

# 吉林省博物院：零门槛不是终点

丁丽娜 本报驻吉林记者 李鸿劼

“妈妈，广西民族服饰好漂亮，是原生态的吗？”3月28日，来自吉林省松原市的游客张女士带着9岁的女儿果果，兴致勃勃地参观了在吉林省博物院展出的“丝路风，八桂情——广西民族历史文化展”。

近年来，随着吉林省博物院推出和引进展览的增多，群众参与的积极性也明显增强。据吉林省博物院公众服务部张淑娟介绍，2012年吉林省博物院的观众数量已达73万人，且覆盖范围不断延伸。

## 逛博物馆成为生活的一部分

家住长春市绿园区的赵凤华老人已经61岁了。最近几年，他经常到吉林省博物院看展览。2013年新年伊始，老人再次来到这里看展览。他说：“吉林省博物院办的展览真不错，经常联系外地办展，把灿烂的五千年中华文明都表现出来了。如今，到这里看展览已成为我生活中的一部分。”

今年，吉林省博物院的展览更加丰富。

据张淑娟介绍，2013年吉林省博物院加大了交流力度，“罗马帝国展”“两岸四地张大千画展”“西夏文物展”等引进展览相继推出。此外，像中国文字博物馆的“汉字展”、青岛市博物馆的“山东木版年画展”、郑州博物馆的“汉代画像砖展”等正在洽谈中。

## 将展览送到家门口

2012年起，吉林省博物院推出了“走出去”系列活动。这是吉林省博物院进一步发挥博物馆社会教育功能的举措之一。

对于行动不便的老年人来说，到博物馆去看展览，似乎是一种奢望，往返一趟多少有些不便。2012年6月至12月31日，吉林省博物院的工作人员带着根据馆藏宋代苏轼的《洞庭春色赋·中山松醪赋》行书卷、金代张珪的《文姬归汉图》、宋代汝窑青釉水仙盆、宋代松风清琴、辽代契丹文八角铜镜等10件顶级国宝制成的展板，走进长

春市南湖社区、北安社区、锦江社区等24家社区，举办了73场图片展，受益社区居民达87340人次。

与此同时，吉林省博物院还走进乡村举办图片展，向村民介绍文物保护知识等。此外，吉林省博物院还通过网站为公众提供参观预约服务，为社会提供藏品保护、研究等咨询服务，开发手机导览功能，让公众享受新型智能博物馆带来的服务……这些细节，让公共文化服务变得更加人性化，大大激发了百姓的参与热情。

## 改变细节，让服务更温情

如何结合展览，发挥教育功能，让青年人走进来，是博物馆免费开放后一个需要解决的问题。

吉林省文化厅厅长林君表示，全省文化工作将继续着力推动公共文化服务体系建设，进一步提高公共文化设施的利用率，丰富公共文化服务内容，提升公共文化服务水平，

积极满足基层群众个性化、多元化的精神需求。以此为基础，吉林省博物院积极拓展项目活动，改变细节，让更多人参与进来，打造百姓博物馆。

据张淑娟介绍，吉林省博物院结合本院珍藏的雷锋生平照片、文献及“名人名枪”展览，开展了系列化、菜单化的主题活动。比如，在观展的同时，由吉林装甲兵技术学院的30名学员，为长春市树勋小学200名小学生进行枪械知识的讲解，以此进行国防教育和爱国主义教育。

以此为基础，吉林省博物院结合长春市各中小学课程安排，开展了“雷锋精神百校行”图片巡回展，利用学生们的课余时间开展“感悟雷锋精神、建设核心价值”有奖征文活动，活动参加人数达2000余人，得到有效征文1500多份；在100所中小学中选拔、培养校园讲解员志愿者100名，开展“小小讲解员”培训计划，共有235名中小学生学习成为吉林省博物院的“小小讲解员”。

# 湖南以大比武提升文化执法水平

本报讯（驻湖南记者黎鑫 通讯员周东平）4月1日，湖南省文化市场监管与执法工作会议在长沙召开。会议确定，2013年，湖南省除在全省各市州的文化市场综合执法部门开展“大练兵、大比武”活动外，还将开展“七比七看”活动，进一步提升全省文化市场执法的整体水平。

湖南省文化市场综合执法部门“七比七看”活动包括：在综合素质上比，看谁最优秀；在政策法规的运用上比，看谁最融会贯通；在文书制作上比，看谁精益求精；在案卷归档上比，看谁最经得起历史的检验；在文化产品识别上比，看谁最一专多能；在执法程序上比，看谁是最人民群众满意的公仆；在网络执法及办公系统应用上比，看谁最能驾驭新技术。

目前，湖南省文化市场执法人员1851人，其中大部分是走入新岗位、从事新业务的人员，理论水平和业务素质参差不齐，“七比七看”对于提升他们的思想素质和业务水平具有重要意义。

# 乌兰恰特上演话剧《国家的孩子》

本报讯（驻内蒙古记者阿勒得尔图）3月29日，大型原创话剧《国家的孩子》在内蒙古自治区乌兰恰特剧院上演，该剧目展示了上海戏剧学院为内蒙古委培艺术人才的成果。该剧由孙祖平根据萨仁托娅纪实文学《国家的孩子》改编，龙俊杰执导，上海戏剧学院表演系2008届内蒙古委培生演出。

该剧讲述了上世纪60年代，我国遭遇连续3年的自然灾害，饥饿威胁着大部分城市、农村，南方地区福利院的弃婴激增，人满为患，孩子们嗷嗷待哺，各级领导焦急万分。周恩来总理、乌兰夫主席和康克清大姐策划、组织了一场幼小生命的营救行动，诗意地再现了以温都苏和噶鲁为代表的“国家的孩子”在苦难中茁壮成长、获得幸福的故事。

在全国高等学校委托培养紧缺文艺人才，是内蒙古加强文艺人才队伍建设所采取的一项重要举措。自2008年以来，内蒙古分别在内蒙古艺术学院、上海音乐学院、北京电影学院等高等院校委托培养学生近百名，已有30多名委培生圆满完成学业并回到家乡。《国家的孩子》是上海戏剧学院为表演系2008届内蒙古委培生的毕业汇报演出剧目。该剧曾荣获第三届中国校园戏剧节专业组“优秀剧目奖”榜首，荣获上海市委宣传部重大项目优秀作品成果奖。

# 国际大马戏在西安落户

本报讯（驻陕西记者秦毅）3月29日，创作、编排历时12个月，投资1.5亿元，以《在西安》命名的国际马戏演出在陕西西安兴庆宫大剧院开幕，并将在此驻场演出，这标志着环球城国际大马戏正式落户西安。

据悉，参加此次演出的100多位演员是来自美国、俄罗斯、乌克兰、法国、朝鲜、哈萨克斯坦等13个国家的世界金奖得主。另外，还有来自泰国的大象、哈萨克斯坦的纯种骏马等马戏界的动物明星。《在西安》的创作编排在汲取现代国际马戏时尚元素的基础上，采用具有西安历史背景的故事情节，演员服装加入了宫廷服饰元素，舞美布景也加入了古代宫廷建筑符号，使其成为一台具有丰富历史文化内涵的演出。

# “二居”绘画作品亮相宁夏

本报讯 由宁夏回族自治区文化厅、自治区文物局主办，宁夏博物馆、广东省东莞博物馆承办的“花鸟草虫岭南韵——居巢居廉画展”日前在宁夏博物馆开展。

岭南地处我国南疆边陲，清代道光至光绪年间，在这里孕育了两位具有鲜明地域风格的画家——居巢（1811—1865）和居廉（1828—1904），画史将其并称为“二居”。他们以撞粉、撞水法绘花鸟画，既师承传统，又融合本土特色，自成“居派”，在广东画史上享誉盛名。他们以岭南盛产的果菜佳肴、花卉鱼虫以及岭南独特的乡土民情等为题材，创作了大量浸润着岭南田园气息的作品。

本次展览精选了东莞博物馆所藏“二居”作品88件，表现了岭南大地生生不息、欣欣向荣的生命活力。展览将持续到5月25日。（解明）

# 武汉人艺筹拍《尼尔斯骑鹅历险记》

本报讯（驻湖北记者徐超 王永娟 通讯员张云鹤）近日，由英国音乐剧知名导演大卫·弗里曼率领的创作团队抵达湖北武汉人民艺术剧院，计划与该院联合打造大型原创音乐剧《尼尔斯骑鹅历险记》。

该剧根据瑞典作家塞尔玛·拉格洛夫创作的世界文学名著《尼尔斯骑鹅旅行记》改编。全剧讲述了一个喜欢恶作剧的小男孩尼尔斯，因为捉弄了精灵被变成了拇指大的小人儿，他骑着一只鹅飞上高空，展开了奇幻旅程的故事。

据武汉人民艺术剧院总经理田清泉介绍，音乐剧《尼尔斯骑鹅历险记》是武汉市文化院团投排原创音乐剧的首次“试水”。之所以邀请英国著名戏剧创作团队加盟，是因为英国是音乐剧的发源地之一，可以学习他们先进的工作理念和管理方式。来自英国的创作团队中，除了导演大卫·弗里曼外，还有作曲家约翰·卡梅隆、舞美设计丹·波特以及编剧邹奕。

据悉，该剧将融入木偶、杂技等多种艺术形式，预计将于11月与观众见面，并将在武汉中南剧场驻场演出。

# 邯郸永年启动基层人才培养

本报讯（驻河北记者李秋云 实习记者赵瑞）3月29日，河北省邯郸市永年县启动基层文化人才培养“春蕾”工程，计划用两年时间，举办100期培训班，免费对全县20个乡镇宣传委员、文化站干部和448个村文艺带头人及县直单位文艺骨干等1000余名基层文化人才进行轮训。

据悉，“春蕾”工程首期培训基层文艺骨干200余人，涉及200多个村，培训内容丰富多彩，涵盖二胡、大合唱组织与指挥、健身舞、秧歌舞等13个项目，采取“请进来、走下去”相结合的方式，实现点对点的现场指导、面对面的专题培训、一对一的帮扶，力争造就一支熟悉业务、乐于奉献、工作扎实的农村基层文化生力军。

## 河南郑州：

# 创新塑造公共文化品牌

本报驻河南记者 陈关超 实习记者 吴玉娟

3月27日上午，一堂生动的舞蹈课在河南郑州大学西亚斯国际学院歌剧院举行，100余名师生身着练功服在文化志愿者李小姐的带领下感受着现代舞的动律特点和内在张力。这堂舞蹈课不仅标志着郑州市群众艺术馆“情韵郑州”品牌活动的进一步深入，也是郑州市开展群众文化活动的缩影。

为什么要打造“情韵郑州”品牌？郑州市群众艺术馆馆长李桂玲介绍，郑州市的群众文化活动基础深厚，已经具备形成群众文化大品牌的生态环境。郑州市群众艺术馆多次免费组织针对农民工及其子女学普通话以及舞蹈、绘画等培训班，每个班上都有40多位家长和孩子接受正规培训。今年以来，“情韵郑州”品牌已成功举办农民工子女专场培训、老年艺术大学的春季书法班等10多场特色活动。郑州市群众艺术馆保障农民工文化权益的做法，曾被作为典型在河南省推广。

近年来，郑州市群众艺术馆相继成立了成人文化教育基地、未成年人文化教育基地、外来务工人员文化教育基地以及社会艺术考级中心、郑州市老年艺术大学、郑州市群星艺术团、郑州市群众文化专家委员会等机构，为不同群体提供了一个个“文化之家”。

“情暖新春”专场文艺演出、“绿色周末”中原动漫嘉年华、少儿文化艺术节等传统文化活动，以及首届群众（社区）艺术节、“祖国颂，香江情”大型歌咏大会、走进社区——郑州两城书画作品展、华夏优秀传统文化展示等丰富多彩的活动让百姓目不暇接。仅2012年，郑州市就举办群众文化活动2.26万场次，平均每天几十场次。连续举办了11届歌手大赛、器乐大赛，13届郑州市迎新春民间文艺大赛，以及“叱咤中原”戏曲演员排行榜等活动。

根据郑州市文广新局关于“群众文化活动要紧紧围绕郑州市委、政府工作，以贯彻党的十八大精神为主线，创造出具有时代特点的活动项目，要周周有活动、月月有亮点、季季有主题，在党委、政府与人民群众之间架起‘连心桥’”的要求，郑州市群众艺术馆积极创新群文工作思路。今年以来，郑州市群众艺术馆整合“群星讲堂”“公益舞台”“公益展厅”“公益讲堂”四大招牌活动，独创性地提出了“情韵郑州”群文活动新品牌，并将以活动季的形式呈现。

据介绍，“情韵郑州”品牌包括春季篇、夏季篇、秋季篇、冬季篇。其中，春季篇以新型城镇建设中的群众文化建设为主题，紧紧抓住新型城镇建设中的道路建设、生态廊道、中心城区功能提升、产业集聚区建设等6个方面展开；夏季篇以与产业工人的生产生活密切相关的现代产业体系构建为主题，围绕产业结构调整、现代产业体系、项目建设环境、经济社会发展等方面展开；秋季篇以网格化管理为主题，围绕体现政府各项职责全覆盖、无缝隙落实，切实提高城乡管理科学化、制度化水平等方面展开；冬季篇以盘点一年来郑州市区建设成就为主题，围绕“三大主体工作”的成效以及凸显“务实郑州”的形象等展开。



# 开花结果日，正是起舞高歌时

## ——北京市郊区县“水果文化节”观察

本报驻北京记者 王晓风 李雷

3月22日，北京市通州区第八届中国草莓文化节现场，国际草莓专家夏洛克·哈尼扎德不仅尝到了中国农民种出的香甜草莓，独具特色的群众文艺演出、丰富多彩的文化活动同样让他惊叹：没想到，小小草莓竟为通州搭建了展示非遗传力和群众文化活力的大舞台。

通州区文委主任杜德久说：“我们是打着水果节的牌子卖文化，既让老百姓依靠科技致富，又依靠文化展示幸福通州的美好形象。”

无独有偶，大兴区在连续举办16届西瓜文化节后，于2004年建起了中国西瓜博物馆；今年4月将亮相房山区的梨花文化节，则将群众舞蹈大赛纳入麾下；在平谷区，一年一度的“桃花大舞台”活动，从4月至9月每周五晚上演，来自274个村的100余支镇、村、社区的文艺团队将第7次搭上国际桃花音乐节的顺风车……异彩纷呈的基层文化活动纷纷登上节庆活动，借助其强大人气开辟了一块繁荣群众文化的阵地。

## 以文化活动树立区域形象

在草莓文化节开幕当天的非遗展示区，民间剪纸高手李淑华的展位前围满了观众，原来是有人提出让她现场剪一对草莓留念。李淑华眯了一眼对展位宣传板上的草莓便动起手来。仅用2分30秒，一对红彤彤的草莓便呈现在众人面前，围观者被彻底征服。

李淑华是通州区张家湾镇大辛庄村的一名普通妇女，通过钻研祖辈传下来的技艺，成了民间剪纸高手。团花、喜花、福寿、花鸟鱼虫、十二生肖等形象在她的剪刀下熠熠生辉。她的这项技艺被列入通州区非物质文化遗产名录。

据杜德久介绍，这次草莓文化节，通州区不仅组织了13项具有代表性的区、市和国家级非遗项目展示，还从去年起就组织摄影爱好者拍摄有关通州风土人情的摄影作品。本届活动现场，96幅涉及春节花会表演、文化大院、舞龙舞狮等文化生活场景的照片就挂在走廊里，成为草莓文化节的一大看点。他说：“我们在围绕草莓做文章的同时融入当地的文化元素，目的就是展示通州的发展前景，制造通州投资发展的机会。”

## 培养有文化的新型农民

通州草莓节举办之时，远在北京西南的房山区琉璃河镇水泥厂社区评剧团正在为4月中旬举办的梨花文化节专场演出紧张排练着。

琉璃河镇被誉为“京南梨乡”，有华北地区最大的百年梨园，形成了独特的梨文化，梨花文化节也由此而生。过去5届梨花文化节吸引游客近60万人，已成为京郊知名文化品牌。每年4月，外地游客在这里赏梨花、吃农家菜的同时还能听评剧、欣赏当地村民的演出。

琉璃河镇党委书记陈立新说，梨花文化节设计之初就不以办节为唯一目的，而是通过节庆活动聚人气，推动镇域休闲、旅游经济发展，带动农民转变为有文化、懂技术、善经营、能致富的新型农民。他坦言：文化节持续一周，雪白的梨花对游客来说新鲜，可当地人跟梨树打了一辈子交道，想调动百姓的参与度，用房前后的梨花就没有吸引力了。而举办文艺演出和比赛，既丰富了大家的文化生活，也增强了走出去的自信，这是群众文化活动在历年文化节中分量越来越重的原因之一。

此次梨花文化节以“北京之源·梨花飞歌”为主题，将举办第二届群众文艺大汇演、“梨花情·声之韵”戏曲专场演出、“梨花恋·蝶之舞”首届群众舞蹈大赛等丰富多彩的活动。琉璃河镇文体中心主任董红艳介绍，目前，报名参加首届群众舞蹈大赛的队伍近20支，参与人数在500人以上，节目以自主创新为主，将是一次展现琉璃河农民新风貌的舞台。

## 不断创新，恰如其分地融入

“做品牌就是做特色、做差异。近几年节庆活动的兴起意味着地方政府在打造文化品牌、实现产品输出方面的意识不断增强。”中国文化管理学会品牌文化研究中心主任郭占斌指出，“另一方面，政府主导下的节庆活动宣传力度大、政策资金相对充足，想要制造人气，每年出新意也是个巨大的挑战；加之，很多节庆活动刚刚起步，难免为追求轰动效应盲目上马，在效仿中失去自身定位。如何借力文化品牌形成具有特色的文化品牌，凝聚从区县走向全市甚至全国的软实力是值得思考的问题。”

同样在探索文化事业如何融入节庆活动方式的还有政府决策部门。“梨花节举办了5届，我们力争每年从内容到形式都有一定的变化。从过去请演出团体为主，到现在我们自己的演出团体为主，从过去演出大众性节目，到现在演出自编自演的节目，从过去演出节目形式上的创新，到现在演出内容上主要反映琉璃河的变迁，始终把握‘恰如其分地融入，不失时机地创新’的原则。”陈立新表示。