

增强防骗反诈意识
保护群众财产安全

高考临近 乌兰察布公安提醒 警惕这四大诈骗套路

»06版«

社会关注

夏日露营烧烤正火 这三大隐患一定要当心



●户外露营小朋友在浅滩戏水

本报记者 朱旭敏 摄

»06版«



大家谈

让美育既有学术高度,又有生活温度

■王立刚

近日,2026北京艺术季盛大启幕。北京多城区首次协同联动,200余家艺术机构带来超400场活动,一座“没有围墙的美术馆”在全城铺展开来。从798艺术区的先锋展览到胡同深处的创意工坊,从高端画廊的精品陈列到街角的公共艺术装置,艺术正走出象牙塔,融入市井烟火。

社会审美水平,关乎人的精神健康,是社会文明程度和文化自信的重要体现。美,从来不是少数人的特权,而是每个人心灵深处的需求。在传统观念中,优质艺术资源被围墙圈住,集中在专业场馆。普通百姓想看一场好展览、接触一件真迹,往往费尽周折。艺术与大众之间,似乎总隔着一道无形的墙,美因此变得遥不可及。

今年北京艺术季以“全城美术馆”理念,成功推倒了这堵墙。没有空间壁垒,也没有身份界限。艺术不再是少数人的“专享”,而成为所有人都能触及、参与、共享的公共产品。胡同里的大爷可以随时欣赏街头壁画,外卖小哥等单时能看见商圈里的艺术装置。美育不再是高高在上的说教,而是真正扎根市井、润物无声地滋养每一颗心灵。

全民美育真正落地生根,离不开丰富而精准的艺术供给。本届艺术季兼顾高端与普惠,既有画廊周北京、北京当代·艺术博览会等汇聚全球艺术精品的专业展会,展现当代艺术前沿;也有遍布街区的公益展览、零基础工作坊和街头表演,大大降低了参与门槛。幼儿涂

鸦、银发书画、青年潮流艺术派对……差异化内容覆盖全年龄段。这种分层分类、精准触达的模式,避免了“一刀切”和“走过场”,让美育既有学术高度,又有生活温度。

科技创新为美育融入生活打开新维度。北京艺术季推出的NFC电子票根,串联起500余家商户,将艺术体验从展馆延伸到书店、咖啡馆、文创小店等消费场景。观众观展后凭票根享受优惠、延续审美感受,形成“观展—消费—再体验”的循环。“艺术+科技+生活”的模式,让美育从被动接受转向主动拥抱,从精神享受延展为生活方式,日复一日,审美便内化为习惯与追求。

放眼全国,以艺术赋能城市美育已成趋势。上海启动实施“社会大美育”计划,依托

“一江一河”打造滨水艺术廊道,不断丰富审美空间载体。成都首创“社区美空间建设行动”,推进社区美空间建设,这是成都深化社区发展治理的创新举措。杭州串联西湖周边的美术馆、博物馆和文创园区,营造“步步有景、处处有艺”的氛围。这些探索与北京艺术季同声相应,揭示了一个朴素道理:全民美育不是悬在空中的口号,而是可感可及的生活实践,是每个公民应有的文化权利。

经济社会的发展,使得一个城市的竞争力不再仅取决于硬件设施,更在于能否创造吸引人才和创意的“魅力”。这种魅力,核心便是城市的感性能量。艺术审美力量,如同为城市的功能化躯壳注入了情感与故事。一个街角的独

立画廊、一场发生在菜市场艺术介入、一个由老厂房改造的艺术社区——这些消费场景,本身就是城市创新活力的可视化宣言。它们所营造的宽容、有趣、充满可能性的氛围,是吸引新一代创意阶层定居、激发跨界创新的根本力量。

当前,我国正阔步迈向高质量发展,人民群众对美好精神生活的向往愈发强烈,美育作为提升国民素养、增强文化自信的重要途径,地位愈加凸显。美育兴则文化兴,文化兴则城市兴。北京艺术季以城市为画布,以创新为笔墨,让艺术渗透肌理、滋养人心,为全民美育提供了新范式。我们有理由相信,这样的尝试会越来越多,美也会在更多城市生根发芽,成为每个人触手可及的日常。