

国漫正当时,文化可扬帆

张萍

为当代流行文化一个重要的组成部分,构建了年轻群体表达、跨文化沟通的全新语境。

第二十届中国国际动漫节的主题是“国漫正当时”,既是一句豪言壮语,让人信心倍增;也是现实写照,反映了国漫的逐步崛起。从1926年最早的《大闹画室》到名扬国际的《铁扇公主》再到水墨动画片《小蝌蚪找妈妈》《牧笛》,国产动漫曾经拥有辉煌的昨天,也曾曾在浮躁功利的市场环境下陷入低谷,荧屏一度充斥着日本、美国等国的动漫,国内观众深受影响。

然而,近年来国产动画行业进入了潜心创作的爆发期,《西游记之大圣归来》《白蛇:缘起》《哪吒之魔童降世》《大鱼海棠》《罗小黑战记》《长安三万里》等作品不仅在大银幕票房上取得亮眼成绩,而且艺术造诣和创作水准也受到圈内圈外的大量肯定。国漫走上了崛起之路,也成为展

现文化自信的一个重要载体,一个对外讲好中国故事的重要窗口。

国漫为何能够高扬文化自信?众多优秀的动漫本身就带有很强的传统文化属性,《哪吒之魔童降世》《西游记之大圣归来》《青蛇》等佳作,都脱胎于传奇小说、民间传说,用大胆的想象和合理的虚构给予传统文化新的解读和美学表达。可以说,传统文化为动漫作品发展提供了丰富题材和精神滋养,动漫则为中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展提供了动力和媒介。当电影《长安三万里》通过年轻的高适、李白一抒胸臆时,盛唐的气象随之呼啸而来,那股独属于中国动画电影的东方意蕴和美学范式,让银幕前的大小观众陶醉。正如影片所言:“你心中的一团锦绣,终有脱口而出的一日。”动漫,让文化自信变得具体可感、神采飞扬,变得与当下的精神生活近在咫尺。这样的文化自信,谁不信服,谁又不感同身受?

近几年,以网文、网剧、网游为代表的文化出海“新三样”,以势如破竹之势在全球刮起“中国风”。由此可见,年轻人之间的交流,是文化走向世界的一个重要出口。相形之下,国漫同样具有出海“第四样”的潜质。动漫《全职高手》、《西游记之大圣归来》和IP电影《熊出没》等作品成功的出海经历,验证了这条路径的可行性。打造现象级的出海国漫,仍需要乘风破浪、披荆斩棘,在传承创新中发掘好传统文化宝藏,在AIGC等新技术赋能下推出精品力作,成为提升中华文化竞争力的重要载体。而浙江,20年持续打造国际动漫节平台、“动漫之都”的努力,正源源不断地汇入这股让动漫想象力转化为新质生产力、文化软实力

的大势。

安徽滁河水体污染事件持续引发关注。5月28日,安徽省委召开专题会议,部署安排污染治理和追究问责工作。日前,事发地县委主要负责人已被免职,联合调查组进驻当地开展全面调查。5月29日,滁州市全椒县召开县委常委会议,“信口开河拿茅台比方污水”的局长龚某等3人,被免去相关职务,公安机关已对相关涉案人员采取强制措施。

保护好生态环境,是“国之大者”。此事一方面再一次反映出环保红线不可触碰的高压态势,敢于逆风行事者,舆论绕不了,上级部门也放不过;另一方面,涉事县多个官员“组团式”曝出“雷人雷语”,反映出的干部作风、思想心态等问题,更有普遍性反思价值。有时候,比环境污染更严重的是干部作风污染。

在接受央视采访时,当地有的官员“一问三不知”,“我不了解,我真的不知道”;有的官员事不关己,“我还有两个月就退休啦。我也不该过多地问这些事情”;更有官员“醉语”惊人:“喝茅台也能喝死人。喝死人以后,需要对茅台做毒性分析吗?我认为没有必要。”

这些“雷人雷语”,看起来好像是这些干部不会说话,不会应对媒体提问。其实不然,根子还在于这张嘴背后连着的那颗“心”。

近年来,官员“雷语”常常有,梳理起来,可以一窥这些干部的“心声”。

有的“雷语”是权力的诤语。从“你在替谁说话”的荒唐诤问,到“我当流氓的时候,你还不知道在哪儿”的盛气凌人,再到“是不是拉屎也要告诉你”的污言秽语,部分官员把自己看得高人一等,价值观扭曲,缺少对权力的敬畏,让他们认为可以想怎么做就怎么做,说起话来无所顾忌、随心所欲。

有的“雷语”是推责的呓语。从“这个事不好说太细”的语焉不详,到“红色的水不等于不达标”的强行狡辩,再到“至于你们信不信,我反正信了”的自说自话,这些干部不愿正视存在的问题,却想方设法寻找推责的出路。他们大概以为采用“鸵鸟政策”就可以瞒天过海、息事宁人。有的话听起来就是信口开河,如同诡辩,或“智商”严重不足,近乎醉语,令人目瞪口呆。

无论因为权力的“越位”还是责任的“缺位”,这些“雷人雷语”,折射的是部分干部错位的政绩观。具体表现出来,就是某些干部的逻辑思维和价值观,与大众逻辑和公共价值存在严重脱节。公众认为荒唐可笑的一些说法,在一些干部看来,却是天经地义的,他们对民生疾苦、民意诉求选择视而不见、漠不关心。

殊不知,时移易,你的“我不知道”“我认为没有必要”已经跟不上民众的要求和期待,不仅自己丢份,更让党委、政府公信力受损。

近年来,一些地方政府热衷于培养干部的危机管理能力,学习如何对媒体、公众说话。其实对一些干部来说,首先要搞清楚“为了谁、依靠谁、我是谁”,他们更需要学习的是如何执政为民、善待百姓,是始终在内心点亮一盏灯,时刻提醒自己:当这个官,到底是为了谁;拿着俸禄,到底要不要为老百姓排忧解难?

心无百姓莫为官。只有守住为民初心,端正政绩观,与大众意识“接轨”,“雷人雷语”才能销声匿迹。

朱浙萍

国潮“整活”,须表达传播双创新

速海涛

渍了……

与其说这股热潮来自年轻人的血脉觉醒,不如说是创新表达的传统之美越来越契合年轻人的文化自信。就拿艾草来说,如果还是保持着一副菜场里的“素颜”,估计身为“颜值控”的年轻人不会这么追捧。但是,当艾草结合了花艺、竹艺甚至玩偶,做成“门挂”“车挂”,就一下子有了“调性”,“拿捏”住了年轻人的审美和钱包。中式审美,本就有心平气和、含蓄内敛的韵味情致。而日渐兴行的国潮,正是在不断在传统价值的内核之外推陈出新,契合新观念、新审美、新表达,迸发出新的活力。

不仅是吃、穿、用,近年来《只此青绿》《咏春》《新龙门客栈》等文艺作品在年轻人中出圈吸粉,同样也是因为致敬传统的同时又创新表达。越来越多

的国潮产品、作品对中华优秀传统文化进行创造性转化、创新性发展,国风底色与时尚创意相结合,符合现代年轻人的审美和文化口味。正如中国剧协副主席、越剧表演艺术家茅威涛在谈到这个话题时说:“上下五千年的文化就在我们的脚下。”以现代审美观念烛照传统题材,在这个厚实的传统底座之上,那些生发出的新枝新芽,自然格外鲜活。

国潮“整活”,除了表达创新,也离不开传播创新。

新式艾草门挂卖得最好的地方是在社交媒体,而不是传统菜场;乌梅汤如果只是放在医院的药房里,再敞开了卖也达不到半天24万单的销量……善用流量,成为国潮国风站上风口的助推器。流量本就是中性词,对于国潮国风来说,善用流量有助于讲好文化故事、中国故

事。“国潮+社交”,正是新国潮的“流量密码”。拿艾草门挂来说,这一束艾草的功用不仅仅是“驱祟辟邪”,更重要的是烘托端午佳节的“氛围感”,以及提供微信朋友圈的好素材。这才是艾草门挂之所以有如此高的“溢价”但年轻人还是纷纷买单的原因所在。

不过,好产品、好创意搭乘传统文化新生之东风,也得货真价实,对得起当代人的选择,而不能把噱头当创意,玩“割韭菜”的把戏。

风来蒿艾气如薰。卖到近300元的艾草门挂,让我们看到国潮消费的潜力和创新的更多可能。据统计,2023年,中国国潮经济市场规模为20517.4亿元,同比增长9.44%。艾草门挂大火的现象启示我们:国潮要真正成为席卷世界的潮流,还须在坚守传统内核之时更多更好地“整活”。

杭州高新区(滨江):文化之滨 拔节生长

王心慧

5月29日至6月2日,第二十届中国国际动漫节产业博览会在杭州高新区(滨江)白马湖国际会展中心举行,世界再一次把目光投注到白马湖,投注到滨江。2023年杭州文化产业增加值达3211亿元,滨江贡献了相当一部分比重,这一年,高新区(滨江)文化产业增加值为777.8亿元。在中国人民大学文化产业研究院首次发布的“2023中国文化产业竞争力百强区指数”中,滨江区的综合指数排名第二,仅次于深圳南山区。

回想20年前,杭产甚至浙产影视动画作品的产量几乎为零。2004年12月,杭州在与北京、广州、深圳等城市的竞争之中,获得了“(2005)首届中国国际动漫节”的举办权,这被业界视为杭州文化产业发展的里程碑事件。巧合的是,正是在当年12月,杭州高新区获评成为国家广电总局认定的首批国家动画产业基地之一。

“国字号”招牌的落地,开启了滨江文化产业向高攀登的新征程。20年

后,高新区(滨江)已然成为之江文化产业带上一颗璀璨的明珠,动漫游戏、创意设计等赛道均培育出一批优秀企业,如华数集团多次获评“全国文化企业30强”,玄机科技获评“2024·全国成长性文化企业30强”,网易雷火、中南卡通、若鸿文化等5家企业入选“2023—2024年度国家文化出口重点企业”,电魂网络等12家文化企业获评浙江省服务业龙头企业。

把“国字号”招牌擦亮的同时,滨江持续为全区文化企业带来利好。2023年4月,高新区(滨江)新一轮文化产业扶持政策出炉,文化新政发布后,原创精品佳作如雨后春笋般涌现;网易伏羲获“十四五”国家重点研发计划项目;瑞德设计喜提10余项国际空间设计奖项;友诺动漫剧本《下姜村的绿水青山梦》、流彩动画《白素贞》剧本及人物小传获首届浙江省知识产权奖……

加码文化政策之余,高新区(滨江)致力于文化产业上下游企业搭

建融资对接平台。该区常态化举办的“IP直通车”活动,至今已举办超20场,对接企业超200家,促成合作75项,累计交易金额超13.4亿元。

在人工智能等新技术迭代的大背景下,文化产业也正在经历变革性重塑。高新区(滨江)及时捕捉到动漫游戏、影视传媒、虚拟现实等行业企业对配音、混音、音乐、新兴宣发渠道等方

面的迫切需求,组建M·声音实验站,举办时代新声力——声音文化新力量论坛、M计划配音大赛等活动,积极探索声音经济等新兴产业赛道。高新区(滨江)党委宣传部有关负责人介绍,以杭州高新区获评成为国家动画产业基地20周年为契机,高新区(滨江)将全力打造文化产业高质量发展“滨江样本”。文化之滨,将继续向高向新攀登。



杭州白马湖生态创意城(图片由高新区(滨江)党委宣传部提供)

诸暨:聚焦现代“新农人”培育,引领乡村振兴万千图景

孙金良 方 炜

近日,诸暨市举行了首期“科学咖啡馆”科企对接活动暨湘湖实验室与诸暨市农创客科技成果对接会。活动现场,该市12名“乡村CEO”正式受聘,来自浙江省农业科学院、湘湖实验室等单位的10位专家学者与诸暨市“新农人”代表面对面分享研究成果,共同探讨科技创新与农业发展结合的新思路、新途径、新成果。这标志着该市在人才振兴引领乡村全面振兴的道路上又迈出坚实一步。

人才支撑是乡村振兴的关键。近年来,诸暨市将现代“新农人”培育工作作为推进乡村人才振兴、深化“千万工程”和促进共同富裕的重要抓手,围绕全面加强“三支队伍”建设,打好“引、育、留”组合拳,着力在政策要素保障、孵化平台打造、人才矩阵建设等方面精准发力,有效激发农业农村领域创新动力、人才活力,切实为诸暨市

乡村振兴注入全新动能。

为了培育更多高素质的“新农人”,该市加强村级组织领导力,培育村党组织后备力量,择优配强农村工作指导员;推进“乡村CEO”培养计划,促进本地化乡村运营人才队伍的壮大;培养农播网红和巾帼直播能手,年带动8000余名农户参与电商销售。此外,全面实施基层医务、文化艺术人才的振兴计划,以及深化“法律明白人”培育工程,提升乡村各类专业人员的数量和质量。

来自诸暨市农业农村局的庄园,是典型的“新农人”代表。自从踏入农业领域,她积极投身农村电商,利用新媒体平台直播带货,助力家乡好物走出大山;同时,加入“兴农先锋”党员志愿服务队,与农技专家们深入田间地头,尽心竭力解决农户产销难题。在她的带动下,农村电商蓬勃发展,农产

品销量大增,不仅为乡村产业发展插上“数字翅膀”,更充分展现了“新农人”的责任与担当。

培养高素质“新农人”,需要拓宽渠道、综合施策。诸暨市出台“218新农人”培育行动方案,聚焦返乡“新农人”等核心群体,实施市、镇、村三级农创客联动认定培育机制,联合诸暨农商银行推出“创客贷”助力创新创业;依托产业人才基地,推进乡创人才服务中心建设,打造集中式“办公+居住+社交”创业区,推动生产、生活和生态有机融合;实施“一才一档”制度,按照经营管理、种养能手、能工巧匠等类型进行详细登记、分类造册,全面摸清乡创人才信息,构筑人才集聚“引力场”。

“青年人是社会发展的主力军,乡村要振兴,就必须抓好青年‘新农人’的培养。”诸暨市农业农村局相关负责人表示。截至目前,诸暨市已累计引育

农创客1265名,其中省乡村工匠名师4名、省乡村振兴带头人“金牛奖”2名,绍兴市乡村振兴拔尖、“领雁计划”、领军人才等58名。自2020年成立诸暨市农创客发展联合会以来,已拥有会员单位60家,涌现出一大批优秀农创客,其中莫子衿、陈帅等多名青年农创客在省、市各级乡村振兴创新创业大赛中获奖。

下一阶段,诸暨市将聚焦深入实施千名农创客培育工程,打造形成由数十名“浙农英才”、百名乡村振兴“头雁”、千名农创客、万名现代“新农人”构成的“十百千万”乡村振兴人才矩阵,鼓励“新农人”加强联结合作,做优做强“一乡一品”“西施石笕”“农创优鲜”等农创品牌,探索农事互助、农创园建设、农创基金等创新做法,建成农创共富基地,蓄势赋能农业新质生产力发展。

海盐县:托起退役军人高质量就业创业梦

张喜平 沈玲丽

近日,嘉兴市海盐县发布2024年第二批教师招聘公告,公开招聘事业编79人,其中首设兵教师专岗,面向退役军人招聘中小学体育老师。招聘公告一经发出,立马获得了广大退役军人的关注。

为支持退役军人在中小学教育领域多元化发展,海盐县退役军人事务局广泛发动退役军人参加教育教学能力培训,报考教师资格证,为建设高素质劳动者队伍建立“兵教师”人才储备库。

近年来,海盐县加大工作力度,通过定向培育、创新试点、搭建平台等多方面举措,全方位建强退役军人队伍,助推退役军人高质量就业创业,助力实现共同富裕。

今年初,海盐县被列为嘉兴市全国退役军人事务员培训评价第二批试点先行先试地区。3月,为着力打造高素质干部队伍,海盐县组织首期退役军人事务员新职业培训班,共有136名退役军人事务员参加并一次性全部通过考核评价,合格率100%,优秀率10.3%,位居嘉兴市试点地区之首。

眼下,相关部门正在协商制定《海盐县退役军人事务员管理暂行办法(试行)》,建立健全退役军人事务员职业技能等级与岗位晋升、先进评比、薪酬待遇、津补贴挂钩等激励机制,为退役军人事务员日常教育管理提供坚强保障。

“小吴,非常感谢您的帮忙,我找到心仪工作啦,下周开始正式上班

了!”不久前,一名退役军人特地找到就业服务代办员小吴,感谢他的就业牵线。在县关爱退役军人协会的基础上,海盐县遴选一批优质协会企业成立退役军人就业服务促进会,并招录了2名就业服务代办员,专门收集企业招工需求及退役军人就业愿望,对接上市企业、国企、优秀企业,专门推出发展前景好、工作待遇高的岗位,定向供退役军人选择,促进退役军人高质量就业。

截至目前,海盐共为退役军人提供岗位3000多个,100多名退役军人通过推荐实现就业。为进一步完善退役军人企业队伍建设,海盐县退役军人事务局联合农商银行海盐支行开展退役军人市场经营主体大走访活动,累计走访企业1000余家,充分了解退役军人就业创业状况,建立退役军人企业家人才库。

近年来,为做好退役军人就业创业服务工作,海盐县已陆续在各镇(街道)成立9个退役军人就业创业基地,实现全覆盖,确保各镇(街道)退役军人可以就近进行就业实践和岗位选择。此外,为进一步贯彻落实《浙江省优化营商环境条例》,海盐县退役军人事务局联合县人社局等单位,筹备新成立退役军人就业实践基地。同时,还将联合妇联、教育局、社区教育学院共同推出“盐味军嫂”海洋营项目,为广大军嫂搭建技能培训、就业创业、增收致富、情感交流、互助成长的平台,提升广大军人和军属的获得感、幸福感和尊崇感。



海盐县退役军人专场就业推荐会(海盐县退役军人事务局供图)