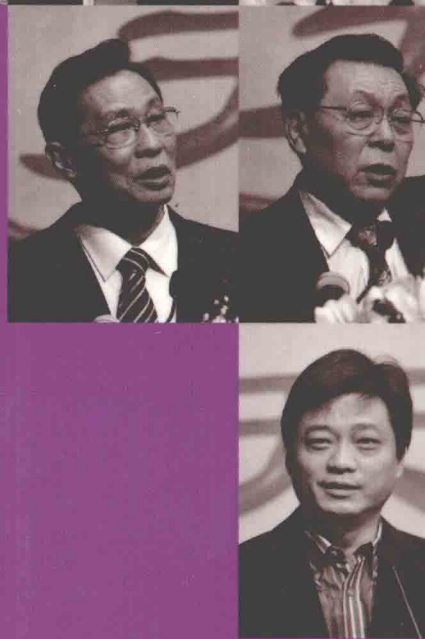


尹明华 主编



激荡

文化讲坛实录 8



JIDANG
WENHUA JIANGTAN SHILU 8

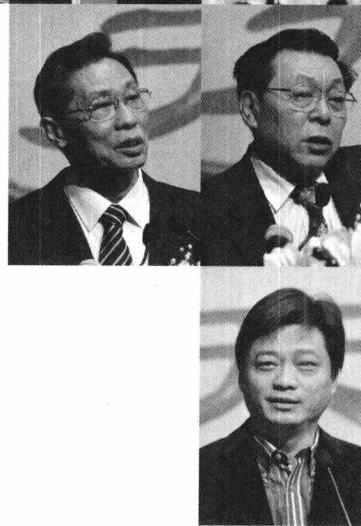
上海三联书店

尹明华
主编



激荡

文化讲坛实录 8



图书在版编目(CIP)数据

激荡：文化讲坛实录. 8/尹明华主编. —上海：上海三联书店, 2011. 3

ISBN 978 - 7 - 5426 - 3494 - 8

I. ①激… II. ①尹… III. ①文化学—文集
IV. ①G0 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 027553 号

激荡：文化讲坛实录 8

主 编 / 尹明华

责任编辑 / 黄 韬

装帧设计 / 鲁继德

监 制 / 任中伟

责任校对 / 张大伟

出版发行 / 上海三联书店

(200031)中国上海市乌鲁木齐南路 396 弄 10 号

[http: //www. sanlian. com](http://www.sanlian.com)

E-mail: shsanlian@yahoo. com. cn

印 刷 / 上海叶大印务发展有限公司

版 次 / 2011 年 3 月第 1 版

印 次 / 2011 年 3 月第 1 次印刷

开 本 / 787×1092 1/16

字 数 / 300 千字

印 张 / 22. 25

ISBN 978 - 7 - 5426 - 3494 - 8/G · 1110

定价：45.00 元



2010年11月1日上午,联合国秘书长潘基文出席解放日报报业集团第41届文化讲坛,并围绕“人类共同的文化使命”这一主题发表了主旨演讲《以未来的名义》。他同时还为解放日报报业集团文化讲坛题词“多元文化,世界和平”。这是历史上联合国秘书长第一次出席由媒体举办的文化活动。

潘基文秘书长为文化讲坛题词

多元文化 世界和平

为 解放日报 报业集团 文化讲坛而提

潘基文

2010年11月1日



海伦·克拉克为解放日报报业集团文化讲坛题词

Congratulations to
Jiefang Daily Group
& thank you for your
collaboration with UNDP.

Helen Clark,
Administrator UNDP
17.10.10.

祝贺解放日报报业集团,感谢你们与联合国开发计划署的合作。

海伦·克拉克
联合国开发计划署署长
2010年10月17日

My warmest congratulations to
the 'Cultural Forum' of Jiefang
Daily Group who is contributing
enormously to dialogue among
cultures, to having more
tolerance and knowledge about
each other and to the respect
and promotion of cultural
diversity which is close to
UNESCO's mandate and
mission.

Irina Bokova
Director General of UNESCO

21.05.10



2010年5月21日，联合国教科文组织
总干事伊琳娜·博科娃女士欣然为解放日报
报业集团文化讲坛题词。

On May 21, 2010, Ms. Irina Bokova, Director-general
of UNESCO, gladly wrote her epigraph for the
Culture Forum of Jiefang Daily Group.

“我谨向解放日报报业集团文化讲坛表示最衷心的祝贺。文化讲坛为致力于文化间对话作出了重要贡献，达成了更多理解和包容，尊重和推进了文化多元性，这些都如此接近联合国教科文组织的任务和使命。”

解放集团文化讲坛

季羡林题

丁亥冬

2008年1月17日

季羡林盛赞解放日报报业集团文化讲坛 “办得好，好好办下去！”

本报讯(记者 高慎盈 尹欣 吕林荫)学术泰斗季羡林先生听取解放日报报业集团文化讲坛的情况汇报后,赞扬文化讲坛“对于推进文化建设功德无量”,并欣然提笔为文化讲坛题名(见上图)。

2008年1月17日上午,在北京三〇一医院的康复楼里,今年98岁的季羡林先生破例安排时间,专题听取解放日报报业集团文化讲坛的情况汇报。

文化讲坛部的成员向季老汇报,文化讲坛以传承与弘扬中华文化、推进和谐文化建设为宗旨,至今已举办了13届,先后邀请了四十多位文化名人纵论多个文化主题,影响力不断提升。季老听后非常高兴,他说:“这是件好事,对于推进文化建

设功德无量。”

季老在了解了每一届文化讲坛的主题和嘉宾情况后,说:
“这个讲坛有特点,办得好,应当好好办下去!”

季老又饶有兴致地问起下一届文化讲坛的筹备情况。文化讲坛部的成员向他汇报:第14届文化讲坛将于3月份举办,邀请了英国大英博物馆、法国卢浮宫、美国大都会博物馆、俄罗斯冬宫、中国故宫博物院等博物馆馆长,共论“人类文明的共享与弘扬”。季老听后说:“这个很重要,我们的文化建设,一定要重视文化交流,既要送出去,也要引进来。”

在欣然提笔为解放日报报业集团文化讲坛题名之后,谈兴甚浓的季羨林先生又接受了本报记者的独家专访。

(原载《解放日报》2008年1月22日第1版)

序：文化讲坛对我们意味着什么

—

凯恩斯在他的《通论》一书中的结论是：“真正对一个社会产生好与坏影响的，不是既得利益，而是思潮或思想。”

已连续举办几年的解放日报报业集团文化讲坛，是一个激情励志的平台，一个思想涌流的平台。

我们以文化讲坛的名义，成功地邀请了英国大英博物馆、法国卢浮宫、美国纽约大都会博物馆、俄罗斯冬宫、中国故宫博物院等世界最为著名的五家博物馆的馆长会聚上海，和我们上海博物馆馆长一起，畅谈“人类文明的共享和弘扬”。

以文化讲坛的名义，我们实现了曾被中国故宫的专家们认

为是不可能做到的梦想，未可撼动地展现出创意的美妙和魅力。

以文化讲坛的名义，我们尝试了用“请进来”的方式，以文化为纽带，通过包括俄罗斯图文通讯社等在内的国内外数十家报纸、电视、网站的报道，将世博会前的上海风貌、上海形象进一步“走出”国门，向世人作了生动具体的展示。同时探索了国内报业做好外宣工作的新途径，即：如何立足本地，面向世界，为国家的对外交往和经济融合进行多种形式的文化策应。

以文化讲坛的名义，我们进一步体验了党报集团的使命和责任。作为社会的公共文化载体，除了通过资讯传递和图文表达来服务大众、引导社会以外，我们还可以运用媒体品牌的号召力，通过创见性的活动组织，为上海乃至国家级的图书馆、博物馆搭建和扩展对外交流、交往的平台，加深不同国家、不同民族和不同文化之间的理解和沟通。

以文化讲坛的名义，传统报业媒体在突破自身限制的过程中，传播想象力、影响力和实现的可能性被进一步放大，除了报纸、电视、网站以外，手机报、电子报和街头公共视频等新媒体也在即时传播中大显身手，人们可以在不同的时空条件下依据兴趣和需求，获取到不同形式的资讯。传播途径的多样化并被合理有效地获得使用，预示着一个结构性资讯产品时代的到来。

二

即使在博物馆行业，这些世界顶级博物馆的馆长们也难有这样的相聚机会。

即使是中国的部级以上要员，参观世界著名博物馆，一般情况下，馆长们绝不会亲身陪同。

一家中国地方报业集团发出的一纸邀请，能够打动他们吗？

纽约大都会博物馆馆长菲利普·德蒙特贝罗说,我被“人类文明的共享与弘扬”这个主题所打动,它吸引了我,并促使我对人类文化的流动性、互动性和综合性进行了一次深入思考。

大英博物馆馆长尼尔·麦克格瑞格说,在英国,我们经常和《卫报》合作,就博物馆推出的不同展品,寻求话题在报纸上展开争论,吸引更多的观众参与。我没想到,中国的报业集团也这样做了,所以我很高兴前来参加这次讲坛。

俄罗斯冬宫馆长米哈伊尔·彼奥特罗夫斯基能讲六国语言,是普京的好友。他说,我被讲坛的主题和你们的诚意所感动,说实话,这样的同行相聚机会是不多的。我希望下一次的高峰论坛能在冬宫举办,到时我会邀请普京总理(那时候)参加。并且,如果文化讲坛走进国外的一些著名大学与听众交流,也是一件非常好的事,我本人也非常乐意再次接到邀请前去参会。

卢浮宫馆长代表凯瑟琳·吉约说,有一个自己所热爱的职业,有兴趣为它献身,致力于对人类精神的文化关怀,这是人生的一件幸事。这次文化讲坛的主题与我们的兴趣和追求是一致的。何况,在卢浮宫,来自中国的游客越来越多,更好地服务他们,符合卢浮宫“向世界打开门户”的方针。

中国故宫博物院馆长郑欣淼说,因为文化讲坛,我们实现了与世界著名博物馆馆长在中国的坐而论道。我由衷地感谢解放报业集团,你们所做的一切,不仅具有文化价值,同时也充分体现了媒体在今天的使命和追求。

著名节目主持人杨澜,曾以嘉宾的身份参加过文化讲坛。在接到请她主持本次讲坛的邀请后,欣然应允,并表示,再忙也要来,这是一种幸运,非常的幸运。

美国的希尔顿曾举例说,一块普通的钢板只值 5 美元,制成马蹄掌值 10 美元,做成钢针 3350 美元,做成手表摆针 35 万

美元。能经受翻来覆去残酷打磨敲击的价值,可为原来的 5 万倍。

传播介质及其装载的内容同样需要反复打磨敲击,以毕现它的十倍,甚至百倍于其原来的价值。

历经锤打的文化讲坛终于具有了相当的厚度和重量的准备,可以让不同国家、不同民族、不同文化、不同身份的高端人群归流上海,相聚在同一时空,为共享人类文明高谈阔论,为弘扬人类精神献计献策,这体现了文化创意的非凡感召力!在全球化和互联网时代,不论东西南北,大家可以平等地共享瞬时交互的平台和途径。怎样集聚、整合现有的文化资源,并再造出个性化内容的新的生命特征?创意将变得无比重要!

传播中的创意,是在用时间流逝的方式告诉人们什么是最好的选择。

这是全新的传播课题。

三

文化讲坛的名义,事实上是一种文化的名义。

文化是什么?是一种不可动摇的思考习惯,一种身不由己的行为方式,一种难以摆脱的物化形态,一种具有规律痕迹的合理解释。

总在晃动、然后不可避免消失的东西,不应成为文化;想方设法去改动、变动而未能完全如愿的东西,很可能已经成为文化。譬如中国许多地方的大排档和地摊式的消费方式,靠城管人员“赶尽杀绝”,永远做不到,因为它已经成为被大多数普通中国人接受的一种特有生活方式,你只能改善它、规范它,而不能加以灭除。因为从本质上说,一旦形成大多数人愿意接受的行为方式或是文化形态,就很难从根本上加以铲除。对其进行

有效的改善和规范,也要经历相当长的时间。

既然如此,以文化的名义,或者以文化的方式去召唤,去说服,去沟通,就有可能获得大多数人的关注和理解。许多事情如果从文化现象上去进行解剖和分析,就有可能找到历史的成因和破解的途径。

自然,对文化含义的解释还远远不至于此。

当年,毛泽东推动的中国原子弹巨大的投入,产生的是三十多年的和平,这是矛盾转换论的成功实例。

成功的文化讲坛,最终的效应也必然会转换在增强报纸影响力上。

文化讲坛高举的是文化的旗帜。文化包容了意识形态,又可以超越意识形态之争。即使是暂时的、表层的超越,也能够成为为沟通、理解、融合的需要而作出现实选择的一种好的方式,因而也就具备了汇合多方观点、会聚多方注意力、凝聚多方力量的可能。

党报集团具有鲜明的意识形态属性。这是中国报业区别于其他行业的显著特征,也是内容传播中时时要坚守的边界。但是与外界的合作不能总是端出自己的“区别部分”,而应拿出能够“竞合”的部分来设法吸引他人的参与和讨论,这样才有可能达到共识,形成共赢,才能在维护自身核心价值观的同时,又能构建和谐形态。

党报新闻工作者既是意识形态工作者,更是文化工作者。能否打好文化牌,在一定程度上取决于我们对文化以及文化力量的理解程度;能否用好文化的名义做好自身的工作,在很多时候取决于我们对政治责任的认识和文化使命的追求。

四

在受众资讯选择权不断放大的今天,传统媒体,尤其是报纸

式微的趋势日趋明显。报业经济主要支撑力的广告,被层出不穷的新型传播形态加快分流,宏观经济结构性调整所带来的每一波震动,都无可避免地砸向已经十分脆弱的报业经济神经。

在艰难而漫长的报业增长方式转变过程中,许多报纸受制于现有的新闻运行体制和运作机制,内容的改变十分艰难,同时也不会在短时期内见效。在内容一时难以应对形势变化带来的风险之时,加强对包括新媒体在内的多种传播途径的研究,通过不同于传统意义上的传播方式和活动体验,巩固和扩展报业核心竞争优势,就尤为重要。

文化讲坛,就是在变化的形势下突破传播瓶颈,改变自己局限,提升报业竞争力和影响力的一种尝试。

借助于文化讲坛,党报的表现方式获得了改变,内容由简单的逻辑叙述呈现为感性的活泼,配置以现场气氛的文学式描述,以及画龙点睛式的题目标示、富有冲击力的大幅彩照,让读者浸润捧读之中又常会忍俊不禁。宽泛的知识区域、轻松幽默的谈吐式演讲和对话,以及登高望远鸟瞰式的文化视觉,无不给人以渐入佳境的对等、深度思考的动力和催生想象力的空间。

借助于文化讲坛,报纸的广告投入者中,增加了一批睿智而富有文化追求的企业家,他们乐于为文化而投入,为文化而贡献,报纸原有的市场吸附力因为文化讲坛的一次次成功举办而增加了新的经济附加值。

借助于文化讲坛,报业集团结识了一批高层次、高智商、有名望、多领域中的专家、学者和名人,逐步形成和搭建了企业健康生存和发展所必需的良好外部人脉环境。他们不仅是文化讲坛的演讲嘉宾,还能为办好文化讲坛出谋划策;不仅为文化讲坛宣传鼓动,还为新的嘉宾人选举荐介绍。毫无疑问,他们已是解放报业集团体制外的一笔宝贵财富和发展力量。

借助于文化讲坛,报业集团发展中所需的多种能力培育进

入了新境界,对外交流、公共关系、外语翻译、活动组织、技术支撑以及多种媒体的宣传策划和报道资源的交互配置等,其应对市场的能级在一次次体验中不断获得提升。纽约大都会博物馆馆长不止一次地肯定说,你们的组织安排很有序、很准时,十分专业!

借助于文化讲坛,我们的传播理念、传播方式也在发生积极的变化。今天,我们可以进一步认识到,就报纸的作用来说,它是重要的但并非唯一;就以网络为代表的新媒体效果来说,级数比加法重要,同步比递进重要;就品牌的作用来说,用了才算有,不用等于没有;就财富的拥有来说,内部的能级和外部的人脉比净资产更重要;就传播形态的变化来说,每一种传播方式都有不同的受众影响力;就传播的影响力来说,多一种传播途径就多一份价值体现。传媒业能否开拓自身发展前景,最终将取决于富有创意、重视设计、有整合能力、具有同情心和文化娱乐感,以及能为事物赋予新意义的人。

有人说,成功者最重要的,是从不低估自己,因为你周围的人已经替你做了许多或从未做过什么;今天要做的,只是证明他人已经做的未必全对,以及没做的可能应该抓紧去做。

文化讲坛的深入举办,将赋予我们更多的时间来觉悟,将意味着我们会有更多的期许,更多的收获!



写于 2008 年 4 月

(作者为解放日报报业集团党委书记、社长)