

22年坚守，“消夏纳凉”晚会演出近1180场次，受惠观众超68万人次

陕西铜川：纳凉晚会常办常新

赵建兰 刘爱玲

“我就住在附近，每天晚上吃完饭，听到阳光广场上的音乐声响起时，我就抱着孙女出门看演出，既是乘凉也能看表演，挺好的。”7月30日晚，“唱响铜川”第二十二届广场文化活动展演在陕西省铜川市新区阳光广场上拉开帷幕。与往年一样，活动吸引了当地无数的群众。“这个每年夏季持续一个多月的群文活动，从1993年的‘消夏纳凉’晚会开始，到2012年更名为‘唱响铜川’广场文化活动展演，至今已连续举办了22年，是铜川市诸多群众文化活动中坚持时间最长的一项。”陕西省铜川市群艺馆党支部书记张文成说，该活动2013年被评为陕西省三馆一站免费开放示范服务项目，截至目前，已演出近1180场次，受惠观众超68万人次。

当铜川市被文化部确定为第三批国家公共文化服务体系示范区创建城市之一时，这个基层文化品牌究竟该如何发展才能做大做强？22年的坚守历程又折射出铜川市群众文化活动怎样的生命力？

“我那时就是搞音响设备的，几个大喇叭，外加一輛手推架子车，每天拉出去演出，完了再拉回来，天天都一样。那时候的舞台，就是随便找一块地方，用防雨布围一圈，远没有像现在这

么气派……”回忆起“消夏纳凉”晚会刚起步那几年，铜川市群艺馆策划部主任张宝杰有些动容。地处陕西省中部的铜川市，有着大自然恩赐的早晚凉爽的天然气候，尤其是在夏季，傍晚太阳刚刚下山，铜川市的大街小巷一定是人山人海，热闹非凡。但在上世纪90年代，富裕起来的铜川人的精神文化生活很贫乏，看着大量走出家门、避暑纳凉的村民无所事事的样子，经常下乡演出的张宝杰和其他几位同志萌生了为群众免费送文艺演出的念头。

“由于当时铜川市群艺馆刚组建建设几年，仅有的几个演员也是从不同的单位调进来的。演职人员的缺乏，使得‘消夏纳凉’晚会最初的节目设置非常简单，一场演出只有七八个节目，曲艺节目占大多数。”陕西省铜川市群艺馆馆长颜玉俊说。“有时候，甚至在同一场演出中同一个人都能出来好几次。”有“徐半场”之称的陕西省铜川市群艺馆馆长徐侃至今回忆起当时的场景，仍然觉得不好意思。

尽管如此，当时的文艺演出依然受到群众的热烈欢迎，文艺下乡演出时间也由最初的5天、10天延续到了十几天，以至于发展到夏季一来，铜川的观众就开始习惯性地期盼，纳凉晚会啥时候开演？现如今，已逐步将演出主体由专业

演出团体转向专业、业余相结合，让群众自编自导自演为主的“唱响铜川”广场文化活动更是成了铜川市民夏季必不可少少的文化盛宴。

如果说文化阵地建设是一种形式，那么队伍建设就是内容。铜川市有很多完全业余的团体，包括秦腔团、广场舞等，“每天7点到8点、19点到20点，我们的舞蹈教练和文化志愿者会准时赶到阳光广场为市民免费教授舞蹈。我们要做到天天有群众参加，月月有新舞。”铜川市群艺馆的一位业务骨干说。

“在集中辅导与分散训练相结合、政府引导与群众自发组织相结合、文化业务单位与文化志愿者协助相结合的原则指导下，各级公共文化服务单位加强组织指导和示范引领，舞蹈干部、文化志愿者、社区文艺骨干带动市民走进广场，以广场为阵地，在轻松活泼和欢声笑语中让广大市民陶醉其中，形成了和谐繁荣的广场群众文化新格局。”铜川市文广新局局长鱼福昌说。

“唱响铜川”广场文化活动就是在这种浓郁的文化氛围中孕育而生的。从1993年开始举办首次“消夏纳凉”文艺演出至今，该活动得到了铜川市历届党委、政府的高度重视，尤其是近几年，在积极探索“种文化”和“送文化”的新形势下，为了让“唱响

铜川”广场群众文化活动展演持久丰富地开展下去，铜川市不断鼓励社会力量参与文化建设，并采取政府引导，受益者出资的方式完善文化队伍建设，使纳凉晚会成为铜川市远近闻名的知名文化品牌。

从最初灯光、没场地，到今天气派的阳光大舞台；从最初缺演员，大家各显身手拉关系叫来的秦腔豫剧自乐班，到今天涉及各个艺术领域的演出队伍；从凭关系拉赞助，到今天为争得演出席位托关系走人情……颜玉俊感慨地说，铜川几代群文工作者用自己的汗水与辛劳探索出了一条公共文化服务的好路子：只有坚持“群众演、演群众”，才能更好地与群众需求对接，群文活动也才更具生命力。

如今，历史文化名城铜川已形成了以药王山养生文化、照金红色文化、耀瓷文化以及书画、佛教、民间文化为代表的知名文化品牌，特色文化活动具有广泛的群众基础，鱼福昌说：“铜川市要以创建国家公共文化服务示范区为契机，通过培育和引导乡镇农村特色文化活动，积极打造‘舞动铜川、唱响铜川、诗画铜川、书香铜川’4个品牌文化活动，建设铜川管网式文化网络，带动辐射基层文化活动全面提升、常办常新。”

上海图书馆为“三毛”80岁庆生

本报讯（记者洪伟成 实习生黄思宇）时值张乐平创作的三毛漫画形象诞生80周年，7月28日，上海图书馆中国文化名人手稿馆联合相关单位在上海图书馆开展纪念座谈会、漫画展、漫画图书展、新书《三毛百趣记》首发等系列活动。座谈会上，张乐平之子张慰军将张乐平三毛漫画原稿捐赠给了上海图书馆中国文化名人手稿馆。

据了解，“三毛”与上海图书馆已结缘二十余载。1991年，张慰军来到

上海图书馆徐家汇藏书楼寻找父亲的作品及资料，在藏书楼的毛天虹、张伟帮助下，从上世纪三四十年代报刊上整理出一批珍贵的早期三毛漫画，张乐平的漫画作品逐渐得以扩容并重新出版。张乐平在30年代的漫画创作状况后人知之甚少，通过史料发掘，成立于1937年8月的救亡漫画宣传队逐步进入人们的视野，一部《三毛之父“从军”记》将这段难忘的历史再现，使人们重睹当年上海的艺术家们以漫画抵抗日寇的故事。

北京推出“8·8”惠民文化消费主题日

全力打造首都文化消费新亮点

本报讯（记者曲晓燕）7月30日，北京市国有文化资产监督管理委员会召开新闻发布会，宣布将于8月8日推出“8·8”惠民文化消费主题日活动。活动将以“乐享文化·互联生活”为主题，以政府引导、市场主导、线上线下、整合营销为原则，旨在通过举办系列活动，在全社会范围内培养文化消费理念，引领文化消费意愿，激励文化消费行为，全力打造北京文化消费新亮点。

据悉，主题日活动将在线上、线下同步开展。在线上活动方面，将使用“北京文惠卡(bjshwhk)”微信服务号——“大礼包”界面作为参与活动的官方端口，届时将在“整点抢红包”环节提供8万张免费赠票限时抢、8万张代金券限时领，即8月8日当天上午10点至下午5点，每个整

点投放1万张，总计8万张30元面值的“惠民文化消费券”，并分批次发放近8万张由活动合作商户提供的免费电影票、演出票、景区门票及其他免费赠票。同时，活动还将提供价值5000万元的电影券和价值5000万元的演出券。活动期间，每个微信号均可免费申领到一张面值20元的电影券和一张面值20元的演出券。除微信平台外，线上活动还组织了8家电商大优惠，多家知名电商平台将开展文化产品和服务的集中促销。线下活动方面，8月8日，北京的多家知名商场、近300家门店将开展以文化消费为主题的促销活动。此外，全市500家报刊亭、300家活动合作门店还将开展实体版“惠民文化消费大礼包”免费派送活动。

张家港实现县域文化数字化

本报讯 日前，江苏省张家港市数字文化馆、数字博物馆、实体数字文化体验馆基本建设完成，将于近期启动试运行。继2013年数字图书馆建成后，这标志着张家港市在全国率先实现了县域文化数字化。

2014年，张家港市实施了“文化数字化服务工程”，着力打造一个统一、综合、高效的县域数字公共文化服务平台，为人民群众提供更加便捷、快速、丰富的公共文化服务。该平台借助先进的技术手段，将全市公共文化服务资源数据进行系统梳理、整合，建立统一的

数字文化信息资源数据库，实现文化信息资源的共建共享。同时，以此为基础，建设数字图书馆、数字文化馆、数字博物馆、实体数字文化体验馆、指尖文化馆及微信、掌上数字博物馆、数字博物馆触摸屏应用软件、地方语言展示软件、文物库房系统软件、三维虚拟漫游等不同子系统，与区镇进行对接，实现线上线下双向互动，有效突破文化信息资源的区域限制，为促进全市文化事业发展，创新管理体制，提高综合服务水平，加快构建现代公共文化服务体系打下了坚实基础。（夏雪）

津版歌剧《茶花女》上演

本报讯（记者王立元）8月1日，天津歌剧院的津版歌剧《茶花女》再度在天津大剧院歌剧厅内上演。

津版歌剧《茶花女》自2013年12月推出第一版以来，至今在津演出4轮，已成为天津歌剧院的代表性剧目。该剧由易立明执导，薛跃林、李瑛担任复排导演，将人们耳熟能详的茶花女故事放在了民国时期的天津，是一次将中国元素与西方经典歌剧有机结合的

有益尝试。民国时期当红歌女魏澜丽与名门子弟纪雷德一见钟情，受纪父阻挠美梦破碎，忍痛割爱，香消玉殒。艺术家们将《饮酒歌》、《像天使一样纯洁》、《再见，往日美丽的梦》等唱段一一呈献给观众。

天津歌剧院院长高久林表示：“《茶花女》已成为歌剧院的常态化演出剧目之一，一批年轻的歌剧演员通过该剧得到了锻炼。”

简讯

中国大众文化学会工作会议在晋中召开

本报讯 日前，中国大众文化学会工作会议在山西省晋中市召开。与会人员在晋中学习了习近平总书记文艺工作座谈会重要讲话精神，总结了学会近年来的工作，分析了当前大众文化的发展形势，并研究了下一阶段的工作任务。会议期间，与会人员在晋中考察了晋中民俗、戏曲等大众文化。（巴灵一）

《大河之舞2舞起狂澜》将来京演出

本报讯（记者胡克非）由风靡全球21年的世界经典舞剧《大河之舞》原班人马制作的《大河之舞2舞起狂澜》将于9月10日至13日在北京人民大会堂连演6场。之后，还将登陆广州、上海等城市。

据导演约翰·麦考根介绍，该剧是由他和制作人莫亚·多赫蒂继《大河之舞》后的再次携手。《大河之舞2舞起狂澜》不仅在舞蹈速度上突破极限，还汇聚了爱尔兰踢踏舞、西班牙弗朗明戈舞、阿根廷探戈、俄罗斯芭蕾舞乃至中国大鼓舞等舞蹈动作。在舞美方面，将运用舞台3D投影技术，带给观众全新的观演体验。



▲8月3日，中国国家话剧院纪念抗战胜利70周年原创话剧《中华士兵》向媒体开放排练。该剧根据中条山会战“八百冷娃跳黄河”的事迹改编，塑造中国军人尽忠报国、舍生雪耻的英雄形象。该剧由冯俐编剧、国家话剧院副院长查明哲执导，将于9月3日至6日在北京保利剧院首轮公演。图为演员排练场景。新华社记者 毕晓洋 摄

中国国际专业音响、灯光展将办

本报讯（记者曹敏燕）第二十四届中国国际专业音响、灯光、乐器及技术展览会将于8月19日至22日在中国国际展览中心（老馆）举办。

据主办方中国演艺设备与技术协会理事长朱新村介绍，今年展会做出了回归老国展中心与分项展览的部署，展

会期间，将有来自20多个国家和地区的400余家展商参展，其中有80家企业、190余项新技术亮相。展会期间以“剧场建设标准与运营安全”为主题的演艺科技论坛和“演艺科技在文化馆的应用座谈会”将抓住当前的行业热点，共同探讨文化科技发展。

为广泛收集社会各界对文化部“十三五”规划编制的意见和建议，我们特制定以下调查问卷。欢迎您的参与！

文化部“十三五”规划编制调查问卷

- 您的经常居住地位于
 - 城市主城区
 - 城乡结合部
 - 乡镇、农村
- 您的年龄为
 - 18岁以下
 - 19-35岁
 - 36-50岁
 - 51-60岁
 - 61岁以上
- 您的学历为
 - 初中毕业及以下
 - 高中、高职
 - 大专、本科
 - 硕士研究生
 - 博士及以上
- 您最喜欢以下哪项文化活动？
 - 看电视
 - 听广播
 - 读书看报
 - 看电影
 - 看演出
 - 参观展览
 - 其他
- 您平均每天用于读书看报的时间
 - 1小时以内
 - 1-2小时
 - 2小时以上
- 您平均每天用于上网的时间
 - 1小时以内
 - 1-2小时
 - 2小时以上

- 您平均每天使用手机的时间
 - 1小时以内
 - 1-2小时
 - 2小时以上
- 您平均每月到公共文化场所(图书馆、美术馆、博物馆、文化馆、社区、乡镇文化活动中心等)的次数
 - 0-2次
 - 3-5次
 - 5次以上
 - 基本不去
- 步行到您家最近的公共文化场所(图书馆、美术馆、博物馆、文化馆、社区、乡镇文化活动中心等)，需要多长时间？
 - 5分钟以内
 - 5-10分钟
 - 10-15分钟
 - 15-30分钟
 - 30分钟以上
- 您或您的家人跳广场舞吗？
 - 经常去跳
 - 偶尔跳过几次
 - 从来没有参与过
- 您对目前公共文化场所的活动或服务的满意度
 - 非常满意
 - 比较满意

- 您
 - 一般
 - 不满意
- 根据您的兴趣和需求，您希望政府多提供哪方面的公共文化产品和服务？(可多选)
 - 送文化下乡
 - 提供免费图书借阅服务
 - 开展普及性的文化艺术辅导培训
 - 多开展面向老年人、未成年人、残疾人和低收入人群等弱势群体的文化活动
 - 多利用手机、新媒体终端共享公共文化
 - 公共图书馆、文化馆(站)、公共博物馆(非文物建筑及遗址类)、公共美术馆等公共文化设施免费开放
 - 为广场舞等群众性文体活动提供场地、设备、免费培训等服务
 - 其他
- 您的月收入为：
 - 3000元以下
 - 3000-5000元
 - 5000-8000元
 - 8000元以上
- 您每月用于文化消费的支出约占每月收入的比例是：
 - 1%以下
 - 1%-5%

- 您
 - 5%-15%
 - 15%-30%
 - 30%以上
- 您每月的文化消费主要用于以下哪些方面？(可多选)
 - 购买书报杂志
 - 购买电影票
 - 购买演出票
 - 购买各类展览门票
 - 参加艺术及其他培训班
 - 购买文化旅游景点门票
 - 购买其他文化产品
- 您常去网吧吗？
 - 经常去
 - 偶尔去
 - 基本不去
- 您能接受的演出门票价格是：
 - 100元以内
 - 100-300元
 - 300-500元
 - 500元以上
- 您最喜欢观看以下哪类演出？
 - 话剧
 - 歌舞
 - 音乐会
 - 魔术、杂技
 - 明星演唱会
 - 相声

- 您
 - 戏曲
 - 其他
- 您最喜欢哪种类型的文化产品？
 - 文化气息较浓的
 - 时尚元素较多的
 - 实用性强的
 - 有创意的
 - 具有投资收藏价值的
 - 有纪念意义的
 - 其他
- 您通常在什么地方购买文化产品？(可多选)
 - 大型商场、超市
 - 品牌专卖店
 - 文博场馆
 - 旅游景点
 - 网上店铺
- 您对春节、清明、端午、中秋等传统节日的传承发展有何建议？(可多选)
 - 保持目前的发展趋势
 - 引导其回归传统，多挖掘其文化内涵
 - 增加现代、时尚元素，吸引更多年轻人参与
 - 加大与传统节日有关的产品开发力度
 - 其他
- 您认为身边的文物古迹保护状



用手机扫描二维码，即可进入调查问卷。

况怎样？

- 良好，保护措施很得力
 - 较好，保护措施比较完善
 - 一般，保护措施有待完善
 - 较差，保护措施缺失或不能发挥作用
 - 不太清楚
- 23.在加大文物保护力度上，您认为当前最重要的是：
- 加大宣传教育，提高全社会文物保护意识
 - 健全法制，严格执法
 - 加强文物管理部门的执法力量
 - 增加文物保护经费投入
 - 不太清楚

感谢您的积极参与！如果您有关于文化部“十三五”规划编制的其他意见和建议，可发送邮件至 whbsswgh@126.com。再次感谢您的关注和支持！