2018年5月15日 星期二 编辑 王爱敏 版式 胡骏 校对 叶凡 京江晚报

润州文化“慧”民：将文化“种”进民心

开设音乐美术公益课、开办“润心书场”、打造“润苑读书会”……近年来，润州文化馆以群众多层次、多样化文化需求为导向，高品质推进文化“慧”民，将文化之根“种”进民心，以满足群众日益丰富的文化需求。

据不完全统计，10年来，约100万人次参与了润州的各种类型的文化“慧”民活动，文化之根深深入“种”进民心。

公益，
让文化“慧”民零距离

4月24日，一场高水平的“音乐公开课”在润州精彩上演：江苏省普通高校中建制最完整、乐器种类最齐的南京理工大学民乐团分别走进润州南徐小学、宝塔路小学进行了交流演出，将“高雅艺术”送进润州校园。特别是宝塔路小学的“琴韵民乐团”还现场交流演出了《礼乐颂》，得到南京理工大学民乐团创始人姚军教授的称赞：很有水准。

在润州区文化馆馆长魏晓旭看来，一句“很有水准”的背后，是润州区文化馆多年来大力开展音乐、美术等公益培训，结出的文化“慧”民之果。以2008年开始的二胡公益培训，以及2013年开始的以区文化馆为主体的润州艺术普及活动为例，先后分别培训了一万多人次和近十多万人次。

品牌，
让文化占领主阵地

“润心书场”、“润苑读书会”、公益开放小众景点“大韩民国临时政府史料陈列馆”……一个个文化品牌在润州大地生根开花，成为丰富润州群众文化生活的主阵地。

“润心书场”2018年4月开讲的是来自扬州曲艺研究所的演员倪真扬讲述的扬州评话经典故事《皮五辣子》，当前正成为薛秋云等众多听众追捧的书目。2014年，在多方努力之下，扬州评话落户润州文化馆润心书场，并且还走进社区、茶楼等场所，在润州生根开花，为老百姓带来久违的文化享受。“《润心书场》每年说三本书，每本书要说两个多月。书场开讲至今，已讲过了《乾隆下江南》《玉蜻蜓》《三国》等9本书目，听众近万人次。”魏晓旭说。

传承，
让文化“种”进民心

文化“慧”民已然在润州大地生根开花，文化之根已然“种”进百姓心间。

这些年，人气大涨的西津渡街区内，有一家名叫“马副官的店”，可谓闹中取静。店主马淳沂说，他定期举办“文心品书会”，经常邀请润州的阅读推广人来做公益讲座，就是要为“书香润州”建设出一点绵薄之力。这样做，不仅为市民提供了一个雅致的阅读空间，也提升了西津渡街区的人文气质，同时也向游客展示了一个历史文化内涵深厚的“书香镇江”。

而“大韩民国临时政府史料陈列馆”更是专门配备了韩语讲解员，向前来参观的韩国游客进行韩语讲解，每年都接待韩国游客3000多人次，成为镇江市中韩民间交往的一座桥梁。

润州区文体局局长钱进说，润州文化“慧”民建设至今已有3年多时间，如今不仅每年公益演出20多场，特别是由于“种”文化，在民间聚集了的一批“铁杆粉丝”，由“文化配角”变身为现“文化主角”，润州文化“慧”民已深深“种”进老百姓的心田。

（润文 余宽平）

日前，镇江市中山路中心幼儿园将小课堂搬进镇江博物馆，在讲解员的带领下，零距离与镇江的历史文化对话，开启体验家乡文化之旅，激发幼儿爱家乡的情感。

王呈 孔蓓 周红珍 摄影报道

不局限于陪伴与督促学习
大学生“家教市场”面临转型升级

京江晚报讯 相信大家还记得，新华书店门口的周末“家教市场”曾异常热闹，大学生们举着家教信息牌求职，中小学生家长们也在那里寻找家教老师。如今这种“家教市场”早已消失，大学生家教在不断提升家长满意度的同时，正努力实现家教市场的转型升级。

“以前那种去新华书店门口找家教的方式早就过时了，费时费力，还不容易找到合适的。”记者近日在江苏大学校园内采访时，几名兼职做家教的大学生告诉记者，现在“家教越来越注重专业与信任”，大学生想要做兼职，可以去培训机构做兼职老师，另外还可以通过学校勤工俭学中心平台。据了解，目前江苏大学勤工俭学中心建立了统一的家教信息发布平台，学生可以通过平台上的家教信息与对方取得联系，让做家教变得更加方便快捷。

在恒顺实验小学附近的几家教育培训机构，工作人员向记者展示了他们的办学资质与师资力量，其中大学生在师资中占有很大比重。进一步询问后记者了解到，培训机构对大学生兼职有着严格的要求与完善的培训流程，包括试用期间的入职培训与试课测验，“试课演讲只有通过专业老师的评定合格后方能正式带班上课”。此外，工作人员还告诉记者，现在培训机构竞争日益激烈，拼的就是经过培训后学生成绩是否有所进步，所以对培训老师的要求不能有半点马虎。

那么，家长又是如何为孩子找到合适的家教老师呢？趁着临近放学的时间，记者找到了几位在学校门口等候的家长，他们普遍表示，一方面是通过熟悉的高校老师帮忙，介绍一些品学兼优的大学生来家里做家教，“这样的家教感觉会更放心一点。”另一方面，就是通过培训机构找老师。一位学生家长表示，“现在孩子学业压力大，我们找家教不仅为了照看和监督完成作业，最重要的是让孩子的成绩真正得到提高”。

采访中，一位大学辅导员表示，社会在不断发展，家长的家教需求也在转型升级，以前家长请家教主要是想让孩子能认认真真完成作业外加陪伴孩子，现在家长的需求是更加注重孩子成绩的提高和学习方法的改善，大学生做家教不再是那么“简单”，他们需要更多地考虑如何让孩子在自己的辅导下掌握科学的学习方法，激发学习热情，实现学习成绩的稳步提升。另一方面，大学生做家教也要适应“新常态”，了解“新需求”，努力钻研辅导课程，实时了解孩子们的学习状况，增强专业性和信任度，不断提升家长们的满意度，真正实现家教转型升级。

（张琼霞 胡四荣）

江大双胞胎姐妹设计减肥药广告捧得学院奖

京江晚报讯 “它运动，你减肥。”日前，这样一则为某减肥药设计的平面广告获得第15届中国大学生广告艺术节学院奖秋季赛银奖，而广告的设计者是江苏大学视觉传达设计专业大三学生刘双凤、刘双银，一对双胞胎姐妹。

差不多的身材相貌，差不多的发型，穿着类似的白色上衣深色系裤子，接受记者采访的时候，两姐妹说起话来一唱一和，偶尔拌几句嘴，灵动而有活力。在今年的参赛作品中，两姐妹选择以胶囊的形状为设计元素，把操场、足球场、篮球场的图案镶嵌其中，表达出运动与健康的有效结合，传递给消费者安全有效、健康减肥的理念。

这并不是刘双凤、刘双银第一次参加学院奖大赛。大一时，姐妹俩就曾参加过比赛，为一款啤酒设计平面广告。那时候，她们对创意、设计所知甚少，也没有接触过优秀作品，“回头看，那时候的作品就是素材拼贴，没有什么创意元素”。第一年受挫后，姐妹俩意识到创意的重要性。她们扎实学习专业基础，课余时间就长期驻扎在图书馆，大量学习他人优秀作品和相关知识。“真正的设计应该是很简单的，大家一看就能懂。这就要求广告设计必须要跟产品的利益相结合，理解消费者的心理，才能戳到人们的‘痛点’。”刘双银说。

平时做设计的时候，刘双凤、刘双银都喜欢画思维导图，从一个点发散出数十个点，然后在这数十个点中寻找创意元素。基本上每一幅设计作品的前期都会生成30个以上的创意，然后再听取老师、朋友的建议意见，在里面选择最好的，反复进行制作、修改。

在好友潘艳眼里，姐妹俩就像是“设计狂人”，一有好的创意就会“喋喋不休”，不厌其烦地诉说自己想怎样设计作品，没有好的创意时会变得很“闷”，会跑去图书馆一下午，边看边在草稿纸上写写画画，记录突然而来的创意……

在实践中她们发现，平时上课学习的平面设计软件已经不能满足设计需求，她们便一起自学动画、影视、三维建模等。平时课余时间，姐妹俩最喜欢的就是自己在网上购买相关软件和使用教程，两人一起一个一个软件进行研究和学习。“两个人在一起，互相督促一下，就把懒惰之类的毛病克服了。”刘双银笑着说。

姐妹俩现在都是大三，眼看就要毕业了，“希望能继续从事广告设计这个行业，学得越多，就越觉得自己知道得太少，能在学校学习的时间不多了，感觉时间真的很紧迫。”两人直言，“未来还有很多比赛需要参加，还有很长的路要走。”

（王璇 古瑾）

文心讲堂邀名家走进校园
儿童作家谷清平带孩子们“穿越”历史

京江晚报讯 昨天下午，文心讲堂走进市红旗小学，特邀著名儿童作家谷清平为该校师生带来主题为“带领中国孩子走进上下五千年”的专题讲座。

谷清平笔名人海中，自由撰稿人、网络作家、编辑，《钱多多嫁人记》、《我的经济适用男》均改编自他的作品。昨天，她给孩子们带来了她的《汤小团漫游中国历史》系列图书。这是她送给所有中国小朋友的一套历史书，她希望孩子们能够通过“汤小团”喜欢上中国历史，主动去了解中国历史，让“汤小团”带领孩子们登上中国历史这座高山。

谷清平在讲座中用风趣幽默的语言、生动活泼的历史故事，让“汤小团”带领现场的同学们一起穿越中国上下五千年的历史长河。她还不时地提出问题，并为回答正确的孩子颁发了“汤小团”系列徽章等奖品作为鼓励。讲座集知识性和趣味性于一体，现场气氛十分活跃。

（马彦如 张娜）