

浙江瓯海：

“文化派驻团”提升乡镇文化站效能

本报驻浙江记者 骆蔓

8月15日，记者走进浙江省温州市瓯海区娄桥街道综合文化站，只听得一曲民乐《采茶舞曲》从楼上传来，犹如盛夏里吹来的一阵凉风。据该街道文化站的文化顾问黄胜利介绍，这是2015年8月成立的娄桥笙台艺社在排练节目。这支由100多人组成的团队是该区的三星级团队，今年上半年已被群众网上点单演出近10场。66岁的袁永芬告诉记者，因为喜欢民族音乐，退休后他们经常聚在一起练习乐器、演唱歌曲，现在他们在文化站不仅有固定的排练场地，还在文化站驻团专业老师的指导下提高了技艺。

文化派驻团是今年初瓯海区投入专项资金、通过政府向社会力量购买的公共文化服务项目，为每个镇街配备一个文化派驻团，指导基层开展各类文化活动、艺术培训及社团组建，建立了“文化部门牵头、镇街为主体、第三方为补充”的三位一体管理模式，有效推进了基层公共文化服务。

“三个1”激活“6个有”

据瓯海区文广新局副局长王培秋介绍，文化派驻团项目的内容可概括为“三个1”，即聘任当地1位文化名人或乡贤担任基层文化顾问，参与当地文化活动的策划和开展，为基层文化发展建言献策；在瓯海区文化系统范围内选择1名骨干担任文化派驻团团长，全面负责文化派驻团的计划制

定、方案实施等事宜；通过公开招聘委托第三方机构向社会公开招聘1名具有文艺特长和文化活动组织策划能力的文化派驻员，负责联系镇街文化活动的具体事务。

“十二五”期间，瓯海区打造“15分钟文化圈”，建成了较为完善的区、镇街、村（社区）三级公共文化设施网络。近年来，瓯海区各镇街综合文化站组织的文化活动因具有地方特色而赢得了不错的口碑。“不过，活动一结束人去楼空，镇街综合文化站内人气始终不高。”瓯海区文广新局公共文化管理科科长项炳晓说，文化派驻团项目落地后，瓯海基层公共文化建设项目正具备了6个“有”，即有阵地、有经费、有队伍、有机制、有活动、有效果。

8月14日晚，《我们的时光·流行之声——朝尚乐队演唱会》在潘桥街道潘北社区开唱。朝尚乐队成立于去年8月，是一支由模具师、培训师、企业家等各行各业的群众组成的草根乐队。“队员们都热爱音乐，一直利用空闲时间学习音乐。”潘桥街道综合文化站文化派驻员谢国值说，“虽然有时候会忙得马不停蹄，比如上午有硬笔书法培训班，下午是手鼓培训班，晚上又得安排村歌合唱排练，但我们忙得很开心。”

文化活动从随意成常态

“文化派驻团项目的实施实现了优质文化资源全方位下沉服务，同时

让基层文化活动从原先的“随意式”变为“常态化”。王培秋说。据统计，文化派驻团下派以来共举办公益培训45期、460余场，内容涉及20多个艺术文化门类，名额供不应求，惠及万余人。

记者了解到，瓯海各基层文化站承接的文化服务项目主要有两种：一种来自“瓯海文化”惠民服务微信公众平台的群众点单，另一种来自瓯海区政府购买的公共文化服务。为举办让老百姓满意的文化活动，全区14个文化派驻团积极开展前期调研，摸清当地群众文化需求，制定并开展公益培训课程，实现了文化活动精细化按需供给。

瓯海区还鼓励文化派驻员积极“创课”。徐木西是娄桥街道综合文化站的一名文化派驻员，她在这个暑假开设了一门公益课程——儿童能力培养。“主要培养孩子们的注意力、记忆力以及思维、语言和精细动作等方面的能力。”徐木西说，“我毕业于福建师范大学小学教育专业，有教育经验，开设的这门课反响还不错。”此外，梧田街道综合文化站开设的少儿硬笔书法公益培训班、茶山街道综合文化站举办的朗读活动等，都是由文化派驻员开办并担任老师的课程，均受到了孩子们的追捧。

服务形态由“单打”到“联动”

“暑假里我们开展了声乐、瑜伽、

手工等公益培训，堂堂课人员爆满。”瓯海区丽岙街道综合文化站文化派驻员李杉说。

丽岙是远近闻名的侨乡，许多华侨子女在暑期回国探亲，为了让小华侨们亲近民族文化，文化站特邀名师开办围棋、米塑等传统文化项目公益课。“报名火爆超乎想象。”李杉说。

据了解，为充分联动全区各文化阵地，文化派驻团针对镇街综合文化站、社区文化服务中心、文化礼堂、居（村）民中心、精品农家书屋等各类公共文化服务阵地按月提交工作计划和方案，由文化部门牵头制定总月度文化活动策划，统筹派送文化服务，实现了文化服务模式由“单打”到“联动”的转变，使公共文化服务质量更高、分配更均、受益更广。

自瓯海区开展第三批浙江省公共文化服务体系综合性示范项目创建工作以来，在文化基础设施建设、资金投入、队伍建设、机制建设等方面加大保障力度，创建成果颇丰，示范效应日显。

国家公共文化服务体系建设的专家委员会委员阮可认为，在基层，一方面不少阵地缺乏活动，效能不高；另一方面相当数量的业余文化队伍缺少固定的活动场所，供需错位。文化派驻团定点、定人、定时开展活动，群众需求和服务供给实现精准对接，有效提高了基层文化设施利用率，值得肯定。

“春雨工程”在宁夏散发网络书香

本报讯（记者胡克非）8月16日，由国家图书馆主办，宁夏回族自治区图书馆、同心县图书馆承办的数字图书馆推广工程“春雨工程·网络书香”阅读推广活动在宁夏回族自治区吴忠市同心县举办，来自宁夏的基层图书馆代表近百人参加了此次活动。

本次活动依托推广工程的丰富数字资源，设置了“印象数字图书馆”体验区展览，展览融合多媒体终端、交互设备体验等手段，展示了全国可共享的数字资源与服务平台，通过小游戏、生动活泼的图文内容，引导读者了解、利用数

字图书馆开展阅读、获取信息与知识，培养公众阅读习惯。

为了丰富馆藏以及更快更好地为基层群众提供服务，国家图书馆遴选了1万册图书在活动赠予宁夏地区3个基层图书馆，并邀请阅读推广领域资深专家授课，讲述数字化时代的阅读，鼓励公众享受数字阅读。

“春雨工程”——全国文化志愿者边疆行是文化部、中央文明办组织开展的文化惠民活动，旨在进一步发扬志愿服务精神，促进边疆和民族地区公共文化服务体系的建设。

重庆首届千人玩牛暨

“啰儿调”民歌万人广场舞大赛启动

本报讯（驻重庆记者侯文斌）由重庆市文化委员会、石柱县人民政府主办的首届千人玩牛暨“啰儿调”民歌万人广场舞大赛于日前正式启动。

玩牛起源于石柱县，于2014年入选国家级非物质文化遗产名录，体现了巴渝农耕文化及巴渝人的勤劳、敏捷和艺术天分。表演者三人一组，两人扮公牛，一人扮玩牛人，均为男性，一般没有经过专业训练，情绪、动作均源自于生活，以即兴斗舞为主。玩牛过程包括用力牵牛、骑牛拍屁、晃帽起跳、端水喂草四部分，玩牛中旁人唱当地民歌“啰儿调”助兴，玩牛人一边玩牛一边对唱“啰儿调、哟喂”等互动。

家进行初评，确定参加现场决赛的队伍。大赛共设置玩牛民俗艺术奖、网络人气奖、广场舞艺术奖、网络人气奖。

玩牛起源于石柱县，于2014年入选国家级非物质文化遗产名录，体现了巴渝农耕文化及巴渝人的勤劳、敏捷和艺术天分。表演者三人一组，两人扮公牛，一人扮玩牛人，均为男性，一般没有经过专业训练，情绪、动作均源自于生活，以即兴斗舞为主。玩牛过程包括用力牵牛、骑牛拍屁、晃帽起跳、端水喂草四部分，玩牛中旁人唱当地民歌“啰儿调”助兴，玩牛人一边玩牛一边对唱“啰儿调、哟喂”等互动。

发券、给卡：长春文化惠民

本报讯（驻吉林记者张海梅）7月底，吉林省长春市惠民文化消费季正式启动。此次活动历时3个月，将持续为长春市民带来文化艺术走进殿堂、驻场演出、阅读讲座、展览展示、“双十佳”文化消费品牌评审等10个板块的精彩活动。

本次文化消费季的最大创新在于改变了财政资金支持方式，由直接补贴企业经营单位转变为补贴居民文化消费。消费季期间，政府面向全市民众发放了400万元的惠民文化消费电子券，消费者按照先领先得的原则申领，

使用额度原则上不超过单笔文化消费金额的20%。此外，还将陆续发行1万张左右惠民文化消费会员卡，会员卡为实名制，每张缴纳会员费100元，可以享受政府补贴200元，可到指定的驻场演出合作单位消费。

作为国家文化消费试点城市，长春市希望通过举办惠民文化消费季活动，探索形成行之有效、可持续推广的文化消费模式，激发市场主体活力，增强文化消费内生动力，让老百姓获得更多实惠。

牡丹江举办朝鲜民族文化艺术节

本报讯（驻黑龙江记者张建友）8月12日，由黑龙江省牡丹江市政府主办的牡丹江市第九届朝鲜民族文化艺术节闭幕。5天时间里，来自东三省的10多支朝鲜族文化艺术团体为当地百姓带来了一场具有朝鲜民族韵味的艺术大餐。

据介绍，本届艺术节主题为弘扬民俗传统、打造魅力城市。在开幕式表演中，吉林省图们市朝鲜族文化艺术团、辽宁省丹东市朝鲜族文化艺术团、黑龙江省

哈尔滨市朝鲜族文化艺术团等朝鲜族艺术团体及来自韩国的歌手相继表演了《响鼓舞》《森林大海啊，我是海鸥》《乐》《捶衣舞》等13个节目。此外，艺术节期间还举办了千人朝鲜族花甲礼技艺展示、非遗节目展演、朝鲜族歌舞专场演出等10多项活动。

牡丹江市朝鲜族文化艺术节已举办了8届，成为东北地区具有一定影响力的品牌文化活动，更是与各兄弟城市、友好团体增进理解、深化合作的桥梁。

主旋律也能“曲高和众” 高票房未必“娱乐至死”

——从《战狼2》等主旋律影片探析主流价值观表达

本报记者 许亚群

“当一部电影产生如此大的文化影响和关联效应时，就已经从艺术作品演变成了社会现象。”8月14日，北京市文联举办研讨会，从编导、市场、受众等不同角度对以《战狼2》为代表的主旋律电影进行深度文艺评论，研讨当代电影市场与主流价值观更好融合的表达方式。

主旋律作品未必“曲高和寡”，商业成功也不一定非得“娱乐至死”。近年来，中国影视市场接地的主旋律作品渐多，以不断创新的姿态验证着这一规律，近期《战狼2》带来的票房神话和社会关注度，不仅为主旋律电影创作方向提供了全新思考，更预示着电影市场过度资本化、娱乐化的创作理念正在退潮。

作为一名参加过抗美援朝战争的老战士，北京文艺评论家协会副主席黄会林被《战狼2》拉回了那段战火硝烟的岁月。她在回顾了主旋律电影从改革开放至今的发展演变形态后，对青年导演吴京的文化担当和爱国情怀给予高度认可：“主旋律

电影的发展和时代背景密不可分。近年来，一批玄幻、喜剧类型电影市场反响不错，在这种市场趋势下，吴京没有选择跟风，而是潜心探寻更难表达的主流价值观传播方式。这种踏实、有使命感的艺术品质，值得当代影视工作者学习和思考。”

军旅题材是八一电影制片厂原副厂长、国家一级编剧马继军深入研究的领域。近些年，他发现军旅题材在开拓主旋律作品的年轻受众市场上有明显的推动作用，在《战狼2》之前，《智取威虎山》《湄河行动》《战狼1》等已实现了口碑和票房的双赢。“关键在于抓好两点，一是中国故事的讲述方式，二是典型英雄人物的成功塑造。”在马继军看来，成功的美国好莱坞大片除特效外，其内核同样在于英雄人物的塑造和爱国精神的传递。“《战狼2》的成绩证明了深入探索平民化、人性化典型英雄人物塑造的可行性。”

与《战狼2》已超48亿元的票房成绩相比，同期上映的《建军大业》的3.8

亿元显得低迷许多，同为制作用心、投入较大的主旋律作品，为何票房成绩反差如此之大？北京电影学院副教授张冲认为，观众对叙事精彩程度的期待是决定票房口碑的关键。《建军大业》叙事散乱，没有核心人物，主线故事缺乏串联，结尾仓促，过于侧重分段战争场面营造，轻视剧情。“因此，观众虽会认可该片的制作态度和价值观传递，却难以产生更强烈的精神共鸣。”

“电影市场的类型化冲击了主旋律，也成就了主旋律。”在清华大学影视传播研究中心主任尹鸿看来，主旋律的创新自上世纪90年代以来就一直在进行，是一个探索如何与类型化、商业化电影互鉴、融合发展的过程。“一些成功经验告诉我们，优秀的主旋律作品首先必须具有一定规模的成本投入，艺术制作精良；其次，呈现方式要更加贴近生活，更富感染力。”尹鸿说。他同时指出片中的一些不合理表达，比如《战狼2》中为了成就冷锋的形象让那么多人赴死，

“这种对生命、对死亡在人道主义层面的不合理表达，是长期以来存在的一个问题，虽然已经得到了一定重视，但还有所不足。”

中国人民大学文学院副院长陈奇佳进一步提出，主旋律作品要特别重视客观、严谨，绝不能为了塑造某种价值观而忽略真实、随意表达，要积极传递正确鲜明的爱国价值观，但更应倡导理性爱国。“看完《战狼2》，我们会想到对人性的尊重、对大国崛起的感悟、对海外安全的诉求等。优秀主旋律作品在传递爱国能量的同时，能引导人对精神、社会等深层问题产生思考，而不是激发狂热盲目情绪。”

与会人士普遍认为，近年来以《战狼2》为代表的一系列主旋律电影总体呈现两方面特征：一是拓展了新市场，让一大批原本没有观影习惯的人走进了影院，让对主旋律题材不感兴趣的观众转而关注；二是对爱国情怀的现代化、年轻化表达进行了多元尝试，获得了市场认可。



8月15日，以“传承与弘扬”为主题的“魅力非遗——第二届上海合作组织夏令营·非物质文化遗产交流体验”赶文化大集活动在贵州省黔东南州丹寨县万达小镇举行，来自中国、俄罗斯、哈萨克斯坦、白俄罗斯、阿富汗、巴基斯坦、尼泊尔、柬埔寨、土耳其、伊朗的20余名非物质文化遗产传承人或手工艺者参加。此次赶文化大集活动汇集了中国的苗族蜡染、古法造纸及俄罗斯的泥塑手工艺、哈萨克斯坦的冬不拉、尼泊尔的唐卡绘画、土耳其的瓷画和水拓画、伊朗的木雕和珠宝设计等有代表性的传统手工艺。

据了解，上合组织夏令营是上海合作组织框架内举行的官方文化交流活动，夏令营每年确定不同的主题，为上合组织成员国、观察员国和对话伙伴国青年间的文化交流搭建平台。图为夏令营成员、非遗传承人、手工艺人在古法造纸体验馆了解“贵州丹寨花草纸”的制作过程。（董金贵/文 黄晓海/图）



8月16日，由陕西省文化厅主办，陕西省艺术研究院、陕西省戏剧美学研究会承办的陕西省第二届小品文华奖暨第十届小品大赛在陕北民歌大舞台开幕，来自全省100多个小品参与角逐。

据大赛组委会副主任、陕西省丝绸之路艺术中心主任徐敏介绍，将本次比赛纳入第八届陕西省艺术节，标志着陕西小品大赛此后进入三年一届的陕西省艺术节展演序列。

陕西是“中国三大喜剧重镇”之一，1986年至今涌现出了《房产门前》《大米与红高粱》《张三其人》《捡钱包》等一系列优秀小品，并登上了央视春晚晚会的舞台，受到全国观众的喜爱。2013年，陕西省文化厅专门设立“陕西小品文华奖”，为陕西小品鼓劲助威。图为城固文广局参赛作品——戏曲小品《我是穷人我怕谁》。本报陕西记者 任学武 摄影报道