一顿饭,不舍二人转”,可见二人转的根,已扎在东北农民的心里。据省曲艺家协会副秘书长张磊介绍,二人转在发展历史上曾形成东、西、南、北四个流派。东路以吉林省为重点,舞彩棒,有武打成分;西路以辽宁黑山县为重点,受河北莲花落影响较多,讲究板头;南路以辽宁营口市为重点,受大秧歌影响较大,歌舞并重;北路以黑龙江为重点,受当地民歌影响,唱腔优美。曾有“南靠浪,北靠唱,西讲板头,东要棒”的谚语。后来各流派取长补短,互相融洽,形成了今天的二人转。

东北二人转是起源并流行于东三省的民间艺术,已有三百多年的历史。北派二人转以唱功为主。北派二人转艺人称为“黑龙江唱手”,无论是其中“四季青唱手”(专业艺人),还是“高粱红唱手”(业余艺人),均以唱功取胜。近年来,我省在打造北派二人转文艺品牌过程中,取得了许多可喜的成绩。张磊表示,北派二人转文艺品牌下一步的计划是:加大培养二人转学员力度、建立艺术档案;举办北派二人转专场演出、座谈会,收集整理传统曲目,编辑出版北派二人转传统唱腔集精华本;收集整理北派传统二人转相关的各类实物举办专题展览,编辑出版《黑龙江北派二人转艺术史话》,为建设边疆文化大省和文艺事业的繁荣兴盛做出积极的贡献。

