



武隆区浩口苗族佬族乡邵家村村民晒蜡染产品。重庆日报通讯员 陈庆发 摄

核心提示

近日,文化和旅游部发布《关于公布国家级文化生态保护区名单的公告》,重庆的武陵山区(渝东南)土家族苗族文化生态保护区榜上有名,这也是重庆首个国家级文化生态保护区。

武陵山区(渝东南)土家族苗族文化生态保护区保护范围为重庆市黔江区、武隆区、石柱土家族自治县、秀山土家族自治县、酉阳土家族自治县、彭水苗族土家族自治县6个以土家族、苗族为主的多民族聚居区。

国家级文化生态保护区是指以保护非物质文化遗产为核心,对历史文化积淀丰厚、存续状态良好、具有重要价值和鲜明特色的文化形态进行整体性保护,经文化和旅游部同意设立的特定区域。

近年来,重庆武陵山区积极探索“非遗+”融合路径,通过“非遗+旅游”“非遗+产品”“非遗+文创”等模式,涌现出一批非遗活态传承的生动实践。记者近日沿着武陵山脉,探寻非遗给重庆乡村带来的可喜变化。

上榜国家级文化生态保护区 武陵山非遗传承

一路生花



石柱县中益乡夏布非遗工坊制作的夏布老虎。重庆日报记者 谢智强 摄

□ 重庆日报记者 颜安

刚刚落幕的刀郎重庆演唱会上,当《船工号子》旋律响起,现场万人合唱的声浪震耳欲聋。

与此同时,一场关于川江号子的线上联动悄然展开。大型山水实景演出《印象武隆》向刀郎发出邀请,期待他能与川江号子同台献声。视频中,非物质文化遗产川江号子传承人杨兴勇站在武陵桃园大峡谷,真诚喊话:“刀郎老师,如果你来《印象武隆》,我们将让你听到不一样的川江号子!”

杨兴勇的心愿朴实而热切:“就是想让川江号子、乌江号子被更多人知晓。希望通过刀郎的歌声,让年轻人也能听见父辈的呐喊。”

川江号子,曾是纤夫在激流险滩中用生命吼出的“活化石”,承载着厚重的历史记忆与情感,然而,时代的变迁让这雄浑的号子声渐行渐远。

这,也是众多非物质文化遗产面临的共同挑战。从国家级文化生态保护区升级为国家级文化生态保护区,重庆武陵山区在“非遗+”的道路上,探索出了怎样的经验?

非遗+演艺 劳动号子融入大景区旅游

刀郎演唱会重庆站当晚,杨兴勇如常

《印象武隆》中的船工号子表演。



黔江牛肉脯传统制作技艺。

黔江鲜海椒受到市民喜爱。

换上演出服,在《印象武隆》的舞台上引吭高歌:“肩上抬滑竿,要把贵人抬,路上滑得很,脚下要踩稳……”一首激昂的船工号子瞬间引爆全场,引发台下数千观众的齐声合唱。

“台下氛围越热烈,我就唱得越带劲!”说这话时,杨兴勇眼中闪烁着光芒。

54岁的杨兴勇是武隆区白马镇板桥村人,天生一副好嗓子,能将《牡丹之歌》《敖包相会》等经典民歌演绎得悠扬动听。“小时候跟着大人打石头、抬水,上百斤的重物,喊号子是必须的。”他脱口而出那些熟悉的调子,“岔路口哟,嘿吃嘿吃! 之子拐哟,嘿吃嘿吃! 有个沟哟,慢慢展(挪步)哟,嘿吃嘿吃!”

然而,仅靠喊号子难以养家糊口。杨兴勇早年便离乡背井,远赴北京做装修工。随着外出务工潮的兴起,回荡在山林间的号子声日渐稀落。

“因此,当《印象武隆》筹备时,导演团队以非物质文化遗产‘川江号子’为主线,再现历史记忆,唱响父辈情怀的构想,让我们眼前一亮。”武隆区文化遺產保护管理所(博物馆)所长田城回忆道。

实景歌会招募歌唱演员的消息传来,刻在杨兴勇骨子里的基因被激活了。凭借良好的基础和热爱,他顺利成为船工号子的领唱。但面对台下三千多名观众,与在山野间放歌截然不同。“第一次上场就演砸了,紧张得脸红脖子粗,节奏乱了,肢体僵硬,台风也不行。”他回忆起来有些不好意思。

组织方紧急联系了外地专业歌手,杨兴勇的领唱位置一度岌岌可危。然而,专业歌手技巧虽娴熟,却少了那份土生土长的韵味,他最终得以留下。调整心态后,杨兴勇渐入佳境,越唱越好。《印象武隆》也日益紧密地融入大仙女山的生态旅游体系,在节假日和避暑旺季几乎场场爆满,门票收入可观。

杨兴勇从中找到了价值与追求:“散场后,有人对我竖起大拇指,还有人虽然听不懂歌词,但能感受到那股拼搏向上的气势和劲头。这就足够了!”

【点评】

市文旅委非遗中心副主任罗敏:只要精心设计,旅游完全能够“带飞”非遗。

非遗可以转化为旅游商品、研学内容,更可通过演艺形式实现与观众的零距离接触,从而扩大受众,助力传承保护。

我市已推出《印象武隆》《天上黄水》《梦幻桃源》《画说龙河》4部非遗实景演出剧目,其中《印象武隆》每年演出超5000场,吸引观众超400万人次,门票收入逾5亿元,就是最好的证明!

非遗+产品 鲜海椒做成3000万元大生意

6月19日上午11时许,黔江区白石镇中河村突降暴雨导致临时停电,这让重庆必乐农业开发有限公司董事长李清华焦急地在办公室踱步。所幸停电时间不长,空调重新运转,他悬着的心才放下来,“马上安排工人,继续赶制订单!”

作为市级非物质文化遗产代表性项目“鲜海椒传统制作技艺”的传承人,李清华口中的“订单”主角正是鲜海椒。这种独特的腌制辣椒,也是多种川菜提味的配料。

武陵山区喀斯特地貌突出,气候潮湿,当地人以辣椒驱寒祛湿,鲜海椒应运而生。秋风拂过武陵山的辣椒田,土家族和苗族人便运用传承数百年的“倒扑坛”腌制技艺(一种口朝下、源于三国时期的土坛子,能有效隔绝发酵保鲜),将辣椒腌制至少一周。待坛中散发出特有的酸香,鲜海椒便大功告成。

李清华对鲜海椒有着深厚的记忆。“小时候围着灶台看爸妈制作,稍大些就跟着上学。”他说。1997年,20岁的李清华怀揣一坛鲜海椒南下广东东莞务工,直至2010年。在粤的黔江老乡不少,他常给大家带鲜海椒。久而久之,一个念头萌生:既然大家都喜欢,何不自己生产?

想法刚一提出,便遭家人一致反对:当地人会做,谁会买你的?

李清华没有动摇,他于2010年创办必乐公司,成为武陵山区首个规模化生产鲜海椒的企业。然而,开局不利——首批产品大面积发霉,数十万元投资几乎血本无归。家人的反对声再起,李清华也陷入动摇。

“再试一年!”他给自己设定期限。这次,他不再单打,而是请来西南大学和市农科院的专家“把脉”,迅速找到症结:辣椒未充分晾晒,腌制水盐比例不当,抽真空前杀菌不彻底。

改进工艺后,合格产品顺利出炉。李清华积极开拓学校、机关食堂等市场,鲜

海椒销量节节攀升。至去年底,年销量已达3500吨,产值突破3000万元,带动黔江13个乡镇800余户农户增收。

【点评】

黔江区文化生态保护管理中心主任华启元:在黔江,竹编、棕编、西兰卡普(土家族织锦)等非遗产品市场较窄,而鲜海椒、木雕、土陶等产品相对较好。

只有尊重非遗核心价值,让其回归并浸润于当代生活的方方面面,其文化价值才能充分放大,才能让非遗在生产中得到有效传承和保护。

非遗+文创 “一块布”织就致富路

“毕兹卡”(土家语,意为“老虎”)是土家族的精神图腾,夏布,一种苧麻制品,是国家级非物质文化遗产。当两者相遇,便诞生了石柱县中益乡华溪村壹秋堂工坊的人气商品——夏布老虎。

6月20日,记者在壹秋堂工坊看到,一排排憨态可掬、形态各异的夏布老虎整齐陈列,浓郁的土家特色与时尚的设计感相得益彰。

51岁的坪坝村村民杨远菊端坐案前,十指翻飞,银针穿梭。不一会儿,绣布上便浮现出生动形象的图案轮廓。杨远菊来自贵州都匀,是布依族,刺绣是她的“童子功”。但随时代变迁,传统工艺式微,她南下广东打工,后嫁到中益乡。“本以为老家够穷,没想到中益条件更差,连水泥路都没有!”杨远菊坦言,当初年轻气盛,以为勤劳就能致富,现实却给了沉重一击。婚后生育三个孩子,家庭经济压力骤增。

她掰着指头算账:三个孩子,两个在读大学,一个今年高考,每年学费生活费至少10万元。为照顾老小,她无法外出务工,只能在家务农,“起早贪黑,年底也就剩下一头猪、千把斤玉米换点钱。”

转机出现在2019年。一次偶然机会,杨远菊听说村里有刺绣培训,这正是她的专长!她顺利进入壹秋堂非遗扶贫工坊,凭借从小练就的刺绣手艺迅速脱颖而出,升任班组长,月收入3000多元,成为了“手艺人”。“除了按订单制作夏布老虎、养生锤、挂件,我们还接待研学团队,今年最高纪录一天接待780人。收入增加了,累点也开心!”

如今,“杨远菊们”融合土家文化与夏布技艺的工艺品已走出中益乡,远销北京、上海、山东等地,更在深圳文博、北京外事交流、新加坡中国文化节等国际舞台崭露头角。杨远菊也有了新目标:“现在‘拉布布’那么火,我也想买来研究研究,争取让咱们的布老虎也早日成为潮品!”

【点评】

市文旅委非遗中心副主任罗敏:非遗工坊是助力乡村振兴的重要载体。目前重庆已建成99个非遗工坊,覆盖99项非遗代表性项目,累计带动就业1.7万余人。例如,涪州结绳工坊通过“零门槛”培训带动3000余人灵活就业;武隆浩口蜡染工坊帮助800余人在家门口就业。

非遗工坊更深层的意义在于重塑社会价值,激活乡村内生动力,培育文化自信。比如涪州结绳工坊为残障妇女提供心理辅导、法律援助;武隆浩口蜡染工坊成为村民议事、文化交流的公共空间,增强了社区凝聚力。

记者手记

当号子声渐成绝唱 非遗传承如何破解“后继无人”?

站在舞台上,杨兴勇的川江号子能点燃数千人合唱的激情,却点不亮年轻学徒眼中的光。采访中杨兴勇坦言:“《印象武隆》的演员流动非常快,年轻人待不了几个月就走了,甚至宁愿送外卖也不愿学号子。”

一席话,道破了非遗传承的尴尬:台上掌声雷动,台下门庭冷落。

这不是孤例。在黔江区,国家级非遗“南溪号子”的处境更为艰难。尽管其声腔高亢如云,演唱风格独特,却因无法像鲜海椒那样让产品变现,逐渐沦为博物馆里的“活标本”。黔江区文化生态保护管理中心主任华启元坦言:“年轻人觉得学号子不如学直播带货实在。”当生存逻辑撞上文化使命,不少非遗项目悄然失声。这是一个有些残酷的现实:当老一辈匠人用“自我感动”坚守技艺时,年轻人早已用脚投票,与非遗渐行渐远。

而公开数据显示,过去一年,各视频

平台上的国家级非遗相关视频累计分享量同比增长了36%,平均每天有5.3万场非遗直播,获得打赏收入的非遗主播人数增长25.63%,共有1379万网友在平台上分享非遗体验,团购非遗商品的用户数同比增长了328%。

这是否说明:非遗只要具备了市场生命力,也可能吸引到后继者,也能够在这个时代绽放出新的火花。

破解之道或许就在“非遗+”的探索中:让技艺可造,如鲜海椒用产品收益反哺传承;让文化可触摸,如夏布老虎将图腾变潮玩;让传承有尊严,如非遗工坊让绣娘成为手艺人……

号子声不该成为历史的回响,而应该成为时代的潮流之声。只有当年轻人在非遗里看见谋生的奔头、文化的骄傲,甚至国际交流的机遇,川江的纤绳才能交到下一代人手中。

武隆后坪乡天池苗寨村歌活动。(本版图片除署名外均由受访者供图)

