青岛“每周一讲”累计开讲1587次，40余万人次走进这所“没有围墙的大学”

38载，让“初心”延续温暖

阅读提示

“每周一讲”——山东省青岛市总工会坚持38年的公益讲座，吸纳了近200名讲师授课，吸引了40余万人次职工群众走进讲堂，成为全国职工群众性学习活动的重要文化阵地，获得中华全国总工会“十大活动品牌之一”称号。

本报记者 张嫱 杨明清

时隔20个月，因疫情暂停线下授课的“每周一讲”近日再次开讲。

2020年，整治提升后的青岛工人文化宫涅槃回归，山东省青岛市总工会坚持38年的公益讲座“每周一讲”也以全新的姿态重回人们视野。

初心如一

启动设备、影院幕布般清晰的“黑板”……2020年6月15日，青岛市工人文化宫重整后，“每周一讲”迎来了“乔迁之喜”的第一课。

“不一样了！我在文化宫听了十几年的‘每周一讲’，从没想过能有这么好的环境，我要动员老伙计们一起来听课！”“每周一讲”忠实观众宋新平欣喜地说。

1983年春天，青岛市工人文化宫门前贴出一则通告：4月8日周日晚7:00，“每周一讲”雕塑家徐立忠《美与生活》。通知贴出后，前来买票、问询的观众络绎不绝。

“当时的教室是一间十几平米的阅览室，每次开讲都座无虚席，最高峰时有200多人，过道里、走廊上挤得满满当当。”青岛市工人文化宫主任尹常忠介绍说。

“每周一讲”的推出，唤醒了人们对知识的渴望，越来越多的文人志士不计报酬加入义务授课的队列，来自青岛不同行业的职工群众每周齐聚工人文化宫，成为那个时代特有的风景。

中共青岛市委党校经济学研究部主任程国有向记者讲述了一段感人的故事：已故的民革青岛市委原副主委金先生是“每周一讲”的常驻讲师，他每次授课都会精心准备内容，被许多观众视作良师诤友。有一年，金先生大病初愈，当心系观众的他在夫人和学生的搀扶下出现在讲堂门口时，观众全部起立用热烈的掌声迎接。“在没有任何报酬的情况下，是一代代讲师心怀大爱的初心，让‘每周一讲’得以延续。”程国有说。

2017年，文化宫整治提升行动正式启动，青岛市总规划240平方米、可容纳100余人的场地作为“每周一讲”专用教室，购置了专业器材和设备，发动社会各界热心学者、专家补充授课队伍，“每周一讲”迎来了新的起点。

渴望知识

《唐宋文化精神的演变》《把握中国未来改革大趋势》……“每周一讲”的档案登记簿清晰记录着每期的讲座信息。

“早期的‘每周一讲’主要是文学方面，听众多是青年职工。”早期讲课人之一宋文京授课多达69次，他告诉记者，青岛有一大批学者都做过“每周一讲”讲师，很多作家、医生、科技工作者都主动加入到授课队伍中。

“那时候文化娱乐和媒体还不发达，‘每周一讲’成了年轻人学习的重要园地。1985年讲张贤亮的小说《男人的一半是女人》，讲完后听众要求加场，就改在可容纳数百人的小剧场上课，走道上都挤满了人。”宋文京说。

家住青岛市北区的卢大爷是“每周一讲”30年的忠实观众。1992年，卢大爷在青岛中医院住院，散步时发现“每周一讲”张贴的通告，当天晚上便从医院溜出来听课，这一听，便结下了不解之缘。

1996年，发生车祸的卢大爷刚能下床，第一件事就是来到“每周一讲”讲堂。多年后，他的外孙女王颢也成为“每周一讲”的粉丝。

近年来，为了适应职工多样化的需求，“每周一讲”也在不断探索，他们通过问卷让观众确定选题，通过QQ群、微信群等方式促进观众与讲师的沟通，深入企业、工地、社区“送课上门”，讲座内容也逐渐扩展到艺术、历史、心理学等领域。

人们渴求知识的故事感动了文化宫一代代工作人员。孟庆林2015年开始负责“每周一讲”工作，一位来自山东临沂的小伙王平泉令他印象深刻。2019年夏，一名农民工模样的年轻人走进了讲堂，他就是王平泉。只有初中学历、刚来青岛打工的他误打误撞来到文化宫，在懵懂地听完了李克富老师的《幸福其实是内心的充实》后，便成来“每周一讲”的忠实观众，“即便有时需要工作，他也尽量和工友换班，只为了到文化宫听上一课。”孟庆林说。

触动心灵

38年，“每周一讲”累计开讲1587次，40余万人次走进讲堂，他们将其称为“没有围墙的大学”。

1984年，不到15岁的刘增平因父亲早逝、家庭困难早早辍学参加工作，知道“每周一讲”后，他便将这里视为圆梦的“学校”。如今，已是一家企业领导的刘增平，闲暇时的首选仍是参加“每周一讲”。

随着网络技术的普及，“每周一讲”也在不断创新传播形式，“我们开设了微信公众号，即时更新讲座预告、讲座回顾等信息，将视频课程上传‘齐鲁工惠·青岛行’APP、腾讯视频，供职工群众随时随地观看，同时还将讲座搬上青岛新闻综合频道，实现了录播常规化，网络平台和电视频道总播放量近30万人次。”孟庆林告诉记者，今年，观众可以通过手机实现网上预约选座。

“‘每周一讲’就像青岛市总的孩子，我们应该继承首创者的初心，续写这份荣誉，让这个公益品牌温暖更多人。”青岛市总工会党组成员、副主席李丽说。

闪亮吧 工人文化宫 ⑦

烧塔庆丰年

日前，江西南昌进贤西湖李家村举行了烧塔庆丰收活动。

季鑫 摄/东方IC

文旅部向社会征求意见

严格经纪公司管理 促进演出市场健康发展

本报讯 近日，文化和旅游部发布《文化和旅游部关于规范演出经纪行为加强演员管理促进演出市场健康有序发展的通知（征求意见稿）》（以下简称《通知》），面向社会公开征求意见，意在严格经纪公司管理，促进演出市场健康有序发展。

《通知》立足当前演出市场实际，聚焦演出经纪机构管理中存在的薄弱环节，拟从严格主体资质管理、规范演员从业行为、加强演出活动监管、做好粉丝正面引导、共建良好演出生态等5个方面，全面规范演出经纪行为，加强演员管理。

严格主体资质管理。依据《营业性演出管理条例》及实施细则，将从事演员签约、推广、代理等营业性演出经纪活动的演员经纪公司、工作室纳入演出经纪机构管理，严格按照有关规定，向文化和旅游行政部门申请取得营业性演出许可证，明确相关罚则。

严格执行演出经纪人员资格认定制度，要求从事营业性演出经纪活动的演员经纪从业人员持证上岗，并对其从业活动中的严重违规行为，明确由文化和旅游行政部门撤销其资格证书并予以公告。

规范演员从业行为。演员要自觉践行社会主义核心价值观，争做德艺双馨的文艺工作者。切实加强演员经纪公司、工作室以及演员经纪从业人员对演员管理的主体责任，建立演员自律自查工作制度，保障演员尤其是未成年人合法权益，进一步规范从业行为。严禁以招募“演艺练习生”等名义，灌输未成年人所谓“出名要趁早”等错误观念，误导未成年人价值观。

加强演出活动监管。各级文化和旅游行政部门要依法加强演出活动的内容管理，树立正确审美导向。对演出经纪机构举办营业性演出活动，明确要求其配合行业监管、履行依法纳税义务等管理要求。同时，对演出活动内容违规等行为，明确相关罚则，进一步加强监管，明确不得组织演员假唱，不得为假唱提供条件。

加强对粉丝应援行为的正面引导。演员经纪公司、工作室要做好演出现场管理，不得组织未成年人参与应援集会等活动，不得组织未成年人进行正常观演之外的应援消费，切实维护未成年人合法权益。

共建良好演出生态。《通知》分别对文化和旅游行政部门以及行业协会提出了政策扶持、执法检查、信用监管、行业自律等要求，进一步凝聚工作合力，共同构建积极向上、繁荣有序的演出生态。（玛咖）

第十七届深圳文博会 线上线下同步“上新”

本报讯 9月23日~27日，第十七届中国（深圳）国际文化产业博览交易会（以下简称深圳文博会）举行。

深圳文博会作为国家重点支持的国家级、国际化、综合性文化产业博览交易会，已成功举办了16届，每年汇聚海内外10多万种文化创意产业展品、近6000个文化产业投融资项目在现场进行展示与交易。已成为中国文化产业领域规格最高、规模最大、最具实效和影响力的展会，是扩大我国文化对外开放的重要窗口。

本届深圳文博会，首次将线下活动与线上互动相结合。主会场设在深圳国际会展中心，云上文博会展览平台为文博会官网和微信小程序“文博会+”，67个分会场从9月中旬开始陆续启动，设在深圳全市各区。共有2468个政府组团、企业和机构参展，全国文化产业龙头企业占比达到70%以上。另有来自全球30个国家和地区的868家机构线上参展。利用互联网、大数据、云计算及人工智能等新技术，在上届的云展厅、云招商、云签约、云大数据等基础上，新增云招展、云交易、云票证等功能建设，由此实现线下为主、线上为辅的展会，真正意义上实现“永不落幕的文博会”。（苏墨）

“一会一节”敦煌开幕

9月24日，演员在“一会一节”活动开幕式上演出。当日，第五届丝绸之路（敦煌）国际文化博览会和第十届敦煌行·丝绸之路国际旅游节（简称“一会一节”）在甘肃省敦煌市开幕。

新华社记者 陈斌 摄

第九届中国京剧艺术节拉开帷幕

本报讯 据北京市文化和旅游局发布的消息，第九届中国京剧艺术节已于9月21日在国家大剧院拉开帷幕。由文化和旅游部、北京市人民政府主办，文化和旅游部艺术司、北京市文化和旅游局承办的本届中国京剧艺术节将于10月15日收官。

中国京剧艺术节是我国规模最大、水平最高的京剧艺术盛会，自1995年创办以来，推出了一大批优秀剧目和人才，为推动京剧艺术的传承发展发挥了重要作用。

立足“两个一百年”的历史交汇关键节点，第九届中国京剧艺术节将集中展示全国27个省区市、41个表演团体的23台大戏、4台折子戏专场及10台线上展演剧目。本届京剧节的入选剧目中，现代戏中，既有《母亲》《梅兰芳·蓄须记》《红色特工》等发掘红色文化，弘扬红色精神的革命历史题材剧目，又有《花漫一碗泉》《邓稼先》等立足真实人物，反映广阔现代生活的现实题材剧目；新编历史剧《文明太后》《珠帘秀》等剧目，以及整理改编传统戏《孙悟空三借芭蕉扇》《凤凰二乔》等剧目，也以各具特色的京剧传统、创新的艺术表现，呈现了京剧的新亮点、新发展。

本届京剧艺术节将以线上演播和线下演出相结合的方式呈现。9月21日至10月15日期间，所有参演剧目将进行线上演播。这是京剧艺术节首次以线上演播的形式向全国观众全面展示艺术节精彩内容。（欧阳）

艺评

“奇妙”旅程，刚刚开启

沙洲

刚刚过去的中秋之夜，河南卫视推出的《中秋奇妙游》毫无意外地又一次“出圈”。不过，这次不再是一家独美，多家电视台和视频网站也都有国风节目绽放华彩。

近年来，“国风”“国潮”成为重要流行元素，其背后是人们尤其是年轻一代内心深处的文化自信被唤醒。承载着中华民族文化记忆和情感认同的传统文化，如何通过舞台艺术展现出全新的魅力？我们看到，越来越多的创作者掌握了开启这一宝库的密钥，通过创新融合，架构起跨越时空的桥梁，让中国风澎湃涌向艺术舞台。

《中秋奇妙游》是河南卫视今年第五次“奇妙游”，“奇妙游”系列通过传统文化与现代科技的融合，将“中国节日”穿珠成链，横纵延展，探寻中华民族精神家园的赓续传承，实现了传统文化的时尚表达、时代表达，这正是其出圈的基础。

“奇妙游”的火爆，引发了艺术舞台的国风潮流。这个中秋，多家卫视和视频网站的国风节目争奇斗艳。在享受视听饕餮盛宴的同时，也有人不免担忧，这股国风潮会不会盛极而衰，逐渐走向套路化，失去新鲜感？这种担忧不能说没有道理，以往我们不少影视剧创作、综艺节目都有这样的前车之鉴。不过，在笔者看来，舞台上的国风潮才刚刚开启，还有更多美景在远方。

优秀的作品最需要内容的支撑。传统文化是取之不竭的宝库，其生命力旺盛而长新，文艺作品在文化的纵深面上拥有极大的拓展空间。如书法大家王献之的《中秋帖》散朗多姿、淋漓酣畅，河南中秋晚会的《墨舞中秋帖》用舞蹈来诠释撇捺之间书法文化的魅力，展现出行草字句布局的紧密。据其创作人员说，接下来还要做“重阳奇妙游”，力争让大家能够屏住呼吸，凝神聚气去感受北宋的生活美学。

可见，只要创作者对优秀传统文化有更深的理解，能够发掘传统文化中新的亮点，并结合新技术来呈现给观众，就能让观众欣赏美与韵背后的文化表达，感受到中华传统文化的厚重与博大。

传统文化是座“富矿”，怎么挖有讲究。舞台上的国风潮要避免套路化、同质化，确实考验着创意持续度和制作能力。如何做出精彩的国风节目，同时还要做到自我迭代、超越自己，想必也是主创人员所面临的压力和挑战。

这次多家卫视和网络平台在制作中秋晚会时都结合了自身频道特点，呈现出多样化的中秋晚会主题。传统文化加以创新驱动的力量，既呈现了厚重深邃又不失灵动活泼的国风国潮味，又避免了同质化，开拓出让人耳目一新的内容表达。如陕西卫视以“送你一个长安”为主题，将唐诗、传说、诗画戏曲与流行音乐融合，描绘出三千年风韵流转不息的十三朝古都的特色中秋画卷；江苏把戏曲作为贯穿晚会的主题特色，让传统戏曲舞台得以创新性地当代表达；此外，年轻人聚集的B站用传统乐器、汉服元素、国风舞蹈，带观众看不同时代的生活人文之美，文化底蕴通过现代科技流淌在眼前。

在弘扬传统文化上，百花齐放才是我们需要的。这次中秋晚会，多家竞技，都有着不错的成绩，这不仅给创作者以极大的鼓励，也带来了传统文化创新表达方式的新启发。人们期待，浸润着中国文化、演绎着中国美学、承载着中国价值的节目不断涌现，让观众的“奇妙游”之旅多遇惊喜，多有启迪。

视线

主旋律领跑，动画电影“扎堆”

国庆档电影蓄势待发

本报记者 时斓娜

随着《长津湖》《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》《五个扑水的少年》等电影重新定档“十一”假期，目前，已有12部电影宣布在国庆期间上映，创下近4年来国庆档影片数量记录。

从上映时间来看，9月30日，《长津湖》《我和我的父辈》《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》率先发力；10月1日，《五个扑水的少年》《十年一品温如言》《老鹰抓小鸡》《萌鸡小队：萌闯新世界》《大耳朵图图之霸王龙在行动》《探探猫人鱼公主》《猪迪克之蓝海奇缘》《大圣降妖》紧随其后；10月3日，《拯救甜甜圈：时空大营救》继续跟进。

今年的国庆档可谓是国产电影的天下。除了中美合作的《拯救甜甜圈：时空大营救》外，其余11部影片均为纯国产电影。从类型看，既有以历史、战争为背景的主旋律电影，也有爱情主题的青春电影，更有以奇幻、冒险等为题材的儿童电影和动画片。

在众多影片中，《长津湖》《我和我的父辈》两部主旋律电影受到了极高关注。《我和我的父辈》由吴京、章子怡、徐峥、沈腾四人联合执导，延续“国庆三部曲”IP，从小人物视角切入，反映时代的变迁和民族精神的传承延续；《长津湖》全景还原史诗级战役，无论是题材类型、主创阵容，还是制作规格，都足以“领跑”国庆档期。

值得一提的是，今年的国庆档儿童电影和动画电影的数量高达8部之多，远超2019年的3部和2020年的1部。从暑期档到国庆档，今年国产动画电影市场占比整体升高。猫眼研究院《2021暑期档动画电影数据洞察》指出，在双休、小长假、寒暑假等存在需求的情况下，亲子动画更多的是一种需求消费，而非内容消费。

在刚刚过去的中秋档，中国内地电影市场三天报收4.98亿元票房，低于过去3年5.31亿元、8.04亿元、7.45亿元的中秋档票房收入，延续了暑期档至今的低迷行情。灯塔专业版数据显示，截至9月22日19时，国庆档影片预售总票房超4400万元，《长津湖》映前媒体票房预测则高达34.75亿～48亿元。作为今年中国电影市场最后一个有望产出爆款的档期，国庆档的表现，将备受期待。

本报社址：北京市东城区安德路甲61号 邮政编码:100718 定价:全年352元 每季88元 2月29.26元 其余月29.34元 零售:逢4版0.56元 逢8版1.12元 广告经营许可证京东工商广字0184号 工人日报社印刷厂印刷