

构建中国艺术荣誉制度刻不容缓

景乃权 沈洁

奥斯卡，一年一度的好莱坞电影评选和颁奖典礼，堪称全球一件重要的文化艺术年度盛事。每年200多个国家和地区的亿万观众通过电视转播观看颁奖盛况。可以说，好莱坞已经成为了美国乃至世界的电影之都。同时，奥斯卡的名声也早已超出美国国境，彰显美国作为超级电影大国的全球影响力。

放眼全球，许多经济发展、文化繁荣的国家大都建立了具有本国特色、能满足历史传承的文化荣誉制度。可以说，国家艺术荣誉制度已经属于一种普遍的法律制度，成为一种国际惯例。

为了从美国的文化霸权中突围，展现中华文化软实力，增强我国国际话语权，建立中国艺术荣誉制度刻不容缓。奥斯卡相对公正民主的评奖制度，值得我国的艺术荣誉制度借鉴。

我国从新中国诞生起就着手建立国家荣誉制度，已经初步在自然科学和社会科学方面探索出一些成功的做法。如：中国科学院院士、资深院士；中国工程院院士、资深院士等。再看我国文化艺术界，目前中宣部、文化部、新闻出版广电总局、国务院新闻办、中国文联、中国作协、中国记协、中国版协等部门和单位，共有全国性文艺新闻出版评奖近30个。这些评奖表彰办得有声有色、卓有成效，然而，若与国外先进经验比，与我国自然科学界的成功做法相比，还有相当大的差距；中国建立具有世界影响力的国家级文化艺术荣誉制度刚刚起步。新中国成立以来，被授予“人民艺术家”、“人民作家”称号的人屈指可数，只有老舍、巴金、齐白石、常香玉等人，并且评选缺乏传承性，产生的影响力有限。严格意义上的国家荣誉制度的缺失，显然与建设社会主义文化强国的宏伟目标差距很大。社会呼唤国家艺术荣誉制度，国家艺术荣誉期待大家、大师，设立国家级文化艺术荣誉制度的时机已经成熟。

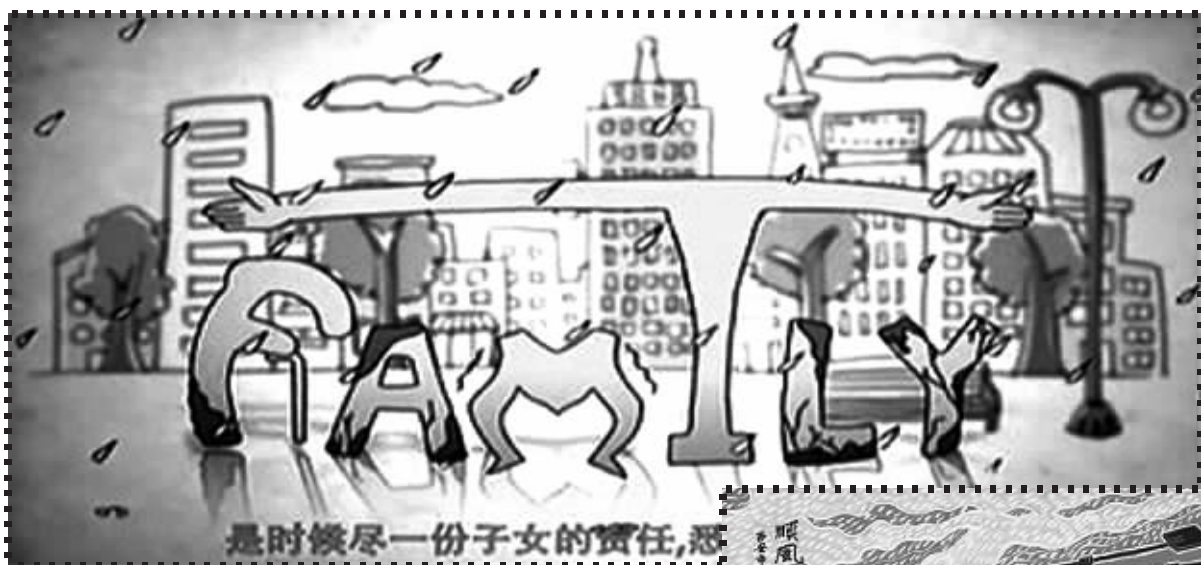
借鉴国际经验，参照我国设立两院院士的做法，谨对设立国家级文化艺术荣誉制度提出如下建议：

一、尽快设立我国的艺术荣誉院士制度。但在此之前，应该尽快成立一个前期的院士评选委员会和组织委员会。组委会由具有全国性重要影响的专家学者、艺术家和文化机构负责人组成；组委会负责提名工作。评委会由在全国范围内聘请文化艺术界具有重要影响的艺术家、专家学者和文化机构负责人组成；评委会负责进行评选院士工作。

二、应本着少而精的原则，严格控制授予国家荣誉称号的数量。坚持质量第一、宁缺毋滥。每次评选至少间隔两年时间。建立退出机制，可启动撤销荣誉称号程序。

三、也可考虑为外籍人士预留一定荣誉称号名额。应拓宽视野，兼顾国家荣誉的国际性，以打破某些西方国家在颁授荣誉称号方面的垄断和偏见，展现中华文化软实力，增强我国国际话语权，使国家文化艺术荣誉制度成为加强对外友好交往的文化纽带。

建立中国艺术荣誉制度的时机已经成熟。这既体现出广大艺术工作者的殷切期待，也是实现“中国梦”的有效途径。



公益广告《Family—爱的表达式》

公益广告：微时代的大文章

苗春

“小时候，爸爸是家里的顶梁柱，高大魁梧的他为我们挡风挡雨；妈妈是典型的贤妻良母，相夫教子。长大后，少不更事的我总想挣脱爸爸的束缚，屡次顶撞唠叨的妈妈。岁月荏苒，光阴似箭，有一天突然发现爸爸的背已经驼了，妈妈的身体已经臃肿塌陷。我想，是时候尽一份子女的责任了，悉心呵护起这个家：给父亲一个依靠的臂膀，做他贴身的拐杖；为母亲撑起一把庇护伞，遮蔽起爱的骄阳。朋友，快对你的爸爸妈妈说一句话吧：爸爸妈妈我爱你！Family=Father And Mother I Love You！家，有爱就有责任！”

这是从2011年12月起，在央视播出的公益广告《Family—爱的表达式》的文案。这则公益广告通过对英文单词“Family”字母的另类解读，巧妙地诠释了“家”的温情与内涵，不仅在大陆，它也获得了许多渴望亲情的中国留学生以及大量懂英语的外国人的理解和赞赏。在优酷土豆网上，它的两个版本的点击率已经超过200万。

近年来，像《Family—爱的表达式》这样的公益广告越来越多。中央文明办专职副主任王世明认为，现在的公益广告做得越来越贴近实际，越来越贴近生活，越来越能够打动人心。

公益广告体现一个国家的理想

英国小说家道格拉斯100年前曾说：透过广告可以发现一个国家的理想。最能诠释这句话的，也许就是公益广告。

中国传媒大学教授丁俊杰认为，无论战争年代，还是建设时代，公益广告或者说类似公益广告的形式都发挥了巨大的作用。“从历史上来看，有许多响亮的口号都发挥了引领民众、凝聚力量和智慧的作用。比如当年李自成提出‘闯王来了不纳粮’，在一定意义上来讲这是公益广告的前身，对百姓起了很大的吸引和号召作用。我们国家的土地革命时期，提出‘打土豪，分田地’的口号，传递了百姓的政治诉求。上世纪七八十年代，‘只生一个好’的口号对推进计划生育国策功不可没。改革开放初期的‘时间就是金钱，效率就是生命’，也是用公益广告这个形式把受时人推崇的理念传播到大江南北。”

丁俊杰还有更有力的例证：1986年，贵阳电视台播出了我国最早的公益广告：《节约用水》，播出之后在当年的贵阳市民当中引起了强烈反响。据统计，在播出广告的第四季度，

2013年4月，法国戛纳电影宫外，锣鼓阵阵，急管繁弦。来自中国国家京剧院的艺术家们，为推介央视纪录频道大型纪录片《京剧》而进行的精彩演出，深深震撼了第50届戛纳春季电视节的各国参会代表，惊叹和喝彩声不绝于耳。演出结束后，热情的观众将京剧演员们团团围住，纷纷要求合影留念。

从徽班进京至今的200多年里，在不断的包容并蓄、砺练兼修中，京剧已成为一份厚重的中华文化遗产。2010年11月16日，联合国教科文组织全票通过，将中国京剧列入世界《人类非物质文化遗产代表作名录》。

8集纪录片《京剧》于6月3日起在央视播出，它是央视纪录频道经过两年的筹备与摄制，在2013年推出的大型原创纪录片。该片以8部京剧经典剧目为8集命名，分别为《定军山·溯源》、《宇宙锋·呐喊》、《借东风·传承》、《大登殿·绽放》、《生死恨·抗争》、《凤还巢·坤伶》、《荒山泪·江湖》、《群英会·新生》，为观众呈现出京剧200年的承流演变、融合发展和包容创新，巧妙地诠释了全片恢弘的历史人文背景，为观众找到了了解京剧艺术的最佳切入点。该片还通过故事化的方式，让观众走进人物的内心世界，并用大量的场景复原和戏剧化再现，让消失的空间和人物鲜活、生动起来。



公益广告《谁知盘中餐粒粒皆辛苦》

公益广告《中国梦》



贵阳市自来水消费量比上年同期减少了47万吨。“公益广告不仅体现城市的风情、风貌，不仅可以宣示国家的理想，也体现了媒体的高度、媒体的价值、媒体的力量、媒体的责任。”丁俊杰说。

1987年，中央电视台推出了第一个电视公益广告栏目《广而告之》。二十多年来，央视发布的《知识改变命运》、《从头再来》、《爱心传递》、《劳动创造人生价值》、《迎奥运》、《讲文明树新风》等一系列公益广告深入人心。中央电视台台长胡占凡说，在促进价值认同的过程中，公益广告是最现实、最直接、最有效的途径。“一个城市、一个国家公益广告的水平就是这个城市、这个国家社会文明程度和民众思想道德水准的一个重要标志。”

只有感动创作者自己才能感动受众

或许观众们想不到，张德元创作《Family—爱的表达式》这支广告时，只有18岁，高考落榜后刚在一家私立电脑学校学习了数月。“这个广告饱含了我对去世5周年的父亲的感情。”张德元认为，自己的作品能够从众多参赛者中脱颖而出，主要原因是表达了中国人的家庭情结，“打动了许多人那颗温暖驿动的心”。“某种程度上来说，公益广告要想让众人接受，必须做到‘寓教于情’。震撼人心的东西，往往是需要你用心去创作的。只有感动了自己，才有可能感动别人。”

中央电视台总编辑罗明评点《Family—爱的表达式》以及央视春节期间播出的公益广告《回家》篇时说：“好的公益广告作品就应该首先让人眼前一亮，进而眼睛发热，心头一紧，有泪无声。这些作品都能达到这个效果。”

2012年6月，中央电视台启动了CCTV公益广告全球征集活动。目前已经征集到来自海内外的公益广告作品将近3000余件。今年4月，中央电视台又启动第一次全国电视公益广告大赛。至今已收到作品数百件。张德元也再次参赛，制作了环保方面的作品。“期待与观众的心灵沟通。”他说。



文静

体会绵延不绝的京剧魅力

中国国家京剧院院长宋官林评价：纪录片《京剧》的诞生，填补了从历史印记、时代视角、国际眼光、文化观照的层面，对京剧的发展脉络、生态环境、审美特征、价值取向进行全景式记录和评判的这一空白。央视纪录频道总监刘元说：在第50届法国戛纳春季电视节国际纪录片交易大会上，纪录片《京剧》的点击率在亚洲纪录片中名列前茅，让我们更加真切地感受到京剧艺术的魅力。

跨文化研讨让孟子『走出去』

高晓远

“在中国和世界上的很多地方，都能听到孔子和老子的思想回声。希望能够通过我们的研讨会，让孟子思想也‘走出去’。”德国著名汉学家顾彬教授日前在首届孟子文化国际学术研讨会上表达了自己的希冀。以孟子文化为讨论中心的国际学术研讨会，这在中国内地还是第一次召开。

主办方山东大学当代文化发展研究中心和邹城市孟子研究院邀请了来自中国、德国、美国、韩国等6个国家、20余所高校的40多位“孟学”研究者齐聚山东邹城。山东大学舒忠教授表示，此次研讨会以寻求跨文化背景下的孟子研究交流为目标，力求通过不同国家、不同民族、不同地域学者的交流，用一种“非我的”、“陌生化”的眼光重新审视自己的文化研究。“希望各国学者通过讨论，能让东西方不同理解下的孟子思想实现跨文化的交流，推动中华传统优秀文化的现代化转型与国际应用。”他说。

学者们围绕孟子“仁政”思想及其当代意义这一主题，并就孟子核心思想、“仁政”说与民本主义、“贵义贱利”等孟子学说进行了深入的交流与探讨。顾彬教授发起了《孟子的德语现代文学》的讨论，他说：“在德国汉学界，孟子是一位非常重要的中国哲学家，孟子思想与德国的哲学有很好的交流。孟子‘仁’的理论，是在德国的神学和宗教方面都找不到的宝贵思想。”

研讨会发起人、华东师范大学终身教授臧克和表示，孟子思想是儒学发展的另外一个阶段。在当下重视国学的背景下，对儒学核心学派派、体系进行研讨有助于推动中国文学“走出去”。“对于孟子思想的传播，当务之急是对孟子的文本进行认知和解读。”他认为孟子思想这样一个古老的、带有“原点”意义的话题应该是说不完的。

作为孟子故里的邹城市，正致力于重塑孟子文化的精神价值。邹城市副市长谢成海说：“我们所有的迷失都是因为找不到方向，找不到方向的原因是没有文化自信。如今我们通过成立孟子研究院、召开学术研讨会对孟子思想进行学术研究，邀请学术大家面向市民讲述孟子思想的公开课以及做孟子有关资料更新等方面的工作，希望帮助大家找回文化自信，让孟子思想重回故里。”

中国文艺志愿者协会在京成立

日前，中国文艺志愿者协会在京成立。姜昆当选中国文艺志愿者协会主席，唐国强、濮存昕、殷秀梅、宋祖英、韩红等当选为协会副主席，共133名各门类艺术家和中国文联各团体会员单位、文艺志愿服务中心以及副省级文联负责人当选协会第一届理事会理事。

中国文艺志愿者协会是按照章程开展活动的全国性、联合性、非营利性社会团体组织，接受中国文联和民政部的指导。（董涛）

“2013中国文化聚焦”关注中非文化产业

“2013中国文化聚焦”系列活动覆盖非洲30多个国家和国内10余省市自治区，计划在全年举办50余场歌舞演出，36场各类展览，20余次人力资源培训，11个中国电影周（节），12场中国文化讲座，并举办图书沙龙、音乐会和艺术家客座创作、文化考察等共计200多项活动。

此外，文化部还将在北京和深圳举办首届“中非文化产业圆桌会议”，并围绕“文化产业作为新兴产业在中国和非洲国家地位和作用及双方合作前景”这一主题进行深入沟通和探讨。（马翀）

民族器乐民间乐种组合展演在山东举行

由文化部、山东省人民政府主办的中国民族器乐民间乐种组合展演，于5月29日至6月2日在山东省枣庄市、济宁市、菏泽市举办。这是文化部首次组织举办的全国性乐种展演，也是第十届中国艺术节专业艺术单项评比展演系列活动之一。

来自全国各地的71支职业和非职业组合入围复赛。展演过程中，不少组合有让人惊喜的表现，比如山东省的“提琴组合”展示了中国最早的弓弦乐器“轧筝”（先秦称“筑”）。（张慧）

神州