



当前位置: 首页 科研动态 出版动态

《文化建设蓝皮书·中国文化发展报告（2020）》发布

2021-01-08 来源:《社科院专刊》2021年1月8日总第543期 作者: 记者明海英

分享到:

字号: [大] [中] [小] [关闭] [打印]

本报讯（记者明海英）近日，由湖北大学、社会科学文献出版社主办的《文化建设蓝皮书·中国文化发展报告（2020）》在武汉发布。

为增强中国文化建设和发展的自觉性、主动性和预见性，蓝皮书立足于我国文化发展现状，从文化事业、文化生产、文化产品、公共文化服务、文化国内和国际传播与影响力六个方面，对2018—2019年我国文化发展的新成就、新态势以及存在的问题做总体描述和指数分析，对中国文化近年来所达到的水平和竞争力做定性和定量的评估。

蓝皮书指出，作为我国文化建设的一项长期战略，文化“走出去”要持续健康发展，应该至少把握好三点。第一，建立文化“走出去”的多种渠道。从大的方面说，可分为官方正式渠道和民间交流渠道，前者包括建立各种中外文化合作机制、文化学者之间的交流对话机制、作为经济合作基础的各种文化沟通机制等，后者包括我国文化企业的国际经营、非政府组织的中外文化活动、民间传统艺术的中外交流项目等。第二，设计切实有效的具体方案，鼓励有针对性的创意和办法。一方面，要了解对方的文化，考虑以对方易于接受的方式进行交流与合作，让我们的文化能够真正“走进”；另一方面，要针对具体文化的特点，结合文化渠道来选取恰当的交流与合作模式，力求达到预期的实践效果。第三，选择恰当的实现方式来讲好中国故事，在推进“走出去”的过程中，必须保持充分的文化自觉。

新旧媒体的融合是由技术飞跃带来的深刻变革。全媒体时代传统出版产品要实现融合发展，需要在技术研发、内容生产、平台运营等多个方面进行深入探索和大力投入。对此，蓝皮书建议：第一，国家应在政策层面进行统筹规划，设立相关的奖励、鼓励措施和办法，在人才培养、技术研发等方面给予相应支持；第二，传统文化产品应创新思路，根据融合发展的需要，重塑生产流程；第三，构建知识服务机制。总之，只有将传统文化产品内容的价值延伸至数字出版全产业链，才能更大程度实现媒体融合。

责任编辑: 张月英

热点

谢伏

以大

推动
研究

中国
领导

最新

中国
员招

“孙
发展

新冠
势

《中
(20

学部主席团 职能部门 直属机关党委（直属机关纪委） 派驻机构 直属事业单位 直属企业 代管单位 文哲学部 历史学部 经济学部 社

学部主席团

关于我们 | 法律顾问 | 广告服务 | 网站声明 | 联系我们 | 版权声明 | 人才招聘



院部总机: 010-85195999

地址: 中国北京建国门内大街5号 邮编:100732

版权所有: 中国社会科学院

京ICP备05072735号

京公网安备11010502030146号



站长统