

推动中华文化“走出去”的新路径



□ 黄 杰

文化承载着一个国家的价值观念，而一个国家的价值观念又是其发展道路、治国理论、制度理念的基础和源泉。随着文化“走出去”步伐加快，中华优秀传统文化越来越被世界认可，然而目前中华文化占世界文化市场的份额较低，经济“走出去”和文化“走出去”并不相称。党的十九大报告指出，推进国际传播能力建设，关键是讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力。因此，中华文化能否跨越障碍迈出去，很大程度上取决于我们能否运用文化贸易方式将自己的优秀文化产品“卖出去”。

推动中华文化“走出去”需要多种方式

近些年，国家积极推动中华文化走出去，取得了很大成绩。总体来看，还是“送出去”的多，“卖出去”的少。众所周知，我国政府或非企业组织是文化对外宣传、文化交流的实施主体，其特点是以传播者为中心、运用非市场化的手段推动，一般采用在目标国家投放广告、举办文艺演出、赠送文化产品等方式。“送出去”固然是考虑到了文化的特殊属性，通过公益性方式传播中华文化，但因为它一般是行政化运作，对传播、流通规律的重视程度不够，送什么、送多少，往往不研究目标受众，没有充分考虑时代、地域和消费需求的“对接”。维也纳“金色大厅”现象无疑是值得深思的。

毫无疑问，文化传播以及对文化传播的思考都应该兼顾文化的特殊属性和传播的基本规律。从这样的角度来看，中华文化走出去应该更多地通过文化贸易方式“走出去”。利用市场化方式运作，更能够充分结合国际消费者的文化需求，扎根当地文化市场，在获取出口收益的同时，实现传播文化、输出价值观、提升国家影响力的目标。

过去，我们擅长通过非市场机制把中华文化“送出去”；今后，我们要更多地采用市场化机制，通过对外文化贸易的方式把中华文化“卖出去”。

构建对外文化贸易新路径

推动中华文化“走出去”，是增

强中华文化国际影响力的重要内容。中国文化“走出去”有很多途径，从实际效果上说，社会组织与市场方式相结合应该是最佳选择。鉴于此，这就需要我们在“走出去”的同时，提高中华文化“卖出去”的能力，逐步构建起“以政府引导，以企业为主体，以市场为基础，以版权输出为核心，以人才为支撑”的对外文化贸易格局。

第一，秉持“内容为王”，树立精品意识。创造具有中国符号特色的文化内容和表现形式，生产体现中国传统文化元素且被国际市场认可的文化精品。同时，结合时尚流行文化元素，创造丰富多彩、喜闻乐见、具有自主知识产权的文化产品，让文化获得创新性发展。

一方面，能够“卖出去”的文化产品一定是对受众有吸引力的文化产品，同时，能“卖出去”的文化产品一定是符合所在地民众需求的文化产品。比如，中国首部长篇3D武侠动画《秦时明月》系列产品，堪称中国最具影响力的原创动画品牌之一。2007年问世以来，获得新媒体点击数突破20亿次，其动画产品更被翻译成7种语言版本进行海外销售，发行至美国、加拿大等37个国家和地区，获得亚洲电视节3D最佳推荐影片奖(2012)、法国戛纳电视节亚洲展映会最佳作品(2011)、美国AUTODESK最佳作品(2010)等奖项。

另一方面，正因为“卖出去”是市场化行为，高标准、高要求，以“卖出去”为目标，反过来也会促进我们对文化产品的打磨，发掘和强化自身的“吸引力”，在全球文化市场的格局内找到自身产品的“定位”。而且，“卖文化”是可持续的文化交流。

第二，发挥好企业的市场主体作用。从国外文化传播经验看，文化对其他国家的影响是靠市场的力

量实现的，而且主要是通过市场主体实现的，如时代华纳、新闻集团、迪士尼、好莱坞、百老汇等大型企业集团和企业集群。我们国内的文化企业正在逐步成为参与主体，如北京四达时代公司将国产影视剧译制成英语、法语、斯瓦希里语、豪萨语等语种在非洲播放，《咱们结婚吧》《媳妇的美好时代》等电视剧受到非洲观众的普遍好评，实现了国产影视作品从“走出去”向“走进去”的转变。

根据有关部门的调查显示，国际文化贸易的本质是版权贸易。版权交易渠道不畅、交易成本过高等问题已经成为困扰我国文化企业“走出去”的关键问题。一方面，有版权输出渠道和能力的企业手中没有版权，需要花费较高的成本去采购版权；另一方面，不少拥有优质内容的企业自身没有版权输出渠道，但是，为了维持版权价格，宁愿作品闲置也不愿意降价。这就出现了政府千方百计促进文化走出去，而作为市场主体的企业却眼睁睁看着大量版权资源白白浪费闲置。

当然，从政府主导型的文化“送出去”到企业主导型的文化“卖出去”转型过程中必然遇到的问题。但是，要真正促进文化国际传播，推动文化产品卖出去，就要打破版权瓶颈，创新版权授权机制，降低版权交易成本。

第三，创新政府文化传播的管理方式。政府部门要转变思路，进一步创新管理模式、搭建公共服务平台，为企业拓宽贸易渠道、降低交易成本，提高我国文化企业的国际市场竞争。对外文化传播类企业，最关注的不是财政、金融、税收、土地等方面的支持，而是希望政府能够加强版权公共服务，解决企业遇到的“买剧难、买剧贵”问题。因此，搭建版权输出公共服务平台、建立“对外输出作品版权资源库”是一项行之有效的

措施。

“资源库”中的作品版权来源主要有三种：一是政府投入项目产生的版权。如图书、影视、动漫、音乐等作品，应当约定，作品发表以后，境外版权由政府享有。二是著作权人自愿捐赠或托管的版权。著作权人认为自己的作品适合境外推广传播，可申请将自己享有著作权的作品纳入“对外输出作品版权资源库”。三是通过专项扶持资金收储的版权。文化部门可以定期组织优秀作品会审，通过专项扶持资金购买相关作品的境外版权，特别是对于那些有助于“弘扬中华优秀传统文化、传播中国故事”的版权输出项目，更是要予以支持。

第四，构建文化国际传播智力资源供给机制。“人”是文化发展的根本动力与源泉。我们要在组织管理、资金扶持、生产经营等方面加强机制建设，通过制定奖励机制和措施、加强知识产权保护等政策，为在文化领域发展的各类外向型研究人才提供保障。

我国文化要走出去、文化产品“卖出去”，需要懂跨国经营管理和国际市场营销、擅长涉外项目策划与文化经纪及资本运作的经营管理人才；需要熟悉国际惯例和规则、擅长媒介市场运作、具有战略思维的外向型经营人才；需要具有开拓能力、创新精神和创新能力，能够管理跨国大型文化企业集团的经营管理人才。这就需要我们构建一个文化国际传播智力资源的供给机制或平台。

总体看，中华文化“走出去”有很多途径。从文化传播效果上说，企业和其他社会力量与市场方式相结合应该是最佳选择，把中华文化“卖出去”，就是要把文化产品“卖出去”。这种方式，符合国际文化产品和服务输出规则，也更能体现中华文化的价值和尊严。



乡村振兴须从环境治理做起

□ 毛佩瑾

立中央和省市两级环保巡视制度，形成常态化。第三，加大对乱丢乱弃垃圾的重罚力度。坚决关停简易填埋场，实施全面清理整顿。同时，全面开展生活垃圾处置设施无害化等级评价工作，对不达标设施限期整改，提高设施运营水平。对垃圾乱丢乱弃及未按规定垃圾分类者，轻者教育，重者罚款，与相关金融机构联动，将个人环保信用状况纳入个人金融评价等级中。

加大垃圾处置设施建设力度。第一，建立城乡生活垃圾长效管理机制的资金保障。各级政府要将城乡生活垃圾治理工作纳入国民经济与社会发展规划，尤其是市、县政府需将垃圾处理经费纳入本级政府财政预算。同时鼓励创新投融资体制机制建设，广泛开展政府与社会资本合作项目试点，提高政府财政性资金的吸引力和放

大能力。大力发展绿色金融，完善市场化交易机制，建立中央预算内投资项目和相关金融机构对接机制，撬动更多民间资本参与项目建设。第二，制定与垃圾总量相适应的垃圾处理设施建设规划。另外，各地需对辖区内城乡生活垃圾存量和增量作出准确判断和预测，做好建设规划。提出项目建成时间表，建立倒逼机制，切实加强项目审计、稽查、执法检查，严格履行监管职责。同时，鼓励优先建设高技术含量的无害化垃圾焚烧厂，减少垃圾填埋的占地、污染，实现能源清洁回收利用。第三，完善垃圾处置设施建设的配套补偿机制。积极提升生活垃圾无害化处理能力，探索破解垃圾处理“邻避效应”，建立健全生活垃圾集中处置设施异地生态补偿的长效机制，科学合理地设置补偿方式、补偿标准和补偿期限。

打造垃圾分类、收运及处理新链条。治理生活垃圾的关键是充分做好分类回收利用，减少垃圾量。而目前我国大部分地区垃圾分类回收利用仍是环保治理短板中的短板，需尽快下大气力予以解决。第一，严格生活垃圾的前端分类。要求居民在家中进行分类垃圾粗分类，逐步实现垃圾不落地，避免产生二次污染。广泛发动和教育群众，从源头分类做起，人人有责。第二，严格监管垃圾中端收运处置。建立信息化监控体系，对回收全过程实施监控，防止垃圾中端收运过程中将垃圾混装或造成新的收运污染。加强垃圾收运处理全环节的系统研究，努力实现垃圾收运处理全过程的科学化、信息化管理。第三，建立城乡生活垃圾终端处理新模式。尽快建立集约化、多元组合式生活垃圾综合处理产业园，将垃圾处理与循环经济结合

(上接1版)

问初心，领袖青春的深刻启迪

初心坚定，不负韶华。理想信念是共产党人的政治灵魂，是共产党人的精神支柱。大家认为，总书记七年历练故事的一条红线，就是他在融入群众中确立了理想信念，在艰苦环境中实现了精神升华。一旦告别了最初的迷惘和彷徨，他就找到了坚定的目标，建立起了对党、对党的事业、对人民服务的坚定和执着。综合局宋楠告诉记者：“梁家河虽小，却有着‘大学问’。这种‘大学问’来源于青年习近平七年艰苦生活的磨砺，来源于他扎根基层的工作实践。在这里他接触到了中国社会最基层的农村和农民的真实状况，了解到了面朝黄土背朝天的乡亲们真实需要，逐渐树立了他矢志不渝的理想信念。”

求知若渴，追求真理。在梁家河七年的生活中，青年习近平一刻也没有放弃读书学习。电子政务中心李哲说：“作为青年干部，我们要学总书记这种‘求知若渴’的精神，爱读书、读好书、善读书，大兴学习之风，坚持学习、学习、再学习，坚持实践、实践、再实践。要时刻保持‘本领恐慌’的意识，以只争朝夕、时不我待的态度，不断加强理论和实践的学习，不断提高自身综合素质和专业能力。”一局孙俊表示：“读书可以让人保持思想活力，让人得到智慧启发，让人滋养浩然之气。我们要把读书学习当成一种生活态度、一种工作责任、一种精神追求。传承共产党人的红色基因，主动加快知识更新、优化知识结构、拓宽眼界和视野，坚持从学习和实践中汲取营养、深入思考、探究真理、提升素质。”

艰难困苦，玉汝于成。大家谈到，“苦其心志、劳其筋骨、饿其体肤、空乏其身”，是习近平七年知青岁月的真实写照。陕北七年，锤炼了他坚韧不拔、坚毅刚强的性格，铸造了他自强不息、志存高远的情怀。机关党委（人事局）孙大为说：“越是最艰苦的环境，越能磨砺出最坚定的意志和强大的本领。总书记的梁家河经历已不仅仅是一段知青岁月，更体现着一种自强不息、艰苦奋斗、不忘初心、追求真理的精神，值得我们好好体悟学习！”电子政务中心的乐艳辉表示：“在青年习近平身上，更能看出艰难困苦是一笔宝贵的财富，这一点对我们青年人的成长非常重要。我个人感受最深的是总书记面对逆境时超乎常人的定力。在知青们纷纷通过上大学、当兵、招工离开时，他没有意志消沉，而是扎根农村、扎根百姓、踏实工作，为梁家河作出了巨大贡献。真的让人敬佩不已！”

新作为，中央办就是我们的“梁家河”

珍惜这个伟大的新时代，始终

保持中央编办青年人应有的昂扬状态和奋斗精神。天生我才必有用，不是坐等明天，而是干在当下。不同的时代、不同的群体有不同的“梁家河”。综合局彭宇认为：“当前我们的梁家河就是中央编办，就在机构改革一线，就在扶贫攻坚战场，就在平平凡凡的工作岗位上。”他的感慨代表了编办所有青年党员干部的心声：要像青年习近平那样，脚踏实地，全心全意把每一天的每一个任务、每一个办件完成好。要像青年习近平那样，加强实践锻炼，把艰难困苦的环境、急难险重的任务当作财富，把埋头苦干、奉献精神当作价值取向，始终保持良好精神状态，踊跃到深化改革“火线”去、到扶贫攻坚一线去，时刻经受组织考验和工作磨练。机关服务中心的王华正在内蒙古自治区化德县白音特拉乡白音特拉村任驻村第一书记，他通过微信平台跟大家分享了扶贫工作中的经历和感受，表示要坚定向习近平总书记学习，在困难中奋发有为，更多为村民做实事。

深入学习习近平新时代中国特色社会主义思想，不断从中汲取强大的真理和人格力量。大家一致认为，当前学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想是全党全国的首要政治任务，学习研读《习近平的七年知青岁月》必须要与学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想联系贯通起来。要在学深悟透做实上下功夫，源源不断从习近平新时代中国特色社会主义思想中汲取强大真理力量和人格力量。事业单位改革局杨兴桦说：“我们要像青年习近平那样，志存高远，胸怀全局，心系党、国家、人民的根本利益，关心前瞻性、战略性的重大问题，以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本遵循，深入思考和推进体制改革和机构编制管理工作，不断加深对改革的认识，牢牢把握改革的正确方向。”

把握深刻变革的历史机遇，向党和人民交上一份深化机构改革的满意答卷。青年党员们纷纷表示，深化党和国家机构改革，是新时代赋予他们磨练意志和本领的难得机会。作为机构编制事业的一员，能有机会亲身参与到这样全面性、系统性、重塑性的机构改革，对每个人来说是一次难能可贵的历练与成长。政策法规局田巍表示：“我们要把编办作为砥砺青春的最好舞台，把参与改革作为提升本领的最好机会，用实际行动向总书记学习。”机关党委（人事局）姜岩坚定地说：“机构编制工作上承配置党的执政资源的重任，下系老百姓日常生活的便利，在国家治理体系中具有重要作用。我们谨遵习近平总书记教导，牢记第一身份是党员，第一职责是为党工作，牢固树立‘四个意识’，坚定‘四个自信’，强化新时代新担当新作为。只要我们每名青年干部都拿出‘今日长缨在手’的豪情，就一定会形成‘万类霜天竞自由’的局面，认真担当的工作精神就一定会蔚然成风，机构编制工作各项任务就一定能落实到位。”

(本报记者 闫书华 董大伟 石 伟)

专业化保洁公司承担保洁和垃圾收运处理工作，提高保洁收运水平。第四，因地制宜推进农村生活垃圾减量工作。制定相关的分类减量工作指引，着力提高农村生活垃圾资源化利用水平，降低垃圾处理压力和运营费用。第五，把垃圾管理工作作为新农村建设的抓手。充分认识到垃圾管理是新农村建设的基础工作，也是农村民生的基础服务，没有垃圾的妥善处理，就没有美丽乡村，就不可能全面建成小康社会。

提高全民的环保责任意识。采用群众喜闻乐见的宣传方式，通过各种媒体广为传播，不断提高全民环保意识。强化中小学的环保普及教育，垃圾分类从娃娃抓起，唤醒人们对环境的热爱。发挥社会组织在环境治理中的宣传、引导、教育等作用，依托社区为平台鼓励全民参与，形成共建共治共享生活环境的新局面。

