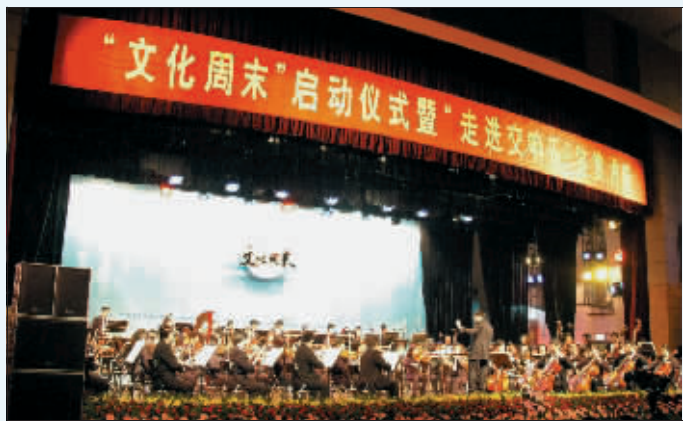




“文化周末”启动仪式



广东省委宣传部有关领导调研“文化周末”系列工程



文化周末少年合唱团参加比赛



文化周末俱乐部

“文化周末”惠民创新 千年莞城文采斐然

——广东省东莞市莞城街道“文化周末”四年历程

本报驻广东记者 宾 阳 通讯员 李晓军

编者按:近年来,广东省东莞市莞城街道在文化建设中坚持以人为本,不断创新,通过创建“文化周末”系列工程,持续推进公共文化服务体系建设,为当地百姓提供了丰富多彩、优质高效的文化服务。“文化周末”系列工程在理念、内容、形式、机制等方面的创新实践,不但提升了城市文化品位,丰富了市民文化生活,也为基层公共文化服务提供了新的样本,探索出新的模式。

自2005年4月至今,广东省东莞市莞城街道“文化周末”系列工程从容走过了4年。4年间,“文化周末”从一个晚会衍生出“九个一”工程,形成了一个形式多样、功能完善的公共文化服务体系。4年间,“文化周末”创造出连续举办200多期周末晚会、现场受众数十万、多媒体受众超千万的骄人纪录。4年间,“文化周末”还组建成一个在国际大赛中屡获金奖的合唱团,创办了一个聚集社会名家的大讲坛,编织起一个遍布大街小巷的便民文化服务大篷车网络……

“无论过去、现在或者将来,文化周末的发展主线都是惠民创新。”东莞市莞城街道党委书记王检养接受媒体采访时表示。

人文沃土催生文化之花

莞城地处珠三角要塞,自古文人雅集,文脉繁盛,各种思想在这里碰撞,中西文化在这里交融。自唐至德二年建立以来,莞城一直是东莞的政治、经济和文化中心,至今已有1250年的历史,保留着大量的文物古迹。深厚的历史积淀为东莞文化发展提供了沃土,而海洋文化的创新精神则催生了“文化周末”这朵文化之花。

“莞城举办‘文化周末’并非偶然,而是东莞文化大发展背景与莞城自身深厚文化底蕴的必然结果。”王检养一直这样认为。

2005年4月15日,文化周末晚会首演“走进交响乐”。一开始,晚会就尝试用“赏学并重”的模式来吸引观众。“当时看到偌大一个报告厅闲置着,就琢磨着怎样有效利用它。市里已经有玉兰大剧院,我们必须走差异化道路,就决定采用这种赏学结合、每周一次的表现形式。”王检养说。

“赏学并重”的演出模式受到东莞观众的喜爱,这让莞城文化人倍受鼓舞。“是老百姓给了它养分。”王检养表示,文化周末之所以能够坚持4年,连续举办200多期,并从一台晚会发展成“九个一”系列工程,“没有老百姓的认可和喜爱,我们是没有信心做下去的,再说每年几百万元的财政投入,做不好老百姓也不答应。”

现在,“文化周末”系列工程以“文化零距离”为口号,以寻找公共文化服务为突破口,以注册商标标识名称为整体形象,以文化传播为手段,坚持走公益化、品牌化、专业化、产业化相结合的路子,使文化事业和文化产业相互融合,共同发展。“这在全省乃至全国都是不多见的,为基层开展文化活动探索出一条新路子。”8月22日,广东省文化厅副巡视员杨伟时在文化周末系列工程创新之路座谈会上如此评价。



在“文化周末”晚会上,盛中国演奏小提琴。

一台晚会带动“九个一”工程

在不断探索中,“文化周末”由最早的一台晚会衍生出“九个一”工程,包括一台晚会、一份报纸、一本杂志、一个少年合唱团、一个培训中心、一百辆大篷车、一个大讲坛、一个演艺中心、一个俱乐部。

“随着东莞农村城市化的推进,市民对精神文化生活的需求不断提高,政府开展‘文化周末’系列工程是顺势而为。”文化周末项目负责人、莞城街道党委委员张彤隄介绍说,“文化周末”系列工程在文艺表演、信息传播、艺术培训、文化产品流通、文化休闲等方面,满足了广大市民在精神层面上的不同需求,构筑了一个文明、健康、立体、全面的公共文化空间。

旨在向市民普及高雅文化的“文化周末”晚会,每周坚持一期演出,赏学并重,内容涉及音乐、舞蹈、戏剧、民俗、影视等不同艺术形式,融观赏性、知识性、趣味性于一体。2006年,“文化周末”晚会荣获“中国十大演出盛事”的“全年演出项目制作”银奖。而旨在“用声音传递文化,用文化丰富生活”的“文化周末”大讲坛,经过两年多的尝试性运作,相继推出“艺术鉴赏”主题年,“华语之巅”系列讲坛,邀请了王蒙、贾平凹、周国平、余华、王安忆、舒婷、麦家、梁文道、慕容雪村等众多文化界名人前来开讲,社会反响强烈。

文化周末少年合唱团从2005年9月成立以来,更是成绩斐然。在获得2006年第四届世界合唱比赛金奖、2007年中国音乐金钟奖首届全国合唱比赛银奖之后,在今年8月9日至15日举行的“2009年中国(烟台)首届国际青少年合唱、独唱音乐周大赛”上,这个合唱团又囊括了6项大奖,成为此次大赛的最大赢家,并被邀请参加由文化部、中国文联等部门举办的庆祝新中国成立60周年“歌唱祖国——万人合唱大型歌咏会”。经过4年的历练,如今的文化周末少年合唱团已逐渐成为国内外享有盛誉的少年合唱团。

此外,在4年的探索 and 实践中,文化周末的报纸、杂志、演艺中心、培训中心、大篷车和俱乐部等,也都通过自身的准确定位不断发展壮大,并以其独特的个性和高雅的艺术品质,成为城市发展和城市升级的重要载体,成为深受市民喜欢的一个个文化品牌。

发展中创新运作模式

早在2005年“文化周末”晚会举办之初,“讲解+演出”的表演形式就一度成为当地文化界热议的话题,经过4年多的发展,如今已成为一种“文化周末”现象。“事实上,创新一直被视为‘文化周末’

的灵魂,在创新中发展,在发展中创新,可以说,创新贯穿‘文化周末’每一个项目每一个细节。”张彤隄说。

“文化周末,让周末过得有文化”,“用声音传递文化,用文化丰富生活”、“文化事业产业化”、“政府引导、社会承办”……“文化周末”系列工程受到市民的青睐并实现良性发展,很大程度上得益于项目自身在理念、内容、形式和机制的创新。

投入是一个长期困扰公共文化建设的难题。“我们坚持以政府引导、社会承办的创新机制来办文化。”王检养说,在莞城,政府的重点是做好各项文化活动的策

市民的“文化周末”

当今社会,人们对精神文化的需求是多层次、多方面的,针对东莞企业多、外来务工人员多、居民素质相对较低的新型移民城市特点,“文化周末”的诞生和发展,在不同的方面满足了广大群众对高雅文化的欣赏需求。“精品式”的供给,推动了村镇文化向都市



“文化周末”晚会

划,搭建好活动平台,把社会力量吸引进来,整合社会资源办文化,坚持走市场化、产业化的路子。“我们要分清文化活动性质,对公共文化活动,主要由政府财政支持一点、企业赞助一点、市场经营一点,构建完善的公共文化服务体系。如有企业提出赞助文化周末晚会,有企业提出冠名文化周末合唱团,我们都没有同意。”

“而对一些可以经营的文化

发展,加快了农村城市化的进程。

“文化周末创办4年来,每年投入几百万元。”王检养说,“办文化周末不是为了赚钱,所以我们不能仅看它的经济效益,而应该看它的社会效益。如果多一个人去看文化周末,那就多提升一个人的文化品位。文明素养提高了,社会的和谐度也就不断提升了。”

王检养介绍说,文化周末系列工程,特别是晚会、大讲坛所贯穿的“表演+讲解”的方式,倡导了“寓学习于艺术欣赏”的理念,使市民在艺术享受的过程中不断提高艺术欣赏水平,从而树立良好的精神风貌。

事实上,很多“洗脚上田”的新市民正是因为“文化周末”的吸引而远离了麻将桌,走进剧院欣赏演出正在成为他们生活的一部分。“文化周末”晚会热心观众肖伯清楚地记得,1998年,香港舞蹈团来东莞演出时,观众像看露天电影一样走来走去,小孩在剧场到处跑。“文化周末”刚开始时,观众不懂鼓掌,经常迟到,大声打手



“文化周末”晚会

机,不理解1.2米以上小孩要买票的原因。现在,“文化周末”晚会8点开始,7:55基本都进场完毕。即使有时候看不懂,他们也会安静地观赏,礼貌地鼓掌。东莞市民就是在这些细节中渐渐地提高了素质。从这一点来讲,“文化周末”真正成为了市民的“文化周末”,真正成为了“文化惠民”的典型代表,提升了整个地区的文化品位和文化氛围。

突破一:解决了服务对象单一性问题,建立了服务对象多元化理念。

以往举办系列活动,主要是围绕政府中心工作,满足节假日营造节日氛围的需要。“文化周末”系列工程,旨在完善公共文化服务体系,既要为政府的中心工作服务,又要满足不同人群、不同层次的文化需求;既要打造区域性公共文化服务“多媒体”平台,又要为文化创意产业发展培育经营团队和创作人才。

突破二:解决了被动性、随意性、零散性问题,树立了专业化、系统化、产业化意识。

以往举办系列活动,活动设置上的被动性、随意性、零散性,导致文化活动设置与群众需求脱节,活动形式的选择和城市特点脱节,活动的娱乐性与知识的传播性脱节,活动内涵的策划与时代风尚脱节。“文化周末”系列活动是政府部门根据城市发展和市民需求,聘请专业人士策划的,是一个系

突破三:解决了文化服务短期行为的问题,建立了提高市民文化素质的长效机制。

“文化周末”自开办以来,就被称为“撒播阳春白雪的使者”。过去,广东的高雅艺术讲座式演出,通常每个点都是一两场,最多也不



贾平凹作客“文化周末”大讲坛

超过一周,而且基本上都是独沽交响乐一味。而“文化周末”晚会连续4年的成功举办,在规模、品种、时间上均创造了纪录,甚至在全国也不多见。通过走文化事业产业化路子,“文化周末”已形成大众喜爱的文化品牌,市民可以根据各自所需在高雅艺术演出、文化讲座、少儿艺术培训等诸多活动中进行多元选择。“文化周末”对于凝聚人心、吸纳人气都有重要作用,已逐步成为提升东莞城市形象和检阅市民素质的平台。

突破四:解决了投入模式单一化问题,建立了多元投入的崭新机制。

以往举办许多活动一般是由政府投资才能举办,如果没有政府的投入,一些活动往往难以举办。“文化周末”具有统一的标识形象,每个项目既

是独立的精品文化工程,又是相互联系的整体品牌形象工程。立足各项工程的定位,根据不同文化活动的性质,采取了不同的经营方法,其规模化、广泛性、规范性、认可度、权威性、专业性及保障机制等方面达到了较高的标准。另外,“文化周末”以政府投入为主导,大力宣传,多管齐下,吸引了社会各阶层的积极参与,与企业、社会团体等各界联姻,拓宽活动投入渠道,实现投入和主办互利,企业和市民双赢。社会效益和经济效益都得到了提高。



文化周末大篷车

邀前来开讲。

一个演艺中心 “文化周末”演艺中心以培养演艺创意人才为目标,采取政府指导与市场化运作相结合的方式,培养各类艺术人才,推广创意文化。2007年5月,“文化周末”演艺中心选手赵亮、张丁方参加第82届英国黑池舞蹈节公开比赛,荣获拉丁舞职业新星组冠军。

一个俱乐部 文化周末俱乐部面积为5000多平方米,集休闲娱乐、茶吧、书吧、酒吧为一体,是东莞高雅文化的集散地之一。

(本版图片均由东莞市莞城街道宣传办提供)

文化周末大事记

- 2005年4月15日,文化周末启动仪式暨走进交响乐鉴赏讲座正式启动拉开帷幕。
- 9月,文化周末少年合唱团正式成立,合唱团培训的宗旨是“会唱歌,更会做人”。
- 11月,文化周末俱乐部开始动工装修经营,这标志着文化周末开始走向产业化。
- 2006年1月,《文化周末》报和《文化周末》杂志同时创刊。
- 7月,文化周末少年合唱团荣获第四届世界合唱比赛金奖。
- 9月,文化周末大篷车开始营业。第一批文化周末大篷车共40辆,遍布莞城区各个角落,犹如一座座融多种功能的安民、利民亭。
- 2007年1月,旨在“用声音传递文化,用文化丰富生活”的文化周末大讲坛开讲。
- 5月,文化周末在东莞玉兰大剧院举行百期晚会,李云迪、盛中国、张国立、戴玉强等名家来莞献演。
- 2008年8月,广东省委常委、宣传部部长林雄考察文化周



《文化周末》创刊号

末系列工程。

- 2009年8月,文化周末少年合唱团在“2009年中国(烟台)首届国际青少年合唱、独唱音乐周”大赛中,囊括团体第一名、合唱金杯奖第一名、独唱少年组金奖第一名、独唱儿童组金奖第一名等六大奖项,成为此次比赛获奖最多、奖项分量最重的比赛队伍。

链接

文化周末的“九个一”

一台晚会

作为“文化周末”系列工程的始创,“文化周末”晚会于2005年4月15日正式成立,以“赏学并重”为特色,以“表演+讲解”为形式,以音乐、舞蹈、戏剧、民俗、影视等不同模块为内容,融观赏性、知识性、趣味性于一体。目前已成功举办211期。

一份报纸

《文化周末》报是东莞本土拥有全国公开发行刊号的第二家媒体,以“缔造现代城市生活”和“影响有影响力的人”为办报理念和办报宗旨。

一份杂志

《文化周末》杂志定位为“立足莞城,放眼莞城,挖掘东莞本土文化价值”的文化月刊,是东莞较有影响力的文化类出版物。

一个合唱团

文化周末少年合唱团,以提升儿童音乐素质为宗旨。文化周末少年合唱团结合自身实际,举办了A、B、C三个培训班,其中A班为

一个培训中心

政府扶持培训中心,B班为公益化和产业化相结合培训班,C班则完全走市场化培训道路。合唱团多次荣获国际和全国比赛金奖。

一个培训中心

文化周末培训中心以“打造精品教学,培养精英人才”为定位,通过与专业的文化艺术培训公司合作,整合多方资源,开设少儿艺术培训班,旨在成为全市少儿艺术人才的摇篮。

一百辆大篷车

文化周末大篷车采取政府指导、市场化运作的模式,实行“五统一”的经营模式(统一经营、统一送货、统一配发、统一规章、统一标志),销售文化产品以及文化周末相关产品。

一个大讲坛

“文化周末”大讲坛于2007年1月21日正式开讲,旨在“用声音传递文化,用文化丰富生活”,王蒙、贾平凹、阿来、周国平、余华、王安忆、舒婷、王小妮、麦家、杨健、徐则臣等国内知名作家和学者曾应