

# 文化动态

孝感市图书馆 编

二〇一四年第三期（总第5期）

2014年8月

---

## 本期要目

### 文化体制改革

- 01 从“文化大省”到“文化强省”：改革创新缔造文化“安徽现象”
- 02 从办文化到管文化

### 文化产业

- 08 杭州动漫十年磨一剑 树立中国动漫行业风向标
- 10 西安高新区领跑文化创意产业

### 专题研究

- 11 推进湖北数字图书馆建设构建现代公共文化数字服务体系

### 文化遗产

- 13 激活珍贵遗产，兑现文化价值 丝路起点西安探索文化旅游双融合
- 14 花鼓灯：淮河流域的民间艺术

### 新农村文化建设

- 16 农村文化建设的喜忧盼
- 18 农家书屋成了吕良农民致富的“加油站”

### 他山之石

- 19 加拿大文化产业政策如何发力

### 文化参考

- 21 “舌尖”风暴刮起的是文化风
- 22 《舌尖2》：国际市场 中国味道

### 文化湖北

- 24 长江讲坛：聆听思想的声音 沐浴智慧的阳光

# 文化体制改革

## 从“文化大省”到“文化强省”：改革创新缔造文化“安徽现象”

朱玉婷《市场星报》2014年5月5日

第一家组建同时完成转企改制、第一家出版主业整体上市、第一家异地设立出版机构并获得出版资质、第一家在上海自贸区设立“走出去”基地……数个业界第一书写了属于出版皖军的传奇，安徽出版集团的改革发展成就是安徽省文化体制改革发展历程中的一个缩影。

在全国文化体制改革试点省名单中并没有安徽，而每一次革新的历程中从未缺席过文化皖军的身影。2010年6月，安徽在全国率先完成文化体制改革重点任务，近年来，全省文化产业年均增幅达到30%以上，创造了全国瞩目的“安徽现象”。

### 龙头企业 带动文化体制改革发展

在全国文化体制改革发展历程中，先天优势并不突出的安徽却长袖善舞，自加压力、自谋发展，创造出一个又一个属于文化皖军的辉煌。

2005年11月，安徽出版集团挂牌成立，成为全国第一家组建同时完成转企改制的出版集团，如今，安徽出版集团已经由单一而多元、由文化而产业、由国内而国际、由创新而创造，在迈向成熟卓越企业的路上越走越宽。

安徽文化体制改革的号角业已吹响，省级相继组建了报业、出版、发行、演艺、广电五大文化集团公司，取得令人瞩目的成就。去年，五大集团实现营业收入288.53亿元、利润总额14.34亿元。出版、发行两集团销售收入和资产总额双双突破百亿大关，多次入选“全国文化企业30强”，入选企业数居全国第二。

### 全面开花 扮靓文化产业百花园

安徽省积极推进文化体制改革，促进了文化生产力的大解放，百花齐放，争奇斗艳，文化产业百花园欣欣向荣。

建立健全精品生产促进机制，文化精品叠出，黄梅戏《雷雨》、徽剧《惊魂记》、电视剧《永远的忠诚》等全省138部作品获得全国性重要文艺奖项；文化科技加快融合发展，合肥入选首批国家级文化和科技融合示范基地，合肥、芜湖成功入选国家级数字出版基地，全省28家动漫企业通过国家认定，总数居全国第五、中部第一；深化文化事业单位三项制度改革，研究启动文化馆、图书馆、博物馆建立法人治理结构，全省105个公共图书馆、119个文化馆、1437个乡镇（街道）综合文化站、7个美术馆、121个博物馆全部免费开放，农家书屋实现全覆盖。

### 谱写新曲 成为国民经济新增长点

今年年初，国家相关利好政策的出台，成为文化产业发展的新支点，文化企业与相关产业进一步融合、对外文化贸易更加活跃，升级版的文化产业正在成为新的国民经济增长点。

安徽出版集团所属安徽华文国际经贸股份有限公司去年贸易额突破12.5亿美元，实现了“在全国文化企业中出口贸易位居第一，在出口贸易企业中文化产品出口总量全国第一”，成为我国出版业中最大的文化出口企业；安徽报业集团实现跨国界发展，每周在美洲、欧洲、澳洲和非洲同步出版新闻周刊，发出中国声音，讲述安徽故事……扶持特色文化产品和新兴文化产品出口，全省文化产品和服务输出到168个国家和地区，国家文化出口重点企业、重点项目入选数分别位居全国第六和第五。统筹用好两种资源、大力开拓两个市场，以文化企业为主体，加强出口平台和海外营销渠道建设，安徽文化在海外的知名度和影响力显著提升。

## 从办文化到管文化

赵斌《成都日报》2014年3月19日

在经济社会转型升级、信息技术革命迅猛发展、文化需求多样性不断增长、强调市场对资源配置起决定性作用的新形势下，传统的以管脚下、管系统、办文化为主的管理理念、管理方法和管理手段，已经难以适应社会主义市场经济条件和法制政府、服务型政府、创新型政府建设的要求。党的十八届三中全会《决定》和市委十二届三次全会《决定》，都明确要求文化管理体制要按照政企分开、政事分开原则，推动政府部门由办文化向管文化转变，推动党政部门与所属的文化企事业单位进一步理顺关系。

市委十一届九次全会通过的《中共成都市委关于深化文化体制改革加快建设文化强市的意见》，提出到2020年，把成都建设成为中西部最具影响力、全国一流和国际知名的“文化之都”。2012年7月，《成都市文化产业发展“十二五”规划》出台，根据《规划》，“十二五”期间全市文化产业增加值年均增长23%以上，到2015年超过700亿元，占全市地区生产总值比重超过6%，成为国民经济支柱性产业。从“办”文化到“管”文化的一字之变，彰显成都建设“文化之都”的决心、增强城市软实力的信心，以激发文化创造活力为中心环节深化文化体制改革，坚持社会主义先进文化前进方向，培育和践行社会主义核心价值观。

### 管理理念之变深化文化体制改革 从事业单位到现代企业

今年1月27日开始，成都西南剧场这个原本有点冷清的地方，一下子热闹起来，因为一部名为《活在阳光下》的话剧，这里成为人潮涌动的地方，400多个座位的剧场几乎场场爆满。从已经演出的30多场来看，观众们普遍反响“接地气”。截至目前，已经吸引了上万市民走进剧场。中国文联原副主席、现任中国传媒大学艺术研究院院长仲呈祥观看后，兴奋地在《人民日报》发表评论文章，盛赞《活在阳光下》敢于直面现实，勇气可嘉。

这对于出品方成都艺术剧院有限责任公司来说，无疑是一颗“定心丸”：不仅坚定了他

们深化文化体制改革的决心，更坚定了他们紧紧围绕百姓需求开发市场，做强做大国有院团龙头企业的信心。《活在阳光下》是该公司改制后推出的首台原创话剧大戏。

“改制前，我们的作品只注重艺术的高度与深度，忽略了观众和市场这两个最重要的因素，以至于许多花大成本投入的作品，演两场后就再无下文。改制后，我们总结经验教训，用最贴近民心的作品拉近与观众和市场的距离。观众的每一次鼓掌、每一个微笑，都是对我们的一种肯定，而现阶段我们非常需要这样的肯定与鼓励。”成都艺术剧院有限责任公司董事长兼总经理唐静高兴地告诉记者：“目前我们已经接到了《活在阳光下》后续演出订单60场，预计还会增加，力争今年演出100场。”

2012年，在中央文化体制改革有关精神的指导和省市的领导下，按照我市《关于深化市属国有院团体制改革的总体方案》，原成都艺术剧院院部、歌舞团、话剧团、杂技团四个院团完成了转企改制，于6月29日成立了成都艺术剧院有限责任公司。从改制前的成都艺术剧院院长，到改制后的成都艺术剧院有限责任公司董事长兼总经理，唐静角色的变化所折射的正是主管部门从“办”文化到“管”文化的理念之变。

按照中央和省市对文化体制改革和事业单位分类改革的统一部署，我市进一步厘清文化行政单位、公益事业单位、转制文化单位和社会文化单位的职能，理顺相互关系，把政府该管的事抓在手上管好，不该管的事交给社会和企业，有序推进简政放权。进一步细化和明确文化事业单位的功能定位，完善法人治理结构和绩效考评机制。

健全的制度和围绕积极培育市场为主的决心是最为关键的两大要素。短短一年多时间，转企改制的成都艺术剧院有限责任公司，按照《公司法》健全公司法人治理结构，建立了符合企业发展要求的部门和岗位设置；按企业管理模式与员工签订劳动合同，全院职工进入“五险一金”保障体系。唐静表示：“公司的成立标志着我市国有院团文化体制改革取得实质性突破，意味着我们从此告别‘铁饭碗’，以市场主体的身份参与市场竞争。”

## **数字点击**

成都艺术剧院有限责任公司成立至今，共完成各类演出519场，总收入2172.6万元，利润324.33万元，上缴税费共计71.04万元。今年，公司将进驻东郊记忆，增加经营歌曲的版权和发行，或在艺术产品的创作、制作过程中有意识植入有自主知识产权的延伸产品，逐步实现以艺术演出为中心的多渠道经济来源，壮大国有文化资产。

## **管理方法之变从送戏到“点菜” 文化惠民先问需于民**

惠民节目演什么，群众代表现场选；惠民节目哪里演，还是群众挑地点！成都文化惠民演出又出新招，100场优秀获奖舞台作品展演安排全由群众说了算。2013年10月26日上午10点，由市文化局主办的成都文化“四进”活动“情系城乡大地，文化托起梦想”文艺演出送市民——2013年优秀获奖舞台作品展演活动场次确定会，在龙泉驿区洛带古镇五凤楼广场热闹开演，同时也拉开了成都市100场文化惠民演出的序幕。与以往年年都在办的惠民演出不同

的是，此次惠民演出首次尝试“点菜”服务的创新机制，通过节目公开招投标、举办现场“订货会”、公开征集演出地点等方式，让群众自己挑选演出节目、确定演出场次和演出地点，真正实现惠民演出问需于民，满足群众需求，让群众满意。

“以往的惠民演出都是统一安排后直接送下来，演什么节目老百姓就看什么节目，但像这样同样由政府统一采购但节目内容由群众先审查再确定，还是第一次。”作为群众代表参加节目“订货会”的彭州市文化部门负责人周煜告诉记者。他说，如今成都各区（市）县群众文化发展各有特色，有的擅长舞蹈，有的擅长曲艺，但都希望群众文化活动能够开展得更丰富。“现在大家可以根据各区县的群众文化需求自主点选节目了，看上哪台就要哪台。”

送戏和“点菜”，哪个更受群众欢迎，答案显而易见，文化惠民先问需于民的背后体现的正是从“办”文化到“管”的方法之变。

市委深化改革《决定》明确指出，引入竞争机制，推动公共文化服务社会化发展，鼓励社会力量、社会资本参与公共文化服务体系建设，培育文化非营利组织。“两馆一站一室”一直是公共文化服务体系的主阵地，保障基本文化权益的主渠道。面向社会购买公共文化服务和产品已做了许多有益的探索，比如公开招标采购文艺演出和图书送基层、送乡村等。

随着改革的深化，公共文化服务的不断发展，主要依靠系统内文化单位组织实施的基本文化权益保障机制，将进一步转变为社会化保障机制。凡是社会文化单位能够提供的公共文化服务和产品，将进一步推行社会化，系统内事业单位和社会文化单位一起公平竞争。文化事业单位要积极参与竞争，并以竞争作为推动力，强化危机意识，不守摊子，苦练内功，在竞争中求发展，并通过社会化、市场化竞争有效提升公共文化服务和产品的针对性、实效性和群众的参与度、满意度。

### **数字点击**

全市财政文体广事业支出由2010年的13.51亿元增至2012年的25.88亿元；“文图”两馆一级馆由2010年的16个增至现在的23个；登记在册群众文化队伍由2010年的1000余支3万余人增至目前的4200余支15万余人。

### **管理手段之变对民办博物馆扶持 博物馆之城名副其实**

近期，随着成都华珍藏羌文化博物馆、成都大吉博物馆经省市文化和文物部门批准成立，我市民办博物馆数量达到69家，加上44家国有及行业博物馆，全市博物馆总数达113家，不仅位居中西部之首。成都博物馆数量突破百家，具有里程碑意义，对于加快我市国际化进程以及“文化之都”建设，都将发挥重要的推动作用。

博物馆是集中收藏、保护、研究和展示历史记忆凭证的殿堂，也是一个城市独特的文化标志。从国际化城市的建设规律来看，它是衡量城市文明程度、文化品位和软实力的重要指标，不仅反映一个城市的历史，也影响着她未来的发展。近年来，成都博物馆事业迎来了蓬勃发展的黄金期，这既得益于历史的传承、时代的发展，同时我市近年来出台的一系列扶持

政策更是强有力的“催化剂”。

市委、市政府高度重视文化建设，将促进博物馆发展作为“建设中西部最具影响力、全国一流和国际知名的文化之都”的重要举措之一，对博物馆事业的发展予以了有力的政策支持和科学引导，从而有力推动了成都的博物馆事业跨越式发展。如，先后出台了《关于促进民办博物馆加快发展的意见》、《成都市民办博物馆发展规划》等一系列配套政策，在全国率先落实民办博物馆与国有博物馆享有同等法律地位，使长期以来困扰民办博物馆发展的政策障碍得以清除，并像对待高科技项目和重大产业项目一样，在土地、税收政策方面予以扶持。2012年拨款1200万元对民办博物馆进行扶持鼓励。

目前，成都的博物馆无论从发展基础、速度和势头，还是从数量、质量和种类来看，各项“指标”都迈入全国前列，成都这座“博物馆之城”名副其实。与2000年相比，全市博物馆数量增长超过1倍，尤其是民办博物馆的发展，2000年前后起步至今，从无到有、从少到多，已成为我市博物馆发展的一大亮点。成都还有一大批民间收藏和展示场所，经过规范和培育可建成各具特色的博物馆。总体来看，成都目前已经形成了国有博物馆和民办博物馆两翼齐飞、协调发展、相互促进、共同繁荣的良好局面。

管理手段的变化极大地调动了民间积极性。我市已建成的博物馆不仅数量众多，而且门类齐全、藏品丰富、极具特色。如民族特色鲜明的成都大吉博物馆、尔玛民俗博物馆、华珍藏羌文化博物馆等，对民族优秀传统文化的保护和传承起到了积极作用。自然特色鲜明的华希昆虫博物馆，是国内收藏蝴蝶标本数量最多的博物馆，馆藏蝴蝶标本占我国已知种类的95%以上；许燎源现代设计艺术博物馆是全国首家设计艺术类的民办博物馆，川菜博物馆更是世界上唯一以菜系文化为陈列内容的主题博物馆。这些特色鲜明的民办博物馆将行业特点、地域文化与艺术展现有机融合，不仅丰富了我市博物馆的专题门类，也有效增加了博物馆的趣味性和参与性，受到广大市民和业界人士的好评。目前，市文化局已专门制作了“成都博物馆地图”，将通过街道（乡镇）文化中心、旅游景点等向市民和游客发放，方便大家参观游览。

### **数字点击**

目前全国注册登记的民办博物馆共647个，我市民办博物馆共69家，是拥有民办博物馆数量全国第三的城市，仅次于北京、上海。

### **管理效能之变文化产业创意纷呈 现代化国际化趋势加速**

2013年成都传媒集团围绕以“记忆展开，联系当代，放飞梦想”的理念，推动“东郊记忆”业态提升，运营水平进一步提高，通过挖掘园区精神内涵，积极发展工业遗产游览为核心的文化旅游产业，促进文化展演、文化创意产业联动发展，实现了园区工业遗产特色的文化旅游目的地目标。“东郊记忆”园区通过国家4A级旅游景区检查验收评定，获评国家4A旅游景区，并顺利实现东郊记忆馆及沙河绿地公园开园，为园区的可持续发展奠定坚实的基础。

市委深化改革的《决定》强调发挥市场在资源配置中的决定性作用，鼓励各类市场主体公平竞争，鼓励金融资本、社会资本、文化资源相结合。发展文化产业既要深刻把握其意识形态属性，坚持把社会效益放在首位，也必须尊重市场经济一般规律，坚持市场主导。要在确保文化产品承载正确政治导向、健康道德观念的前提下，积极学习借鉴国内外发展文化产业的成功经验，尤其要正确认识和把握在经济增速换挡期、经济结构调整期、深化改革政策刺激消化期、城市建设管理转型升级期、城市现代化国际化进程加速期、新型城镇化加快推进期相互叠加中文化的独特产业价值，抓住发展现代服务业的重大机遇，认真研究并积极推动各级党委政府制定实施切实管用的文化产业政策措施。

市广播电视和新闻出版局建立了产业园区（基地）、重点项目、重点企业信息库，并跟踪关注园区（基地）、项目动态。推动成都国家音乐产业基地建设，完成了成都国家音乐产业基地正式挂牌；开展《成都国家音乐产业基地建设实施方案》论证工作，以“东郊记忆”为载体进一步完善发展规划、找准市场定位，为落实配套政策和推进措施奠定基础，力争将成都建设成为音乐产业示范基地；加强与国家音乐产业促进会合作，首次在成都举办了国家音乐产业基地工作年会，提升音乐基地知名度。

据市经信委透露，2013年我市初步形成了以独立设计公司和工业企业内部设计机构为主体，工业设计工作室、自由设计师为补充的多层次、全方位发展格局，形成了以锦江区“红星路35号”创意设计产业园、武侯区西部智谷等区域为中心的设计产业聚集区。目前，已培育了拓成、意町、硕果、丙火等一批专业工业设计企业，吸引了洛可可、浪尖、嘉兰图、阿尔特等国内工业设计行业龙头企业到成都落户，已有工业设计公司100余家。

### **数字点击**

在文艺原创产业方面，2013年成都取得累累硕果，据不完全统计共出版文学原创长篇小说15部、纪实文学11部、儿童文学25部、散文集5部、诗集7部。其中，成都时代出版社出版长篇小说5部、纪实文学3部、儿童文学15部、散文集2部，获奖4部。

## **在世界舞台翩翩起舞**

宾阳 莫曲《中国文化报》2014年4月1日

近日，记者从广西文化厅了解到，由柳州市艺术剧院与加拿大知名演出音乐制作人约翰·克洛兹满联合创办的弦乐舞台女子组合“弦舞蜻蜓”，获得了北京市演出有限责任公司和江西艺术中心共同出资的千万元投资资金。目前，三方已就合作的具体内容达成一致意见，并签署合作协议。华丽升级后的“弦舞蜻蜓”将于4月至6月开启国内巡演，并计划于2014年底或2015年初进行国外巡演。

### **“弦舞蜻蜓”应运而生**

弦舞蜻蜓女子乐团成立于2012年，乐团由7名女子弦乐演员组成。“文化体制改革以后，我们就一直在探索怎么将艺术与市场更好地结合起来，不仅要引进来，更要走出去。”柳州市艺术剧院院长刘康说，成立“弦舞蜻蜓”颇具戏剧性。5年前，他与加拿大弦舞组合“八彩虹”的制作人约翰·克洛兹满一起泛舟西湖，两人围绕中国音乐与西方音乐的差异性展开讨论，他们认为，中国文化博大精深、历史悠久，充满了异域风情与独特的东方神秘感，东西方文化存在差异，但世界舞台需要中国面孔，中国的艺术作品也应当登上世界舞台。

于是，“弦舞蜻蜓”应运而生。“我们采取开门办院和走出去办院的做法，在北京成立了‘北京弦舞蜻蜓文化艺术有限公司’，邀请国外知名创作团队和推广演艺业绩卓越的公司联合办团。”刘康说，本着打造一支演艺精英团队的目标，所有乐团成员都是从中央音乐学院、星海音乐学院等国内顶尖艺术院校层层选拔出来的。

结合了东方与西方音乐的特色，“弦舞蜻蜓”一经推出就引起了轰动。在2013年柳州国际水上狂欢节开幕式晚会上，她们挥舞琴弦，跳着热舞，活力四射，瞬间将全场气氛点燃，也吸引了国内外演出商的目光。“北京市演出有限责任公司和江西艺术中心就是在那时看了她们的演出后开始和我们谈合作的。”柳州市文化局局长李丽珍告诉记者。

### **市场定位在国外**

在首秀获得成功后，“弦舞蜻蜓”的正式亮相是在2013中国（兰州）国际演出交易会上，她们既有东方元素又有西方审美特质的演出一亮相就获得演出商的青睐，现场就预定了30余场巡演。

2013年11月6日至12月1日，“弦舞蜻蜓”在荷兰、比利时等国连续上演了24场精彩的音乐秀。在巡演中，全新打造的中西曲目、歌舞、功夫剑术一一亮相，这场来自东方的演出受到了当地观众的追捧，场场座无虚席，还登上了当地多家报纸的头版头条。“没想到会有这么好的效果，观众很热情，有的观众追着我们走了几个城市。”说起2013年底的那次巡演，弦舞蜻蜓乐团团长徐琳至今记忆犹新。

“国外演出市场的竞争是残酷的，我们只能靠自身的实力打拼，也正是这样才能锻炼出最优秀的团队和作品。”刘康告诉记者，目前，“弦舞蜻蜓”已经与加拿大签订105场演出合约，在4月9日举行的中国（南昌）国际演出交易会上，还将进行开场表演。

### **动力源自改革**

“文化体制改革以后，不管是剧团还是院团，虽然有财政扶持，但我们必须想办法走出另外一条路，不能老是伸手要钱，‘弦舞蜻蜓’的成功正是我们在文化体制改革中的一次探索，现在看来效果不错。”刘康说。

如今，有了极具实力的北京市演出有限责任公司与江西艺术中心的倾情加盟，“弦舞蜻蜓”升级版——原创时尚音乐故事秀《蜻蜓坊》（暂命名）也将于今年推出。“这次合作是演出行业3家国有单位第一次尝试跨地区合作，强强联合、资源共享，开拓了一个演出合作的



新模式。”李丽珍认为，这不但能够将三方的资源和优势整合起来共同为项目服务，而且能够发挥地域特长，使项目的巡演及运营更有科学性和可持续性。

“‘弦舞蜻蜓’实现了走出去，开拓了一片新天地，动力来自于改革，也将为改革提供启示、积累经验。”广西文化厅副厅长洪波表示，“弦舞蜻蜓”是柳州乃至广西文化体制改革的一个样本，将进一步推动文化体制机制改革创新，发挥市场在文化资源配置中的积极作用。

## 文化产业

### 杭州动漫十年磨一剑 树立中国动漫行业风向标

张骏中国新闻社 2014年5月7日

74个国家和地区参与，首次覆盖五大洲；136.2万人次参加各项活动，主会场涌入41.5万人次；达成签约交易、意向合作项目285个，涉及金额112.4亿元……杭州动漫十年磨一剑，一系列数据都证实，刚闭幕的第十届中国国际动漫节无论是办展规模、参加人数，还是交易金额、节展效益，都取得了新的突破。

站在十年节点上，中国国际动漫节节展办主任董悦在接受记者采访时表示，“未来十年，中国国际动漫节依然要成为中国动漫业界的一面旗帜，成为行业的风向标。”

#### 动漫天堂 杭州“福地”引人才

古语有言：“上有天堂，下有苏杭。”近百年来，杭州这片人杰地灵的土地上，孕育出了大批现代漫画艺术家。丰子恺是中国最受人敬仰的现代漫画家之一，他曾在杭州度过了人生最重要的求学生涯。中国漫画和生活速写的奠基人叶浅予则是出生于桐庐，求学于杭州。其笔下的漫画形象“王先生”和“小陈”家喻户晓，成了漫画中“小市民”的典型符号，后世评价他为“中国现代漫画的先驱”。

此外，李可染、米谷、沈伯尘、蔡振华等现代漫画人都曾在杭州或求学拜师，或工作生活，与漫画有着不解之缘。

杭州经年累月的文化土壤培育出浓厚的漫画氛围，21世纪后，杭州文创产业的发展让杭州成了动漫的天堂、漫画家的摇篮，吸引了不少动漫名家选择落户杭州。蔡志忠、黄玉郎、朱德庸成了杭州市民的邻居，姚非拉、聂峻、夏达等新秀也被杭州年轻人视为新一代偶像。

台湾著名漫画家蔡志忠在2009年落户杭州，他常说自己“生于台湾，老死于杭州”。这座气候宜人、对待文化人亲切的城市让蔡志忠对记者直言，“我是来杭州奉献一生的。”蔡志忠告诉记者，去年他写了18.5本书，今年计划拍摄三部动画电影，全部与杭州当地企业合作。有媒体评价，这股“落户”潮，或应归功于中国国际动漫节的号召力与影响力。

2005年，杭州获得中国国际动漫节的主办权，也是从这年起，杭州市级财政在每年市文化创意产业专项资金中安排动漫游戏产业发展专项资金5000万元，并根据实际需要适度增长，目前达到7000万元。

据报道，杭州还出台了一系列扶持政策，采用对动漫游戏企业和各类动漫游戏平台进行资助、奖励、贴息等手段，重点支持原创动漫游戏作品、中国国际动漫节以及动漫产业研究等方面。

### **动漫扎根 产业升级打造“头脑”经济**

2006年，时任国家广电总局副局长的胡占凡宣布，已举办了两届的中国国际动漫节今后将固定在杭州举办。这一令人鼓舞的消息对于杭州来说，也意味着重大的责任。

杭州肩扛这块“中”字头的招牌十载，动漫节也从2万平米的和平会展中心，此后历经汽车城、休博园。2012年，白马湖动漫广场建成，建国饭店和8万平方米的会展中心成了动漫节永久的家，一旁2万平方米的中国动漫博物馆已在筹建之中。

动漫节扎根杭州十年，杭州以动漫为代表的文创产业已经跃然成为该市第一大支柱产业，同时又创造了创业和就业的领域，为在杭大学生提供了上万个就业岗位，也开启了很多青年人的创业梦想。

公开数据显示，自2009年开始，杭州原创动画产量和质量连续3年位居全国第一，2013年更是实现营业收入40.5亿元，利润总额达22.6亿元。而以动漫产业为引，大力发展文创产业，打造“头脑”经济的产业升级动向，更是深得诸多专家的认可。

浙商研究会执行会长杨轶清建议浙江转型明径时直言，“浙江应该成为中国的头脑地区。”这位长期研究浙江经济发展的学者表示，从省域范围来看，浙江缺乏自然资源要素，进一步发展传统加工制造业的空间并不大，因此他提出，浙江最有条件成为中国的头脑地区。“所谓头脑就是产业尖端、高端，处于产业的上游，制定产业标准，新兴产业发源的地方。”而有着不错发展的动漫文创产业被其认为是“头脑地区应该有的产业”。

在浙江大学区域与城市发展研究中心主任陈建军看来，所谓腾笼换鸟，即浙江制造业可以转移到江苏、安徽，因为浙江本土更适合高服务业、旅游业、文创产业，更适合科技创新。正如陈建军建议的“引进外部资源”，近年来，动漫节在“国际化”上动作频频。

中国国际动漫节节展办主任董悦说，现在中国动漫与国际一流水平仍有一定的差距，“力推动漫节国际化正是为了提升我们的理念、技术、团队和产品，最终让中国本土动漫、民族动漫能够与国际一流动漫作品并驾齐驱，通过国际化推动民族化。”

### **产业盛会 动漫之都树立行业风向标**

2005年以前，浙江影视动画作品产量几乎为零，杭州甚至还不能生产一部完整的动漫游戏原创作品。“目前，文创产业已经超越旅游，成为杭州第一大支柱产业。”董悦如是说。从无到有、从小到大，从弱到强，杭州把动漫产业培育成其文创产业的重要组成部分。通过

动漫节的举办和动漫企业的培育，大量动漫名家、政府官员、企业界人士相聚杭州，通过赛事、论坛、商务、展会等多种形式，使中国国际动漫节成为中国动漫业界的风向标，夯实了业内的领军地位。

据2014一季度中国动漫指数显示，在2014年中国动漫指数前50中，有94%的动漫作品是通过历届中国国际动漫节的交易平台走向市场的，而在2014年中国动漫观看热度排行榜中，作品都来自中国国际动漫节的历届交易会，占比高达100%。

爱奇艺运营副总裁耿晓华认为，“中国国际动漫节已成功举办九届，影响不断扩大、品牌日渐打响，成为推动中国动漫产业发展的国家级、国际性交流、合作平台。”

在董悦看来，动漫是一种文化，也是一种产业，更是市民的一种生活方式。十年间，动漫已经成为杭城文化的重要组成部分，也带动了杭州和周边地区的城市旅游。“动漫还融入了杭城市民的生活，动漫让这座城市充满梦想、创意和浪漫的气息，让这座城市更有生机。”董悦表示，接下来，杭州动漫不仅要进一步提升产业化和专业化水平，还要不断增强其国际影响力，将杭州打造成“动漫之都”依然是杭州动漫的发展的总体方向。

“未来十年，中国国际动漫节依然要成为中国动漫业界的一面旗帜，成为行业的风向标，是中国文创产业的一块金字招牌，更是杭州城市的一张金名片。”董悦如是说。

## 西安高新区领跑文化创意产业

王晓阳《陕西日报》2014年5月2日

近年来，西安高新区以建设“国家数字出版基地”和“国家文化与科技融合创新示范基地”为突破口，重点发展数字出版、动漫游戏等产业，让文化与科技融合，创新与创意齐飞。依托金融贸易，西安高新区正着力打造发展新高地，领跑文化创意产业。目前，西安高新区已经认定了16个文化创意产业聚集区，主要发展动漫游戏产业、移动互联网产业、广播影视产业、文化艺术产业、数字出版类及广告传媒类产业等，年研发产品实现新增版权超过8000件。

文化创意产业作为朝阳产业，在产业结构优化升级中发挥了重要作用，并呈现集群式、跨越式发展的态势。2012年，西安高新区被中宣部等五部委批准成为“国家级文化和科技融合示范基地”，2011年，国家新闻出版总署批准建立“西安国家数字出版基地”，西安高新区文化创意产业迈上了快速发展之路。

按照“文化+创意+科技”的文化产业发展思路，西安高新区通过“整合科技与文化资源、走体制创新之路、坚持产业化道路、营造良好的政策环境”等多项措施，大力扶持文化创意产业的发展。截至2013年，西安高新区文化创意产业营业收入超过800亿元，创意企业累计达2069家，汇集了西安近80%的动漫游戏、数字出版、数字影视制作和文化艺术为主要方向的企

业，集群化发展苗头初步显现。

作为我国第八个数字出版基地，位于西安高新区软件新城的西安国家数字出版基地，一期总用地面积220亩，将重点发展手机出版、电子书、动漫与网络游戏等板块，建设海量内容投送平台、数字出版人才培养平台、投融资服务平台等六大支撑服务平台。同时，西安高新区还在西太路规划了“西安高新区互联网文化产业园”，并积极搭建“I漫长安”、“I尚长安”等移动互联网平台，与中国移动娱乐平台的合作也在积极筹划中。

发展文化产业，首先要做好服务。自2006年起，西安高新区相继出台了《西安高新区促进创意产业发展扶持政策》、《西安高新区关于轻资产企业融资方案》、陕西数字青年创业扶持计划等一套完善的政策服务体系。政策实施以来，每年约有300多家企业享受到政策扶持。此外，西安高新区从2012年起每年还拿出7亿元扶持战略性新兴产业发展；积极争取国家政策层面减免所得税、增值税和营业税等税赋支持，优秀项目奖励、平台建设、市场拓展和人才培养等专项政策扶持，共同支持产业发展。

目前，西安高新区文化创意产业企业已经转向品牌塑造、规模扩张阶段，与此同时，西安高新区正全力搭建文化创意产业平台，加快西安国家数字出版基地建设，推进互联网文化产业园项目开工，以打造创意产业集中承载区。

## 专题研究

### 推进湖北数字图书馆建设构建现代公共文化数字服务体系

李耀华《中国文化报》2014年3月17日

（接上期）

#### 三、突出特色，注重建设荆楚数字文化资源

湖北始终以资源建设为核心，坚持以荆楚文化为重点，突出湖北地方特色，注重资源的针对性和实用性。通过自建、联建、采购等方式，储备了一批丰富、实用的数字资源，资源总量达到934TB，相比“十一五”末，增长了253%。

（一）联合相关单位进行数字资源建设。积极与国家、“中三角”四省及湖北省内相关单位进行资源共建和整合。一是与国家公共文化发展中心签署协议，联合建设辛亥革命专题数据库等；二是与“中三角”四省公共图书馆签署联盟框架协议，开展数字资源的共建共享；三是积极参与湖北省内其他系统开展数字资源建设，如省图书馆参与省委组织部农村党员远程教育开展“文化娱乐”资源库建设等；四是鼓励厅直系统内部联合开展数字资源建设，如省图书馆与省非遗保护中心联合开展“湖北非物质文化遗产”资源库建设、与湖北艺术研究所联合开展“湖北地方戏”资源库建设等。目前，湖北省内各相关单位数字资源建设总量已

达65TB。

**(二) 组织湖北省自建特色资源库群。**2002年开始，湖北启动了全省数字资源库群建设。目前，湖北省各级图书馆自建数据库70余个，总量达41TB。省图书馆建成并发布的资源库包括：荆楚民俗、荆楚览胜等。“宜昌非物质文化遗产专题库”、“三峡文化讲坛视频库”、襄阳市的“汉江讲坛资源库”、十堰市的“武当山文化数据库”、黄冈市的“红色文化专题资源库”等，均是颇具代表性和影响力的地方自建数字资源。

**(三) 集成多渠道的数字资源。**湖北省、市两级图书馆累计投入数字资源采购经费4080万元，采购电子图书、电子期刊和多媒体专题库等资源达到468TB，加上文化共享工程和县级数字图书馆推广工程下发资源360TB、省内自建的资源106TB，目前，湖北省可免费提供服务的资源总量已达934TB。

#### **四、培育品牌，全面深化数字资源服务**

在数字图书馆建设过程中，湖北坚持边建设边服务的原则，全面深化数字图书馆服务，并不断培育服务品牌，不断丰富服务形式和内容，不断探索有效的服务手段和方法，取得明显成效。

**(一) 建设少儿数字图书馆网站。**围绕省图书馆“童之趣”少儿读书节这个服务品牌，建立省少儿数字图书馆网站。通过整合少儿数字资源，使少儿资源总量达32.7TB，其中视频资源680G、音频25T、有声读物6.8T、课程5424部。搭建网上绿色阅读平台，开展网上少儿读书会、科学小实验、教育讲座等系列活动，把“童之趣”品牌活动快速推向全省。

**(二) 打造“楚天智海”网上学习中心。**在湖北数字图书馆门户网站框架下，根据广大读者自主学习、辅助学习的需求，整合商业数据库、自建特色资源库和网络资源34.5TB，并引进国内外优质网络课程，建立“楚天智海”学习中心。该中心以知识管理技术为依托，汇集电子书刊、学术视频、各类学习课程、考试和培训数据库等海量的数字资源，以在线学习、进度管理、内容监控、个性化定制和在线咨询等多样化的形式，为读者提供数字服务。

**(三) 培育移动视频服务品牌。**为满足日益增长的手机、平板电脑等终端设备用户的需求，湖北建成了数字图书馆移动视频服务平台，使读者能够随时、随地访问图书馆的数字资源，还特别向订阅用户推送湖北服务品牌“长江讲坛”，实现了数字资源的智能化传播。自2013年3月1日开办以来，已举办讲座79场，阎崇年、余秋雨、周国平、熊召政、王立群、王蒙、易中天、罗援等名家曾做客讲坛，现场听众达4.5万余人，通过网络视频、数字电视、移动视频推送等形式受众达350余万人次。

**(四) 创新网上培训模式。**在坚持现场讲课和技术指导等传统培训的基础上，省图书馆收集整理全省数字图书馆建设的典型技术案例，制作了一批适用于湖北数字图书馆建设的幻灯片、文档、视频课件，通过网络视频会议系统、“楚天智海”学习中心、门户网站联合参考咨询、馆员交流社区等网络途径，使数字图书馆技能培训实时化、常态化。利用网络视频

会议系统，推动各市级图书馆组织本地区的数字图书馆专题培训班，不断扩大培训工作覆盖面，使网络咨询、培训成为湖北人才队伍建设的新途径。

湖北数字图书馆建设实施几年来，取得了一些成绩，但离人民群众的期望还有很大差距。我们将加大工作力度，加快湖北数字图书馆建设推广进程，进一步推进全省数字图书馆服务网络全覆盖。同时，我们将加强全省各级公共文化服务机构的资源整合，协调统筹，在已建成的数字图书馆云平台上，搭建湖北现代公共文化数字服务平台，将全省各级公共文化单位纳入其中，有效形成群众文化需求表达、反馈机制，实现湖北省各级文化机构公共文化服务供需对接、公共文化服务活动信息发布和公共文化服务基础数据统计三大功能。

构建湖北省现代公共文化数字服务体系，是打造公共文化服务能力的“升级版”，“体系”的建成将有效地拓展公共文化服务的受众范围，丰富公共文化服务的内容，创新公共文化服务的形式和手段，使公共文化产品的供给实现从文化系统的“内循环”扩大到市场的“大循环”，更好地满足湖北人民群众基本文化需求，必将为构建文明湖北、和谐湖北提供强有力的智力支撑。

## 文化遗产

### 激活珍贵遗产，兑现文化价值 丝路起点西安探索文化旅游双融合

《新华每日电讯》2014年5月12日

复建如旧的箭楼雄姿重现、碧波荡漾的护城河“舟楫往来”、纵横交错的立体交通便捷顺畅……草木葱茏的五月，丝路起点古城西安“会客厅”城墙南门区域历经一年半改造建设，正式展现新姿。更为秀丽、更加灵动、更富神韵的文化遗存，为丝绸之路旅游增添了浓墨重彩的一笔。

拥有600多年历史的西安城墙，全长13.74公里，既是保存完整的古城垣建筑，又通过18座城门与数百万市民的日常生活肌理相连。作为迎宾之门的城墙南门，让无数中外游客流连忘返。美国总统夫人米歇尔今年3月参观之后，在旅行日志中写道：“这座城墙曾作为一座实体屏障被建造，如今它成了中国过去和现在联系的象征。”“城墙南门一度面临文保体系不完整、公共服务设施不完善、交通拥堵需治本、护城河雨污水混流等难题。比如，箭楼因1926年毁于战火而残缺，影响了城墙完整。为此，南门区域综合改造工程2012年10月启动，力求通过精雕细琢建设西安崭新名片。”西安曲江新区党工委书记李元说。

如今，南门箭楼复建如旧，重新形成城楼、箭楼、闸楼完整的城防展示体系，箭楼内部将作为博物馆；南门区域2.6公里护城河完成雨、污水管道改造，水位、水容和水质全面提升，

可供游客泛舟赏景；南门内外建成完整的人行通道和下穿隧道，交通瓶颈彻底打通。

西安市规划委员会总规划师韩骥说：“城墙南门的改造，用现代化的方式捍卫传统，让古城保护和城市建设实现了和谐共生。”今年“五一”小长假，西安南门新景推热城墙旅游，城墙景区共接待游客6.8万人次，同比增长116.7%。作为世界性古都，西安分布着周、秦、汉、唐等朝代的大遗址面积100平方公里。近年来，西安市文物、旅游等部门和企业，努力让收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来，使西安丝绸之路旅游焕发新的气象。

见证中国历史盛世辉煌的唐大明宫区域，一度成为西安最大的棚户区。经过近6年改造，搬迁了10万人口，建起了面积相当于四个故宫大小的大明宫国家遗址公园，贯通了文物保护研究和百姓生活改善，既成为数百万市民的大公园，又以大唐盛世风貌向游人敞开怀抱。

像大明宫遗址一样，西安汉长安城、大唐西市、唐城墙、曲江池等一大批遗址都已得到保护性开发，融入了市民生活。

大唐西市是隋唐时代延续300多年的国际贸易市场，如今在原址重建的大唐西市文化产业项目，已形成大唐西市博物馆、丝绸之路风情街、西市城·购物中心等项目，不仅让2万多样件丝路文物得到展示，也为西安旅游打造了新的名片。山西游客秦晓霞说：“大唐西市让深埋在地下的文物活了起来，购物、餐饮、娱乐也是一条龙，让人感到了西安厚重历史与现代朝气的交融。”陕西省委宣传部部长景俊海认为，文化提升旅游内涵，旅游兑现文化价值。以华清池为背景的实景演出历史舞剧《长恨歌》集山水风光、大唐气象、古典乐舞、爱情传奇于一体，已成为西安旅游“活起来”的新亮点。

“在建设丝绸之路新起点过程中，西安实施一系列遗址保护工程，让历史文化遗产保护与现代城市规划建设有机结合，为丝绸之路旅游增加了新的内涵、新的气象。”几十年来见证西安古城保护的建筑大师张锦秋院士说。

## 花鼓灯：淮河流域的民间艺术

王鹏善《21世纪经济报道》2014年5月14日

“淮南凤台花鼓灯有四百多种语汇、五十多种基本步伐，讲究男女角色配合，着意感情描绘，动作细腻，扇花变化多样……”淮南艺术剧院副院长吴长龙自豪地介绍起他跳了近二十年的花鼓灯，“你仔细观察其他地方舞蹈，他们的动作就是那几种组合，但是我们花鼓灯却集合了上百种的舞蹈动作，是汉族舞蹈艺术的集大成者。”花鼓灯，是流行于淮河流域四省二十多个县、市，以舞蹈为主要构成部分的综合性艺术形式，它有舞、有歌、有锣鼓等打击乐演奏、有情节简单的小戏。

花鼓灯的发展前景在政府的大力支持下看似“一片光明”，但是在吴长龙看来这却是一

一条异常艰难的道路。

## 花鼓灯艺术

花鼓灯被外界喻为“东方芭蕾”，它是汉民族创造的最完整系统的民间歌舞艺术形式，被评价为“世界上最能用肢体语言表达复杂情节和人物的民间舞蹈之一”。

花鼓灯角色繁多，分工细致，主要演员有“兰花”和“鼓架子”。女角色一般统称“兰花”，是演出的核心成员；男角色一般统称“鼓架子”。

花鼓灯班子的艺术人员构成一般有锣鼓队、演员、灯头、灯混子。花鼓灯的演出分布“开场”、“上盘鼓”、“中盘鼓”、“地盘鼓”、对唱、后场小戏等几个部分。

“花鼓灯表现的都是生活中的故事，尤其是双人逗趣（花鼓灯的一种形式）多表现男女爱情，十分好看。”吴长龙说。

据了解，花鼓灯最迟源于宋代。经过元、明、清、民国时期的发展，至20世纪三四十年代形成了以安徽蚌埠、淮南、阜阳等为中心，流传于淮河中游河南、安徽、山东、江苏四省二十多个县、市。

花鼓灯多在农村秋收完毕到来年春耕以前演出，尤以庙会、春会为最盛。虽然花鼓灯的舞蹈姿势有上百种，可是在过去，即使在田间劳作的农民也能即兴跳上一段，花鼓灯就是他们生活的一部分。

吴长龙尤其推崇花鼓灯中的小场，即双人舞或三人舞，主要表现男女青年谈情说爱、玩乐嬉戏的情景，包括基本程式表演和即兴发挥表演，有简单的情节和人物性格舞，如《抢手巾》、《抢板凳》等。

## 处境艰难

花鼓灯艺术是淮河流域一些艺术品种的根脉。淮剧、淮北花鼓戏、泗州戏、凤阳花鼓等都是由花鼓灯衍生而来的，其中凤台花鼓灯更是影响和丰富了淮河以北的民间舞蹈和民间艺术。

虽然贵为国家非物质文化遗产，但是花鼓灯的处境却很艰难。

据了解，在淮南大大小小的文艺演出中，必然都会有花鼓灯的身影，但不为人知的是，很多都是剧院贴钱在表演。

“年轻人不愿意看，老一辈人纷纷离世，最要命的问题是招不到演员。”吴长龙谈到这些倍显无奈。

据其介绍，现在淮南艺术剧院新招进来的舞蹈演员必须学习花鼓灯，而这让很多新人怯步，毕竟掌握这样复杂的舞蹈需要下一番苦功。

从2007年起，凤台县财政每年投入200万元，作为建设文化大县的专项基金。安徽省对花鼓灯艺术也非常重视，凤台县培训花鼓灯艺术人才的学校已更名为“安徽省花鼓灯艺术中专学校”，“安徽省花鼓灯艺术研究基地”就设置其中。



近年来，国家推行文化体制改革，曾让吴长龙看到花鼓灯大发展的希望，他率领艺术剧院的演员们，投入近400万元排演了花鼓灯《淮调》《代代花》，可是最后的演出收入却少得可怜。

“假如把花鼓灯完全推向市场，我觉得也活不下去，因为观众市场在进一步缩小，没有人愿意去看花鼓灯。还是需要政府等部门的支持。”吴长龙说。

吴长龙面对花鼓灯发展的困境，只说了两个字，“坚守”。当然，这种坚守是在守住自己的文化最精华的部分，之后再变革创新。

如今，你也许会在花鼓灯表演中欣赏到更现代的故事，而演员的服装也更加时尚，舞台灯光也更炫。

“保留剧目要演，创新剧目更要演，只有这样我们才能把花鼓灯传承下去。”吴长龙说，“千百年来，花鼓灯在淮河两岸舞出了汉民族热爱生活的真情实调，就是我们的灵魂。”

## 新农村文化建设

### 农村文化建设的喜忧盼

杨明强 郑爱伦《十堰日报》2014年4月1日

农村文化建设是社会主义新农村建设的重要内容。繁荣和发展农村文化，能够为社会主义新农村建设提供强有力的思想保证、精神动力和智力支持。近年来，在国家的高度重视和大力支持下，农村文化建设得到较好发展，广大农民的精神面貌焕然一新，但与群众的需求相比，农村文化建设仍然存在一些不足。

在竹溪县天宝乡的多年基层文化工作经历让笔者感受最深的是，当前农村文化建设仍然存在着“三喜”、“三忧”，农民对农村文化建设有“五盼”。

竹溪县天宝乡地处秦巴山脉东段北坡，距县城约100公里，版图面积222平方公里。下辖21个村（场）、199个村民小组、3908户居民。去年，该乡经济总产值达到17101万元，农民人均纯收入达5091元。

#### 三喜

一“喜”文化基础设施有改善。以竹溪县天宝乡为例，经过近几年的发展，农村文化基础设施建设有了一定规模。全乡21个村都建有农家书屋，每个农家书屋书籍种类齐全，各种书刊达千册以上，并且定期补充新的书刊。乡文化站配套设施也逐步完善，办公场所焕然一新，尤其是电子阅览室和图书室的建成，为广大农民方便快捷地了解各方面的知识、信息提供了良好平台。乡、村两级文化资源共享工程、全民健身工程也在加紧建设。基础设施的逐步完善大大提高了农村公共文化服务功能和服务水平。

二“喜”群众文化活动更丰富。现在农村除了在重大节日举行撑旱船、舞龙灯等传统文化活动外，有些乡村还在农闲和业余时间自办各种文体活动，如扭秧歌、打腰鼓、农民运动会等，这些活动的开展不仅能丰富农民的文化生活，还能加深群众之间的感情，为促进社会和谐发挥着积极作用。

三“喜”乡村文化实行无偿服务。乡、村两级公共文体设施实行全面免费开放，保障了广大农民群众基本权益，丰富了基层人民群众精神文化生活，对促进农村文化、社会、经济发展具有积极的推动作用。

### 三忧

一“忧”农村文化人才缺乏。其一，农村文艺人才严重匮乏。以天宝乡为例，由于现在很多年轻人对传统文化不感兴趣，致使传统文化继承者越来越少。其二，乡镇文化站内文艺创作、表演、管理等专业人才缺乏问题比较突出，严重制约农村文化事业的发展。其三，大多数乡村都缺少文化专干，致使当地文化事业不能良好发展。其四，和农村其它事业相比，文化方面做出点成绩很难，加上文化经费不足，致使文化专干及文化艺人工作积极性不高、干劲不足，从而影响了农村文化队伍建设。

二“忧”农村文化影响力不够。由于农村文化建设投入不足、文化资源匮乏等原因，先进的文化难以充分发挥其正面作用。一些封建落后观念沉渣泛起，打架斗殴、聚众赌博等违法乱纪事件时有发生；很多农村地区，群众文化活动单调，许多农民沉迷于斗地主、打麻将；大量农村中青年外出打工，使农村文化活动失去了主体……这些负面现象严重阻碍了农村文化建设。

三“忧”文化的经济动力欠发挥。目前，大多数农村群众还没有转变观念，认为农村文化对农村经济的带动力不强。这就需要我们根据当地的经济发展方向来确定文化的发展方向，让文化魅力把经济发展推上一个新高度。

### 五盼

一“盼”开辟农村文化建设的投入渠道。在强化政府投入的同时，可以本着“社会文化社会办”的原则，走民办文化之路。采取政府投入一部分，群众自筹自建一部分，有能力的社会人士出一部分；也可以由集体、企业、个人投资兴建文化设施，文化站参与管理指导，形成国家、集体、企业、个人合力发展文化的格局。

二“盼”加强农村文化队伍建设。基层文化队伍建设是农村文化建设的关键。一要重点加强村级文化工作人员队伍建设，各村应配备1—2名文化专干，管理好当地的文化工作，如农家书屋、村级文化信息资源共享工程等公共文化设施管理等，解决村级文化工作“无人管”、“无人问”的问题。二要进一步稳定和加强乡镇文化站工作人员队伍建设与管理，切实解决好乡镇文化工作队伍稳定、人员待遇等问题。三要加大对农村文化人才的培训。不同地区采取不同的方式对文化人才予以传统文化和新生文化培训，尤其要注重对年轻人的培训，

让他们既成为农村群众文化活动辅导上的行家，也成为传承、发展传统文化和新生文化的生力军。

三“盼”提升农村文化的经济动力。农村经济的不断发展，需要我们转变文化理念，发掘文化的经济带动力。很多农村地区依靠当地优势资源发展主导产业，形成了一定的经济效益，这时就需要用产业文化来打响品牌，提高品位，衍生经济效益。如竹溪县就利用茶文化成功打造出梅子贡、龙王垭等知名茶品牌，还发掘出了一些衍生经济效应，即生产茶点心、修建度假茶庄等。此外，要把当地人文优势资源与不同的文化形式相结合，进而带动经济发展。例如“农家乐”，就是把农村特色资源和绿色田园文化有机结合起来，打造出农村特有的休闲消费品牌。

四“盼”引导先进的“外来”文化。随着网络、电视等媒体的发展和外出务工人员的返乡，很多“外来”文化相继进入农村，影响着人们的生活。要使“外来”文化在农村能够发展，需要我们积极引导，把农村固有的文化和先进的“外来”文化有机结合起来。

五“盼”建立健全长效的激励机制。农村文化建设与发展关键在人，这就需要有一个健全的激励机制，激发农村文化人才的热情，为新农村文化建设作出积极贡献。一是奖励机制，定期对在农村文化建设、发展中作出优秀贡献的文化工作者和文化艺人给予精神和物质上的奖励。二是经费投入机制，对农村文化建设的投入不能仅仅局限在硬件上的投入，还要对农村开展各种文体活动的经费给予适当支持，尤其是对边远、贫困地区要给予重点支持。三是对文化工作人员的激励机制，一个是经济待遇，只有他们生活无忧，才能安心工作；另一个是政治待遇，要让他们感到“前途”有盼头。

农村文化的建设与发展需要一个循序渐近的过程，要转变农村文化理念，充分认识农村文化建设在新农村建设中的重要性，把农村群众文化服务落到实处，使农村文化绽放出璀璨光芒。

## 农家书屋成了吕良农民致富的“加油站”

姚彦祥《淮安日报》2014年4月17日

近年来，吕良镇农家书屋在为广大农民普及科技知识、传播先进文化、提高农民整体素质等方面起到了很好的推动作用，越来越多的村民正从中受益。

吕良镇把农家书屋建设作为一项推动新农村文化建设的基础工程，切实解决了农村群众读书难问题。有了农家书屋这个平台，群众从书籍中汲取养分，开阔视野，掀起了讲科学、读好书的新风尚，农家书屋真正成了农民致富的“加油站”。

结合新农村建设，该镇整合农家书屋、党员活动室、文体活动场所、文化墙等建设项目，聚集思想教育、学习培训、文明创建等多种功能，建设农村文化大院或文化广场，初步形成

了“镇有文广站、村有文化院”的公共文化体系。同时，该镇充分发挥文化主阵地的作用，开展送科技下村、送欢乐下基层等活动，不断提高公共文化设施的管理水平和使用效率，为新农村的建设提供了坚实的保障。

## 他山之石

### 加拿大文化产业政策如何发力

裴依《中国文化报》2014年4月19日

加拿大文化产业的崛起，得益于政府推行的一系列文化产业政策和举措，为其文化产业的发展创造了良好的社会环境。此外，加拿大联邦议院通过的加拿大多元文化法、电影法、广播法、版权法、博物馆法等各种有关文化的立法，确保了“加拿大内容”在经济活动中的地位。

#### 实行文化管理分权制

虽然起步比欧洲国家晚，但加拿大有一套较为完整的文化市场运作方式，即实施文化管理分权制。文化市场的运作及其管理体系，大致可分为联邦内阁和议会、联邦政府机构和各省政府内设的文化部、由文化遗产部协调的一系列分管各文化领域的联邦文化机构和各类文化艺术事业的基本经营单位4个级别。

各省政府对文化事务的管理拥有自主权；主管文化艺术及文化市场的文化遗产部只负责与各省就文化事务进行联络、协调和沟通，各联邦政府文化机构实际上具有相当的独立性。这种层层分权、依靠政策调节的管理方式，能充分调动各级管理部门的积极性，促进多元文化的发展。

联邦政府文化管理部门对所有文化机构提出了明确要求，并制定各项具体措施。如加拿大电视台播放节目，加拿大内容须占60%以上；联邦政府成立了“加拿大声像认证办公室”，并制定了10分制评估标准，称为“创作要项评分制”，按电影、电视剧、戏剧等不同类别对“加拿大内容”进行测评打分，一般高于6分即被认定符合“加拿大内容”条件，即符合加拿大文化主体性要求。

#### 财政资助提供基础保障

加拿大政府通过财政资助支持文化产业的发展。比如，在基金扶助方面，政府注资与吸纳社会资金建立各类文化基金。除加拿大政府建立的加拿大创新基金会外，加拿大全国性和地方性纯文化基金名类繁多。在影视领域，有加拿大故事片基金、加拿大独立电影和录像基金、加拿大电视剧基金等；音乐领域，有加拿大音乐基金；出版领域，有加拿大期刊基金；数字技术领域，有加拿大新媒体基金等。

此外，加拿大艺术理事会每年为加拿大艺术家、艺术表演团体、演出商提供资助，以鼓励和促进文化艺术的发展，资助主要是通过基金会来实现，包括演出基金、协调基金、表演艺术管理基金等。文化艺术机构开展艺术活动或运作项目，均可向加拿大艺术理事会申请政府文化经费资助，各省和市也设有同类或相应机构。

联邦文化遗产部每年面向全加拿大推出近50个项目计划，如加拿大艺术与遗产支持计划、国家电影录像培训计划、出版扶助计划、可移动文化财产计划等，以推动文化艺术的发展。

### **设立奖金激励机制**

政府与企业出资设立奖项，对成绩突出的文化个人或机构进行奖金激励。不算各省、市地方的奖项，仅联邦政府设立的全国性文化艺术奖就有 35个。其中，以加拿大总督名义设立的奖有“总督视觉与传媒艺术奖”、“总督文学奖”等。加拿大政府奖项有“John G. Diefenbaker艺术奖”、“公爵和公爵夫人摄影奖”。

此外，政府对文化投资和文化产品创新实行税收减免优惠。按照加拿大国家税务总署界定的健康福利、教育、宗教和“有益社会”四类可申请减免税情况，文化艺术机构接受投资款和捐赠款，根据“有益社会”类可享受政府税务部门免税待遇。凡向税务部门申报并获核准减免税优待的文化艺术机构，接受捐款时免交所得税，同时捐助者凭受赠者出具的“善款发票”，所交联邦货物服务税可悉数退税。加拿大国家税务总署每年对文化机构的免税额达19亿加元。此外，文化企业经文化、税务等主管部门同意，还有某些其他税收优惠。如电影界的“加拿大电影录像片制作税赋信用”制度，制片总成本中人工开支费用的60%将享受“税赋信用”和“税款优待”。

### **文化机构高效率运作**

加拿大文化机构的设置大体有两种模式：一是组织机构和人员较为固定，如加拿大大型文化企业——文明博物馆集团，拥有相对固定的业务及人员编制，同时还有数额可观的国家财政拨款。该集团旗下有加拿大文明博物馆、加拿大国家人类史博物馆、加拿大国家军事史博物馆、加拿大战争博物馆、新法兰西博物馆和网络虚拟博物馆。该集团拥有丰富的文化资源，仅集团龙头——文明博物馆一家馆藏品就达3750万件。

另一种文化机构则无固定人员编制，除注册负责人等少数几个必要的管理人员外，其他工作人员和专业人员均从社会上寻求，人数依据不同时期、不同项目而定，活动场所为家宅或租用场地。如一个小型演出团体，根据剧本、角色、舞美等具体情况，从社会上招募各类所需人员。一个演出季结束后，外招人员回原单位。这类文化机构生存、发展和相关运作，向政府申请的经费资助只能维持一时之需，根本出路是靠自筹。以上两种组织模式，均体现效能原则。前者人员较固定，依靠单位管理，专业人员发挥自己的最大优势和技能；后者用人灵活，面向社会临时招聘，择优录用，追求最佳组合。

### “舌尖”风暴刮起的是文化风

肖奉仪《光明日报》2014年5月5日

期待许久，央视系列纪录片《舌尖上的中国》第二季终于开播。纪录片继续沿袭了第一季的蒙太奇叙述风格，娓娓道来。在电视艺术创作热衷于寻找感官刺激的年代，相比于赚笑声、骗眼泪、拼出位、玩炒作来博取收视率，《舌尖2》用视听艺术将味觉表达得如此淋漓尽致。可以说，味蕾是《舌尖上的中国》发现的新的电视节目感官。

纪录片把焦点放在“美食”之上，不谈其他，却又好像什么都谈了。美食，乃是中华传统文化最有效、最具特色和最能产生共鸣的载体之一，也是中华传统文化重要的国际标识。

《舌尖2》不局限于美食，它穿越古今，从南到北，从东到西，从天空到土地到水中，从乡村到旅途到城市，从田野到餐桌到舌尖，从宏观生命世界到微观生物世界，从色香味到五味调和，巧妙地融合了这片土地上人们的彷徨、寻找、播种、希望、收获，特别添加变迁、漂泊、离愁与乡情。从“吃”这么一个看似普通的小窗口，将各种中国特色串联起来，既广袤辽阔、妖娆艳丽，又朴实耐嚼、轻松愉悦，不失为文化饕餮大餐。创作者试图告诉观众，唯有生活才是终极梦想，唯有认真对待生活、寻找到对生活的认可才是最美的逐梦旅程。这无关金钱和权力，无关乡村和城市，关乎人们的心态。

《舌尖2》之所以能融入这么深刻的文化内涵，与其创作生产模式有关。现在有些电视节目在制作上使用素材海洋“战术”。在制作前期只略微策划大体的流程走向，依靠在录制过程中使用大量机位去收集浩瀚的素材，再通过后期采集、剪辑来选取有用的内容进行拼接。其共性是节目质量不稳定，碰到素材好、“料”多的那期，节目就相对好看，碰到素材平淡的那期就难免枯燥、乏味。由于缺乏对节目内涵以及对受众需求深刻的思考，节目很难做出深度，而更多地依赖于参与角色的临场发挥。这种方式只需要有一个好的节目模式和几个懂得选取素材的编导就可以了，缺少创作诚意，只适合于生产快餐类娱乐节目，往往生命力和穿透力不强。而另一些电视节目把最重要的工作做在了开机前，将各种细节几乎都考虑全面，执行导演甚至在开拍之前心里早就有了一期完整节目的模样。接下来的任务只是挑选优秀的摄像师、编导和后期剪辑去完成填空作业即可。在实际操作中，如果发现好的题材，再在细节上做些调整。这类节目一般只要找准定位就属于高水准的节目，是属于真正的电视艺术创作。这直接呼应高质量的节目制作团队，没有深厚文化功底和专业经验是难以运转的。《舌尖2》当属后者。

中国文化体制改革已开展多年，文化发展繁荣的终极目标正在逐渐绽放。文化自信不仅能提振民族自信，更能为发展注入源源不断的正能量。现在国内文化市场拥有着巨大潜力，

却还没有完全生产出其应有的价值。我们缺的不是受众，也不是资金，而是高质量的创作团队和文化艺术作品。反复利用炒作手段吸引受众终将被人们遗弃，只有用真诚态度创作出的经得起历史考验和时代沉淀的优秀作品才能征服受众。这两年来，像央视《舌尖上的中国》、湖南卫视《变形计》等开始展现其独特魅力。纪录片和纪实类节目这些曾经最难做又最容易遇冷的电视体裁之所以能成为综艺节目和电视剧的强劲对手，正是因为其找准了人文内核的精准定位。电视艺术创作者首先就应该把自己、妻儿和亲人当成节目受众，把受众当成触手可及的“人”。既然受众们越来越不好“骗”，那何不以“诚”相待。

## 《舌尖2》：国际市场 中国味道

牛梦笛 李蕾 《光明日报》2014年6月9日

两年前，《舌尖上的中国》火遍了大江南北，掀起一场味蕾风暴，美食迅速成为人们茶余饭后的话题。

2014年，尽管出现影片过于故事化、借用BBC素材等质疑声音，但《舌尖上的中国》第二季（简称《舌尖2》）依旧受到关注，收视率表现不俗。5月30日，《舌尖2》在央视完美收官。这部投资1000万元左右的纪录片，创造出超过3亿元的收益。截至目前，超过35个国家和地区购买了《舌尖2》的节目播出权。

在对外讲述中国故事的历程中，我们似乎走得并不顺畅。为何一部以美食为主题的纪录片却在多国主流频道播出，创下国内纪录片在国际市场的最高单集售价，走进不同文化背景下人们的内心？

### 影像：讲好故事打动人心

据总导演陈晓卿介绍，导演组在拍摄《舌尖2》时的设想是用影像来诠释中国人和食物间的微妙关系，传递中国人的文化传统、家族观念、生活态度和故土乡愁，给观众带来精神共鸣和情感慰藉。

事实上，《舌尖2》正是用一个个中国人生活中的小故事，拼接出一部向世界传播中国传统文化的7集纪录片。对此，武汉电视台高级编辑李炳钦认为，纪录片的叙述者是引领故事演进的推手。讲故事，推进故事的展开，是纪录片叙述者最基本的功能和职责。

“纪录片究竟要不要讲故事，一直是中国纪录片行业颇具争议的问题。我多次在参加国际评奖时与国际评委讨论这个问题，不论来自西方的美国《国家地理》的副总裁，还是来自东方的日本NHK公司总经理，都给出了相同的答案——用影像本身表达故事，并且能够打动人的，就是一部好的纪录片。”央视纪录频道总监刘文说，一部优秀的纪录片，在用美的节奏、画面、音乐让人“悦目”后，还要让人“赏心”，即打动人心。

“纪录片必须要讲故事。”陈晓卿说，在国际纪录片市场，为了吸引更多的观众，在不

违背真实的情况下，增强纪录片的故事性是普遍做法。

### **营销：海外市场未播先售**

在2013年的亚洲电视节、欧洲阳光电视节和2014年（第51届）的戛纳电视节等多个重要国际影视节展中，《舌尖2》的预告和宣传始终备受国际买家青睐，30多家海外电视机构高度关注。据刘文介绍，《舌尖2》出现“未播先热，未播先售”现象，一度还出现一个国家多家机构争购首播权的现象，成为近年来中国纪录片海外传播影响力不断提升的见证。

据央视纪录频道介绍，在2013年年初，《舌尖2》已在一次国际影视节目展上启动了首轮海外版权销售，单片销售额达到35万美元，创造了近些年中国纪录片海外发行的最好成绩。而《舌尖2》在去年央视黄金资源广告招标时，就获得了两家企业的冠名播出权，加上版权销售（电视台、网络、海外版权），已获得可观的收益。

据中国广播影视节目交易中心海外营销总监张琳介绍，纪录频道已于去年开通在海外的频道，《舌尖2》会在国内上映一年后登陆频道的海外版。与此同时，央视西语、法语、阿语、俄语等外语频道也将实现在海外落地。“这可能会影响《舌尖2》海外版权的销售金额。”张琳表示，不论怎样，中国纪录片“走出去”是大势所趋。

### **未来：国产纪录片的“舌尖”模式**

“中国故事，国际表达”一直是《舌尖》团队牢记于心的八字箴言。从这部“令人垂涎”的纪录片可以看出一个国家对外传播方式的变化。据《舌尖2》摄制组介绍，纪录片是国际通行的影视语言，《舌尖2》以“让世界了解中国”为创作宗旨，片中一组组特色美食，不仅展示了中国改革开放30多年来的巨大变化，更表达了中国人在新时代中积极向上的精神风貌，用镜头下的“美食”传递着中国社会悄然发生的变化，以独特的人文视角表达中国的文化价值理念。同时，“中国题材、世界表达”这一国际化的传播理念得到了国际市场的验证。北京师范大学教授张同道认为，这部纪录片贴近真实，以情感人，充满浓郁的人文关怀，跨越了语言、社会、价值观等传播障碍，为中华文化“走出去”探索出许多珍贵的经验和启示。

无论从讲故事方式还是从播出的影响力来看，《舌尖2》明显加深了国际化的色彩。英国著名导演菲尔·阿格兰对陈晓卿说：“从《舌尖》里能感觉到一种温暖，一种渴望交流、渴望融入世界、渴望被世界认知的中国人形象。”

刘文认为，中国在世界经济体里受到广泛关注，“中国故事”本身就是世界性的题材，但国际社会想看的是，处于急剧变革时代的中国人的真实生活，这些恰恰是最适合用纪录片表现的。

记者从央视纪录频道获悉，BBC worldwide，即纪录片《美丽中国》的制作公司日前到央视纪录频道，与频道领导一起共同商讨研发《舌尖》适合国际市场的制作模式，如叙事结构、剪辑风格等。BBC将与央视联手，推动中国纪录片走向海外市场。

《舌尖上的中国》系列在不经意间，为中国纪录片的海外传播与营销树立一个标杆。《舌



尖2》用美食敲开了国际市场，在这成功的背后，是一个好故事的支撑，是一个好团队对故事的挖掘、对影片的透彻理解与呈现，还有总导演与制片人对影片的完美运营。

## 文化湖北

### 长江讲坛：聆听思想的声音 沐浴智慧的阳光

徐超王永娟《中国文化报》2014年3月21日

等闲识得东风面，万紫千红总是春。长江讲坛诞生在春天里，一路走来好评如潮，成为“文明湖北”建设的前进号角，人民群众追求幸福生活的精神家园。3月18日，湖北省图书馆举办长江讲坛开讲一周年座谈会。湖北省副省长郭生练等领导与长江讲坛讲师代表中国科学院院士杨叔子、央视《百家讲坛》主讲嘉宾阎崇年、中国社会科学院研究员周国平以及图书馆同行、热心听众代表一起共商长江讲坛发展大计。

近日，长江讲坛进高校、下基层，主讲嘉宾用深刻的思想和诙谐的语言让听众们在轻松的氛围中获得启发，也在长江讲坛一周年之际为这本“讲座之书”增添了精彩的一页，献上一份贺礼。

聆听思想的声音，沐浴智慧的阳光。湖北省图书馆倾力打造长江讲坛一年来，共举办公益讲座70余场，现场听众达到4.5万人次，电视转播覆盖湖北全境，正逐步成为具有湖北特色的文化现象。

#### 重视

2012年12月8日，占地100.5亩，总建筑面积10万平方米，文献总藏量达1000万册，日接待能力1万人的湖北省图书馆新馆正式向公众开放。湖北省委书记李鸿忠与广大市民一道，走进气势恢宏、功能齐全的湖北省图书馆新馆时就指出：“图书馆不仅是藏书读书之地，还应该成为传播弘扬社会主义先进文化的阵地。我们要管理好，使用好图书馆，充分利用这个文化惠民平台，组织开展大家讲坛、文化沙龙等文化交流活动，提供更多更好的公共文化服务，构筑荆楚精神高地，为加快文明湖北、幸福湖北建设作出更大贡献。”湖北省委组织部、省委宣传部、省委省直机关工委、省文化厅随即联合发文，要求整合各部委厅局及省直单位的讲座资源，举办高端公益讲座——长江讲坛，并努力将其办成“文明湖北”的助推器。于是，筹备工作紧锣密鼓地展开——成立专项工作办公室，制定长远发展规划，建立统筹协调机制；聘请国家图书馆原馆长周和平以及陶德麟、杨叔子、章开沅、冯天瑜等多位专家学者为顾问，推荐讲座主题和主讲人；落实专项经费，规范讲坛各项工作。经过认真筹备，2013年3月1日，长江讲坛在湖北省图书馆正式开讲。从首场讲座阎崇年的“读史与读心”到第六场余秋雨的“解读文化人”，短短一个月，“聆听思想的声音，沐浴智慧的阳光”便成为爱书人的心灵

之声。

2013年9月5日，湖北省委书记李鸿忠再次来到湖北省图书馆调研时指出，长江讲坛是传播先进文化，传递正能量的重要途径，要抓好“讲座之书”的建设，把长江讲坛打造成具有国际影响力的文化品牌。高层领导的亲切关怀，为长江讲坛下一步工作指明了方向。长江讲坛的成功，在于它从一开始就有省委、省政府的大力支持，从一开始就有明确的定位和周密的策划。

### 创新

湖北省图书馆举办长江讲坛的灵感来自于文明湖北建设所呈现出的上升活力。长江讲坛始终坚持“思维经济”原则，请主讲名家把学术语言转化成日常语言，让听众在120分钟时间里就能获取最大、最精华的信息量，切实把高端讲座办成名家与大众共同的快乐学院。一年来，长江讲坛运用班车式定期讲座模式，坚持每周至少举办一场讲座，时间固定、场地固定，让听讲座成为湖北人民定时定点的、高尚文明的生活习惯。讲座板块轮动，常讲常新；群众热切期盼，孜孜不倦。这种知识传播与需求的共振，使长江讲坛总是场场爆满。

长江讲坛坚持结构创新，安排有8个板块，如湖北干部讲堂、周末大讲堂等，内容涵盖经济、政治、文化、社会、生态等多个方面，满足社会各界多样化的信息需求。

长江讲坛坚持交流互动创新。安排主讲人与媒体见面会，设置主讲人与听众互动环节，制作主讲人专题宣传片，举办主讲人签名送书、作品展览等活动。编辑出版《长江讲坛》一书，供人们系统学习、研究，与同行互相交流。

长江讲坛坚持传播手段创新。在长江报告厅外配置巨型LED屏，现场直播讲座，让没能拿到入场券的到馆读者观看演讲实况。与湖北电视台教育频道签署合作协议，在固定时段播放，受众迅速扩大到全省。目前，长江讲坛已位居湖北省公共文化三大品牌之首。

长江讲坛坚持资源共享上创新。比如，2013年，借助“中三角”四省图书馆联盟这个平台，以湖北、湖南、江西、安徽四省历史名人为主题，由四省各自推荐1名主讲人，在四省巡回演讲，同时举办与之相配套的展览，积极推进文化自觉和文化自信。周和平对此给予高度评价，认为此举是全国首次讲座联盟大演练。

### 多元

长江讲坛充分考虑到听众对知识吸纳的多元性要求，先后邀请到具有代表性的自然科学名家有杨叔子、社会科学家有台湾大学哲学系教授傅佩荣、厦门大学人文学院教授易中天、著名作家王蒙等。他们倡阅读、论道德、评时势、谈经济、讲环保，其研究成果都代表国际国内学科前沿水平，每场讲座都有“一石激起千层浪”的社会效应。

大师名家在长江讲坛上激昂论学，让听众在知识和智慧的冲击和拥抱中学习、提升。一年来数以万计的市民通过聆听讲座，感受到知识的魅力和力量，激发学习欲望，形成学习习惯。通过推动学习型个人的培养，最终推动学习型社会的建立。

经过一年发展，长江讲坛逐步形成自己的四大特色：选题丰富、时政性强，针对社会热点推出“中国梦——中华民族的伟大复兴”、“廉政与廉政文化”等讲座，弘扬时代发展主旋律；贴近生活、实用性强，讲座“从雾霾论公众共用物的良法善治”、“职场新人行为方式”等，名家们以极大的人文关怀，阐发与人们生活息息相关的思考；兼收并蓄、启发性强，讲座“中华传统文化的继承与创新”、“卢浮宫、埃及和法国：光荣交织的历史”等旁征博引，开阔视野；协作整合、辐射性强，湖北省图书馆与湘赣皖省图书馆的合作，与法国法语联盟、德国歌特学院的合作，与媒体加强合作，在较短时间内把长江讲坛迅速推向省内外、国内外。

现如今，长江讲坛已经成为了文化湖北的一张名片。它已经走出图书馆，迈向更广阔的空间。在高校、在基层，讲座所到之处，听众趋之若鹜，长江讲坛的影响力已经渗透到了不同的社会领域，在社会主义核心价值观的建设中，起到了积极的作用。

湖北省图书馆馆长汤旭岩表示，书写文化强国中国梦湖北篇，需要精神引领。讨论犹如砺石，思想好比锋刃，两相砥砺将使思想更加锋利。图书馆是公共文化服务体系中重要的一环。它承载着提供知识、分享知识、传播知识的责任。湖北省图书馆在过去的110年里，一直践行着自己的责任。长江讲坛的举办，让图书馆的500多万册藏书，从高架深阁中走了出来，成为活的读本，让图书馆作为社会教育空间的功能更直接、更具体。2014年是湖北省图书馆建馆110周年，今年将以“聆听思想的声音”为主题，以数字图书馆、少儿图书馆、古籍图书馆、地方文献图书馆、特色图书馆五大板块为主要活动单元，以长江讲坛为品牌，确立讲座之书、读者空间、沐浴书香、清廉之镜等多个分主题活动贯穿全年。湖北省图书馆将更加坚定地开展公益讲座，与更多机构和个人进行合作，求真务实，开拓创新，把长江讲坛打造成全国最具特色、最有创意的文化品牌，更好地为湖北经济社会发展服务，为湖北“建成支点，走在前列”再立新功。

长江讲坛，肩负着听众的期待，肩负着讲师的信任。从开坛到现在，长江讲坛虽然年轻，却用自己的成就和影响，交上了一份满意的答卷：一年间，每月至少有一场国际影响的公益讲座、每周至少有一场国内领先水平的公益讲座；一年间，《光明日报》、《湖北日报》等省内外主流媒体刊发并转载的长江讲坛宣传报道395次；一年间，听众上座率和听众在全省总人口的占比，分别达到126%和0.83%。

每一次，当长江讲坛的大门打开，当这里坐满期待的人群，当讲台上的灯光升起，长江讲坛都虚位以待，等待大家去阅读这本“讲座之书”。又一个春暖花开的时节，我们期待一个具有更开阔的学术视野、更全面的选题内容、更耀眼的明星阵容的长江讲坛，在大家的呵护中健步前行。

## 湖北恩施逐渐消失的皮影戏：在民间艰难传承

姚祯发 陈千恩 中国新闻社2014年5月15日

5月14日，湖北巴东县溪丘湾乡的山村里，72岁的谭文碧与他的兄弟们在自家堂屋里拉开幕布准备表演。

一阵锣鼓闹台后，用牛皮雕刻的各种人物形象，通过灯光的投射，在幕布上活跃起来：“各位看客先莫慌，演出皮影大家看。先说张宝去打鱼，遇到一个懒婆娘……”俏皮、幽默、风趣、机智，其台词与动作让人捧腹之余，又能领悟许多人生哲理。

皮影戏是中国出现最早的戏曲剧种之一。最初，皮影戏采用蜡烛或桐油灯为光源，将兽皮或纸板剪制的形象投射到白色幕布上，以表演各种故事。在表演的同时，表演艺人为其配音，同时配以打击乐器和弦乐，具有浓厚的乡土气息。

巴东县溪丘湾乡白羊坪村九组的谭文碧兄弟，多年来从事皮影戏表演。谭文碧介绍，他家兄弟8个，其中就有4人跟他一起从事皮影戏表演。

谭文碧与兄弟们的家，坐落在一个叫“天鹅抱蛋”的村子里，不仅风景秀丽，还出过一些文化人。谭文碧在恩施州、巴东县及其乡里组织的各类比赛中多次获过奖，还被恩施州政府命名为“民间文化艺术大师”。

30多年前，谭文碧与他的六弟谭文山师从老艺人，开始学习皮影戏。后来，谭文义、谭文党又跟他们学艺，一个兄弟皮影戏剧团就这样形成了，他们以口口相传的形式，可以表演200多出戏。方圆百余里的村民家中，遇有娶媳妇、盖新房、庆祝寿诞等喜事时，就请他们去助兴，一是图热闹，二是显示体面。

随着电视电影的普及，皮影戏再也没有以往的风光了，表演场次也一年比一年少。现在方圆百里，能表演皮影戏的人也就只剩下几个60多岁的艺人了。谭文碧说：“我们8兄弟的后人，没有一个人愿跟我们学艺，他们宁愿外出打工也不愿学习皮影戏。”

虽然皮影戏风光不再，但是2014年谭文碧兄弟还是表演了10多场，临近的宜昌、重庆等地有人慕名而来，请他们出山。每次演出，他们每人可以得到200元的报酬。

谭文碧告诉记者，近期，恩施州土家女儿城民俗博物馆计划将他们接进州城，让他们进行活态传承。谭文碧担忧：进城表演是个好事，可以让更多的人了解皮影戏。但是，不晓得现在的年轻人，还愿不愿意看。

## 安陆文化旅游风头劲

程荣东《孝感日报》 2014年5月7日

“真是不枉此行，堪称国内一流的纪念馆，仿佛回到了久远的大唐。”“五一”小长假，一拨拨慕名来到安陆白兆山李白文化风景区的游客在踏访气势恢宏的李白纪念馆后，情不自禁地发出感叹。灵秀的碧山湓水，厚重的李白文化，已成为安陆一张亮丽的城市名片。

“文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体；安陆深厚的李白文化资源，是发展旅游产业得天独厚的条件。”安陆市委书记汪尧中说。

唐代大诗人李白“酒隐安陆，蹉跎十年”，在白兆山留下了“桃花流水杳然去，别有天地非人间”的动人诗篇和桃花洞、洗笔池等18处遗址遗迹。安陆还是“中华古银杏之乡”，银杏数量之多、年代之久、树形之异为全国之罕见，钱冲有全国最大的古银杏群落。这一独具特色的旅游资源，串成安陆旅游发展的闪亮珍珠。

围绕深度打造武汉后花园，对接鄂西生态文化旅游圈，安陆把开发特色文化与发展旅游产业相结合，坚持政府主导、市场运作、企业主体原则，全力打造“中国李白文化之乡”、“国家古银杏森林公园”等文化旅游品牌。

该市制定了旅游产业发展规划，以文化旅游产业为抓手，撬动社会资本投入，引进湖北立强、湖北三冲旅游开发公司打造4A级白兆山李白文化旅游区和国家级古银杏森林公园，相继恢复了祖师殿、南天门、绀珠泉、桃花林等景点，新建了李白纪念馆、李白塑像、谪仙石、李白文化长廊、新寨城钟楼和民俗文化一条街及关帝庙、蜜蜂寨、休闲别墅、国际垂钓中心等景点及配套设施。

安陆还一改过去“等客来”的思路，积极“找客来”。通过在武汉召开旅游产品推介会、举办国际李白文化旅游节、联手全国摄影家协会主办“千年银杏诗画安陆”摄影大赛等，展示了“李白故里、银杏之乡”城市品牌形象，推介了安陆旅游产品和线路。

文化发力，引得游人如织，据统计，安陆去年接待游客达130万人次，增幅达25%。钱冲银杏谷还被推荐为全省赏叶赏花10条最佳线路之一，高峰日接待游客3万人。