

文化自信视野下的宁波文化建设研究

张英 陈珊珊

摘要：文化自信是一个民族、一个国家以及一个政党对自身文化价值的充分肯定和积极践行，并对其文化的生命力持有的坚定信心。本文通过对宁波坚定文化自信的理论和坚实基础的梳理，提出进一步加强宁波文化自信的发展路径：继承和弘扬宁波地域优秀传统文化，凝聚城市文化认同；提供更高水平的文化服务，提升城市文化品质；推动文化创意产业高质量发展，增强城市文化竞争力；加快宁波文化走出去，扩大城市文化影响力。

关键词：文化自信；文化建设；基础；路径

作者：张英、陈珊珊，宁波市社会科学院文化研究所，硕士。（浙江宁波 315000）

党的十八大以来，习近平总书记高度重视文化建设，围绕提高国家文化软实力、坚定文化自信这一主题，提出了许多新理念新思想新要求。这一系列有关文化的重要论述，不仅深刻回答了新的时代条件下为什么要坚持文化自信以及如何坚持文化自信等重大理论和现实问题，而且丰富和发展了中国特色社会主义文化理论和党中央治国理政新理念新思想新战略。习近平总书记的文化自信思想，不仅有高度的理论价值，更有鲜明的实践意义，为推进宁波文化建设提供了战略指引。

一、文化自信思想的理论解读和时代价值

2014年3月7日，习近平总书记在全国两会期间参加贵州代表团审议时，首次将“文化自信”和“道路自信、理论自信、制度自信”作为一个整体集中提出来，指出在坚定“三个自信”的同时，最根本的“还要加一个文化自信”。2014年12月22日，习总书记在与澳门师生座谈时又特别强调，文化自信是“三个自信”的基础。2016年7月1日，在庆祝中国共产党成立95周年大会上的讲话中，习总书记对文化自信特别加以阐释，指出“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信”。将“文化自信”提升到与“三个自信”同等重要的位置，将“三个自信”变为“四个自信”，是对中国特色社会主义的一次理论完善和升华，表明中国共产党从战略和全局的高度充分认识到文化在国家发展中的战略地位以及文化软实力的重要性。因此，塑造并不断提升文化自信，为实现中华民族伟大复兴的中国梦凝聚勇气和力量，是一个重要的理论和实践课题。

文化自信是一个民族、一个国家以及一个政党对自身文化价值的充分肯定和积极践行，并对其文化的生命力持有的坚定信心。从内涵来讲，当下中国提出的文化自信主要包含对中国优秀传统文化的自信、对在党和人民伟大斗争中孕育的革命文化的自信、对社会主义先进文化的自信以及对外来文化兼容并包的自信。

（一）文化自信思想是宁波推进文化强市建设的重要理论指引

当前，在城市建设过程中如何形成独特的城市品牌、如何处理与文化的关系、如何在多元文化之间的交流和冲突中提升自己的本土文化，是中国很多城市面临的共同问题，宁波在打造文化强市的过程中也必须客观面对这些问题。文化自信内在包含着传承、开放与超越，即继承传统、吸纳外来和走向未来。这就需要在推进宁波文化强市建设过程中以科学理性的态度，坚定文化信念和文化追求，正确看待自身的文化资源，重视自身的文化特色和文化禀赋，辩证对待外来文化，充分认识文化的发展前景。

（二）宁波的文化强市建设是推动文化自信思想落地生根的地方实践

宁波“名城名都”建设目标的提出，就是要进一步强调文化建设是城市发展的重要内涵，是城市的凝聚力和自信心的源泉，是彰显城市魅力和竞争力的重要支撑。这在本质上与文化自信思想是一脉相承的。

二、现实基础：宁波的文化自信从哪里来

结合习近平文化自信思想的主要内涵，我们可以从三个不同维度梳理宁波坚定文化自信的现实基础。

（一）从传统文化积淀来看，宁波的历史文化底蕴厚重深远

宁波有 7000 多年的文明史、1195 年的建城史，因此积累了丰富的历史文化资源，形成了厚重的历史文化底蕴，为今天宁波的文化自信奠定了深厚的历史根基。

1. 思想文化遗产方面。宁波不仅是中华文明的重要发源地，更是宋代以来中国思想文化的重镇，其突出标志就是浙东学术文化。浙东学术文化在文化价值上，坚持实学实用、经世致用；在文化精神上，以其独立思考的批判意识和较强的历史自觉性，体现出民主启蒙思想的光芒。习近平总书记数次点赞宁波的思想文化遗产，认为“王阳明的心学正是中国传统文化的精华”，“黄宗羲所具有的民主启蒙性质的民本思想，在中国思想文化史上产生了很大的影响”。

2. 物质文化遗产方面。截至 2017 年，市域内有宁波、余姚 2 个名城；慈城石浦前童等 3 处国家级古镇；奉化市溪口镇、余姚市临山镇等 5 处省级古镇；许家山、龙宫等 72 处历史文化名村。历史城区范围内划定了月湖、永寿、秀水等 8 处历史文化街区，莲桥街等 3 处历史地段；划定了镇海口海防史迹保护区和甬江北工业遗产保护区等 2 处特殊类型历史地段、41 条历史街巷；大运河成功申遗，它山堰入选世界灌溉工程遗产等。另外，宁波是全国知名的“博物馆之乡”。

3. 非物质文化遗产方面。宁波从 2003 年开始进行民族民间艺术和非物质文化遗产普查，经过 10 多年努力，已形成国家、省、市、县四级非遗名录保护体系，其中国家级非遗项目 23 项、省级 89 项、市级 190 项、县级 520 项，项目涵盖民间文学、传统音乐、传统舞蹈、传统体育、游艺与杂技、传统美术、传统技艺、传统医药、民俗等多方面。象山海洋渔文化生态保护实验区被文化部批准为国家级文化生态保护区，成为浙江省唯一的国家级非遗保护实验区，也是我国唯一以海洋渔文化为保护核心的文化生态保护实验区。

（二）从现代文化发展来看，宁波的文化创新活力逐步展现

宁波在现代文化发展中所展示出的文化创新活力，是宁波坚定文化自信的重要依托。

1. 文化民生方面。宁波的公共文化服务体系建设一直走在全省乃至全国的前列。10 个区县（市）均为“浙江省文化先进县”，其中有 7 个区县（市）还被授予“全国文化先进县”称号。鄞州区成功创建“国家公共文化服务体系示范区”，慈溪市被列为“浙江省首批公共文化服务体系示范区”之一。此外，2016 年 8 月，宁波在全国率先启动“一人一艺”全民艺术普及工程。

2. 文化产业方面。近年来，宁波在不断繁荣文化事业的同时，着力推动文化产业进入新的发展阶段。宁波市统计局统计快报显示，2017 年宁波文创产业增加值总量为 716.27 亿元，同比增长 22.2%，占 GDP 的比重为 7.27%。其中规模以上文创产业增加值 480.19 亿元，同比增长 22.5%，占全部文创产业增加值的比重为 67%。按浙江省文化及相关特色产业行业统计口径，2017 年宁波实现规（限）上文化及相关特色产业增加值 372.86 亿元，同比增长 24.5%。

3. 文化体制改革方面。宁波作为国家、省文化体制改革综合试点地区，在文化体制改革方面也进行了多项探索，并取得了良好成效。媒体改革与融合发展、宣传文化系统国有企业资本多元化改革、文化事业单位理事会制度改革……一系列重点领域

和关键环节改革全面深化，破冰起航。

（三）从文化交流来看，宁波的城市文化影响力不断提升

作为唐宋以来中国最重要的港口城市和对外文化交流的前沿阵地，宁波的文化实践充分包涵了文化交流的内容。在推动宁波文化“走出去”和“引进来”的同时，宁波的文化影响力也在不断拓展，并成功当选为2016年“东亚文化之都”，为宁波坚定文化自信营造了良好环境。

1. 文化“走出去”进程不断加快。近五年来，宁波相继与美国、波兰、法国、日本、韩国、德国、土耳其、中东欧及香港、台湾、澳门等20多个国家和地区实施出访交流项目近百批次，其中先后输出了舞剧《十里红妆》、青瓷瓯乐等具有中国特色和宁波地域风格的文化精品50余批次1000多人次，取得了明显的社会效益。

2. 文化“引进来”领域不断拓宽。经过多年建设，宁波国际友城已达71个。五年来，引进国际性展览50多场次、海外演出200多场次。同时，以“东亚文化之都”为平台，促进宁波城市文化在亚洲区域内的交融、合作、发展。以承办第二届中东欧博览会为契机，与中东欧国家开展了广泛的文化艺术交流活动，依托海上丝绸之路创新设计产业联盟，深化和“海上丝绸之路”沿线国家海商文化方面的交流和合作。

3. 文化交流品牌项目初步形成。一是“中国国际声乐比赛”。该赛事由国家文化部主办、宁波市政府承办，每三年举办一届，如今永久落户宁波，成为我国一项重要的国际性文化活动。二是“海外宁波文化周”。该活动由市委宣传部、市文广新闻局与外事办共同主办。每届“海外宁波文化周”，既有以高层人士为观众主体的大型演出，又有面向广大市民的广场文化展示和演出，最大程度宣扬了宁波文化。三是“宁波国际友好城市博物馆联盟”。该联盟由宁波博物馆与英国诺丁汉市、德国亚琛市、波兰比得哥什市、韩国大邱市和顺天市、日本益田市等5个国家9家博物馆组成，以“共享、交流、弘扬”为主题，建立以展览、教育、研究为核心的全方位、多（双）边、长效合作机制。

三、发展路径:增强宁波文化自信的载体建设

增强和提升城市的文化自信，要让文化自信有更丰富的载体，有更丰富的表达。具体可以从以下四方面着力。

（一）继承和弘扬宁波地域优秀传统文化，凝聚城市文化认同

地域优秀传统文化是城市文化发展的母体，包含着一座城市最根本的精神基因，代表着城市独特的精神标识。宁波悠久、深厚、丰富的地域优秀传统文化是市民自我认同、文化自信的基础。

1. 加大对历史文化名城的保护和宣传。进一步凝聚保护历史文化名城的社会共识，从战略和全局的高度充分认识历史文化名城保护的深远意义，贯彻落实新修订的宁波城市总体规划和宁波历史文化名城保护规划；进一步提升历史文化名城保护的总体水平，保护好宁波历史城区“一湖三江六塘河”的整体格局和整体风貌，保护好历史街区、古镇、古村落、古建筑等重点区域和重点文物；进一步加大对历史文化名城的宣传，提高宁波作为“第二批国家历史文化名城”的知名度和美誉度，开展好“文化遗产日”“国际博物馆日”等重大宣传活动，唤起市民对城市文化的认同感、自豪感、归属感。

2. 加强对优秀文化资源的挖掘、整合、推广。宁波的历史文化资源丰富而驳杂，需对现有文化资源进行梳理、甄别和分类，对其中极富特色的优势文化资源如阳明文化、浙东学术文化、海丝文化、藏书文化进行深入挖掘、系统整合、精心萃取。创新优秀传统文化的表现形式和表达方式，让文化遗产在更大程度上走进人们的现实生活。继续编写“宁波地域文化普及读本”，推进地域优秀传统文化进中小学课堂，提高社会大众的地域文化素养。

3. 构建城市文化符号体系。在分析宁波地域文化特征、文化资源优势和产业发展基础之上，提炼城市文化主题，推出城市文化名片，系统构建可以准确表达宁波城市文化深刻内涵和价值指向的城市文化符号体系，并进行城市文化品牌的整体营销。

（二）提供更高水平的公共文化服务，提升城市文化品质

推动城市公共文化向更高质量、更高水平发展，营造城市文化氛围，提升城市文化品质，让生活于其间的市民充分享受公共文化发展的成果，是增强城市文化自信的重要手段。

1. 营造高品位的城市文化空间。结合东部新城、南部新城、镇海新城、姚江北岸等新区开发建设，新建一批国际一流水准、展现城市文化品位的地标性文化设施。统筹完善全市公共文化设施布局，推动公共文化设施提档升级，建成更高质量的“十五分钟文化圈”。将文化内涵、文化创意融入城市地铁、车站、机场、户外大屏、工业遗存等公共空间，设置和升级城市水系文化景观，创新“商业+艺术”模式，在天一广场、银泰城、印象城等大型商业中心引进艺术作品展等，在既有城市公共空间的载体功能中注入文脉、文气。

2. 提供更加丰富和多层次的文化产品和服务供给。研究新时代背景下市民新的文化需求，加大对不同区县（市）、不同阶层人群等的调研力度，创造更多高品质的文化服务项目和产品，为市民提供精准化、差异化、个性化的服务和供给。强化精品意识，加大对宁波演艺集团、宁波交响乐团等艺术表演团体和宁波文化广场大剧院、宁波大剧院演出场馆的扶持力度，培育高雅艺术消费群体，营造与“名城名都”相匹配的浓郁的城市文化氛围。

（三）推动文化创意产业高质量发展，增强城市文化竞争力

文化竞争力是文化自信的重要来源和重要根据，而文化产业是增强文化竞争力的支点。坚定的文化自信需要发达的文化产业来支撑。

1. 优化文化产业结构。巩固宁波文化制造业在全国的领先地位，推动办公用品制造等重点行业转型升级，提升企业智能制造水平，打造成为国际上有相当知名度的文化用品智造基地。通过“影视之城”建设，做大做强影视制作业，打造成为中国的东方影都、中国影视文化发展的标杆。推动文化业态创新，树立“文化+”“互联网+”理念，推动文化产业与科技、金融、创意等要素及旅游、体育、制造业等相关产业的深度融合，重点发展创意设计服务业、文化旅游业、数字内容服务业等渗透性好、产业附加值高的行业。

2. 加快文化产业集聚。根据宁波城市总体规划确定的宁波城市空间结构，将文化产业布局与城市功能区块建设有机融合，重点发展宁波文创港、宁波音乐港、环月湖历史文化休闲功能区、鄞南创意产业功能区等一批功能聚集、特色鲜明、要素融合的文化产业发展示范功能区，扶持建设一批产业特色鲜明、综合效益显著、示范作用强的文创产业园区。文化产业集聚区、功能区建设在实现更大经济价值的同时，还要发挥更多的文化功能和社会功能，不断提升城市的文化品质，让城市更好地服务于人的发展。

（四）推动宁波文化走出去，扩大城市文化影响力

加强宁波对外文化交流与合作，推动宁波文化走出去，扩大城市文化影响力和辐射力，既是增强文化自信的途径，也是建立起文化自信的表征。

1. 打造文化走出去精品力作。启动宁波对外文化交流项目库建设，征集代表全市最高艺术水准的思想理论、文艺作品、演出剧目、书画作品、非遗项目、文创产品、影视图书等进入项目库。重点鼓励经典剧目、文博文创产品和梅山舞狮、青瓷瓿乐、

竹根雕、金银绣等具有海外市场且有一定对外交往基础的非遗项目走出国门。

2. 搭建文化走出去阵地平台。瞄准“一带一路”沿线国家和东亚国家，借助中国—中东欧国家投资贸易博览会等重大节会，利用好索菲亚中国文化中心和宁波市国际文化交流中心两大阵地，承接好国家文化和旅游部对外文化交流项目和活动，发挥好东亚文化之都联盟、国际友好城市等渠道，通过“欢乐春节”“海外宁波文化周”“东亚文化之都”等平台，积极组织演出、展览和学术交流等项目走出去。

3. 扩大对外文化贸易。以“一带一路”建设为统领，推动新一轮对外文化贸易。抓好出口主体建设，培育更多国家和省级文化出口重点企业和项目。推动有利于中小文化企业开展对外贸易的平台和载体建设，支持各层级文化出口基地建设，扶持发展文化跨境电商，探索创建国家级文化保税区。优化对外文化贸易结构，扩大核心内容产品和文化服务出口份额。构建产品输出和资本输出双轮驱动格局，鼓励重点文化企业在海外设立分公司和分支机构，拓展国际营销网络。