贵州省黎平县侗族大歌艺术团表演侗族大歌

贵州水族马尾绣

向世界推广“贵州宝藏”

本报记者　**邹雅婷**

“等到天都亮了，等到云都白了，等到每缕微风都带着醉意……”伴随着正安吉他弹奏的悠扬旋律，3位身穿侗族服饰的姑娘纵情高歌，歌喉清亮，形成优美的和声，直叫人心醉神迷。

3月20日，由贵州省委宣传部（贵州省人民政府新闻办公室）主办的“黔之华彩·绽放世界——贵州国际传播旗舰品牌‘LIVE IN GUIZHOU’多语种外宣平台启动仪式暨‘山地公园省·多彩贵州风’系列展演走进拉美”宣传推介活动在京举办。多个领域的专家学者、艺术家、外国驻华使节等100余人出席活动。在活动现场，侗族大歌、侗绣、安顺地戏、脸子雕刻、蜡染等非遗项目的表演展示，让人领略到贵州多彩文化的魅力。

千年大歌活力不减

“看了我们侗族大歌的现场表演，感觉怎么样？”与记者聊的第一句话，钟声丽便问起了对侗族大歌的感受。作为贵州黎平土生土长的侗族人，钟声丽从小就喜欢唱侗族大歌。2002年从贵州大学音乐系毕业后，她加入了黎平县侗族大歌艺术团，如今担任艺术团团长。“团里有30名演员，都是县级非遗传承人。我们经常外出表演，去年就出省演出200多次，还去了日本、德国、瑞士、意大利4个国家。外国观众非常喜欢侗族大歌，虽然听不懂歌词，但对我们演唱的声音和旋律很感兴趣。”钟声丽说。

侗族大歌，在侗语里叫“嘎老”，起源于春秋战国时期，至今已有2500多年的历史，是中国最早被发现、最早被国际认可的一种复调式、无指挥、无伴奏、自然多声部合唱音乐。2009年，侗族大歌入选人类非物质文化遗产代表作名录。侗族人有“饭养身，歌养心”的传统，侗族长辈用歌声教给晚辈做人做事的道理。侗族大歌不仅是一种传情达意的民间艺术，也蕴含着侗族人千百年来严格恪守的行为准则和生活智慧。

钟声丽介绍，在黎平，每个村寨都有大歌队，逢年过节都会表演，侗寨里的孩子们从小就跟长辈学唱大歌。县城里也在普及侗族大歌，开展“民族文化进校园”活动，学校的音乐课上教侗歌，县文化馆也有免费的社教活动，推广、传授侗族大歌。“这两年对大歌的扶持力度很大，政府有专项资金，传承人每年都能获得经费补助。我们艺术团的职责是去各地表演，宣传推广侗族大歌。”

为了让传统的侗歌艺术更容易得到当代观众的理解和欣赏，黎平县侗族大歌艺术团进行了一些创新的尝试。“我们丰富了演唱的声部，融进更多乐器，使大歌的气势更加宏大。”钟声丽告诉记者，“与前辈传承人探讨时，他们也很支持我们对传统的大歌进行丰富和改造。只有与时俱进，才能让文化遗产一直活下去、传下去。”

传统技艺带动脱贫

蜡刀蘸上高温融化的蜡液，在白布面轻盈地勾画几笔，一条灵动的鱼的雏形，已经跃然眼前。苗族姑娘杨婷婷表演的安顺蜡染，引得众人啧啧赞叹。在她作画的长桌上，展示了布包、胸花、围巾等蜡染工艺品，花纹清雅隽丽，富有民族风情。

“贵州安顺是‘蜡染之乡’，我奶奶是有国际声誉的‘东方蜡染大师’杨金秀，我们家族里很多人从事蜡染行业，我从9岁开始就接触并爱上了蜡染工艺。”杨婷婷介绍道。1985年出生的杨婷婷，是贵州省高级工艺美术大师、安顺市级蜡染非遗传承人，多次在国家级、省级比赛中获奖。她所带的团队制作的蜡染工艺品，销往景区、机场和各大商场，受到欢迎。

杨婷婷指着桌上一个鱼形图案的蓝色布包对记者说：“这幅图是一个50多岁的农村妇女画的，我们把它加工成文创产品销售出去。在安顺有很多四五十岁的妇女从事蜡染，产业的发展带动了当地人就业。”

在另一个展台，安顺地戏“脸子”省级非物质文化遗产传承人周明正埋头雕刻一个面具。“我父亲擅长演地戏，我17岁开始跟随村里老艺人学习‘脸子’雕刻，一直坚持做这一行。”周明说。

“脸子”雕刻技艺源于明代，至今已有近700年历史，2009年被列入贵州省省级非物质文化遗产。上世纪80年代以前，“脸子”仅作为地戏道具使用。随着文化旅游业的发展，人们对于艺术追求的多元化，为这一传统手工艺打开了走向市场的大门。“脸子”从原来的道具发展到家居饰品、旅游工艺品等领域，面具规格也从以前的30厘米发展到各种大小都有。

据周明介绍，安顺大约有200名“脸子”雕刻艺人，一名熟练艺人制作一个面具需要一周左右的时间。周明带着4个徒弟成立了工作坊，除了雕刻面具，还做各种木雕、根雕工艺品。“作坊的产值一年有50万到60万元。近期我们当地几家作坊准备联合举办一家公司。”周明说，“政府对我们这些小微文创企业有很多扶持政策，同时通过大力宣传，让更多人了解地方文化。”

创新方式推广遗产

作为文化遗产资源大省，贵州省目前有世界文化遗产1处、人类非物质文化遗产代表作名录2项、国家级非物质文化遗产名录85项140处，有国家级传承人96名、省级传承人402名，建有1个国家级民族文化生态保护实验区和3个国家级非遗生产性保护示范基地。近年来，陆续出台了《贵州省非物质文化遗产保护条例》《贵州省非物质文化遗产保护发展规划（2014-2020年）》《贵州省传统手工技艺助推脱贫培训计划（2016——2020年）》等政策文件，在传统文化的传承保护、开发利用和推广宣传等方面都采取了有力的措施，成效渐显。

贵州省委常委、省委宣传部部长慕德贵表示，建设“LIVE IN GUIZHOU”（“这里是贵州”）多语种外宣旗舰平台，是贵州加强国际传播能力建设，推动贵州文化“走出去”的战略举措。“这里是贵州”将向海内外受众推送“生态文化、中国数谷、非遗传承、饮食文化”四道“大菜”。

自2019年3月1日试运行以来，“这里是贵州”已经在推特（Twitter）、脸书（Facebook）、照片墙（Instagram）开通英语、西语、法语、日语四语种账号，在油管（YouTube）开通英语账号，已发布200多条消息，用图文和视频向海外介绍贵州。同时，在国内开通微博、微信公众号和百度百家号，同步发布贵州资讯。

“贵州丰富的文化遗产是我们重点推介的内容。”“这里是贵州”外宣平台内容负责人对记者说，3月下旬起，“这里是贵州”将连续推送“走进侗寨寻找大歌”相关内容，用生动活泼的图片、视频、文字介绍侗族大歌和侗寨文化。

贵州省委宣传部副部长、省政府新闻办主任哈思挺告诉记者，4月1日至4月8日，“山地公园省·多彩贵州风”系列展演将走进巴西里约热内卢和阿根廷布宜诺斯艾利斯，向当地民众展示中国贵州的多彩文化和发展成就。在巴西，正安吉他将奏出“大和弦”音韵，巴西模特将展示40多套“贵绣”服装。在阿根廷，苗族蜡染、侗族刺绣、苗族银饰等“贵州宝藏”将集中展示，3位国家级传承人带着他们的代表作品参加展览，并将现场演绎相关技艺。“这里是贵州”将全程直播“走进拉美”活动，让世界了解贵州文化的独特魅力。

“这里是贵州”品牌海报

本文配图均由贵州省新闻办提供

王永训制作的10寸荷花蜻蜓风筝

◎匠心

潍坊『风筝王』的飞天梦

□王锦强

风筝，旧称“纸鸢”或“纸鹞”，是中国传统民间手工艺品之一，至今已有2000多年历史。山东潍坊风筝制作历史悠久，工艺精湛。做过潍县县令的书画家郑板桥曾写诗赞美潍县风筝：“纸花如雪满天飞，娇女秋千打四围，五色罗裙风摆动，好将蝴蝶斗春归。”如今，潍坊已逐渐发展为“世界风筝之都”，全球70%以上的风筝产品都出自潍坊。而杨家埠是潍坊风筝的“大本营”，这里风筝制作能人辈出，风筝竞放高手云集。

王永训不是杨家埠人，他出生在与杨家埠相邻的马宿村。小时候家境贫寒，一只不知谁送的风筝，成了他最好的玩伴，他因此对风筝念念不忘。

17岁时，亲戚介绍他到杨家埠风筝厂学手艺。王永训很快就上道了，熟练掌握了风筝制作的全套流程及扎、裱、糊、绘、放等技艺。但扎风筝养不了家，父母觉得这有点不务正业，让他去一家机械厂工作。

王永训与风筝的缘分并没有就这样被剪断。一天，在风筝厂做学徒时的搭档找上门来，请王永训赶做几只小风筝，帮厂里给客户交差。王永训不到两个小时就做好了10只风筝，挣了5元钱工本费。看样子，订单多了，手工作坊的产能跟不上了。王永训猜思，风筝营生应该可以填饱肚子了。于是他到城里的风筝店东瞅瞅、西看看，恰好发现了自己做的风筝，在店里竟然标价5元一只。王永训立马就萌生了重新做风筝的念头。

自己扎自己卖，说干就干。王永训下了36元的血本购买材料，自己设计、扎制风筝。他制作的第一批蓝色蝴蝶风筝在市场大卖，淘到第一桶金。王永训从此打出了名气，真正入了这一行。1997年，王永训回到“风筝故乡”杨家埠，开始建厂、传艺、兴业。

王永训始终秉持“人无我有、人有我优”的理念来从事风筝产品开发和运营。他制作的潍坊风筝，从选材开始就非常讲究，竹子一般选用四川、福建、江西等地的毛竹，而且必须是两年以上三年以下的料，这样的竹子韧性强、弹性大、油性好。裱糊方面也很讲究，松紧对称必须符合标准，这样才能更好地放飞。一般采用真丝布料，比普通布料看上去更精美。“龙头蜈蚣”是潍坊风筝最具代表性的款式，市场上的产品质量参差不齐，王永训坚持龙头的骨架不能偷工减料，烤、弯、绑、扎的工序比别人多花费一倍甚至更多的时间。“一个中型龙头要用几百根竹篾，扎、糊、绘三道工序，怎么也得一周左右，这还得是功夫扎实的老艺人。”王永训说。他还在龙头的嘴巴和眼睛上动起了心思，经过他的设计改造，龙头蜈蚣风筝飞在天上时，眼睛随风转动，嘴巴一张一翕，妙趣横生。王永训的风筝在绘制上讲究色彩的搭配，吸收了杨家埠年画的风格，放到天上是个性突出的风筝，挂在家里就是一幅漂亮的年画。

王永训认为，“风筝只应天上飞”是一种局限的思想，有动就应该有静。1998年，王永训做出了静态的风筝，在长沙的展会上大放异彩。同年，王永训在哈尔滨策划了一场风筝与当地花灯融合的展览，光彩交映，动静结合，美不胜收。闯出名堂的王永训不只设计风筝、制作风筝、销售风筝，还在风筝广告投放、网络平台交易及宣传推广、创新发展、收徒传艺方面做了诸多创新探索，取得了良好的效果。

“这么多年的打拼，让我明白了抱朴守拙不是因循守旧。风筝扎制技艺只有通过市场才能不断活态地传承下去。”王永训感叹道，“但事实上，现在有工匠，无大师。市场向好，从业人员却不断减少。年轻人吃不了苦，不愿入这行。”在他看来，风筝技艺传承的关键是培养年轻艺人。

2006年，潍坊风筝制作技艺被列入首批国家级非物质文化遗产名录，王永训被评为代表性传承人。在带徒授艺之外，他经常被学校和风筝扎制传习所邀请去讲课。

除了操持风筝主业，王永训还把风筝的扎、糊、绘等技艺延伸运用于花灯制作、演出道具制作等领域，将市场辐射到“一带一路”沿线国家和地区。2012年伦敦奥运会奥林匹克文化节上演的歌剧《诺亚方舟》中，就有110件舞台道具出自王永训团队之手。

2016年，王永训制作的木鸢风筝，随“神舟十一号”飞船在太空遨游66天后成功返回。这只A4纸大小的彩绘风筝，重量只有300克，但工艺却一点也没减少，并且使用了上好的材料。这件作品再现了2400多年前风筝鼻祖鲁班扎制的世界上第一只木鸢风筝的造型和艺术神韵。至此，中国风筝协会副主席王永训的风筝梦，飞得更高、更远了。

“高冷”甲骨文走入大众生活

□陆培法　田春雨　段钇男

甲骨文表情包　　**网络图片**

今年是甲骨文发现120周年。甲骨文作为目前已知成系统的汉字的最早形态，距今已有3000多年历史。不久前的全国两会上，全国政协委员、河南博物院院长马萧林提交了“关于进一步加强对甲骨文宣传推广的提案”，引发广泛关注。

近年来，甲骨文逐渐走进大众视野。《殷墟甲骨文书法探赜》《甲骨文常用字字典》相继问世，甲骨文元素的文创产品备受追捧，校园里频现甲骨文课堂，海外屡办甲骨文特展……原本“高冷”的甲骨文，逐渐变得有温度、有热度。

文创产品吸引眼球

打开微信，搜索甲骨文表情包，便出现了各式各样以甲骨文为素材制作的有趣动图。这些表情包以甲骨文来展示“友谊的小船”“有木有”等网络流行语，生动形象、趣味盎然。

除了甲骨文表情包，甲骨文日历、甲骨文书签、甲骨文明信片等文创产品层出不穷，被年轻人奉为时尚。

“甲骨文主题文创作品运用大众喜闻乐见的形式，传播甲骨文文化，让人眼前一亮。但在这过程中，一定要注意不能误传、瞎传，不能为了趣味性而胡乱造字。”中国社会科学院考古研究所夏商周考古研究室副主任严志斌在接受本报采访时说。

激发学生识字兴趣

“‘龙’字的甲骨文拆开来看，上面是‘辛’，中间是龙头，下面是龙角。”在史家小学《汉字的魅力》甲骨文讲座上，老师生动地讲解了甲骨文的字形和由来，让同学们感到饶有趣味。“汉字不仅是我们祖先的智慧结晶，也承载着博大精深的中华文化。”一名同学感慨道。

近两年，甲骨文越来越多地走进中小学校园，不少地方的老师利用甲骨文“因形赋义”的特点，对低年级学生进行识字教育，激发他们对汉字的兴趣。在重庆南开小学“甲骨文学堂”进校园活动中，学生们练习甲骨文书法，在书写这种古老文字的过程中获得了美的体验。

“面对不同的学生，甲骨文课堂的性质是不一样的。就基础教育而言，我认为应该以培养兴趣为主，不必作为一种课业上的要求，主要目的是拓展学生们的文化视野。”严志斌说。

甲骨文文化走向世界

“想知道‘八’字的甲骨文字形，就在拼音检索里查找，在第三页可以找到甲骨文‘八’的4种字形。”在近日举行的《甲骨文常用字字典》首发仪式上，中华书局总编辑顾青为读者详细讲解字典的用法。这是中国文字博物馆举办的“纪念甲骨文发现120周年”系列活动之一。

河南省安阳市是甲骨文的故乡，坐落于此的中国文字博物馆，为纪念甲骨文发现120周年，举办了“甲骨文书法国际大展”“第七届中国文字发展论坛”等活动，旨在让更多人了解甲骨文文化。

在国际上，甲骨文的影响力也越来越大。2018年12月，“水墨聚焦·中国甲骨文书法艺术展”在摩洛哥举行，吸引了190多个国家的代表前来参观。在开幕式上，联合国教科文组织助理总干事弗明表示，甲骨文虽源于中国，却是人类的共同财富，此次艺术展能够让世界人民亲身感受这古老艺术的魅力。