书写上海文化的金字招牌

新民眼

朱 光

孙绍波 画

“我上辈子大概是上海人”,出生在马克思故乡特里尔的德国作曲家克里斯蒂安·约斯特,为上海民乐团创作了民乐协奏曲《上海奥德赛·外滩故事》,成为第十九届中国上海国际艺术节的委约作品。这部作品,是在西方协奏曲制式里融入了江南民乐风,灵感来源于约斯特在上海逛豫园、看大世界、漫步外滩时的所见所闻所思所想。

江南文化是上海的天然禀赋、红色文化是上海的血液基因、海派文化是上海的城市特性,这些宝贵资源,组成了“上海文化”的品牌底蕴。

上海要在新时代坐标中坚定卓越的发展取向,就要全力打响上海服务、上海制造、上海购物、上海文化四大品牌。文化品牌,就是一座城市的金字招牌,承载着城市的精神品格和理想追求,彰显着城市的吸引力、创造力和竞争力。正如我们评价一个人的素质高低,往往在于是否有文化,我们提及一座城的魅力大小,通常也在于是否有文化。作为旅人,我们去纽约,会力争买一场百老汇音乐剧的票;去伦敦,哪怕排着长龙也要进入大英博物馆;去巴黎,绝不可能错过卢浮宫;去东京,最好在三月底樱花盛放时进入上野公园里的国立博物馆。还有一些国家和城市,仅仅因为文化地标而蜚声全球,例如埃及金字塔、悉尼歌剧院、意大利圆形剧场……同理,游客对上海的第一印象,往往来自文化地标式建筑及其予人的温度。今年重生的大世界,以非遗为主题,再现传统生活方式如何在当下活起来。去年新建的国际舞蹈中心,是中国乃至亚洲顶尖的舞蹈专业剧场,可以与法国国家舞蹈中心、英国拉班舞蹈中心、美国肯尼迪艺术中心比肩。市十一次党代会明确提出上海文化建设的总体目标:到2020年,上海国际文化大都市基本建成。最近,市委市政府印发的《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》(以下简称“文创50条”)提出:到2035年,全面建成具有国际影响力的文化创意产业中心。

回望历史,上海,是中国革命的出发之地,是中国共产党人初心所在、根脉所系。11月1日起凭券参观的上海历史博物馆,与上海革命历史博物馆“两馆合一”,加上中共一大、二大和四大会址等,凸显了上海是党的诞生地这一城市的红色基因。代表红色文化和海派文化的石库门里弄建筑,就是显性的城市轮廓。

追根溯源,上海,也天然禀赋着江南文化的细水长流。海纳百川、追求卓越、开明睿智、大气谦和的城市精神,来自修身齐家、五方杂处、商业积淀、文化交流的发展脉络。从为中华民族文化传承而打造“中华创世神话文艺创作与文化传播工程”,到文物遗址保护,建设好奠定上海历史根脉的崧泽遗址博物馆、元代水闸博物馆、广富林遗址,乃至勘探凸显海洋文明的长江口一号和二号沉船遗址,都能让人了解到上海这片冲积平原其实扎根文化不浅。

英国话剧《捕鼠器》原班人马在该剧驻演本地60余年之后,听说阿加莎·克里斯蒂的话剧在上海红火了十余年,颇为诧异。于是,他们千里迢迢来到上海,也想找个演出场地。结果发现,1867年创建的兰心大戏院,与他们在伦敦驻演的剧院,在舞台尺寸上几乎一模一样。兰心大戏院,也是1907年中国第一个话剧团体春阳社,在此上演《黑奴吁天录》的剧场——这一年,是中国话剧元年。上海,历来是开文化艺术风气之先、引都市时尚风潮之劲的热土。上海京剧院、上海昆剧团、上海交响乐团、上海芭蕾舞团、上海话剧艺术中心、上海民族乐团等,均为国内顶尖院团。近年来,“一团一策”让上海18个院团在顺应各自艺术规律的道路上,找到适合自身发展的策略。“文创50条”出台,还将重点聚焦影视、演艺、动漫游戏、网络文化、创意设计、出版、艺术品、文化装备等8大发展领域,打造全球影视创制中心、亚洲演艺之都、全球动漫游戏原创中心、国际创意设计高地、网络文化创作传播高地、国际重要艺术品交易中心,构建出版产业新格局,完善文化装备产业链布局……在春夏秋冬,遍及全年的上海文化节庆活动——上海之春国际音乐节、上海国际电影节和电视节、中国国际动漫游戏博览会(CCG EXPO)、上海书展、中国上海国际艺术节等,连绵不绝的艺术展演不仅填满了文化地标性建筑,也送到了全市200多个社区文化活动中心,让海内外名家与观众亲密接触,让市民百姓能一年四季,载歌载舞、观展读书。

当下正在推进的“五年百部精品创作工程”“党的诞生地文艺创作工程”,将在凸显城市文化底蕴的同时扮美舞台。作为中国出版业发祥地,上海还拥有《辞海》《大辞海》《汉语大辞典》等一系列学术含金量相当高的金字招牌,多年来始终闪闪发光——那不仅仅是汉语言文字的“字库”,还都是书写金字招牌的“智库”。