



亚洲文化交流 要搭乘“一带一路”快车



刘姝君 任沁沁 白旭

作为第十四届亚洲艺术节的重要组成部分,第三届亚洲文化论坛11月9日在福建省泉州市举行。论坛与会嘉宾认为,亚洲具有多元、璀璨的文化生态,中国“一带一路”战略为亚洲文化交流提供了新的舞台,将为亚洲文化繁荣、文化自信创造良机。

本届论坛由文化部和福建省人民政府联合主办,亚洲合作对话机制(ACD)的13个成员国、ACD临时秘书处和相关艺术研究机构的100余位代表出席。

论坛以“‘一带一路’建设与亚洲文化对话”为总议题,下设“亚洲合作对话中文化的角色与作用”“从亚洲文化的特性看‘一带一路’合作”“亚洲文化合作共赢的路径”三个分议题。

文化部副部长丁伟在论坛上致辞时表示,第三届亚洲文化论坛着眼于“一带一路”的战略理念,为亚洲文化共同发展和平等对话提供积极而有效的多方合作平台,促进亚洲国家间在文化领域深层次的对话与交流,力争为推动新时期亚洲文化发展和繁荣做出积极贡献。

ACD轮值主席国、协调国泰国前副总理、泰中文化促进委员会主席披尼·扎禄颂巴认为,国与国之间交往,即便是政治、商贸,真正交流的却是文化,是心灵的沟通。亚洲之间的文化交流也要搭上“一带一路”快车,为亚洲文化产业发展加速提速,开拓新契机、新途径。

“蚕在吐丝的时候,没想到会吐出一条丝绸之路。”中国艺术研究院文学艺术创作院名誉院长莫言以诗人艾青的一句诗开启了演讲。莫言表示,丝绸之路从根本上来讲是一条文化之路,它的经济利益是暂时的,而文化意义则是深远长久。

莫言说,传统文化是最宝贵的财富,是取之不尽用之不竭的宝藏,文化的交流应该建立在各自的传统基础上;同时,文化交流也是互相吸引、互相学习的过程,亚洲各国文化早已是你中有我、我中有你;而文化交流最根本的目的是文化创新,是继承本国传统文化中有价值的,学习他国文化中最优秀的,创造出最能反映当代现实、满足人民精神需求的新的文化形态。

论坛主办方表示,“亚洲文化论坛”旨在搭建亚洲各国间的沟通渠道与合作平台,深入探讨亚洲文化艺术的历史、现状和前景,在全球化进程中积极彰显与维护亚洲文化艺术的多样性。

相关链接

亚洲艺术节 弘扬海上丝绸之路

第十四届亚洲艺术节暨第二届海上丝绸之路国际艺术节8日在福建泉州拉开帷幕,来自海内外的文化艺术团体联袂演出,亚洲之歌响彻刺桐城。

第十四届亚洲艺术节于8日至15日在泉州举行,包括视觉艺术表演、文化交流对话、网络艺术节等6大板块、16项主要活动和数十项延伸活动。来自40余个国家和地区的艺术家和团体将走入基层社区、企业、高校和农村,举行近80场文艺汇演。

文化部部长雒树刚在开幕式上说,亚洲艺术节经过多年的发展,规格规模逐渐提升,国内国际影响不断扩大,已经成为展示亚洲各国艺术成果、丰富人民生活、促进交流合作的重要平台。本届艺术节以“情系亚洲·逐梦海丝”为主题,既是对古代海上丝绸之路文化精神的集成,也将在新时代下开创文化交流的新局面。

中国—东盟中心秘书长杨秀萍说,中国与东盟高度重视在文化领域的交流与合作,亚洲艺术节将对亚洲各国推动政治、经济、文化交流产生深远影响。海上丝绸之路弘扬和平合作、开放包容,中国与东盟将继续发挥各自优势,推动民间往来。

亚洲艺术节是国务院批准的首个也是唯一一个区域性国际艺术节,至今已成功举办13届。亚洲艺术节已经成为亚洲乃至国际的知名艺术交流平台,也是展示各国优秀艺术成果、开展政府与民间多层次文化交流的重要舞台

(刘敏 黄鹏飞)

4 文化 Culture

责任让我忙且乐着

——访成都伍田食品公司总经理助理赖于实

本报记者 何沙洲

“我1996年大学毕业参加工作至今,2015年是最忙最累的一年。”成都伍田食品公司总经理助理赖于实抽空在办公室接受记者采访时说,今年工作特别忙,但从他快乐的笑容表明,忙后的结果是令人高兴的。

从大区销售经理调回公司总部担任总经理助理,同时负责营销中心的产品推广部、OEM部,赖于实自知责任重大,每天要做的事很多,“最累的时候是思考各项工作怎么能做得更好并形成可执行性方案,快乐的时候就是工作业绩不断改善,而且销量不错的时候。是责任让我忙且乐着。”在与记者的交谈中,赖于实如是说,快乐溢于言表。

每个人都在高效率 发挥自己的作用

近年来,支撑中国经济高速增长的因素都发生了变化,企业面对的是转型和重新出发的一个市场;新常态对企业和经销商最大的挑战就是利润空间受到了挤压。对此,伍田将2015年定为改革创新年,按伍田公司总经理范正海的话说,打破固有的思维和模式,对不适应市场化的制度、方式、模式和架构进行重新的再造,这也是伍田近年来精心谋划后,试图以新思维迎接新常态中的新机遇,开辟发展新途径。

“公司在机构设置合并、人员配置压缩、流程环节简化后,每个人都在高效率发挥自己的作用。”赖于实说,在营销中心的产品推广部、OEM部门中,有成效、表现好的员工通常都能非常积极地去工作,从不消极抱怨,也不会为自己寻找任何借口,他们看起来忙碌,却是一天到晚精神抖擞。在经济大环境不好的情况下,公司首先要稳定老客户,同时要积极开发新客户。这需要大家一次次地跑市场,一次次地做调研,直观地了解经销商和广大消费者的需求,同时也更好地将伍田的产品和文化传播下去。



●赖于实快乐溢于言表。

“伍田人都深受企业文化熏陶,秉承‘企业良心做食品,经销商安心销售,消费者放心享受’的三心经营理念,在产品推广和市场开拓中都以实现广大经销商和消费者的最大满意度为价值取向。”赖于实说,经济不景气中,伍田更坚定树立服务客户的思想,认清市场发展形势,坚持为他们提供一流的产品,一流的服务。伍田派人员帮助销售下滑的老客户一起分析市场,进行分销,提供指导性意见,针对区域市场变化开发新品。喜马拉雅阳光

花园是针对西藏旅游市场做旅游休闲食品的,近年受经济影响产品销售下滑,伍田派专员帮助喜马拉雅分析市场后提供新品,有了好产品加上好理念、好品牌带好服务,喜马拉雅的销售月均上涨21%以上。

选择合作伙伴 发挥各自比较优势实现双赢

伍田食品今年已实现产值和利润双增长

北大领衔完成我国研究传承中华美学基础性工程

魏梦佳 梁天韵

历时25载,200多名学者参与,1700多万字的《中国历代美学文库》《中国美学通史》《中国艺术批评通史》三套多卷本美学巨著于近日全部编纂完成。据悉,由北京大学领衔完成的这三大出版工程对我国研究、传承和弘扬中华美学精神具有重要学术和现实价值。

记者在北京大学举行的“传承中华美学精神三大出版工程座谈会”上获悉,为整理和

研究我国美学与艺术遗产,上世纪末以来,北京大学美学与美育研究中心在国内学术界及出版界协力支持下,最终于今年10月全部完成我国美学研究的三大出版工程。

其中,《中国历代美学文库》全面收录了我国古代至近代重要美学论著,由北京大学组织全国30多个高校和科研院所140多位学者历时12年完成,是中国美学和中国文学艺术理论的一座思想库和资料库;《中国美学通史》是我国首部大型美学通史型著作,全面

展示了中国美学思想发展史。

《中国艺术批评通史》于10月出版,全书共7卷,320万字,是教育部文科重点研究基地重大项目。据了解,我国艺术批评理论遗产十分丰富,但长期以来,还没有一套有关传统艺术批评理论的著作。此部著作的出版,填补了我国艺术批评理论通史上的空白。

作为此次编纂工作负责人,知名美学家、北京大学教授叶朗认为,这三套巨著深化了对中华美学精神和艺术传统的认识和理解,

为国内外学者提供了一座相对完备的思想库和资料库。同时,也为继承和弘扬中华传统审美和文化精神、增进对本土艺术价值的认识 and 自信,提供了重要参考和支撑。

北京大学校长林建华表示,北京大学是现当代中国美学研究的发祥地,此次引领汇集全国力量,对中国传统美学和艺术批评进行深入研究阐述和挖掘,是新世纪北大在传承和弘扬中华优秀传统文化方面取得的重大成果,体现了北大在人文科学研究中应发挥的作用。

简政放权 放管结合 优化服务

——聚焦网络音乐内容管理新政

文化部近日对现行网络音乐内容管理政策作出调整,除了将对网络音乐内容实行企业自主审核、承担主体责任,文化行政部门进行事中事后监管的管理制度外,还强调要健全警示名单和黑名单等网络音乐市场信用管理制度,对网络音乐市场实行信用管理。

业内人士认为,通知的发布,既是网络音乐主管部门落实中央关于简政放权、放管结合、优化服务要求的具体举措,也将进一步推动我国网络音乐行业健康有序发展。

周玮

迫在眉睫

随着信息网络的普及,网络音乐市场发展迅猛,传统的管理模式已无法适应互联网新业态的发展需要。现有的内容审查方式与海量的网络音乐产品之间的矛盾日益突出,文化部门不仅难以对市场实现全面有效的管理,行政成本和管理效率也不相匹配。

调查数据显示,目前,我国拥有300万至600万首音乐数据库的网络音乐企业就有十余家,一直以来沿用的网络音乐内容审查制度及程序设置已无法继续满足行业发展和管理工作的需要。为进一步加强和改进网络音乐内容管理,促进网络音乐行业健康发展,对现行网络音乐内容管理政策作出调整迫在眉睫。



试点先行

两年前,文化部出台网络文化经营单位内容自审管理办法,将原来主要由政府部门承担的网络文化内容审核责任更多地交由企业承担,同时开始对网络音乐的内容审查工作开展企业自审试点。

文化部文化市场司有关负责人告诉记者,自审制度试点工作开展近两年来,我国网络音乐市场整体发展平稳,未出现系统性风险,未出现重大违法问题或造成恶劣影响的事件。据文化部发布的《2014中国网络音乐市场年度报告》显示,2014年我国网络音乐市场总体规模为75.5亿元,较2013年增长2%。其中在线音乐市场规模达51.2亿元,无线音乐市场规模达24.3亿元。2014年新增网络音乐企业339家,增长率为49%。

今年初,文化部启动了对网络音乐内容管理政策的调整制定工作,先后两轮书面征求地方文化管理部门和部分网络音乐企业的意见,多次召开文化管理部门、网络音乐企业、业界专家、行业组织等多方参与的座谈会,听取意见和建议。

加强监管

这位负责人说,此次发布的通知主要在五方面对现行网络音乐内容管理政策进行了调整:

一是实行网络音乐经营单位内容自审制度。将现行的文化部对进口网络音乐进行内容审查、国产网络音乐进行备案的管理制度,调整为由企业自主审核,文化管理部门进行事中事后监管的管理制度。网络音乐经营单位负责按照文化行政部门统一制定的内容审

核标准和规范开展内容审核工作。文化管理部门的工作重心由事前审批转向事中事后监管和为企业提供行政服务。

二是强化网络音乐经营单位的主体责任。通知要求网络音乐经营单位要按照“谁经营,谁负责”的原则,坚持社会效益和经济效益相统一、社会效益优先,切实履行内容审核主体责任。网络音乐经营单位要建立网络音乐自审工作流程和责任制度,严格按照内容审核标准及规范,负责对拟提供的网络音乐进行内容审核,审核通过后方可上线经营。

三是对网络音乐经营单位实行备案管理。备案内容包括自审制度和产品自审信息两方面。根据通知,网络音乐经营单位应在规定期限内将本单位内容管理制度、审核流程、工作规范等情况报所在地省级文化行政部门备案。同时,网络音乐企业应在每季度第一个月的月底前将上一季度网络音乐内容自审相关信息报文化部备案。

四是加强对网络音乐经营单位自审工作的指导和服务。通知明确,文化部负责对网络音乐自审工作的总体指导,负责制定内容审核标准、规范和工作指引,编制内容审核培训教程;各省级文化行政部门负责网络音乐经营单位内容自审工作的具体指导和日常监督,开展企业自审人员培训工作。通知还强调,网络音乐经营单位在自审工作中遇到难以判定的问题,可向所在地省级文化行政部门申请行政指导。

五是建立网络音乐市场信用管理制度和强化事中事后监管。通知要求各级文化行政部门和文化市场综合执法机构加强对网络音乐市场的事中指导检查和事后监督执法工作,建立健全警示名单和黑名单等网络音乐市场信用管理制度,对网络音乐市场实行信用管理。

这位负责人说,网络音乐经营单位如有提供含有禁止内容、网络音乐产品等违法违规行为,由文化行政部门或文化市场综合执法机构依据互联网文化管理暂行规定进行查处。