中国改革报

2018.09.07
星期五

文化创意 Culture Creativity

重点推荐

网红非遗：如何从红一阵到一直红

日前，由文化和旅游部非物质文化遗产司支持的2018非遗品牌大会在广州召开，与会代表总结和分享了近些年非遗品牌保护的生动实践，试图为网红非遗寻求长久生存之路。

6版

搭建起中华文化走出去的国际化平台

第25届北京国际图书博览会聚焦中外出版合作前沿议题，充分开展文化交流与合作，为推动中华文化走出去做出积极贡献

□ 史竞男

93个国家和地区的2500多家出版商参展，展出中外精品图书30多万种；达成中外版权贸易协议5678项，同比增长7.9%；举办1000多场文化活动，吸引30万人次进场参观……

为期5天的第25届北京国际图书博览会暨第16届北京国际图书节日前落下帷幕。本届图博会以“打造世界一流书展”为目标，聚焦中外出版合作前沿议题，充分开展文化交流与合作，为推动中华文化走出去做出了积极贡献。

“以书为媒”讲好中国故事

人民出版社推出“中国改革开放四十周年”系列图书；北京出版集团携2000余种出版物亮相，其中《中关村创业史话》《中国道路的历史与走向》等图书受到关注……

作为十九大胜利召开后的第一届图博会，本届图博会集中展示了一批阐述习近平新时代中国特色社会主义思想和十九大精神的主题图书，并举办了改革开放40周年精品出版物展，重点展示改革开放以来我国出版业取得的成果。

“中国的发展变化令我们印象深刻。”刚刚获得第12届“中华图书特殊贡献奖”的摩洛哥作家法塔拉·瓦拉卢说，他的著作《中国与我们》已在摩洛哥等阿拉伯国家和法国出版，希望让世界上更多读者了解中国故事。

中国著名作家张炜的长篇小说《古船》输出波兰文版，山东教育出版社与波兰学术对话出版社在现场举行了签约仪式。波兰出版人安德鲁说，希望以此书为开端，出版更多优秀的中国作家作品，将博大精深的中国文化展现给波兰读者。

图博会上，来自国内外众多出版文化领域的专家学者开展面对面的对话交流。中国作家余华围绕“故事沟通世界”这一主题，与30国汉学家对话；中国作家网驻站作家新作分享会上，周大新、乔叶和网络作家“孑与2”与读者交流。

在2018国际出版企业高层论坛上，来自14个国家和地区的出版人齐聚一堂，共商新时代出版业国际化的新路径。中国出版协会常务副理事长邬书林说：“我们倡导更多国际出版合作，出版更多跨文明对话的优秀图书，让中国出版的精品力作传播得更广更远。”

用好“家门口”走出去平台

图博会自1986年创办至今，已跃居世界第二大书展，成为我国重要的国际版权贸易平台。本届图博会吸引了众多国际知名出版企业，如企鹅兰登、施普林格、麦克米伦等出版公司以及牛津和剑桥大学出版社等。

5天来，达成各类版权输出合作出版意向和协议3610项，同比增长11.3%；达成引进意向和协议2068项，引进输出比为1:1.7。众多中外展商收获满满，国际出版合作亮点频出。

图博会期间，举办了中南传媒援南苏丹教育项目教材交付仪式。这是中国第一个教育援外项目，为“世界上最年轻的国家”量身打造国家教育体系。

湖南省委宣传部副部长周湘表示，援南苏丹教育项目是响应国家号召，将“一带一路”倡议和文化走出去战略紧密结合、推动国际文化交流的创新之举。希望通过这样的探索，更好地推动中华文化走出去。

新世界出版社现场展示了近40种中国图书海外编辑部的合作成果，如《中国共产党如何反腐败?》的英文版、《中国梦，谁的梦?》的印地文版、韩文版、法文版、英文版、日文版、阿文版等。

“图博会助力中外文化交流合作的平台作用不断突显。”新世界出版社总编辑张海鸥介绍，目前，新世界出版社已在世界8个国家和地区建立中国图书海外编辑部10家，有数十种中国主题图书合作出版项目在海外落地，并进入当地主流发行渠道。

《习近平谈治国理政》第一卷中、英文版电子书也在图博会上亮相，今年7月已通过掌阅等数字平台面向全球发布。掌阅创始人张凌云说，掌阅正在把一些优质中文内容，根据海外用户喜好翻译成多国语言进行推广。未来，将继续沿“一带一路”的方向，积极推进中华文化与世界文化的交流。

打造全民阅读文化盛宴

与图博会同期同地举办的北京国际图书节，为读者献上了一场全民阅读的盛宴。

王蒙、贾平凹、陆天明、麦家、刘慈欣、曹文轩、唐家三少、瑞秋·乔伊斯等国内外知名作家，参加多场文学交流活动，点燃了读者的阅读热情。

与此同时，AR、VR、全息投影、3D投影、大屏互动、人工智能……图书与科技的融合，成为图书节的一大亮点，让观众切身感受到中国出版业与时俱进的铿锵步伐。

由中国大百科全书出版社与国内外著名运河专家和画家共同策划，通过立体化地对运河故事进行深度挖掘和整合，《穿越时空的大运河》数字影像展吸引了众多参观者的目光。这一展览利用流媒体、虚拟成像以及三维立体成像等技术，把画中掌故、人文地理制作成数字影像动画，描绘出明朝运河通州段的景象，让观众可以身临其境般感受穿越时空的魅力。

随“蛟龙号”入海深潜，登“辽宁舰”尽看战机军舰，乘“天宫一号”遨游浩瀚星空……在数字科技融合图书展区，观众可以凭借虚拟现实VR技术，感受改革开放以来的中国在科技领域取得的重要成果。

英国麦克米伦出版公司一位负责人表示，图博会已经不仅仅是中外出版业交流合作的盛会，更是众多国际人士了解中国、理解中国的重要平台。

3D大运河景观长卷亮相北京图博会

《穿越时空的大运河》在日前开幕的第二十五届北京国际图书博览会上亮相。一张高3米、长25米的巨幕上，三维动画与二维场景融合的科技手段令原创历史长卷中的千人、百船“活”了起来，动态再现了大运河的历史风貌和古今故事。图为观众参观3D大运河景观长卷。

贾天勇 摄

文化一线

文化体制改革在路上 不断端出热腾腾“大餐”

□ 应妮

刚刚结束不久的全国宣传思想工作会议，明确指出要坚定不移将文化体制改革引向深入，不断激发文化创新创造活力。

活力体现在何处？

据官方数据统计，40年间，我国公共文化设施和产品供给从相对紧缺迈入大繁荣大发展的新时代：博物馆从340多家增加到4700多家，公共图书馆从1200多家增加到3100多家，文化馆(站)从不到7000个增加到44,000多个，艺术表演团体从3100多家增加到15,700多家。目前，中央、省、市、县、乡、村六级公共文化服务体系确立。全国群众文化机构每年开展活动近200万次，服务群众近6亿人次。

同时，2017年全国文化及相关产业增加值35,462亿元，增长15.2%，占GDP比重4.29%。文化产业保持两位数增长速度，高于同期经济增速。最新出炉的以中国出版集团公司为首的第十届“全国文化企业30强”，在主营收入、净资产、净利润三项指标创历史新高，且净资产首次突破4500亿元大关，净利润首次突破400亿元大关。

在公共文化服务领域，推动公共文化服务标准化、均等化，坚持政府主导、社会参与、重心下移、共建共享，完善公共文化服务体系，提高基本公共文化服务的覆盖面和适用性。

自2008年1月中宣部、财政部、文化部、国家文物局联合印发《关于全国博物馆、纪念馆免费开放的通知》至今已经10年了，全国近九成的博物馆实行了免费开放。目前，全国博物馆年接待观众已达9亿人次。以故宫博物院、国家博物馆、河南博物院、陕西历史博物馆等为首各大博物馆在陈列展览、宣传教育、行政管理、文创产品开发等诸多方面的发展，进一步提高了博物馆展览水平和社会宣传教育的功能，同时与社会力量的合作不断增多。

全国各省市县文化部门着力打通基层公共文化服务“最后一公里”。如浙江台州社会力量深度参与图书馆、文化馆、博物馆服务，深度参与市民讲堂、市民书友会、文化超市等服务项目；山东东营建设数字文化广场开展文体礼仪活动和远程辅导培训；贵州毕节力推新时代农民(市民)讲习所，实现市县乡村四级全覆盖……这些创新做法在政府主导的前提下，社会力量积极参与，着力解决基层公共文化服务效能建设中存在的矛盾问题。

在文化产业领域，推动文化产业高质量发展，健全现代文化产业体系和市场体系，推动各类文化市场主体发展壮大，培育新型文化业态和文化消费模式，以高质量文化供给增强人们的文化获得感、幸福感。

《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》提出，做优做强做大一批文化企业和文化品牌，文化整体实力和竞争力明显增强，“十三五”末文化产业成为国民经济支柱性产业。

文化消费将成为新的经济增长点现已成为共识。无论从发展文化产业还是推动中国在新形态下经济的健康发展来看，都需要把这部分潜力巨大的消费激活出来。观看电影或演出，专注网络游戏及周边，购买文创艺术品等，都成了时下颇时髦的消费方式。

更让人欣喜的是，公共文化服务保障法、公共图书馆法、电影产业促进法、网络安全法等重要法律的出台，则为文化法治建设打下良好基础。

在文化“走出去”方面，中华文化的影响力不断提升。

刚刚落幕的第二十五届北京国际图书博览会，共达成中外版权贸易协议5678项，引进输出比为1:1.74创下新高，一大批主题类、科技类、少儿类等图书排在版权贸易尤其是版权输出前列。

目前，中国已经有昆曲、京剧、书法、中医针灸、活字印刷术、二十四节气等39个项目入选联合国教科文“人类口头和非物质遗产代表作”名录，总数位居世界第一。从1987年长城、故宫等成为我国首批入选的世界遗产，到如今以53处世界遗产位居世界前列。中国政府与157个国家签署文化合作协定，建成35个海外中国文化中心。

今年4月，文化和旅游部的挂牌成立，让中国网友感叹“诗和远方终于走到了一起。”文化体制改革亦还在路上……

文化时评

不断提升中华文化影响力

□ 任评

“推进国际传播能力建设，讲好中国故事、传播好中国声音，向世界展现真实、立体、全面的中国”。在全国宣传思想工作会议上，习近平总书记提出了“展形象”的重要使命任务，明确了提升中华文化影响力的工作要求，为我们在新形势下做好外宣工作、提高国家文化软实力，指明了方法路径，提供了根本遵循。

当前，外宣工作处于历史最好时期，同时也面临最大压力。党的十八大以来，对外宣传应势而起、乘势而上，国际舆论格局“西强我弱”的差距正在缩小。一方面，我国日益走近世界舞台中央，我们提出的构建人类命运共同体、共建“一带一路”等得到国际社会广泛认同，我国的国际影响力、感召力、塑造力日益提升。另一方面，世界正处于百年未有之大变局之中，增强国际话语权、提升国家文化软实力任务之艰巨前所未有。对此，我们要保持战略定力，积极主动做工作，推动对外宣传创新，着力重塑外宣业务、重整外宣流程、重构外宣格局，努力开创外宣工作新局面。

“一个故事胜过一打道理。”讲好中国故事是外宣工作的基本方法，也是提升中华文化影响力的基本途径。从毛泽东同志向美国记者斯诺、史沫特莱等人讲述“延安故事”，到习近平总书记通过讲故事介绍中国道路和共建美好世界的理念主张，善于通过故事传播理念、以理服人、以情动人，是中国共产党人的优良传统。今天，中国故事最精彩的主题，是讲清楚中国共产党为什么能、中国特色社会主义制度为什么管用。我们要围绕国际社会关注的问题，主动宣介习近平新时代中国特色社会主义思想，主动讲好中国共产党治国理政的故事、中国人民奋斗圆梦的故事、中国坚持和平发展合作共赢的故事，让世界更好了解中国。同时，要采用外国人听得懂、易接受的话语体系和表述方式生动鲜活讲，贴近中国实际、贴近国际关切、贴近国外受众入情入理讲，平等待人、虚怀若谷、真诚亲和讲。

文化是一个国家、一个民族的灵魂。做好外宣工作，不断提升中华文化影响力，既要宣介优秀传统文化，也要传播优秀当代文化。中华优秀传统文化是中华民族的文化根脉，其蕴含的思想观念、人文精神、道德规范，不仅是我们中国人思想和精神的内核，对解决人类问题也有重要价值。推动中华优秀传统文化走出去，不能停留在舞个狮子、包个饺子、耍套功夫上，不能满足于向国外提供一些表层的文化符号上，关键是要把优秀传统文化的精神标识提炼出来、展示出来，把优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓提炼出来、展示出来。同时，提升中华文化影响力不能厚古薄今，更要注重展示当代中国的发展进步、当代中国人的精彩生活，推动反映当代中国发展进步的价值理念、文艺精品、文化成果走向海外，既要入乡随俗又要入情入理，努力进入主流市场、影响主流人群。

文化艺术编辑部
主任：王 志
执行主编：宋若铭
责任编辑：于 馨
新闻热线：(010)56805161
监督电话：(010)56805167
电邮：whzk619@163.com