

新时代如何讲好传播好“中国故事”

——问计中国文化影响力提升

●任姍姍

“中国赢了（China won）”！11月13日，美国《时代》周刊以这样的中英文命杂志封面。“Xing Lai”！11月11日，德国《明镜》周刊的封面印上了“醒来”的汉语拼音。

世界目光聚焦“中国故事”，似乎已经成为新时代的风景。越来越多的文化形象，成为传播“中国故事”的名片，越来越多的中国符号，被世界目光打量。在这当中有解读也有误读，有兼收并蓄促生的文化创新，也有文化差异带来的文化折扣，文化焦虑造成的文化休克。

如何认识中国文化的影响力？当代中国文化的内生动力在哪里？新时代我们如何推进中国文化的国际传播？

当代文化应成为一张亮丽名片

“中国在上世界上扮演的角色位置，中国在国际社会中的形象，全都发生了改变。”撰写《大趋势》的未来学家约翰·奈斯比特，在日前接受媒体采访时评价说。奈斯比特所说的这种改变，涵盖了中国文化的世界影响力。

文化艺术是国家形象的名片，站在与世界对话的前沿，它的影响力代表了一个国家的软实力。如巴黎东方语言文化学院教授、法国汉学家白乐桑说，“我们所说的‘中国’，是经济的中国、政治的中国、文化的中国”。三者合一才是完整的“中国故事”。

提起美国文化，很多人会想到电影、篮球、流行音乐，对于我们的邻邦日本、韩国，动漫、韩剧这样的当代文化符号也是共识。什么最能代表中国文化呢？2015年度中国国家形象全球调查分析报告显示，在海外受访者眼中，中医、武术和饮食是最能代表中国文化的三张名片，而在日本、韩国，“孔子、儒家思想”则被视为中国文化的代表。

当代中国文化的“出海”状况，与中国传统文化的影响力，甚至与当代中国的发展和地位仍然存在差距。以影视产业为例，中国已是全世界拥有银幕数最多的国家，截至11月20日，今年全国电影总票房突破500亿元大关；中国电视剧的制作量、播出量和收视人群也多年蝉联世界第一。这些年，中国影视剧走进了非洲、走进了欧美，但与国内如火如荼的产业发展，以及世界影视强国相比，国际市场依然是一片需要深度开发的“蓝海”。中国传媒大学戏剧与影视学院副教授赵晖引用了一组数据：2013年，韩国电视剧出口额达到1.5亿美元；同年中国电视剧的出口额为1.05亿元人民币。另据《中国电影产业研究报告》显示，2016年中国电影海外销售收入38.257亿元人民币，当年进口片的中国市场票房为205.36亿元人民币。

“中国作为文明古国，对世界文化发展有过巨大的贡献和影响；但作为当今世界的经济大国，当代文化的影响力却相对滞后。这就像一个演讲者登上了舞台，却不发声一样。这意味着，加强当代中国文化建设是一项紧迫的任务。”北京师范大学教授、中国文化国际传播研究院院长黄会林说。

原因何在？黄会林认为主要在于“三个缺少”。一是，缺少可与世界接轨的文化成果，所以要对内催生具有世界性的当代中国文化；二是，缺少合适的传播渠道，需要摸索更容易被海外接受的中国文化国际传播机

制；三是，缺少当代中国文化国际交流的共同话题和话语表达方式。

精准传播让“中国故事”落地有声

“国际传播说到底还是内容为王，即讲什么、怎么讲、谁来讲的问题。”中国文联副主席、中国电视艺术家协会主席胡占凡说。

目前，全世界有20家左右具有国际影响的24小时新闻电视媒体，基本集中在欧美发达国家，比如美国CNN、CBS、ABC，英国的BBC，日本NHK等。BBC、CNN这些老牌媒体采用新闻立台的战略，依靠强大的新闻采编能力和独家观点评论取胜。中国电视的国际传播靠什么取胜呢？胡占凡认为，应该综合各家所长形成中国自己的风格。“在话语上，构建融通中外的新概念新范畴新表述，创新话语体系；定位要代表中国立场，特别是中国和第三世界的声音；内容上要增强自己的议题设置能力；表达上要追求中国化视角国际化表达；选题要尽量着眼于人类共有的文化情感。”

纪录片是目前在海外最走俏的中国电视节目形态。纪录片被称为国家软实力中的硬通货，是展现真实立体全面中国的重要媒介。统计显示，2012年中国电视节目海外销售总额中纪录片的比重达17%。《舌尖上的中国》发行到东南亚、欧美等27个国家和地区，创造了近年来中国纪录片海外发行最好成绩。中澳合拍、讲述中国人民抗日战争的《改变世界的战争》，在澳大利亚历史频道Foxtel黄金时段播出，中英合拍的《孔子》在欧洲纪录片收视频道法国Arte播出，医疗题材的《人间世》在美国中文电视中文频道播出……中国故事、国际表达，全球题材、东方视角，成了中国纪录片与国际沟通最有效的途径。

渠道也是讲好“中国故事”的关键要素。根据中国国家形象全球调查分析报告显示，超过60%的受访者通过电视了解中国，这个比例在所有传播媒介里位居最高。中国广播电视已经覆盖全球230多个国家和地区；2016年到2017年初，中央电视台在尼泊尔、牙买加、新西兰等国电视台都开设了中国剧场；中国电视剧正从过去输出单部剧走向开设专属时段，从散兵式输出转变为规模化输出。

中国资本也在布局。华人文化入股好莱坞知名影视制作公司，其制作播出了60多部影片，包括《美丽心灵》《达芬奇密码》《24小时》等諸多斩获奥斯卡奖项、艾美奖项的佳作。“中国资本委托境外内容生产商或者联合制造，在全球影视中展示了强势的资本力量。这是文化合作还是资本嫁接？真正的文化影响尚未发挥出来。”赵晖提醒说。

不少专家还提到了塑造当代中国文化的代表人物和代表品牌。舞蹈家林怀民、沈伟、陶冶被视为中国当代舞蹈的代表人物；谭盾、郎朗、吴蛮在国际音乐舞台为“中国故事”发声；蔡国强、吴彤展示了中国跨界艺术生机；张艺谋、贾樟柯、章子怡代表了世界影坛的中国面孔……国际舞台需要更多“中国故事”的代言人。

“我们在战略层面谈了很多，‘中国故事’真正要落地、见实效，需要做大量实实在在的工作。特别是，通

由天津出版传媒集团主办的第十七届百花文学奖评选结果日前揭晓，经过读者线上线下投票和专家评审，共评选出短篇小说奖12篇，中篇小说奖13部，长篇小说奖2部，影视剧改编价值奖1部，散文奖6篇，小说新人奖2人，开放叙事奖2人。

始创于1984年的百花文学奖，每两年评选一次，旨在鼓励和带动当代文坛的创作，传扬中国严肃文学的精神。其前身为《小说月报》主办的专门性小说评选，以读者投票评选获奖者为特色，凭借自身的权威性和公正性，在作家与读者心目中占据重要地位，成为知名的全国性文学大奖。

第十七届百花文学奖评选揭晓

●周润健

据介绍，本次百花文学奖的获奖者中有王蒙、冯骥才、李存葆、韩少功、苏童、迟子建、范小青、叶广岑、裘山山等多届百花奖得主，也有近年活跃于文坛的70后、80后代表作家徐则臣、张楚、弋舟、葛亮、石一枫、双雪涛、周李立等，茅盾文学奖得主阿来本次则

凭借小说与散文获得双奖。为鼓励多元化的文学创作和传播，本届评选还新增了“开放叙事奖”和“影视剧改编价值奖”两个奖项。据了解，第十七届百花文学奖颁奖及系列活动12月上旬在天津举行，有众多获奖作家、评委莅临现场。

抓住那烟火气

——评范伟在电影《不成问题的问题》中的表演

●赵宁宇

外化彰显，质感独特，引人思考。

对于外来者秦妙斋，丁务源是来者不拒的，秦妙斋是个夸夸其谈的伪艺术家，意志薄弱，口若悬河，这样的人物品可以给农场装点文艺门面，却不会造成任何实质性威胁。范伟在面对这个对手时，总是维持着应有的分寸。丁务源早已掂清了对方的分量，对于那些艺术品不懂也无需懂，尊重，宽容，就可以赢得口碑。范伟在此节的表演，并不使用过多设计，只保持基本态度即已很好地完成任务。这是演员对人物关系的精准判断。

对于改革家尤大兴，丁务源心中是不免一惊的。尤大兴从海外归来，本领不俗，锐意改革，能够选这种人物来农场重振大业，革除丁务源当政的弊端，老板、股东眼力终究是不错的。面对这个强劲对手，范伟的表演外冷内热。外部表现小人物的在乎和气馁，内心却坚定强硬得很。一切为了保位置。丁务源绕道而行，不做正面冲突，所有的借助力量都被发动起来，一点点消耗着尤的能量，直至这位心高气傲的人物赌气离开。不战而屈人之兵，挤压式打法，丁务源又一次成功了。范伟收敛得色，在此只做平淡的外部处理，使人不仅产生联想，这位看似老好人的主任，人生的每一步，都是如此走过来的，农场之争，并不只是最后一步。

对于一直暗中作梗的李会计，范伟的表演不冷不热，任其自由行事，直到李会计甘拜下风。在此间的对手戏中，不含有更多的态度流露，盖因冷与热皆易暴露痕迹，演员对分寸的把握很好。

对于各路女性角色对手，范伟分寸拿捏得也非常好。对于佟小姐，丁务源知晓此种罗曼蒂克的小资女性心态，就令她自己做梦去。至于伪艺术家秦妙斋和佟小姐的那点荒诞浪漫，丁务源也绝不提醒，幸灾乐祸。至于对手尤大兴的太太，范伟的表演，准确地呈现了丁务源对尤太太的复杂心态，那点怜，那点恨，甚至还有一点点变态的小欲望，但丁务源控制住了，不让这

跟着诗词游中国，一看就醉了！

●悠悠

久溺于城市的喧嚣，山水和田园仿佛成了悠远的记忆，纸上的山水成了心中的惦念。想要说走就走的旅行，想要碧波泛舟、临观海，想要去看看那古诗词里的山水中国……



秦淮河

烟笼寒水月笼沙，夜泊秦淮近酒家。

——杜牧《泊秦淮》

洞庭湖

吴楚东南坼，乾坤日夜浮。

——杜甫《登岳阳楼》

西湖

孤山寺外贾亭西，水面初平云脚低。

——白居易《钱塘湖春行》

桃花潭

桃花潭水深千尺，不及汪伦送我情。

——李白《赠汪伦》

太湖

水天向晚碧沉沉，树影霞光重叠深。

——白居易《宿湖中》

双溪

闻说双溪春尚好，也拟泛轻舟，

只恐双溪舴艋舟，载不动许多愁。

——李清照《武陵春》



泰山

会当凌绝顶，一览众山小。

——杜甫《望岳》

华山

莲峰径上处，仿佛有神仙。

——祖咏《观华岳》

衡山

巨石凌空黑，飞泉照夜明。

——齐己《舟中晚望祝融峰》

嵩山

山压天中半天上，洞穿江底出江南。

——王维《送方尊师归嵩山》

峨眉山

峨眉山月半轮秋，影入平羌江水流。

——李白《峨眉山月歌》

庐山

飞流直下三千尺，疑是银河落九天。

——李白《望庐山瀑布》

(一)

清代“三元及第”牌匾亮相

●赵兴林



陈继昌题匾“德配晋隆”

筹建中的北京通州古代牌匾博物馆在整理实物中，发现了清“三元及第”钱棨、陈继昌题写的木牌匾。清代两个“三元及第”牌匾同时亮相，在国内尚属首次。

“三元及第”是指一个贡生在乡试中考第一中“解元”，在礼部会试中考第一中“会元”，在殿试中考第一中“状元”，三级考试皆第一，称为“三元及第”。据专家考证，中国科举史上共产生14个“三元”，其中清代2人，即：江苏苏州人钱棨、广西桂林人陈继昌。

乾隆四十六年（1781）辛丑科状元钱棨，是清朝首个连中“三元”的状元。钦点钱棨后，乾隆帝兴奋挥毫作《三元诗》诗：“龙虎传庐唱，太和晓日曦。国朝经百载，春榜得三元。文运风云壮，清时礼乐著。载咨申四义，敷奏近千言。诂止求端楷，所期进澹论。王曾如何继，违弼我心存。”

钱棨的题匾长174厘米，宽68厘米，材质为老杉木，系时任广东副主考、云南学政的钱棨为贡生吴毓民题匾“进士”，右侧是“钦命状元及第广东副主考云南学政内阁学士礼部侍郎钱为”，左侧是“辛酉恩科进士吴毓民立，嘉庆六年仲冬月谷旦”。

嘉庆二十五年（1820）庚

辰科状元陈继昌，是清代第二个“三元及第”，也是中国科举史上最后一个“三元”。陈继昌三元及第，朝野轰动。嘉庆皇帝认为这是“熙朝得人庆，明德著后昆”，赋诗庆贺：“大清百八载，景运两三元。”陈继昌的题匾从其家乡临桂县收集而得，长288厘米，宽128厘米，材质为杉木。从文字上看，是中状元后还在翰林院修撰国史尚未派放外任的陈继昌，题匾“德配晋隆”祝贺同乡周荣翁夫妇古稀双寿。牌匾右侧是“道光甲申年恭为荣翁周德配秦孺人七十开一双寿之庆”，左侧是“钦命赐进士三元及第翰林院修撰年家眷弟陈继昌拜题”。

有意思的是，钱棨不但中国科举史上第十三个“三元”，还是中国历史上两个“六首状元”之一（另一人是明朝黄观）。参加牌匾整理的中华社会文化发展基金会副秘书长胡承志介绍说，“六首状元”是指考秀才夺得的“小三元”，加上考状元夺得的“大三元”，共计六个第一，合称“六首”，即县考、府考、院考、乡试、会试、殿试均为第一名。

据悉，这两个“三元”的题匾，近期受邀在陈继昌的家乡广西展览，待北京通州古代牌匾博物馆建成后，将作为博物馆的“镇馆牌匾”在北京固定展出。



电影《不成问题的问题》由老舍同名短篇小说改编，编剧、导演梅峰。图为范伟饰演的主人公丁务源。

范伟是一位擅长扮演小人物的演员。他在塑造每一个角色时，都能够快速、准确地确立人物基调，简洁、有效地组织行动，并使人物品形象和观众建立起天然的亲近感。

《不成问题的问题》根据老舍同名小说改编，是具有国民性批判色彩的现实主义影片，通过抗战时期大后方一个农场发生的几个不大不小的事件，嘲讽了旧时代各色人等狭隘的生存格局和人性弱点。小小农场，就是一个独立王国。范伟塑造的丁务源，本已混得如鱼得水、左右逢源，仍处心积虑，他的每一个表态和动作，都以保住农场主任位置为目的，贯穿行动是拉住每一个助手、挤走每一份威胁，至于农场的事业，反倒在其次。范伟的表演表面波澜不惊，内里层次丰富。他抓住了烟火气，也就抓住了大气质和小细节，令演技在一部技巧平实的影片中