自中央国家机关广大员工开展主题读书活动以来，各种形式的读书活动多了，个人的应酬少了；业余逛书店和看书的多了，消磨时光的少了；个人用于买书的开支多了，可有可无的消费少了；潜心钻研交流心得的多了，心性浮躁的少了——

读书热引发“四多四少”

郭存亮

欲强素质需读书

多年来，党中央一再号召要大力加强学习，努力建设学习型政党。十七大又向全党提出了“讲党性、重品行、作表率”的要求。十七届四中全会再次强调，要把我们党建设成学习型政党。

为积极响应中央号召，中央国家机关工委和国家新闻出版总署站在“努力建设学习型政党”的高度，以培养高尚道德情操、提高员工综合素质、端正机关风气、增强执政能力为目标，以抓读书、促学风为手段，成立了中央国家机关读书协调小组，并于今年4月举行了中央国家机关“强素质、作表率”主题读书活动启动仪式。

恰当定位谋长效

中央国家机关开展的大规模群众性读书活动，一开始就重视方案的设计和制度的确立，明确了开展读书活动的主要目的：落实胡锦涛总书记关于“加强学习”和十七大关于“讲党性、重品行、作表率”的总要求，引导广大员工养成良好的学习习惯，自觉把读书学习当成一种生活态度、工作责任、精神追求，使读书学习真正成为工作、生活的重要组成部分；在阅读中开阔视野、增长知识、陶冶情操，丰富业余文化生活，培养健康向上的生活情趣；通过读书活动，增强素质，提高贯彻落实科学发展观的能力，进一步推动学习型组织建设，推动“创建文明机关，争做人民满意公务员”活动的深入开展。

为此，在读书活动的原则、方法上明确了四点：重在引导，坚持业余；提倡自觉，快乐阅读；量力而行，因地制宜；突出特色，创建品牌。今年确定了5个读书主题：一是围绕学习实践科学发展观，如何“发展·人本·协调·统筹”；二是围绕当前经济形势，如何“应对危机、科学发展”；三是围绕传承民族文化，如何“弘扬民族文化与精神”；四是围绕“讲党性、重品行、作表率”的要求，如何“实现好书伴我行”；五是围绕庆祝新中国成立60周年活动，如何“歌颂祖国母亲”。

为确保读书活动持久、规范，建立了两部委协调会制度、读书激励制度、读书讲坛制度、专家荐书制度等一整套长效机制，防止热闹一阵或自生自灭。

专家荐好书

我国现在每年新出各类书籍20多万种，如大家漫无边际地去寻觅，很难把握重点。为此协调小组选聘知名专家学者组成荐书委员会，让既有著述经验和理论基础，又有评论水平和鉴赏能力的权威专家，根据读书活动的要求，在书海中重点围绕政治、经济、历史、文化、科技5个方面的内容进行有计划、有针对性地推荐书目。

荐书每半年进行一次，一次推荐15本左右。上半年推荐了《突围：国门初开的岁月》、《党史札记》、《外交十记》等12本书。

习近平同志今年5月13日在中央党校讲话中提出，领导干部普遍应当读当代中国马克思主义理论著作、各种知识书籍、古今中外优秀传统文化书籍。根据这一精神，荐书委员会下半年推荐《我所知道的十一届三中全会》、《向世界说明中国——赵启正演讲谈话录》等书目。

荐书立足于服务与倡导，只荐不卖，决不强求，由个人和单位自行掌握。每月开办的读书讲坛，内容与推荐书目相衔接。从目前实践看，这种方法为大家的读书学习起到了很好的引路作用，引起了许多人的求知欲和购书热，以致出现了荐什么书、什么书就热的现象，还间接带动了出版业，有的书一版再版仍供不应求。

名师引好路

中央国家机关每月开办的一次读书讲坛，全部安排在周末时间，听众为各部委的司局长和读书爱好者。每次讲座，均邀请一位国内知名专家学者和有关方面的权威，进行论书、评书和解书，以求在几个小时内，尽可能突出重点、推出精品，让听众能够享受到品书的盛宴，快速开阔政治视野、加快知识积蓄。

中央文献研究室副主任陈晋，中央党校经济学部主任、博导王东京，全国政协委员、香港城市大学原校长张信刚，全国政协委员、湖南省作协主席唐浩明，全国政协委员、中国社科院副院长朱佳木，解放军艺术学院副院长朱向前等先后到场演讲。讲座场场爆满，有时连过道和大门外也站满了听众。

悄然兴起阅读热

自“强素质、作表率”读书活动开展以来，中央国家机关各部委都根据各自实际，开展起了各具特色的读书活动，一股既紧扣中心任务、又联系自身实际并带有求知原动力的读书热潮，正在悄然兴起。全国人大常委会机关开展了“荐书寄语”活动，路甬祥、韩启德、陈至立、李建国、蒋树声、陈昌智、严隽琪等副委员长先后为干部职工推荐书目，题写了寄语。国务院办公厅党组主要领导同志亲自过问，机关党委专门印发通知，对开展读书活动和建立相应的长效机制做出部署，内设司局普遍建立了读书小组，有的举办“读书沙龙”，有的开展自学交流，有的撰写读书心得。文化部发挥自身资源优势，组织名师名家开展了形式多样的读书讲座活动，内容丰富，吸引力强，听众踊跃。

读书活动的广泛开展，有如春风化雨，润物无声。各部委的读书活动引发了“四多四少”的变化：一是各种形式的读书活动多了，个人的应酬少了；二是业余逛书店和看书的多了，消磨时光的少了；三是个人用于买书的开支多了，可有可无的消费少了；四是潜心钻研交流心得的多了，心性浮躁的少了。同时，大家也明显感到，随着读书活动的开展，机关的作风也在发生着可喜变化，员工的内涵、情趣与气质也有着潜在的提升，知识的储备也在不断丰厚。

攻书未有穷期

目前，整个中央国家机关吹起了一股强劲的读书清风。现在随着形势的要求和任务的加重，无论是党员领导干部还是普通员工，都更加深刻认识到，读书不仅是提高能力的必由之路，也是做好工作的重要条件，不仅是进步之阶梯，也是执政之必需，好读书、读好书，是情趣，更是责任。大家也认识到，目前的读书活动只是一个良好开端，离党和人民的要求，离建成学习型组织和学习型政党还有很长的路要走，还有很多工作要做，还要付出坚持不懈的努力。

请为农村儿童着想

马长军

最近笔者在学校附属的幼儿园了解到，村里大多数幼儿在家里都没有书看。说农村家长不懂得科学育儿、不重视幼儿阅读，其实是有原因的。家长们大都抱怨幼儿图书太贵。经常给儿子买书买杂志，笔者也有这样的感觉。

最近在书店和报刊亭，笔者翻阅了约30种儿童书刊。这些书刊基本都是彩印的，所用纸张多是铜版纸，这无疑使书刊成本高出普通图书很多。比如某幼儿杂志，大概是24开本，仅仅30个页码，每册就定价5元，可一本成人阅读的16开本杂志，64个页码，定价也不过3元，即使铜版彩印的也只5元。很多城镇的家长在为孩子购买书刊时也难免犹豫再三，薄薄几页看不了几眼，花这钱值不值呢？农村家长的经济收入本来就低，恐怕更不舍得。

由于经济原因而买不起或舍不得买，并不意味着农村家长就不重视子女的教育，或者说农村的幼儿就不需要阅读优秀的图书。

所以，我有个想法，出版界能否考虑以较低的成本印刷优秀幼儿读物呢？比如，不用硬皮精装，开本也可缩小一点，尽量减少空白页，一本书的成本和定价应该可以少几元。虽然这样出版商或者销售商从每本图书上获取的利润会少一点，但图书的市场扩大了，薄利多销，一样可以赚钱。而且这样扩大目标消费群，也有利于拓展图书消费市场，毕竟农村幼儿图书消费市场还是很有潜力的，全国农村幼儿总数要比城市幼儿多，这样广大的市场难道不值得开发吗？

作为一个生活在农村的幼儿家长，笔者很希望出版界能为农村幼儿着想。

百家横议

陕西广仁寺举行祈福法会

本报讯 12月11日，西安广仁寺举行了隆重的祈福法会，由中国佛教协会副会长、北京雍和宫住持嘉木样·图布丹活佛主法，纪念藏传佛教格鲁派创始人宗喀巴大师。此前一天，还为八宝塔、千手观音等举行了开光法会。

广仁寺是陕西省唯一的藏传佛教寺院，由清康熙皇帝巡视陕西时在西安选址敕建，位于西安古城西北角，寓意巩固西北边疆，保持汉、蒙古、藏等多民族的团结和边疆稳定。康熙题写的寺匾和“慈云西荫”匾等珍贵文物，仍存于这座已有300多年历史的寺内。寺中还供奉着一尊在西藏、青海等藏传佛教信众中很有影响的“长安绿度母像”。历史上，该寺还是达赖、班禅进京朝觐时在陕西的行宫，西藏、青海、蒙古、甘肃等地的活佛喇嘛路过时都要住寺瞻礼。

前不久，该寺还收到泰国居士捐赠的舍利。据介绍，佛教在印度式微后，民间发现的一些佛舍利子被转赠给泰国政府，政府又将舍利子分发到各寺院，之后一些舍利子又流转到民间，这位捐赠者的祖上因虔诚信佛也得到九颗并一直供奉在家中。这位女士说，她祖上是中国人，她本人非常崇拜唐太宗和大唐文化，现在中国又发展得这么好，所以才把舍利子捐赠给西安的寺院，相信舍利子在中国会得到很好的供奉、保护。

广仁寺住持仁钦扎木苏上师说，在政府和社会各界的关心、支持下，广仁寺古建的维护工作不断取得进展，目前大雄宝殿正在建设中，预计明年落成。（广 仁）

“BMW中国文化之旅”成果展启幕

本报讯 （记者焦雯）日前记者获悉，宝马中国和华晨宝马将再度携手中国艺术研究院·中国非物质文化遗产保护中心，于12月15日至23日在首都博物馆举行“BMW中国文化之旅”三年成果展。展览将集中展示“文化之旅”三年来在非物质文化遗产宣传和保护方面取得的成果。即日起公众通过参与BMW官方网站的“非遗”知识测试等网络互动活动，可免费获得成果展门票和精美礼品。

作为BMW中国企业社会贡献系列活动的重要组成部分，“BMW中国文化之旅”历时三年，行程近万公里，足迹遍布10个省及直辖市，寻访各类物质及非物质文化遗产100余项，捐助文化遗产项目28项，累计捐资超过300万元。

第十一届中国戏剧节落幕

本报讯 （记者赵忱）由中国文联、中国戏剧家协会和厦门市政府共同主办的第十一届中国戏剧节12月13日在厦门圆满落幕。本届戏剧节历经16天，参评的28台剧目共演出56场。

歌剧《太阳雪》、评剧《我那呼兰河》、秦腔《大树西迁》、龙江剧《鲜儿》、话剧《毛泽东在西柏坡的畅想》、京剧《响九霄》、晋剧《龙兴晋阳》等15台剧目荣获优秀剧目奖；裴艳玲、陈巧茹、冯玉萍、曾学文、黄定山、黄永碘、张千一等30名主创人员荣获优秀表演、编剧、导演、舞美、音乐奖；台湾的《金锁记》、话剧《呐喊窦娥》、昆曲《李香君》获得特别荣誉奖，厦门市政府因在第十一届戏剧节期间出色的组织工作而荣获突出贡献奖。

本届戏剧节的参演剧目题材丰富，形式多样，21个剧种的28台剧目在厦门市各大剧院上演。传统戏、现代戏和新编历史剧轮番登场，现实题材剧目占据半壁江山，涌现出一批具有震撼力和感染力的戏剧佳作，深受厦门市民以及海内外来宾的喜爱，并博得了国内外戏剧界专家和同行的一致喝彩。

值得一提的是，民营剧团为本次戏剧节带来了成熟的优秀剧目，体现了民营戏剧蓬勃发展的丰硕成果；台湾地区的戏剧团体首次亮相戏剧节，并与大陆戏剧团体首次合作创排新剧目，为两岸戏剧交流书写了新篇章。国际剧协主席以及来自俄罗斯、瑞典、韩国、新加坡、孟加拉国5个国家的戏剧组织负责人出席戏剧节，并举办了中外戏剧交流会。本届戏剧节期间还举办了4次大型剧目评论会，彰显了戏剧评论对于戏剧创作的指导作用。

据悉，第十二届中国戏剧节将于2011年在重庆举行。



由中国文化传媒集团影视艺术中心出品的贺岁悬疑喜剧《一网不捞鱼》于12月12日亮相北京繁星戏剧村，正式拉开横跨圣诞、元旦两大档期的演出序幕。该剧大胆运用悬疑、搞笑等各种充满时尚亮点的元素，讲述了几个都市男女在职场上、感情中的潜伏与侦查。全剧结构紧凑精巧，情节紧张刺激，充满了意想不到的巧合与圈套。现场观众时而被紧张剧情吸引得屏气凝神，时而被幽默的话语逗得捧腹大笑。

本报记者 卢 旭 摄影报道

文化部艺术服务中心
中国民间文化艺术之乡全集编委会

征集与民间艺术之乡相关的论文

详情登陆：www.whhyzxw.com.cn
电　　话：13240233613　　**童昊**

“文化志愿者在行动”主题征文启事

随着我国公共文化服务体系的逐步建立，各地文化志愿者（或称文化义工）队伍也日益壮大，成为服务社会、服务百姓的一支重要力量，越来越受到社会各界的关注。但是从总体上看，各地文化志愿者的概念、内涵、组织方式、运作机制等都还存在着一些差异，相互之间也缺乏交流。为总结各地文化志愿者工作的经验，进一步推动文化志愿者事业的发展，中国文化报社、中国群众文化学会、北京文化艺术活动中心拟联合举办“文化志愿者在行动”主题征文活动。

一、组织机构

主办：中国文化报社
中国群众文化学会
北京文化艺术活动中心

承办：北京市文化志愿者服务中心
中国文化报社公共文化部

二、征文主题及要求

主题：文化志愿者在行动

要求：文章体裁不限，既可以是理论探讨，也可以是经验介绍，还可以是从事这一工作过程中的切身体会，原则上不超过5000字，以A4纸打印5份，同时报送电子版。

征文截稿日期为2010年4月5日。获奖征文将结集出版。

三、投稿方式

地址：北京市朝阳区东土城路15号中国文化报社公共文化部（请注明“文化志愿者在行动”主题征文字样）

邮编：100013

电话：（010）64292262

传真：（010）64208704

电子信箱：ggwhb906@163.com

有关信息可登陆“艺众网”（www.e-people.com.cn）、北京文化志愿者网站（www.e-volunteer.com.cn）或中国文化报公共文化部博客（blog.sina.com.cn/ggwhb）查询。

民族文化品牌焕发异彩

——我国民族地区2009年文化产业发展迅速

新华社记者 **蒋桂斌 潘 莹 陈 鹏**

“民族的文化品牌是世界的！”对于我国少数民族文化来说，2009年是个“品牌年”。各少数民族植根于传统民族文化，通过与现代元素的结合，孕育出一朵朵绚丽多姿的民族文化奇葩。

“印象”系列让世界印象深刻

2004年，作为一部开创中国山水实景演出先河的原创性文化精品，《印象·刘三姐》在广西桂林阳朔书童山下横空出世。接着，《印象·丽江》、《印象·西湖》等“印象”系列风靡中国演出行业。

“从公演至今，《印象·刘三姐》一直保持着全国演出业中观众最多、影响力最大、年营业额最高的地位。”《印象·刘三姐》总策划、制作人梅帅元自豪地说。

《印象·刘三姐》以方圆两公里的漓江水域为舞台，以12座山峰和广袤天穹为背景，将壮族歌仙“刘三姐”的山歌、广西少数民族风情、漓江渔火等多种元素创新组合，融入桂林山水之中，诠释了人与自然的和谐关系。它突破了“一面舞台三面墙”的传统剧场结构，赋予观众全新的视听感受，全场演出约70分钟，演出人员约700人，整场演出如梦如诗、气势恢宏，实现了艺术形式的创新。

到2008年年底，《印象·刘三姐》的演出近2000场，观众约300万人次，票房收入约6亿元。到今年11月，《印象·刘三姐》的观众量和门票收入同比增长约20%，被誉为“中国演出业成功闯市场的范本”“中国旅游文化产业的顶级品牌”“中国递向世界的文化名片”。

无独有偶，由《印象·刘三姐》总导演张艺谋等原班人马担纲创作的大型实景演出《印象·丽江》，2007年在海拔3100米的实景剧场——丽江蓝月谷剧场首次亮相以来，也颇受中外游客欢迎，今年的观众量比去年增长约一倍。

音乐杂技剧《你好，阿凡提》票房不俗

今年年初，大型音乐杂技剧《你好，阿凡提》面世。这份由新疆舞台艺术工作者为庆祝新中国成立60周年所献的“厚礼”，至今已演出110多场，观众达7万多人次，票房收入超过250万元，创下新疆专业艺术表演团体在一个剧场连续演出的场次纪录。

这个剧目从创作启动到正式演出历时4年多，剧本三易其人，前后改过15稿。主创人员采取内外联合的模式，从北京邀请了总导演、音乐、舞美、灯光、服装设计等专业人员。同时，配备新疆方面的人员共同创作。整个创作团队展示了较高的艺术水准。

这部分11个篇章、历时近2个小时的音乐杂技剧，以一对新人热热闹闹的婚庆场面为开场，以“阿凡提”和他的毛驴为主线，牵出一串时而幽默滑稽、时而惊险刺激、时而美轮美奂的场景，传达出友情、爱情、亲情、温情以及挑战自我、永不放弃的精神。

观众发现，全剧没有一句台词，完全通过杂技表演、音乐、道具等手段传达主题。其中，既有歌舞的形式，也有音乐剧的影子，既有传统的高跷，也有时尚的蹦床、极限攀爬车；在灯光、投影机的巧妙运用下，既可以从热闹的巴扎（维吾尔语，意即市场）感受浓郁的民族风情，又可以在满眼星光中体会太空的神秘。更有趣的是，新疆杂技团为了这部剧目专门从国外聘请了驯兽师，专业指导剧中的活驴“演员”，教它做出各种与“阿凡提”表示亲热的可爱动作，给此剧增色不少。

新疆杂技团团长安尼瓦尔·麦麦提说，目前，新疆杂技团已同自治区各旅行机构签订了演出100场的合同，还与人民剧场签订了定点演出3年的合同。“我希望，《你好，阿凡提》成为新疆的文化名片。作为常态演出项目，它能演出5年、10年、20年，也希望这部剧目早日走出新疆，走向全国乃至世界舞台。”他说。

市场化让民族文化走向世界

在世界金融危机的背景下，为什么今年许多民族文化剧目如此叫座呢？丽江玉龙雪山《印象·丽江》文化传媒公司负责人徐涌涛认为，“品牌化”是金融危机背景之下民族文化突围的关键。

“品牌化”首先是民族性和原生态。《你好，阿凡提》中的“阿凡提”和新疆维吾尔族杂技等，都是独具民族特色的元素。《印象·刘三姐》演出的舞台是天空和山水，演员大部分是当地的渔民；所唱的歌曲是当地少数民族群众平时对歌时唱的山歌，如有多声部和声的侗族大歌；演出道具，如竹筏、渔网、耕牛、自行车、鸬鹚等，都是当地渔民平时的生产、生活用具。

其次是原创性。《印象·刘三姐》开创了中国山水实景演出的先河；《你好，阿凡提》结合了目前国内舞台艺术创作生产的新模式，最终形成了一部融合杂技、魔术和新疆歌舞表演艺术，民族特色浓郁和地域特点突出的现代舞台艺术精品。

此外，市场化包装、品牌化运作对于民族文化精品走出本地、本民族，走向全国和世界也起到重要作用。《印象·刘三姐》和《印象·丽江》将世界著名风景旅游胜地桂林和丽江以及世界著名民族文化代表“刘三姐”、世界著名导演张艺谋等世界级品牌强强联合在一起，经过市场化包装，品牌效应凸显。“我个人认为，老谋子的‘印象’品牌起到了重要作用。”徐涌涛说。

云南省文化厅厅长黄峻认为，一流的文化产品永远是人们最重要的消费内容，中国民族文化品牌完全可以焕发迷人的光彩，也完全可能创造新的经济奇迹。