拓宽传统文化传承发展的路径

深评

开幕式用“潮”的澎湃向上展现可信、可爱、可敬的中国形象，闭幕式通过虚拟现实技术和增强现实技术传达“攀花赠友”的隽永情谊与和合共生的美好愿景……杭州亚运会开幕式和闭幕式将中华优秀传统文化和现代科技相结合，带来一场视觉盛宴。

眉眼锋利，绛唇高髻，利落甩袖，隐入画中……在成都大运会运动员联欢会上，从《千里江山图》得到启发的舞剧《只此青绿》，以东方美学的经典色彩铺展出如诗如画的中国山水气象，令观众陶醉不已。

2023北京文化论坛文艺晚会上，歌舞节目《敦煌飞天》表演过程中，1000架无人机在首钢大跳台的上空组成了敦煌飞天奏乐散花的壮观造型，与大跳台投影出的敦煌壁画飞天、舞台上的演员飞天共同起舞，深深震撼了观众。

在近期举办的大型活动中，一系列浸润着中华文化、饱蘸着中国精神的节目，给观众带来耳目一新的审美体验，让人深切感受到中华优秀传统文化历久弥新的魅力，也引人思考文化传承发展这一重要命题。

泱泱中华，文明博大。如何让恢弘灿烂的中华文化焕发出时代光彩，让浩如烟海的文化遗产展现出蓬勃生机？习近平总书记指出：“要处理好继承和创造性发展的关系，重点做好创造性转化和创新性发展。”

在更广阔的文化视野里，以古开今、传承创新的实践精彩纷呈。《长安三万里》以瑰丽光影再现千古诗情，《典籍里的中国》以沉浸式戏剧演绎典籍“前世今生”，故宫、敦煌等国潮文创IP让生活更有“文艺范儿”……传统文化与当代表达“握手”、与现代生活“拥抱”，在创造性转化、创新性发展中焕发出新的生机活力，让更多人感受到中华文明的博大精深，感动于中国文化的弦歌不辍。

这也生动说明，从传统文化宝库中探骊得珠，通过艺术创作、技术创新，结合当代人的精神需求、审美趣味，可以产生1+1远大于2的效果，在更高维度上实现中华优秀传统文化的返本开新。

天以新为运，人以新为生。激活中华优秀传统文化“一池春水”，离不开创新之力。创新表达方式，中国古典舞创作越来越多地与文物、古诗“梦幻联动”；借助灯光数字投影，就能让“百千家似围棋局，十二街如种菜畦”的唐城风貌再现眼前；进行适应互联网语境的转化，一些经典美术作品被制作成电脑桌面壁纸，赋彩数字生活。今天，时代赋予便利条件，呼唤更多人在中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展上大展作为。

当然，传承不是唯古是从，创新也不是无本之木。活用技术，也要深研艺术；创新为本，也要不忘根本。要坚持“变”与“不变”、继承与发展、原则性与创造性的辩证统一，以守正创新的正气和锐气，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，使其始终涌动鲜活的生命力。

千百年来，中华民族的气度、性情与智慧，书写在笔墨丹青之中，蕴藏在典籍辞章之间，凝结在器物技艺之上，融汇成生生不息的中国精神、中国力量。让浩瀚典籍里的美文佳篇、博物馆里的文物精品、广阔大地上的文化遗存，从历史中“走出来”、在大众中“火起来”，将为人们的精神世界提供更丰富的文化滋养。

（张 凡，载《人民日报》）

每一种劳动都很光荣

10月9日，中国工会第十八次全国代表大会在北京隆重开幕。承载着亿万职工的重托，2000余名来自各行各业的代表相聚一堂，全面总结新时代工会工作的成就经验，共话新征程上工会组织的光荣使命。

党的十八大以来，习近平总书记多次给广大劳动群众回信致信，用最高规格表彰劳动模范和先进工作者，考察调研时同一线工人亲切谈心，始终保持对劳动人民的深厚感情。亿万劳动者以高度的主人翁意识、高昂的劳动热情和忘我的奉献精神，拼搏奋斗、争创一流，在推进中国式现代化进程中奏响“咱们工人有力量”的主旋律。

劳动是推动人类社会进步的根本力量。今日之中国，综合国力大幅跃升，锦绣大地气象万千，老百姓的日子越过越红火，历史进程中的每一次跨越，无不展现着劳动者的聪明才智、浸透着劳动者的辛勤汗水、凝聚着劳动者的牺牲奉献，每一分社会财富都源自于人民的勤劳创造。随着时代的变迁，劳动的内涵和外延不断发生着变化，生产形式也因科技发展而日新月异。时至今日，劳动的标准相比于过去已然大有不同。田野里的劳作是劳动，实验室的科研是劳动，镜头前的直播带货也是劳动，劳动以不同的形式存在于人们生活的方方面面。不论是体力劳动还是脑力劳动，每一种劳动形态都有其社会价值和现实意义，都是推动经济社会发展的力量之源。

“劳动没有高低贵贱之分，任何一份职业都很光荣”。职业分类大典颁布以来，收录的职业岗位信息经过了多次更新。去年发布的《中华人民共和国职业分类大典（2022年版）》，与2015年版大典相比净增了158个新职业，总职业数达到1639个。从三百六十行到上千行，工作的定义、职业的范畴正在变得更加丰富而精彩，日益丰富的新业态，多元发展的新职业，正在改变传统的增收方式。任何一种职业并不天然属于某类人，人人都有机会在宽广舞台上展示自己的人生价值，才能凝聚起带动产业快速发展的强大动力。

社会分工越来越细，是国家发展的必然趋势。每一种新兴职业、每一种劳动形式，都应该得到社会的包容与尊重。每个人的职业选择各不相同，但都是在用劳动筑就通向梦想的阶梯。拥抱就业市场的新变化，正视行业和个体发展的新需要，以开放的态度看待每一种选择，应该成为社会对待新职业的准则。

（周 磊，载《湖北日报》）

淋过雨的人更懂得为别人撑伞

丽水市遂昌县有一家开了20多年的夫妻理发店，店中间摆了一个专门展示假发套的台子，上面的牌子写着“只送不卖”。原来，两年前老板娘严素娟的丈夫不幸患癌，今年4月初，小店做了一个决定，凡是正在化疗掉头发的癌症患者都可以来店里免费挑选合适的假发套。

正因为自己淋过雨，所以想给有同样遭遇的人撑把伞。赠送的假发套一顶要七八百元，目前，小店已经送出了20多顶。

“刚好你需要，恰好我也有。”严素娟说她送假发套的目的很简单。简单朴素的话语，让我们感受到她骨子里的善良。作为病患家属，严素娟见证了两年间丈夫对抗病魔的乐观和勇气，也深深体会到治疗过程需要面对的经济压力和精神压力。难能可贵的是，严素娟和丈夫并没有深陷于自己的不幸，正因为有过相似的遭遇，他们对其他人的难处更加感同身受。他们懂得，对一些普通家庭而言，这时候哪怕是一顶假发套，也是一种安慰。和温暖。对他们而言，比有形的头发更重要的是，难以言说的痛点被看见、出门时的尴尬有了缓解的办法，更重要的是，戴上假发套之后，让他们又看到了自己曾经的样子，鼓起了好好活下去的勇气。

小小的爱心理发店，给予我们更多启示。生活中的坎坷甚至不幸，我们该用什么样的态度面对。是怨天尤人，从此深陷于负面情绪不可自拔？还是从泥淖之中勇敢站起来，把眼光看向更远的地方？严素娟和丈夫选择了后者。他们的温暖和豁达，是助人，更是自助。她的丈夫叶朝军在生病前就是个热心肠，经常参加各种志愿活动，还是遂昌县义剪志愿队的一员，给老人们免费理发。刚刚生病时也曾痛苦崩溃，但是，在帮助别人的过程中，叶朝军还会主动说起自己的经历，希望用他的乐观去感染别人。在其他人眼里，“他和素娟就像小太阳一样”。

温暖和美好是会感染和传递的。越来越多的人接受了爱心理发店的帮助，越来越多的人也加入到奉献爱心的队伍中。有女孩提出要捐献自己的头发，也有老顾客捐出了基本全新的假发。微光虽小，但是一传十十传百，总会越来越亮，这也是爱心理发店更重要的意义所在。

（逯海涛，载《浙江日报》）

画话

门头牌匾岂可“千城一面”

遍布城市街头巷尾的门头牌匾，不仅是市容市貌的重要组成部分，也是展示城市特色、宣传地域文化的重要窗口。近年来，部分城市为城市门头牌匾立新规、办比赛，充分体现商铺原有特色和风貌，体现文化和美感，避免“一刀切”。（陶小莫作，载《经济日报》）

辩证看待“宇宙的尽头是带货”

洞见

“仅0.4%的主播月收入10万元以上”，一个“仅”字让网友吵翻了。

这个数据来源于今年5月中国演出行业协会等联合编制的《中国网络表演（直播与短视频）行业发展报告（2022-2023）》。报告原文显示，截至2022年末，我国网络表演（直播）行业主播账号累计开通超1.5亿个，以直播为主要收入来源的主播中，超九成月收入为5000元以下，月收入10万元以上的头部主播占0.4%。如今突然翻红，是有些账号在转发的过程中，为表达“头部”与“尾部”主播的收入差距巨大，改为“仅0.4%的主播月收入10万元以上”，进而引发热议。

事实上，一方面，它确实揭示了光鲜亮丽主播的艰难一面。当普通人频频接触到“年入18亿”“月赚500万，带货7个月挣了3500万”等真假难辨的信息，难免会造成一种错觉，但很多时候不过是被“幸存者偏差”蒙蔽。打开直播网页，你会看到那么多千篇一律的主播在聚光灯前吆喝，门可罗雀的不在少数。另一方面，也更加深了一些人对于主播门槛低、来钱快、稳赚不赔的印象，并在与其他行业的比较中，收入差距更加凸显，因此“宇宙的尽头是直播带货”等论调支持者众。

然而，理性观之，“宇宙的尽头是带货”多是一种调侃，认真就输了。从个体层面来看，“一夜暴富”“迅速走红”的故事固然令人羡慕，但复制的几率并不算大。据业内人士分析，很多主播都会碰上缺乏经验，以及在供应链服务、流量运营、营销、私域经营、售后服务等方面相对空白的难题。能成功的，其中有勤勤恳恳工作的成分，也不乏运气、时机等多种因素。从整体来看，内部分化大，发展变化迅猛正是主播等新就业群体的显著特征，也就是说这在这个复杂多元的阶层内部，大家的收入水平、社会地位、工作环境和条件、职业安全和稳定性上本就参差不齐，不应被忽略。

对于头部主播，支持者有之，质疑者也有之。而从网友对江歌妈妈带货的声援来看，人们对直播带货本身并没有偏见，而是更看重其所能体现的社会价值和情绪价值。正如有网友担心的“以前的孩子：长大当老师，当科学家，当飞行员，现在的孩子：长大后当网红”，在网络文化重塑大众文化的当下，如何在积极看待新职业的同时，警惕收入差距带来的负面影响并合理应对，如何提升头部主播、MCN机构职业素养，是需要深入思考的问题。

进入全民直播时代，直播在吸纳就业、拉动消费中的重要作用，不容小觑。群“播”并起、主播“斗妍”是一个必经阶段。择业者在保持开放多元就业心态的同时，也应理性看待、谨慎选择，不能一味跟风。（陆 夷，载《南方日报》）

品读

颐和园『扫地僧』走红的背后

“这叫嗢怛罗曼怛里拏洲，那叫舍谛洲，下边还有遮末罗洲、筏罗遮末罗洲、提诃洲……”这两天，颐和园保洁员张旭为游客介绍颐和园四大部洲的“贯口”视频刷屏网络，不少网友称其是“最强扫地僧”，还有人开玩笑说“莫不是管理人员假扮的”。（10月9日北京日报客户端）

在小说《天龙八部》中，有这样一位无名僧人——一袭青袍、一把扫帚，看起来籍籍无名、与世无争，实际上却对少林派的事情了如指掌，一出手就是“绝对王者”。无独有偶，现实生活中也有这样前后反差巨大的“奇人异事”，比如3年背了15000多个英文单词的北大保安，49岁自学考上研究生的宿管阿姨……正如金庸笔下的“扫地僧”，武功高强却深藏不露，这些“民间高手”也是大隐隐于市。

不同于小说中的角色，武功修为全靠作者想象勾勒；现实中的扫地僧们大多有一个共性，那便是对一件事热爱、专注，且付出行动。就拿颐和园“扫地僧”来说，张旭可以将颐和园万寿山四大部洲诘屈聱牙的建筑名说得清清楚楚，其实是将热爱付诸行动的结果。从上岗那天开始，这位“扫地僧”就经常在下班后查阅各种建筑、历史、宗教方面的资料，再在上班时一一核对、研究。两年下来，从建筑主体到楹联、匾额，从建筑本身到背后的含义、历史、美学，张旭已然烂熟于心。

由此可见，“扫地僧”的成功之道，不在于偶然兴起，而在于热爱专注；不在于天赋异禀，而在于熟能生巧。从这个意义上看，每个人都有机会成为“扫地僧”。有诗歌梦的炒菜师傅宋成宝可以写出1000多首诗，发表在打饭窗口上；有求学梦的保安许文龙可以考上本科，与留学生流利对话，被外国人点赞。可见，“扫地僧”洒扫之余，依然保持热爱、专注与恒心。

当然，我们并不是要将“扫地僧”当作成功学的代名词。正如我们惊异于这些“奇人”，并不是惊异于他们的“奇”，而是惊异于前后的反差，惊异于他们哪怕拥有大智慧、强本领，依旧可以虚怀若谷、淡然处世。而这些，正是我们应该为之奔赴的方向。

（庹亚男，载《广州日报》）

为酒店不收押金叫好

微评

近期，有媒体记者在市场调查中随机拨打了10家酒店的电话，咨询订房是否需要交押金、退房是否要查房，有6家酒店表示“不需要交押金，退房时也不用查房”。调查发现，在一些城市酒店，不收押金、不查房已经成为行业的普遍现象。

酒店行业服务模式升级，不收押金、不查房，几乎是大势所趋。这种变化是悄无声息的，住客在不知不觉间，已经习以为常。直至最近，与之相关的话题成为热搜，很多人才有后知后觉、恍然大悟之感。当押金、查房渐渐从酒店行业的经营流程中删除，不仅是入住体验少了些卡顿多了一份“丝滑”的感觉，更折射出技术进步与信用成本的降低对市场交易效率的极大助益。

为什么现在酒店越来越倾向于不收押金、不查房了？很直接的回答是，原先的做法不再必要、不再合算。基于行业经营经验反馈，“顺手牵羊”“物损逃逸”的酒店客人越来越少。在此背景下，当为“收押金”“查房”而多投入的人力成本，不足以冲抵由其“损控”所带来的收益，那么酒店业者自然会做出调整。营商者对于利益最大化的追求，决定了其必然会选择一种“费效比”最高的方式开展业务。

任何商业业态中，信用成本都是交易成本的重要组成部分。以往酒店普遍要收押金、查房，就是因为个体的诚信意识与双方的互信基础相对欠缺，于是不得不建立一种货币化的“信用担保”机制。但时至今日，现实发生了深刻变化。一方面，社会整体诚信基本面极大提升；另一方面，一套动态的、全覆盖“信用评价体系”使得每个人都更加“爱惜自己的羽毛”。

最近，文化和旅游部向社会公开征求意见，强调着力促进信用消费。酒店不收押金、不查房，尽管只是信用消费的一个微小的场景实践，却是对“越诚信，越便利”精髓的生动演绎。我们相信，随着信用成本降低，有利于促进消费的便利将越来越多。

（然 玉，载《湖南日报》）

因势利导做强“演出经济”

开票，秒光！一场演唱会，带火一座城。这段时间，国内演出市场呈井喷式增长，“为一场演唱会，奔赴一座城”的“一票难求”现象屡上热搜，“演出经济”已成为当下拉动城市经济发展的新引擎。

“演出经济”的本质，是一场人与城的美丽邂逅。对异地粉丝而言，一趟看演出的跨城市之行，只有把举办城市的网红景点、特色美食打卡一遍才算充实。因此，随着演唱会、音乐节等线下演出市场热度飙升，当地的文旅消费也往往是芝麻开花节节高。由此，亦须因势利导，充分调动庞大的市场潜力，将“演出经济”做大做强。

今年7月，国家发展改革委在《关于恢复和扩大消费的措施》中，明确提出促进文娱体育会展消费，增加戏剧节、音乐节、艺术节、动漫节、演唱会等大型活动供给。今年以来，“演出经济”累积的需求存量集中释放，其中不无“报复性消费”的特征。趁热打铁，变“报复性消费”为习惯性消费，是做强“演出经济”的关键；在这方面，可以通过做好线上无法复刻的交互感、场景感和代入感，丰富文化的供给端，让相当一部分凑热闹的“尝鲜者”获得在虚拟世界里无法得到的“体验的快乐”“社交的快乐”，从而将“看演出”固化为消费习惯，才能发挥线下演出“曲终人不散”的长期功效。

做强“演出经济”，让“明星粉”转为“城市粉”也很重要。为擦亮城市形象展示和口碑营销的窗口，不少举办大型演出的城市都为游客提供了“星级”服务，从衡阳连续3天免费提供场馆和车站间通勤的公交，到太原凭演出票根可免景区首道门票一次……无不是以明星演唱会为载体，目的是为城市“吸粉”。

值得注意的是，当前的“演出经济”有依赖偶像“咖位”之嫌，长此以往，观众难免审美疲劳，城市也容易陷入头部IP的抢夺而无暇创新。在这方面，各地要坚持已有格局，更需推陈出新，力争“人无我有”，进而放大自身优势，以“演出经济”带动市场消费，全面助力城市文体旅繁荣发展，不断满足人民群众对美好生活的向往和需求。

（孙君文，载《南京日报》）