

# 推选湖南十大文化地标

湖南日报1月12日讯(记者 龙文涛 通讯员 周东平)今天,湖南省十大文化地标推选活动在长沙启动。活动将在全省推选出十大文化地标、10个知名文化地标,打造一批在全国叫得响的湖南文化地标。

本次活动是省第六届网络文化节的主

体活动之一,由省文化厅、省委网信办主办,旨在推动文化地标的研究宣传与保护利用。

启动仪式上,专家评审团代表、湖南大学建筑学院党委书记、副院长、博士生导师柳肃介绍,此次推选将从文化内涵、地理标志、艺术审美、现存状态、社会影响等5个维

度进行评选。除了一般文化因素以外,还将关注参选地标所在地区的地域特色,其与地域历史、现实生活的关联性。少数民族地区的参选地标,将特别关注民族文化和民族艺术特色。

从今天起,省内所有与文化相关的、在城市(区域)内具有文化代表性的建筑

物、景点、书店、剧院、街区、园区等标志性地点或区域,均可登录省文化厅官方网站、红网等,下载表格报名。经过文化地标管理部门申报、县区文化行政部门审核、市州文化行政部门推荐、专家评审、网络投票、组委会审定等环节,推选结果将于今年4月出炉。

## 长沙理工大学获“重大课题攻关项目”

湖南日报1月12日讯(通讯员 邓岷峰)日前,长沙理工大学经济与管理学院刘建江教授作为首席专家申报的《发达国家“再工业化”对中国制造转型升级的影响及对策研究》获批教育部2017年度重大课题攻关项目。据悉,这是2017年度我省在该级别项目上获得的唯一项目。

教育部重大课题攻关项目是教育部设立,2017年全国共53项课题立项。刘建江教授说:“作为一个深深融入到全球经济体系中的崛起中的制造业大国,中国制造业发展方式转变、发展模式转换与发达国家再工业化战略形成历史性交汇,破解中国制造转型升级的难点及关键点,分析中国制造转型升级的战略框架、实施路径和支撑体系,培育中国制造竞争优势与创新驱动发展体系,助推中国制造向中国智造、中国创造转变,使中国由制造大国向制造强国转变,具有重大研究价值。”

## 让孩子感受传统戏剧魅力

湖南日报1月12日讯(记者 熊远帆)今天,由长沙市委宣传部等部门联合主办的“欢乐潇湘·品质长沙——第六届校园文化进社区暨戏曲进校园”总决赛在长沙音乐厅上演。

长沙市第六届校园文化进社区暨戏曲进校园已走遍长沙市6区3县(市),共开展了30余场校园戏曲展演。展演的所有节目均由本辖区学校中的优秀戏曲苗子表演,遴选出12个优胜节目汇聚在总决赛的舞台上。本场总决赛采用专家评审与大众评审相结合的方式,进行综合评判,最终,来自长沙县果园镇中心学校的湘剧高腔《琵琶记》选段《描容上京》获得金奖。

## 涟源升级机制培育名师

湖南日报1月12日讯(记者 周俊 通讯员 李青平 文迪光)1月11日,在涟源市三一学校,教师陈寒窗通过带领学生进行人体器官模型组装,将生物课变成了学生热爱的兴趣课。

近年来,涟源市把教师的培训和再教育作为提升教育质量的突破口。定期召开市长办公会议,专题研究教师培训工作和经费落实等情况,市财政严格按照不低于教职工工资总额的1.5%安排预算,各学校按不低于年度公用经费预算总额的8%安排教师培训经费。3年来,涟源市共有近700名校长和骨干教师外出参加培训,参加市级培训的教师达12200人次。

同时,涟源努力构建完善“城乡联动”同步研训机制,构建起了城乡捆绑的教学领军团队、学习型研究型教师团队。目前,涟源市已建立由42名教研员与培训教师组成的专职研训团队,以及由800余名优秀教师组成的兼职研训团队。



(资料照片)

湖南日报1月12日讯(记者 龙文涛 通讯员 李叶)央视大型文博探索节目《国家宝藏》持续热播,9大博物馆的国家级珍宝依次登场。作为见证华夏文明多源头格局的历史艺术博物馆,本周日(1月14日),湖南省博物馆的辛追墓T形帛画、长沙窑青釉褐彩诗文执壶、皿方斝3件“国宝”将在节目中精彩亮相,一展湖湘文化魅力。

全新启航的湖南省博物馆从18万余件

## 本周日《国家宝藏》就看新湘博

馆藏中,甄选出3件独具特色的国之重器。

1972年在长沙马王堆一号汉墓出土的辛追墓T形帛画,把神话、想象和现实生活完美地统一起来,体现了古人对天国的想象和追求永生的幻想,在我国古代绘画史上难得一见,堪称中华民族的艺术瑰宝。

唐代长沙窑青釉褐彩诗文执壶是用于饮酒的酒壶,以诗歌为饰是长沙窑装饰的重要特征。“春水春池满,春时春草生,春人饮春酒,春鸟啼春声。”壶上诗文春意盎然、朗朗上口、书法遒劲,是长沙窑诗文壶的代表作。

皿方斝压轴登场。由于历史原因,它曾盖身分离一个世纪之久,2014年,经过多方努力,它终于身盖合一,完璧归湘,圆了湖湘乃至中国文博界、收藏界、艺术界流失海外重器重回故土的“大梦”,见证了中华文化的自强不息。

节目中,雷佳、何炅、黄渤和王嘉等4位“国宝守护人”将通过精彩演绎,带我们走近这3件“国宝”的前世今生。



## 人机共舞

1月11日晚,隆回县华星职业中专艺术节上,机器人和学生共舞。该校学生自己编程操作机器人、自己编排舞蹈,让观众大开眼界。

罗理力 摄

## 200分钟“生死时速” 男子“复生”

轮椅上的余先生突发心跳、呼吸骤停倒地。

当班医生王惠芳二话不说,马上跪地开展徒手心肺复苏。随后,急诊科主任韩小彤教授将余先生转移至床位上,采用自动心脏按压系统持续胸外心脏按压,并给予气管插管,上呼吸机,其他医护人员为患者建立静脉通道,注射急救药物……

所有抢救措施都在忙而不乱中进行。抢救过程中,医务人员了解到,余先生患尿毒症多年,每周都要做两次血液透析。高钾

血症是尿毒症常见并发症。检查发现,患者血钾已高达9.6,而血钾超过6就有心跳骤停的危险。

10时28分,医务人员为患者安装了临时心脏起搏器,在起搏器的电刺激带动下,心跳一度恢复。10时40分,患者病情再次恶化,起搏器电刺激逐渐不能带动心脏跳动。

心肺复苏的抢救时间通常为半小时,若患者仍未恢复生命体征,按医疗常规,就没有继续抢救的意义了。但考虑到患者心

脏停跳的急性可逆性病因是高钾血症,只要解除高钾,患者还是有生存希望,韩小彤主任指示“再试试”。同时,医务人员又为患者进行对侧股静脉插管,终于成功建立血透通道,为他开展床旁血液透析。

经过近2小时的血液透析,患者的血钾接近正常值,加上持续高效的心肺复苏,心肌收缩力逐渐恢复。13时22分,历经近200分钟的持续胸外心脏按压,余先生终于恢复自主心跳!

# 聚焦“新阅读时代”

——来自2018北京图书订货会的现场观察

作为引领书业发展的“风向标”,一年一度的北京图书订货会开幕,点燃了寒冬里人们对书籍、对知识的渴求与期待。新书好书集中亮相,哪些书最畅销?虚拟现实、人工智能等新技术层出不穷,“书”的样貌发生了哪些改变?进入“新阅读时代”,买书、看书是否更便捷?

新华社记者 史竞男 白瀛 张漫子

### 反映新需求:

主题出版和少儿图书火爆

在本届图书订货会专门设立了“十八大以来优秀政治读物·十九大图文书献”展区,《党的十九大报告辅导读本》《习近平谈治国理政》第二卷、《习近平讲故事》《领航——从一大到十九大》《重读毛泽东》、“四伟人传”等主题出版物,吸引了众多目光。

人民出版社社长黄书元告诉记者,人民出版社已出版十九大文件及学习辅导读物18种,发行量已经超过1.2亿册,创主题出版发行量历史新高,各地都有大量读者自发购买,反映出当下社会各界对中国特色社会主义新时代了解的旺盛需求。

童书馆是本届图书订货会最具人气的场馆之一,琳琅满目的最新童书、立体有趣的少儿绘本,吸引了大批前来洽谈采购的经销商。据统计,目前童书约占图书销售总量的四分之一,是市场增长的主要推动力。

“近年来,中国原创少儿图书积累了相当数量的优秀作品,各出版机构也越来越重视中国本土、本民族的原创新童书的选题开发。”当当副总裁陈立均向记者透露,当当童书2017年实现60%的高速增长,总销量达4.1亿册,其中国内原创作品占1/3,中国本土原创少儿图书呈蓬勃发展趋势并预计在2018年继续保持热度。

今年图书订货会上,接力出版社推出了原创图画书《驯鹿的孩子》,天天出版社推出了曹文轩的《萤王》、张之路的《金雨滴》等儿童文学名家新作,安徽少年儿童出版社推出《别叫他宝贝,他是行者辛巴》等少儿图书,均彰显出原创精品书的生命力。

湖南教育出版社社长黄步接受采访时说,少儿图书的火爆,反映了中国家长对家庭教育的重视程度以及全民阅读意识的提高;今年湖南教育出版社将重点推出青春教育、德育养成等方面的少儿图书,以适应不断增长的市场需求。

此外,中华书局的《本草中国》《康震讲中国古典诗词之美》、人民文学出版社的《楼兰啊,楼兰》,大象出版社的《赏词如风——王立群品读经典诗词》、电子工业出版社的《领跑力:企业、城市和国家的引领之道》等传统文化类书籍和产业创新领域的图书在本届订货会上也受到关注。



阅读新体验 漫画/傅汝萍

### 玩转新技术:人工智能引领“听书时代”

移动互联网时代,新技术不断发展,跨界,也深深影响着图书出版领域。北京开卷信息技术有限公司总经理蒋艳平认为,信息爆炸、认知盈余、人工智能,重塑着公众的认知及学习的方式,让出版领域在内容、传播和服务方面开拓出新的可能性。

订货会上,扫二维码即可“观看”的视频书已不再小众。不喜欢或不方便“看”书?那还可以选择“听”书——

据业内预测,2018年国内听书市场将以更快的增长速度持续增至44.3亿元人民币,听书时代已经到来。

喜马拉雅FM副总裁袁峰介绍,“喜马拉雅”拥有近4.5亿激活用户,人均收听的时长128分钟。“内容产业已经从单向或多向的传播,全面进入智能交互传播时代。”

当当云阅读平台最新推出情感

型人工智能“微软小冰”录制的听书,语音清晰自然,还会用恰当语气扮演故事中的角色,注意发音的抑扬顿挫和轻重缓急,并根据故事的风格配上相应的音乐。

据介绍,“小冰”朗读的《安徒生童话选》《木偶奇遇记》《王尔德童话》《绿野仙踪》等故事已入驻当当听书频道。上线仅半年,当当云阅读已有50万听书用户,1000万次点击量。

“新阅读时代的最大变革在于服务大数据、互联网人工智能和虚拟现实等新技术的发展,为阅读服务提供了更人性化的载体、更多元的方式、更无限的可能,让服务成为阅读变革产业创新的新动力。”安徽出版集团

有限责任公司董事长王民说,人工智能进入数字出版,将全面提升阅读展现形式和内容呈现模式。

### 瞄准新趋势:

实体书店回暖,数据驱动业态新方向

“公司附近的来福士,去年新开业一家西西弗书店,成了我下班后的新去处。书店内置咖啡区,可以携书进入,读书、逛书店的体验越来越好了。”图书订货会上,读者徐伊然告诉记者。

徐伊然发现,去年北京新开的几家实体书店,多数进驻了城市综合体,不仅为市民提供了雅致的阅读空间,也提升了商区的人文气质。

经历了几年的“寒冬”,中国实体书店近来回暖迹象明显。江西的“新华壹品”、河北的“小桔灯绘本馆”、安徽的“前言后记”、湖北的“九丘书店”、广州的“约阅BOOK”……新华书店在全国各地布局了一批子品牌网点,为这家“传统老店”注入了新活力。

同时,民营连锁书店的扩张提速,造就了“言几又”“钟书阁”等一批全国知名书店品牌。复苏的实体书店不仅成为城市的精神地标,更让读者重获诗意栖居地。

2017年以来,中国出版企业通过资本运作做大做强进入了一个新阶段。2017年,中国科传、新经典、中国出版、掌阅科技、世纪天鸿、山东出版6家出版发行企业相继上市,创出版业年度上市企业数量新高;而2018年,北洋传媒、吉林出版、中信出版等都有望登陆主板市场……

此外,内容本身所蕴含的数据成为我国出版企业最关键、最本质的核心竞争力。业内认为,出版业内容与数据的联姻已逐渐成为常态,越来越多的出版企业将以此为契机,为读者提供更精准的服务。

中国出版集团总裁谭跃表示,在大数据、云计算、人工智能、虚拟现实为代表的新技术浪潮下,数字化呈现虚拟技术、共享经济、移动支付、数字创意驱动四方面的趋势。在此背景下,传统出版企业的要害是内容数据,关键是内容数据的集成,核心是内容数据的研发应用。未来内容数据的规模、资产化、集约性、增值潜力将越来越代表着出版新业态的方向。

(新华社北京1月11日电)

## 出版业走进高质量发展新时代

——专访全国人大教科文卫委员会主任委员柳斌杰

新华社记者 史竞男 白瀛

2018北京图书订货会11日开幕。进入新时代,出版业迎来哪些新挑战?面对我国出版规模稳居世界第一却“大而不强”的现状,如何改变?中国出版怎样才能全方位走向世界,从“送出去”转变为“卖出去”?就这些问题,全国人大教科文卫委员会主任委员柳斌杰日前在京接受了记者采访。

党的十九大作出重要判断,新时代我国社会的主要矛盾,已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。柳斌杰认为,这种转变,同样决定我国出版业发展的新要求。

柳斌杰说,国家由“富起来”转变为“强起来”,所有行业都要上一个台阶,出版业也要进入高质量发展的新时代,由数量规模转变到质量效益的轨道上;出版业应该拿出高质量、高水平的出版物,阐述中国思想、讲好中国故事、解读中国方案、指导中国实践、传播中国智慧。

中国出版规模虽稳居世界第一,但仍然“大而不强”。柳斌杰认为,出版业的新征程就是把出版大国变成“出版强国”,“强起来”的关键在补短板。

我国出版业还存在哪些亟待解决的问题?他归纳了以下几点:

内容不强。不能创作出在全球同行中公认的顶级出版物,不能进入世界排行榜,就没有引领世界思想、文化、科技潮流的话语权。中国出版必须下决心站到世界制高点上,发挥中国智慧的引领作用。

企业不强。我国出版企业数量多,规模小、太分散,跨国出版能力弱。必须下决心解决“小舢板”问题,打造“出版航母”进入“大海大洋”竞争发展。

队伍不强。我国出版优秀骨干队伍在减少,要加强出版队伍建设,让一批文化科技大师大家、高端技术人才进入出版行业,发展新型出版产业。

渠道不强。我国出版产业还停留在写书、出书、卖书的流程上,并未完全转变为“知识供应商”,不能多渠道为读者推送出版的优质内容。出版业的内容优势,一定要与新技术新平台新渠道融合,让人民群众在新平台上也能阅读优秀作品。

中国出版要如何才能做到全方位“走出去”、提升文化软实力?柳斌杰说,中国出版只有从“送出去”转变为“卖出去”,才会真正有国际影响力。

他认为,要做到这点,需要坚持中国立场,讲外国愿意听的“中国故事”,选题要让外国人感兴趣;要用国际表达方式,让国际社会能读得懂、听得懂;要用版权贸易的方式,让外国出版社出版中国精品力作,那样才能进入西方主流社会,要让中国出版企业走出去,在外围本土搞出版,跨国发展中国出版业,被外国读者接受。

他建议,中国出版企业要多与跨国出版公司合作,用别人的品牌和渠道做中国的出版,要以市场化方式推介中国出版产品。(据新华社北京1月11日电)