

# 用“中国话语”展现“中国精神”之魅力

□ 曹劲松

## 光明论坛

中国新闻奖名专栏  
评论版投稿邮箱  
gmpinglun@163.com

面向世界构建中国话语和中国叙事体系,是加强国际传播能力建设,形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权的重要任务。习近平总书记在中共中央政治局第三十次集体学习时指出:“用中国理论阐释中国实践,用中国实践升华中国理论,打造融通中外的新概念、新范畴、新表述,更加充分、更加鲜明地展现中国故事及其背后的思想力量和精神力量。”这一论述深刻揭示了面向国际社会展现中国形象的内在逻辑和传播规律,为加强和改进国际传播、真实立体全面地展示中国,指明了方向,确立了路径。

在媒介叙事中融进价值倡导。媒介叙事是人们了解世界、认识社会

的基本方式,也是传播者与外界建立认知关系的基本手段,可以为国家形象建构源源不断地提供信息支撑。任何叙事主体都具有自我价值框架,因而叙事本身在地嵌入了价值坐标。面向国际社会进行事实传播本身应当充分体现一个国家的价值倡导,无论是政治叙事、经济叙事,还是生活叙事、生态叙事等,其中所融进的价值观念都随着叙事本身,发挥着认知导向和行为主张的潜在功能,进入到传播对象的认知及其评价中来。同时,在信息充盈的数字时代,国际传播的媒介叙事只有与所在国的社会叙事形成连接,才能形成有效关注,并通过本土化话语构建,形成真正意义上的价值沟通。中国国家领导人出访无疑成为访问国政治叙事的重要议程,通过当地媒体发表领导人署名文章或接受当地媒体专访,则成为国家形象传播最直接、最受关注、最具成效的表达。党的十八大以来,国家主席习近平在出访安排中多次在访问国主要媒体发表署名文章,开创了具有个人特色的公共外交和

国家形象传播的新方式,不仅以形象生动的中国发展事实阐明了中国精神和中国价值,而且以当地民众所熟知的历史和观念开启了价值对话与共鸣之音,增进了当地人民对中国的理解和认知。

在价值对话中增进文化理解。不同国家的政治制度和文化背景存在着明显差异,如何将中国的价值倡导和文化精神向世界说明,进而形成与中国综合国力和国际地位相匹配的话语权,是国际传播战略核心所在。价值传播不能囿于自身文化逻辑的自洽,而是要与不同文化背景下的思想价值观念广泛开展对话,从历史生成和现实实践中找到联结,打破由西方个别国家单方面定义的概念、范畴,以中国智慧融通人类社会发

展智识,在构建起多元、丰富的价值世界的同时,促进大变局下世界共同发展进步的价值表达。国际传播中的价值表达不是单一的逻辑抽象,而是与当下人类社会面对的问题和挑战紧密关联的,是建立在国家发展事实和经验成效

基础上,并在国际事务的担当作为中综合体现出来的。面对世界百年未有之大变局,我国明确提出推动构建人类命运共同体,“人类命运共同体”这一关于人类社会的新理念成为中国在国际社会价值对话中的重要话语权。党的十八大以来,随着我国组织实施的人类历史上规模最大、力度最强的脱贫攻坚战,取得令全世界刮目相看的重大胜利,抗击新冠肺炎疫情取得重大战略成果,国际社会对中国所倡导的“人类命运共同体”“人类卫生健康共同体”“人与自然生命共同体”等价值内涵理解持续加深,中国价值理性与中国实践正在向国际社会展现其强大的文化力量。

在文化互鉴中促进民心相通。价值不是孤立的存在,而是一个国家社会文化生活的精神内核,内化于文化主体的心灵之中。国与国的关系建构,根基在于不同文化相互理解基础上,价值观念共振,以价值共鸣联通人民追求美好生活的共同愿望。因此,在国际传播中文化互鉴是一个永恒主题,以彼此文化尊重为前提,通过丰富

生动的文化生活细节体认、文化品位审美体验、文化价值发现体悟,不断扩大文化相容,促进民心相通。在数字信息时代,媒介化场景传播比以往更加便捷,也为人们所喜,因为每个人作为文化的实践者都可以成为自身生活价值的传播者和他人生活意义的共享者,在分享价值体验和生活意义的同时,满足对世界的好奇和知识需要。中国悠久灿烂的文化财富和人民丰富多彩的美好生活是传播和建构国家立体形象的宝藏,可以源源不断地为文化互鉴提供生动场景。比如李子柒田园生活系列视频火遍全球,向世界展现的就是中国当下美好生活的一个鲜活个案,其文化价值影响力渗透在具体生活场景传播之中,与人们的心灵沟通也融化于对生活细节的美好追求中。

中国万变,世界在变。向世界说明中国,让世界了解中国,需要每一个人的文化自信和价值表达。将中国精神内化心灵、外化生活,是联接中外、沟通世界的活力之源。

(作者系南京市社会科学院院长、扬子江创新型城市研究院研究员)

## 新时代需要健康的审美观⑦

### 文化评析

近来,演艺圈里“人设崩塌”的事件接二连三,在全社会造成不良影响。

以往在文艺叙事里被称为“人物形象设计”的专业术语,近十年来被业界简称为“人设”。随着演艺经纪的迅猛发展,人设也从人物形象设计这个本义,派生出了为艺人拟定人格定位、品行气质、兴趣爱好乃至言行方式的衍生义,以便吸引更多关注。由此,人设突破了以往主要由编剧、导演等专业人士研究推敲设定的专业边界,进入到社会领域。今天,大家议论的“人设崩塌”,主要不是围绕着“人设”本义展开的,而是由它的衍生义触发的。

无论是哪种语义上的人设,在本质上都是一种理想目标。对于演员而言,检验是否实现了理想目标的最高标准,是演员能否做到“演什么像什么”。如果说,演员能否完成人物形象设计的任务,在于能否做到入场投入精气神,那么,对艺人来说为了达成人设预期,需要的是时时处处的自省。所以,演员在上戏之前,要问一问自己,这个角色能不能担当得起。艺人也需要在自设、求设、被设和设计升级之前,评估一下自己是否有能力、有毅力、有定力地实现要肩负的人设。不仅如此,无论是演员所属的院团,还是艺人所签约的公司,其主事人也需要审慎地论证一下,担纲者与所担之纲是否匹配。人与人设的不匹配,或者变化了的人与预期的人设相背离,这样的关系埋下了“泡沫人设”的危机。

人设既与行业、事业、产业相联系,就会与名誉、利益相挂钩。名与利,都是有合理性的,不必讳言。孔子说“君子疾没世而名不称焉”,也说“富与贵,是人之所欲也”。但面对忘乎所以的追名,他的告诫是“君子去仁,恶乎成名”;对于富贵的向往,他主张“不以其道得之,不处也”。古往今来,名与利和仁与道,或者进一步说,是和法律与道德紧密相连的。

人设都是有“光环”的。光环所及,会让一些艺人以为自己已是绝对的光彩,却忘了自己更是被关注点,既看不到社会,也看不清自己,以为有盛名便可以无往不利,以为有美化人设便可以横行无忌。殊不知,人设原初就是个拟设,如同期货,如果实物不能履约按期交付,或者明修栈道暗度陈仓,无论怎样的“设”最终都会崩塌。

“人设”是一种名誉资源,但不是无限可再生资源,一旦崩塌,无法重生。人都有自爱自重之心,但不能因为自爱而陷入自恋自大,不爱人、不尊人。自重者,然后人重;人轻者,缘于自轻。既已设身,就要处世,“行必履正,无怀侥幸”。

(作者系中国文联电视艺术中心副主任)

# 破传承人“终身制”也是对非遗的呵护

□ 李思辉

## 光明时评

中国新闻奖名专栏

媒体报道,9月1日起施行的《宁夏回族自治区非物质文化遗产保护条例》明确规定,代表性传承人无正当理由不履行法律规定义务的,文化和旅游主管部门可以取消其代表性传承人资格,重新认定该项目的代表性传承人;丧失传承能力的,也可以重新认定该项目的代表性传承人。

非物质文化遗产是我们祖先用智慧浇筑的生活,是我们代代保护传承的民族文化瑰宝。在非

保护中,传承人起着至关重要的作用。为了“传承好老祖宗的技艺”,一些非遗传承人“钻”就是几十年、一守就是一辈子、一干就是几代人。各级政府部门出面认定并授予传承人非遗传承人资格,给予相应政策扶持,是避免非遗项目“人亡技绝”的政策性安排。这些政策措施提高了非遗传承人的积极性,给很多非遗项目保护传承带来契机。但同时,退出机制不健全也造成一些传承人不敢履职的问题。

有的地方,非遗保护传承“重申报、轻保护”问题突出,反映到非遗传承上就表现为部分非遗传承人获得认定前干劲十足,获得资格后便

万事大吉、不再努力。有的仅仅把“非遗传承人”身份当成一个捞取利益的“名头”,对传承义务履行不力。还有的长期占着传承人的位子,却“只拿补贴不干事”,挫伤了众多传承者的积极性。凡此种种,说到底都是退出机制不科学、不健全的问题。根本的解决办法就是打破传承人“终身制”,建立严格的传承人认定和退出机制,健全对履职不力者及时清退的灵敏反应机制。从这个意义上说,宁夏通过地方立法打破非遗传承人“终身制”切合实际,具有很强的现实针对性。

打破传承人“终身制”不是标新立异,而是大势所趋。早在2011年我国

非物质文化遗产法就明确提出,要建立非遗传承人退出机制。不久前,两办印发《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》也明确提出“完善代表性传承人制度”“完善退出机制”。2017年年初,苏州市有关部门公布9名非遗传承人评估不合格,按规定两年内不得申请项目资助经费,连续两次不合格的将被取消资格。此举不仅没有影响当地非遗传承工作,反而增强了一些老艺人、老工匠“带徒授艺”的积极性——把真正投身非遗保护和传承的能人引进来,是确保能者上、庸者下的有效手段。

随着人们对部分非遗项目的喜爱,“非遗传承人”的头衔似乎变得越

来越“值钱”,对此我们应以客观看待。如果“非遗传承人”既拥有能力,又切实履行传承责任,在此基础上获得合法收益,自然无可非议。随着保护传承工作精进,很多非遗项目都可能变成文化市场上的香饽饽;“非遗传承人”往往需要有默默坚守的精神,但未必一定枯灯冷灶、过得苦哈哈。某种意义上说,“绝活变现”也是一种传承能力。反之,如果顶着“非遗传承人”的帽子只顾捞钱、不履行传承义务,甚至只是浪得虚名、根本不具备“非遗传承人”的水平能力,那么其头衔合法性就存疑。

(作者系华中科技大学新闻评论研究中心特聘研究员)

# 理性看待民办幼儿园数量减少

□ 肖 罗

近日,教育部在官网上公布了《2020年全国教育事业发展统计公报》。有媒体梳理近10年统计公报指出,前几年民办幼儿园均保持每年5000所以上的增量,但去年同比锐减5280所,10年来民办学校总量首次出现缩减。

从体量上来说,民办幼儿园16.8万所的巨大体量,减少5000多所,减幅算有限。但是考虑到之前每年5000所以上的增幅,一增一减之间,称之为锐减不算夸张。

锐减原因不难找到。2020年是

一个特殊年份,疫情对于民办幼儿园而言尤其艰难。当部分民办幼儿园甚至被迫卖包子开烧烤铺来进行自救的情况下,民办幼儿园关闭或者转型的不少。这一点,也可以从2020年统计公报中幼儿园入园人数和在园人数上得到印证,两者都有大约10%的降幅,与民办幼儿园数量减少也都有着或因或果的关系。

除了不可抗力疫情外,政策调整和各种专项治理也是影响民办幼儿园数量变化的重要原因。2018年11月,《中共中央 国务院关于学前

教育深化改革规范发展的若干意见》发布,部分民办园过度逐利被点名批评,三年毛入园率和普惠园覆盖率双目标确定,相关治理也随之展开。2019年,各省开始分类登记营利性和非营利性民办幼儿园,并开始小区配套幼儿园专项治理。仅以小区配套幼儿园专项治理为例,本着大力发展公办园、完善小区配套幼儿园建设管理机制的总原则,近两年全国各地在小区配套幼儿园治理上下了很大气力,回收2万多所幼儿园,增加416万个学位。一方

面是民办园直接转成公办园,另一方面公办园学位增加,客观上也影响到民办园数量和入园人数。仅小区幼儿园专项治理这一项工作,可以预计2021年民办园数量还将继续受到较大影响。

但民办园毕竟数量多、基数大、灵活性强,随着国家对于学前教育投入不断增加,民办幼儿园尤其是普惠民办园将迎来政策利好。当前,各地陆续建立较为完善的普惠性学前教育投入保障机制,生均拨款投入逐年增加,大量转为普惠性幼儿园的民

办园迎来了更稳定的收入和更光明的前景。在排除了过度逐利等非教育动机和行为后,民办幼儿园更可能会聚焦教育和培养,把自己的主责主业做好,用高质量教育铺成民办园发展的康庄大道。

对于绝大部分民办园来说,只要坚持教育属性、聚焦立德树人,道路绝不会越走越窄。而少部分过度逐利、见异思迁、资本属性高于教育属性的民办办学机构退出,又何尝不是基础教育的幸运?

(作者系教育研究者)

## 校园疫情防控

### 不能有半点麻痹大意

教育部近日印发通知部署做好秋季开学和疫情防控工作,强调要从严从紧从实抓好疫情防控后,切实保障师生安全,有序推进秋季学期开学工作,严格落实校园疫情防控措施。

教育系统校园安全和稳定服务于整个国家疫情防控的大局,事关全国近3亿师生的生命健康和平安。越是在形势向好的时候,越不能有“喘口气、歇歇脚”的心态,疫情防控必须慎终如始。做好学校开学的防疫工作,呵护孩子们的身体健康,不能有半点

麻痹大意。学校连着家庭与社会,不仅需要每个家庭给予支持,更需要各学校属地党委和政府给予明确的指导,共同帮助各级各类学校做好疫情防控的各项准备工作,提供必要的物资储备,这是必须肩负的使命与担当。全力抓好秋季开学安全、正常开学,各项防疫要求与措施必须落实到位。为了孩子们的健康,更为为了祖国的明天,一丝一毫也马虎不得。

(原载于人民网 作者:秋晓 摘编:刘朝)

## 寄存“概不负责”被罚

### 迪士尼的傲慢该被纠正

迪士尼乐园中有4处寄存柜告示上赫然写着:“请妥善保管好个人物品,如有遗失,上海迪士尼乐园不承担任何责任。”上海市浦东新区市场监督管理局依据《合同违法行为监督处理办法》对上海迪士尼罚款5000元。

要说明一下,迪士尼乐园里的寄存柜本身是有偿服务,且价格不低。其实,消费者付钱使用寄存柜,园方收了钱,这就构成了民法典中的“保管合同”关系;委托人将自己的物品交给保管人保管,并承担保管合同约定妥善保管,并承担保管期间的毁损、灭失责任。这是一个再简单不过的合同关系。但是,园方却利用自己提供格式合同、店堂告示的优势,拿出“概不负责”的傲慢态度,撞到了法律的红线。国家市场监督管理总局制定的《合同违法行为监督处理办法》,剑指企业方滥

格式合同侵害消费者。可以说,迪士尼这则简短的寄存告示是滥用自身的优势地位“免除自身责任”“加重消费者的责任”,构成民法典第497条“霸王条款”既在民事上无效,也构成了行政违法。上海市场监管部门依法对迪士尼作出行政处罚,钱不算多,但是拿出了鲜明的执法态度。企业再大,大不过法律。以霸王条款剥夺消费者的合法权益,注定会遭受市场和法律的双重惩罚。迪士尼也该反思了,面对公众的喜爱,该怎样回馈?不要总是在“寄包遗失不负责”这些事情上翻车了。

(原载于荔枝新闻网 作者:徐明轩 摘编:王莹)

# 我们需要怎样的财商教育

□ 王 丹

继智商、情商教育后,财商教育正成为市场的“香饽饽”。打开网页和各种手机应用,“0基础,小白也能学”“你不理财,财不理你”“N年让你实现财务自由”等主打财商教育的广告语扑面而来,精准擦擦着人的财富焦虑以及以小博大的投机心理。不出意外,其中一部分展示将成功完成“使命”,实现广告转化与课程引流。

尽管《富爸爸穷爸爸》之类的理财书籍在中国过去的十多年里并不少见,但财商教育备受社会关注不过是近几年的事情。从大的社会背景来看,随着经济社会的发展,相较于过去,当前社会的财富分配方式已经发生变化,工资对于一个人或一个家庭的重要性已不似以往,资产性收入的重要性日益凸显。加之

近年来中国资本市场不断发展,理财工具不断丰富,普通民众广泛参与投资成为可能。与此同时,个体和家庭所要承担和面对的财务选择与决策也日趋复杂,人们寄希望于通过财商培养满足自身对财富保值增值的需求,纾解普遍存在的致富焦虑。

不过,需要注意的是,在公众理财需求提升的同时,社会上类似“xx贷”这样的金融陷阱不时出现,炫耀性消费、攀比浪费等现象一直未除,不同社会群体对金融产品的风险甄别能力参差不齐,这也带来了公众对于财商教育缺乏的更多反思。现实生活中的正反案例,促使人们重新思考财富价值观,提高对金融风险和陷阱的辨别能力,这也成为助力财商教育市场的一把把干柴。

和其他教育一样,财商教育看似是个人的事,但又不局限于此。

信用意识、风险意识、财务规划等,是当代社会人不可或缺的重要素质,就这些内容对个体进行培养,可算是一种人力资本投资,不仅有益于个体幸福,还将造福社会。也正是基于此,不少国家将财商培养纳入国家教育体系。据统计,早在2009年就有超过50个国家发布并实施了相关的教育计划,一些国家已形成了全覆盖从幼儿园到高等教育整个周期的财商素质教育体系。

在中国,近年来财商教育的开展似乎更为抢眼,最为直观的一点就是市场的高速扩容。有数据显示,中国近三年理财教育公司注册超过4000家,比前3年翻了一倍多。不过,伴随市场的快速膨胀,财

商教育课程质量良莠不齐也渐成问题。

据媒体报道,不少新入场的财商教育服务提供商低价拉新,一味追求流量与挣快钱,并没有科学严谨的课程体系建设和足够数量的合格师资作保障,更别提对教育规律应有的理解与敬畏。虚假宣传、诱导消费、不退费已成为消费者维权投诉的重灾区。更让人忧虑的是,一些财商教育课程主动“顺应”学员心理需求,明里暗里进行荐股荐基等违规操作,和一些金融机构“合谋”为学员提供分期付款、信用卡、贷款等服务,由此可能带来的个人与社会安全风险不可不察。

让财商教育告别眼下的野蛮生长,呼唤强力监管的及时上线。对于谁来监管的问题,有必要进一步