

贺年会带民俗走进春天里

中央文史馆调研组舒乙、刘铁梁等高度评价贺年会山东实践

“调查山东的情况,使我们非常感动,我们觉得收获非常大。”12日,中央文史馆“春节文化的传承与创新”课题调研组舒乙先生一行,经过在济南为期两天的调研之后,举行了“春节文化的传承与创新座谈会”,为近两年来由山东首创,并成功举办两届的好客山东贺年会提出宝贵指导意见。调研组几位“大牌”专家均坦言:所见所闻,他们被一种东西所感动。

本报记者 乔显佳



中央文史馆调研组在济南逛老街

座谈会在济南经十西路的舜和国际酒店举行。此次中央文史馆调研组计划赴山东、广东、山西三省进行调研,第一站就是山东。76岁的舒乙研究员与父亲老舍先生一样,与山东渊源极深,这几天调查的情况,使得舒乙非常感动。舒乙认为,当下如何调动人们对春节热爱,延续传统,是上到中央,下到每个普通人关心的问题。山东先察先行,首创“好客山东贺年会”突出春节等传统节庆的重要地位,无疑是与中央想到一起去了。

中央文史馆舒乙先生一行此次来山东调研贺年会,是为今年下半年召开的第二届春节文化论坛做准备。舒乙说:“春节放假七天,但是普遍反映没劲。怎么在建设和谐社会的过程中,把春节过得圆圆满满,是一件国家领导人非常挂念的事情。”

过好春节,政府要做主导

他总结道,山东把过好春节当做政府行为,主导贺年会活动进

程,下发红头文件,开电话会议,由政府出面来组织,这在全中国是领先的,具典型性、启发性、带动性,这非常了不起。过去,老百姓自发过春节,不需要政府来带动。现在随着民俗习惯渐渐淡化,传统过节方式面临挑战,需要政府出面组织。山东的这一尝试与中央领导的思想可谓不谋而合。

“山东实践”很有启发性

“好客山东贺年会”提前两个月准备,活动跨度从元旦到元宵节,侧重城市里的春节习俗的宣传,舒乙先生表示对自己很有启发性。贺年会由14个省直部门、17市共同主办,在省委省政府的领导下,协同动作,搭建平台,让各行各业各领域参与。省旅游局重视抓创意、督察、评比,及时推出贺年会标识物,让山东过年有了明显的标志,这些举措均大大带动了社会消费。贺年会的成功举办还体现出极大的社会价值,就是安定、和谐、有幸福感。舒乙说,下半年第二届春节文化论坛举办时,首先要请山东省派代表去做报告。

非物质文化遗产在贺年会唱主角

非物质文化遗产是我国文化的重要组成部分,各路民间非遗传承人绝技在身,如果组织好可在春节期间变成庙会 and 公众活动的角色,而这个恰好是恢复传统、传承传统的一个重要支撑。舒乙建议,民间非物质文化遗产表演带有强烈的民族性,应花大力气扶植、挖掘、培养,让他们走上舞台。

舒乙:山东实践“贺年会”和中央想到一块了



刘铁梁:贺年会“符合人心,符合民意”



刘铁梁教授说,通过贺年会山东在很多方面恢复了传统民俗,形成了新民俗。在大明湖,刘铁梁教授等欣赏曲艺小段,讲述傻女婿初二到丈人家事情,尽管妻子教他怎么说,结果还是说差了,闹了很多的笑话。刘铁梁教授认为,类似的民间曲艺形式,

很好地延续了传统文化民俗,有利于营造年味。同时,享受民俗快乐让人体会到生命的价值,体会到活着的尊严。

贺年会“符合人心,符合民意”

刘铁梁认为,山东创办的贺年会从组织和效果来看,就是牢牢地抓住了老百姓的心,满足了人们在物质富裕之后的精神消费生活新期待。随着社会的变革,群众产生一些新的需求,作为政府就应该主动承担起“服务”职能。面对年节发展问题,政府应该起到先导作用。在此,山东省推出的好客山东贺年会,起到了很好的示范作用。“体现了省委省政府真正了解民心、了解民意的一种态势,我感觉非常令人振奋,贺年会符合民心、符合民意。”刘铁梁说。

山东旅游没有抛弃“内价值”

刘铁梁教授认为,春节作为一种强大的传统,本身也是我们这个国家,我们这个民族强大的体现,是我们文化软实力的一个体现。春节还在稳定社会秩序、延续亲情乡情等方面,具有不可替代的作用。而贺年会的举行,更能引起人们对传统年节的重视。在刘铁梁看来,旅游产品本身具有“内价值”和“外价值”,“外价值”是产品的外部设计,内价值是产品承载的老百姓的生活习惯、风俗等。他认为培育和发展旅游产品一定要以“内价值”为本,山东旅游部门“在贺年会节日的设置上,最令我感动的就是没有破坏内价值”。发言最后,刘铁梁用歌曲“江山”中的“老百姓是地,老百姓是天”歌词来“寄语”好客山东贺年会组织工作,围绕百姓切实需求开展工作。

好客山东贺年会的诠释

好客山东贺年会的立意

确定好客山东贺年会的最初立意是两个方向——让年味更浓,使消费更旺。

一是源于旅游产业在转方式、调结构、拉动消费方面的部门责任——旅游业不能坐而论道,必须先做先行,把旅游上升到转方式调结构的综合动力和巨大引擎的地位。

二是源于对民族文化传播与发展的文化自觉,如何通过贺年会形成对民族优秀传统文化全面、系统的展示与继承和创新,实现旅游对文化发展推动的历史责任。

贺年会选择在春节期间举办的文化意义和价值主要体现在:

1、春节是中华民族节日文化的核心。年节习俗是任何一个民族的文化习俗中最能够牵动全民心灵的文化要素,春节是中华民族节日文化的最大亮点。春节的习俗已经成为一种文化法则,已经被本民族和世界文化所认同,过大年是中国人的文化印记,是增强民族文化认同感的重要基础。

2、春节是中华民族节日民俗文化遗产的高密度分布时段。传统的春节从腊月初八到正月十五,是识别和展示民族传统文化的标准时间剖面。

3、传统节日是国家文化安全的屏障和维护与构建民族文化的载体。节庆是人们寄托各种美好祝福和愿望的时期,人们需要十分广泛的自然空间和文化心理空间释放各种各样的心理情感,贺年会构建了这样的渠道和平台。

4、是对民族文化记忆的唤醒、加深与提升。在民族文化情节上,顺应了人民良好的心愿和祈福的情感需求,归还了每个居民的文化权利。

5、旅游业的性质与责任——满足人们日益增长的精神消费需求。随着物质生活的繁荣,人们对精神消费的需求越来越旺盛,洋节的大规模渗透和现代消费文化的蓬勃发展对传统节日文化提出了严峻的挑战,如何与时俱进地创新民俗文化是旅游业所面临的突出任务。旅游业具有物质性和精神性双重价值,尤其是旅游本身所具有的精神消费的特质是一般经济产业部门所无法替代的,如何使人活得更更有尊严,首先要看怎样过年。

所以最终贺年会成为全山东省拉动经济消费的盛宴,也成为九千四百万山东人和近一千万游客所共同享受的文化盛典。

贺年会的构建体系

1、一个核心理念:打造我们的节日——让生活更美好,人民更幸福,社会更和谐,文化更灿烂。

2、贺年会的灵魂——传承与创新
传承——任何活动都不是空穴来风,都是对传统的继承。

创新——任何有生命力的东西都必须得到时代的认同,创新是发展的基础。

3、两大动力
经济动力——拉动年节经济消费。文化动力——创新传承春节文化。

4、三大价值
经济价值——产生巨大的内在消费潜力和快速增长的外来消费增量。贺年会对经济的拉动作用,已经得到了具体的检验,并成为持续的消费行为。

文化价值——传承民俗文化,创新文化遗产。这是贺年会的终极目的。

社会价值——围绕年节文化,促进社会和谐。通过增加居民的文化消费和心理体验,形成社会阶层之间沟通的纽带,平等的文化消费和开放的精神盛宴消弥了经济差距形成的社会藩篱,和谐的过年氛围淡化了平日积累的个人恩怨,传统民俗化解社会危机的价值得以有效地体现。

5、一个节事品牌——好客山东贺年会
把过年从一种节日文化活动上升为综合性国家突出的节事活动,促进了节日文化资源的产业化,使文化与旅游的结合成为必然。形成一个主题、三大节点、五大产品、七大评选活动共同构成的,具有独特的标识、口号、吉祥物和环境特色的节事系列品牌。

6、五大平台
营造了互动互惠,多方共赢的消费平台;打造了全面继承,系统创新的文化平台;搭建了多方联动,协调统筹的体制平台;构筑了前后衔接,内容连贯的时间平台;构建了全省行动,垂直一体的空间平台。

贺年会六大文化价值解读

- 1、有机融合外来节日文化。
- 2、科学继承民族传统文化。
- 3、全面挖掘齐鲁地域文化。
- 4、合理创新春节民俗文化。
- 5、积极引导民间消费文化。
- 6、用现代商业文化营销传统民俗文化。

(山东省旅游规划设计研究院 陈国忠)