

近年来,我国文化产业蓬勃发展,精品佳作频现

讲好中国故事,将收获更多“现象级”作品

- “现象级”影片的出现,标志着中国电影新力量的不断成长壮大
- 越来越多国内出版单位与海外出版机构合作,立体化“走出去”模式初步形成,扩大了中国文化影响力
- 一些节目借力先进技术,实现口碑与收视“双丰收”,使越来越多的传统文化逐渐融入现代社会

新华社北京3月9日电(记者王思北)中国电影票房首次突破500亿元大关,“现象级”影片《战狼2》口碑票房“双丰收”;中国出版加快“走出去”步伐,面向世界讲述中国故事;《国家宝藏》《中国诗词大会》等热播,优秀传统文化焕发新生机……近年来,我国文艺创作精益求精,文化产业蓬勃发展,进一步增强了人民群众的文化获得感和幸福感。

精品佳作频现 影视市场日益繁荣

2017年,电影票房559亿元;票房过亿元影片92部,其中国产电影51部;电视剧生产量连年稳居世界第一,去年达到310部、1.3万集……这些数据生动印证着我国文化市场的日益繁荣。

凭借56.83亿元票房和1.6亿观影人次,2017年夏天上映的影片《战狼2》成为中国影史票房冠军,引起国内外评论界关注。这部“现象级”影片的出现,标志着中国电影新力量的不断成长壮大。

2017年,电视荧幕也同样精彩纷呈,《我的前半生》《白鹿原》《风筝》等多部电视剧热播。其中,改编自铁血网旗下网络文学平台作品、讲述共产党情报员坚守信仰的动人故事,谍战剧《风筝》播出后收获了观众的广泛关注与好评。

作为国内军事文学领域最大的网络文学平台,铁血网旗下的铁血读书涌现出一批优秀的文学作品,多部被改编为家喻户晓的影视作品。

铁血网是我国文化市场转型升级、文化新业态有序发展的一个缩影。近年来,各地和有关



▲2018年1月16日,主持人撒贝宁(右一)、嘉宾康震(右二)等在诗词音乐文化节目《经典咏流传》发布会现场。
新华社记者王晓摄

部门适应经济发展新常态,积极构建现代文化市场体系和文化产业体系,提高文化产业发展的质量和效益,努力推动文化产业成为国民经济支柱型产业。

国家统计局数据显示,2017年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入91950亿元,比上年增长10.8%。根据国家工商总局统计,截至2018年2月底,全国文化及相关产业企业数量为341.81万户,其中,广播电视电影服务企业数量增速为41.0%,在各行业企业增速中位居前列。

讲好中国故事 中国出版“走出去”步伐加快

作家周梅森创作的反腐题材小说《人民的名义》去年出版以来,得到了业界与读者的广泛认同。据统计,这本书累计发行超150万册;海外版权已累计输出12个国家和地区,成为近年来中国出版“走出去”的代表作。

2017年第24届北京国际图书博览会上,

来自89个国家和地区的2500多家展商,展开广泛交流合作,达成中外版权贸易协议5262项。一大批优秀的中国图书吸引了国外出版方的关注;新世界出版社的《中国关键词:“一带一路”篇》实现8个语种的海外版权输出;贾平凹的小说《高兴》英文纸质书和电子书由亚马逊同步发行。

国家新闻出版广电总局数字显示,截至2017年,我国出版企业在海外设立各类分支机构400多家,与70多个国家的500多家出版机构建立合作伙伴关系,“走出去”海外布局初具规模。越来越多国内出版单位与海外出版机构共同策划选题、翻译出版、开发市场,立体化“走出去”模式初步形成。

人民天舟(北京)出版有限公司出版《屠呦呦传》(阿语版)、《装在口袋里的爸爸》(法语版)、《中国传统节日》(阿语版)等四十余种外文图书,还多次亮相卡萨布兰卡书展、阿布扎比书展、新西兰读书文化节等国际性和地区性书展,举办了一系列推广活

“强国为民”延续主旋律大片热潮,《厉害了,我的国》实力“吸粉”

新华社北京3月9日电(记者白瀛)纪录电影《厉害了,我的国》自2日上映以来,不但在普通观众中产生强烈反响,而且受到专家和业内人士的好评,其以“强国为民”的内在逻辑、“大国”“小家”的有机结合、抒情写意的画面音乐、富有温度的人物故事,延续了主旋律大片热潮,助力爱国主义的进一步弘扬。

新闻出版广电总局电影局副局长李国奇说,该片对我国电影创作有一定的风向标作用,它丰富了电影创作类型,在拓展电影服务国家大局上,是一个成功范例。

“去年以来,从《战狼2》到《红海行动》,我

们都感受到主旋律大片带来的观影热潮,背后反映了观众强烈的国家意识和爱国主义精神。”他表示,《厉害了,我的国》延续了《红海行动》在春节档的热潮,以纪录片的新形式,助力爱国主义的进一步弘扬。

中国文艺评论家协会副主席尹鸿认为,《厉害了,我的国》“顶天立地”的逻辑是重要的艺术特色,“顶天”即战略性的强国战略,“立地”即人民的美好生活。影片充分阐述了国家的强大是为了让人民过上美好的生活的内在逻辑。

他认为,抒情写意的画面和音乐,给这部政

论文献片带有了崇高感、辉煌感,是一种美学上的上扬,这也是感动观众的一个重要原因。

中国传媒大学新闻传播学部学部长高晓虹表示,《厉害了,我的国》不仅讲述了十八大以来中国取得的巨大成就,而且把“大国”与“小家”有机结合起来,把个人奋斗和国家发展相互交织,用大量笔墨表现了成就背后的人物故事,赋予了影片情感和温度。

她指出,影片虽然没有传统意义上跌宕起伏的故事,但其紧凑的节奏同样造就了跌宕起伏的观感,如航拍的壮美山河、“复兴号”

动车,有效推动我国优秀出版物在海外的出版与销售。

此外,随着《鬼吹灯》《锦衣夜行》《全职高手》等多部网络文学出海,数字阅读核心企业纷纷布局海外市场,助力中国出版“走出去”,进一步扩大中国文化的影响力。

借力现代表达 传统文化焕发新生机

2018年伊始,纪录片《如果国宝会说话》首播后,迅速走红各大视频网站。每集5分钟,形象易懂的表达方式、充满人文情怀的解说词,让静默的文物“唱”出了响亮的中国好声音。

近年来,像这样展现中华优秀传统文化的电视节目并不鲜见——《国家宝藏》《我在故宫修文物》《中国诗词大会》等电视综艺、纪录片不断取得口碑与收视“双丰收”。

借力先进技术,创新传播方式,越来越多的传统文化逐渐融入人民生活,重新焕发生机活力。

将巾帼英雄洗夫人的荡气回肠、鹿回头的美丽传说等浓缩于60分钟内,用先进的声光电手段和舞台机械等打破艺术门类界限……宋城演艺发展股份有限公司打造的《三亚千古情》演出,如今已成为三亚旅游的一项特色体验项目。目前,宋城演艺在全国推出了《宋城千古情》《三亚千古情》《丽江千古情》等“千古情”系列演出,为观众带来了别样的文化体验。

采用3D技术等比例复制的云冈石窟3号窟去年底在青岛亮相,这是青岛出版集团完成《云冈石窟全集》首次纸质出版后,联合云冈石窟研究院和多家高校等探索以VR、3D打印等先进技术形式复制而成,今年还将走进日本举办相关展览活动。

党的十九大报告提出,健全现代文化产业体系 and 市场体系,创新生产经营机制,完善文化经济政策,培育新型文化业态。为此,文化部有关负责人表示,2018年,将健全现代文化产业体系 and 市场体系,加强文化市场培育监管,通过进一步完善财政资金支持文化产业发展的相关政策,着力推动特色文化产业发展等,推动文化产业转型提质增效。

列车的启动等等,都带来强烈的视觉冲击力;访谈语言没有一句“官样话”,带给观众很好的观影体验。

万达电影院线总裁曾茂军说,《厉害了,我的国》起初是单位包场观看,但随着口碑的传播,越来越多的观众自发买票观看,自发进行宣传,实现了传统主旋律电影的突破。

“观众既接受了教育,还觉得很自豪,同时愿意去传播,电影院也有了很好的收入。”他认为,影片实现了社会效益和经济效益的统一。

新华社北京3月9日电(记者史竞男、施雨岑、张辛欣)数据显示,当前,我国网络文学用户达3.78亿,原创作品总量达1646.7万种,日更字数1.5亿,年新增原创作品233.6万件……不同语种翻译传播中国网络文学的海外网站已有上百家。

中国网络文学为何能够拥有庞大的读者群?为何能够赢得世界关注?

网络文学爆发式增长

20年前,文学与互联网“第一次亲密接触”,网络文学应运而生。

全国政协委员、北京大学中文系教授张颐武回忆道:“1999年,网络小说《第一次亲密接触》出版时,我为它做了序,题目叫‘让时间去说’。现在,网络文学已经成为重要的文学现象,是年轻一代阅读的重要文化资源。”

“网络为我们的阅读写作注入了活力。网络文学正是借助互联网这个平台实现了快速增长。”蒋胜男代表说。

全国政协委员、中国作协网络文学委员会主任陈崎嵘告诉记者,从实际阅读情况来看,网络文学越来越多地影响到人们尤其是青少年的文化生活、精神生活和行为方式。

2017年,掌阅科技、阅文集团分别在上海和香港挂牌上市,加上2015年在深交所上市的中文在线,中国网络文学上市公司已增至3家。网络文学在快速增长中实现了向商业化、市场化转型。

蒋胜男认为,以网络文学IP为核心的全产业链开发模式目前已初具雏形,围绕版权开发与运营,进行影视剧、电子游戏、动漫及周边衍生产品等系列开发的产业链日趋成熟;同时,也对网络原作产生了“放大器效应”。

网文创作应提倡“内容为王”

网络文学增量迅猛,但发展中也出现不少问题。“盗版、抄袭乱象层出不穷,网络作家权益无法得到保障,对网络文学生态环境造成极大破坏。尤其是不少网文作品被改编成影视剧后,引发版权纠纷的案例数不胜数。”蒋胜男呼吁,希望网络秩序更加规范,网络文学发展生态进一步净化,保护好作家的原创力。

全国人大代表、贵州省文联主席欧阳黔森说:“中国的网络文学确实发展很快,在世界范围看,也是少有的文学现象。但是,我们有数量的高原’,还缺质量的高峰’,这是亟待解决的问题。”

近年来,国家有关部门积极引导和规范网络文学健康发展,先后出台了一系列规范性文件,引导摒弃唯点击率、片面追求经济效益的不良倾向。

全国政协委员、中国新闻出版研究院院长魏玉山介绍,国家新闻出版广电总局连续开展优秀网络文学原创作品推介活动,旨在发挥示范效益,引导推出更多传播正能量的网络文学作品。

在不少代表委员看来,网络文学应告别规模扩张期,进入“品质写作”时代。只有提高作品质量、追求艺术创新,才能拥有更大的发展空间。

张颐武认为,“繁荣文艺创作”“加强互联网内容建设”被写入今年政府工作报告,有利于推动网络文学创作精品化、多元化。

借助“网文出海”

蒋胜男代表告诉记者,在世界各地,浏览中文网站的人越来越多,阅读中国网络小说的非汉语用户逐渐扩大。

“据我所知,在泰国、越南等东南亚国家的书店里,中国网络文学的翻译作品几乎占据畅销区的一半以上。在欧美的中国网文翻译网站,也聚集了大批热爱中国网络文学的外国读者。”蒋胜男说。

陈崎嵘认为,一大批网络文学作品走向国门,成为中国文化原创力的成功范例与有力佐证。

据了解,目前,不同语种翻译传播中国网络文学的海外网站已有上百家。许多优秀网文作品签下海外版权,被译成英、日、韩、越等多国文字传播。

徐里委员:

文化走出去需攥紧一个拳头

全国政协委员、中国美术家协会分党组书记、驻会副主席徐里表示,为把我国建设成为影响世界的文化大国、文化强国,应成立一个国家文化战略智库,相关的政府机构、文化机构、专家学者都可加入进来,对中国文化如何走出去,给方案、定措施、出路径、列时间表。

徐里表示,文化兴国兴兴,文化强民族强。中国美术界同仁共同努力,创作生产了一大批有骨气、有温度,能够表现出中国气派、中国风格的精品力作。这些作品大量走向国门,呈现在世界各地的美术馆、博物馆,但是这些展览和作品的呈现,还没有形成一股合力,需要攥紧一个拳头打出去。

“近些年,文化活动多了,展览多了,但还比较松散,应从观念到路径,再到路线图进一步做好顶层设计。”徐里说。

“应成立国家文化战略智库,为国家文化走出去做一个整体规划。”徐里说,有这样一个完善和长远的规划,我们的文化软实力就会逐渐得到彰显。”

(记者孔祥鑫)

- 各地开展的“三下乡”活动,不仅为偏远山区送去了资金、项目和服务,还送去健康中国等新理念,补齐农民“精神短板”

新华社北京3月9日电(记者周玮、胡喆、王宾)在吉林省首个“新时代传习所”——敦化市雁鸣湖镇小山村“新时代传习所”,艺术家与基层宣讲员通过诗朗诵、快板、二人转、歌曲等形式,深入宣传宣讲党的十九大精神;在江西弋阳县举办的“三下乡”集中示范活动中,教育部和江西省委宣传部等部门为当地送去2亿多元的爱心物资和项目资金;在陕西省汉中市西乡县,近千名机关干部、科技人员、医疗专家为老百姓提供科技咨询、医疗义诊等多项服务……为深入实施乡村振兴战略,助力精准扶贫,补齐“精神短板”,去冬今春全国各地掀起文化科技卫生“三下乡”热潮。

在这股热潮中,“文化进万家”、“送欢乐下基层”、农村电影放映、全民阅读、新春送下乡等活动持续开展,把优秀精神文化产品和服务送下乡。科技示范基地、农村科技创新室、科技信息站、科普中国乡村e站、科普活动室等基层科技设施建设继续加强,科技人才和科技资源进一步向农村流动。积极开展健康促进活动,组建各级医疗队赴老、少、边、穷地区开展巡回医疗,提高农民群众的健康素质。

与以往相比,2018年“我们的中国梦”——文化进万家活动突出了文化文艺小分队特色,并进一步加大了组织工作力度。仅由中宣部、文化部、国家新闻出版广电总局、中国文联等牵头,就专门组织了120支中央级文化文艺小分



▲戏曲演员在浙江省仙居县溪港乡金竹岭脚村文化礼堂的仿古戏台上表演越剧《九斤姑娘》。
新华社记者黄宗治摄

队。同时,组织31个省市区和新疆生产建设兵团,制定详细具体的活动计划,仅省级层面的文化单位就组织了800多支文化文艺小分队,在全国上下形成整体联动的格局。截至2月底,中央和省一级开展了1000余项文化文艺小分队活动,为广大农村和基层群众送去党的声音和关怀。

此次“三下乡”活动中,各部委分别牵头开展了集中示范活动,有关资金、项目和服务等

向扶贫领域倾斜,努力把扩大有效供给、提高供给质量与对接农民需求、满足农民需要结合起来,把集中性、示范性活动与常态化、制度化保障结合起来,不断丰富内涵、完善载体、创新形式,推动农业农村优先发展。

减少因病致贫、因病返贫,健康扶贫实惠到群众“心坎”上。国家卫生计生委与广西壮族自治区党委、人民政府联合在柳州市融水苗族自治县开展了全国文化科技卫生“三