

# 革命精神宣讲永不过时

简言之

受文化和旅游部机关党委邀请,青海原子城纪念馆“两弹一星”精神宣讲报告团日前在北京为文化和旅游部系统、相关部委的干部职员开展了4场主题为“传承红色基因 铸就精神高地”的宣讲活动。效果出乎意料地好。

一度被某些人认为是“假大空”“过时了”的革命教育宣讲为什么能够赢得大家的广泛认可呢?

以笔者的观察,一是以事引真情。不可否认,有某些宣讲过于夸张,或者“无中生有”,效果适得其反;此次宣讲以真实的“两弹一星”研发过程为基础,讲述了科研工作者及其家属、当地农牧民等的奉献,不夸张、不编造,使听众有带入感,进而更深刻地感受到了这些英雄和无

名英雄们的伟大奉献。二是宣讲材料选择精准、表现方式多元。宣讲是面对面的艺术,要充分调动听众情绪、与听众情感产生共鸣。此次宣讲是在大量积累的情况下,对听众的知识背景、情感诉求进行了相对准确的分析,所以在宣讲过程中,无论是对比科学家们在海外和在中国生活待遇的巨大落差,还是家属再见面已是追悼会上的痛彻心扉,让听众们非常感动。

这次宣讲是文化和旅游部深入贯彻习近平总书记关于传承红色基因弘扬革命精神的重要指示精神、开展增强“四力”教育实践工作的重要内容。从此次活动看,革命精神宣讲永不过时。我们对了解革命精神、传承红色基因是有内在需求的,我们缺

的可能就是这类精彩的宣讲。

近年来,神州大地掀起传承红色基因、弘扬革命精神的热潮。文化和旅游系统加强了对革命文物的保护,推动革命精神的弘扬,红色研学成为热门旅游选项;各地各部门也纷纷出台相应措施,落实相应项目,使得红色教育成为整个国家的共识。这是令人欣喜的一面,让我们看到了社会主义中国更加光明的前景。

在这个过程中,涌现出了许多如同青海原子城纪念馆这样吸引游客的红色旅游经典景区、革命文物保护单位,它们各显神通,让年青一代记住了先辈抛头颅洒热血的英勇、筚路蓝缕以启山林的奋斗、先大后小家的奉献。这种精神赓续了中华民族的优秀品质,激励代中国人能够继

承优秀传统文化、捍卫这来之不易的幸福生活。

革命文物沉默、革命精神无言。精彩的宣讲、优秀的讲解就显得至关重要。时代的发展、游客的进步,也对导游、讲解员的个人水平提出了更高的要求,对红色旅游景区(点)的整体布展水平、导游词水平提出了更高的要求。现在的游客不再满足于单一的讲解,他们会提问、会思考。我们的导游、讲解员能否给予令人满意的回答呢?

一个没有英雄的民族是可悲的,一个有英雄而不知尊重的民族则不可救药。五年来,“英雄”这个词于中国人心里,永远都是沉甸甸的。

一线评论

# “专家说”与“网友说”

陈鲁民

现如今,社会上发声最多最积极的莫过于两个群体,一个是“专家说”,一个是“网友说”。这两“说”虽都是民意,但又各具特点,各有其用。

专家,术业专攻,技艺超群,是个很神圣的称呼。专家破难题迎刃而解,看病药到病除,破案手到擒来,讲课让人茅塞顿开,因而“专家说”也很有权威。一件事众说纷纭,各执己见,只要专家一发声,就一言九鼎,意见统一了。感谢“专家说”,为我们指点迷津,释疑解惑,既提高了大众的科学素养,又提供了可行的应对之策。

但是,现在的问题是,“专家说”有些泛滥成灾,使其权威性大大降低。首先是因为专家队伍良莠不分,鱼龙混杂,其中有真专家,也有假专家;有当红应市专家,也有过气落伍专家;有真才实学专家,也有不懂装懂的专家;有秉公直言的专家,也有

扶私胡说的专家,“专家说”自然也就成色水准相差很多。如转基因食品、房价涨落、股市走向、投资风险等民众最关心的问题,“专家说”却各执一词,让人莫衷一是,不知该听谁的。还有的专家,受人雇用,拿了人家的好处,替人站台,为人鼓噪,良知都喂狗了。最典型的是某些医药广告,道貌岸然的专家舌灿莲花,夸大或编造疗效,目的就是忽悠消费者的银子。

再议“网友说”。网友人多势众兼人多嘴杂,热情高,干劲大,一件事出来,广大网友便会争先恐后,各抒己见,说啥的都有,或见仁见智,或仗义执言,打嘴仗火花四溅,论是非众口铄金,正义感沛然于胸,正能量喷薄而出。“网友说”在舆论监督方面功不可没,各地政府部门甚至国家机关都很注意倾听“网友说”表达的民意。

然而,凡事皆有利弊,毋庸讳言,“网友说”也存在不少毛病,有不小的提升空间。譬如,有些网友火气太大,语言低俗,骂骂咧咧,口不择言;有些网友情绪多于理性,说话不走脑子,信口开河;有些网友没有主见,人云亦云,鹦鹉学舌等,都不同程度地影响了“网友说”的质量与声誉,降低了“网友说”的力度和效果。

无论是阳春白雪的“专家说”,还是下里巴人的“网友说”,对于推动社会前进,追求科学文明,实现风清气净,都很需要,都很有价值,缺一不可。而针对“两说”存在的弊端,也应及时改正,努力完善,以臻尽量完美。

“专家说”要力戒“胡说”。那些专家指出、专家认为、专家呼吁、专家撰文、专家评述等,都要实事求是,谨言慎语,且勿不懂装懂,轻易表态,因为你不是全才,只能在自己

熟悉的领域指点江山,到别的行当指手画脚,你可能就是胡说八道。

“网友说”则要防止“乱说”。网友参与热情高是好事,但要有理智,不能不假思索,什么事都插嘴,乱说一气。遇事要经过思考,有心得再说,没见解就不要信口雌黄,更不能意气用事,说话粗野,损人自尊,把自己降到骂街泼妇的水准。

已故启功先生也是个专家,上课风趣幽默,第一句话常常是:“本人是满族,过去叫胡人,因此在下所讲,全是胡说。”他虽自谦是胡说,但由于其一向治学严谨,学富五车,讲的都是真知灼见。给我们的启示是,不论是“专家说”还是“网友说”,都要在发声时坚持理性思考、求实态度、严谨作风,切勿胡说、乱说、瞎说,以免玷污了“专家说”的威信与“网友说”的清誉,同时也是对公众负责。

# 阅读,别止步于『世界读书日』

孙丛丛

“经典·诵读”“读书会进社区”“文化名家畅谈阅读”……4月23日“世界读书日”前后,全国各地开展了丰富多彩的阅读推广活动,掀起一轮全民阅读热潮。

一年一度的“世界读书日”,在调动大众读书热情的同时,也引发着关于为何阅读、如何阅读的思考。有关机构日前发布的“第十六次全国国民阅读调查”结果显示,2018年,我国人均阅读纸质书4.67本,四成以上成年人自认阅读量少。与2017年相比,纸质书、报刊的阅读时长均有所减少,手机和互联网成为成年国民每天接触媒介的主体。综上数据,全民阅读情况可见一斑,同时也表明,随着时代演进,无论阅读介质,还是人们的阅读习惯都发生了不同程度的变化。

推动全民阅读、构建书香社会,仍有很长的路要走。

阅读,离不开“世界读书日”为节点的宣传推广,但远不能就此止步,还需在“常态化”建设和真正激发大众内心诉求上下功夫。

首先,对于个人而言,“打卡”阅读不仅限于读书日,要与陶冶身心、提升修为联系在一起,使之成为一个人长期受用的好习惯,日积月累,久久为功。

其次,有关部门要顺应阅读新趋势,进一步创新公共文化服务模式,从硬件设施及配套服务上做足保障,推动全民阅读从理念走向实践。据了解,有的公共图书馆在细分图书资源、配备数字化阅读终端的同时,与物流公司合作推出“网上下单·享阅到家”服务,令大众阅读体验更加便捷化、个性化。另有诸多地市在社区、商场等设立24小时无人值守“城市书房”,最大限度地满足了居民就近读书、休闲需求。种种探索,让阅读融入生活,让城市浸润书香,其经验值得分享。

再次,不同主体组织开展阅读推广活动并非越多越好,还应注意品质引领、做到有的放矢。例如,常有商家集中于特殊时段举办荐书、优惠购等活动,与其搞“一阵

风”式的宣传,不如在平时降低门槛、广泛惠民。另外,书店、出版社、公共文化服务场馆等还可借助各方优势资源,共同培育有温度、有情怀的阅读品牌,因势利导,传递力量,引领更多受众跨入“阅读之门”。

# 全民阅读需要壮大推广的民间力量

秦 毅

围绕刚刚过去的“4·23”世界读书日,众多与阅读有关的活动如遍地盛开的花朵,浓郁着书香的芬芳。书籍是人类最好的朋友,阅读是最低门槛的高贵,是获取知识和传承文化的源泉,是实现梦想的奋斗阶梯。推广阅读,建设书香社会,开展全民阅读活动,已上升到国家战略,“全民阅读”连续多年被写入政府工作报告。

作为阅读推广的中坚力量,“4·23”前后,各级各类图书馆开展了丰富多彩的阅读推广活动,成为世界读书日相关活动的主流,这既体现出广大图书馆的责任和担当意识,也应看到社会各界,特别是包括民间组织、企业公司在内的社会力量之于阅读推广,无论是在活动规模还是在影响力方面,还都有待提升。“书香社会”建设需要全社会的广泛参与,除了公共图书馆提供的基本、基础性服务外,还需要品类愈加丰富和更有针对性的阅读服务;除各级图书馆、公共文化机构不断盘活阅读存量外,更需要社会力量的介入,拓展增量空间,让更多的人加入到享受阅读的行列中来。

充分调动社会力量开展阅读推广活动,需要着力做好以下几个方面:

一是密切社会力量与公共图书馆等公共阅读服务机构的合作互补关系,充分发挥各自优势,为读者和市民提供更为丰富的阅读产品和服务。《公共图书馆法》提出:“县级以上人民政府应当积极调动社会力量参与公共图书馆建设,并按照国家有关规定给予政策扶持。”对此,图书馆“开门”办馆,要打破固化模式,创新合作方式,实现资源利用的最大化。公共图书馆在藏书丰富、数字资源多、服务群体广泛等方面占有优势,而社会力量可以更好地实施精准化阅读培育,如针对0岁至

5岁、7岁至14岁不同年龄段读者,或者某一行业、基于相同爱好群体的阅读受众,开展针对性强的阅读服务。两者各有所长,需要的是相互合作,如合作开办企业书房、城市书屋、商户书吧等公益性机构,以及合作开展相关活动,进一步拉近阅读与广大群众的距离。

二是要适应时代之需为阅读创造更为便利的条件。随着社会的发展、科技的进步,互联网已浸润于人们的生活之中,阅读推广也不得不借力使力。除了图书馆的数字资源库外,开发一系列可听、可观、交互式更强的数字图书需要广大企业参与其中,用现代科技的力量为阅读推广插上翅膀。与此同时,线下阅读场所的提供、基于阅读的创新型文化活动的开展等,都离不开社会力量的踊跃参与。

三是要进一步增强社会各界特别是新闻媒体对社会力量组织参与阅读推广活动的关注度,并形成积极的舆论导向,鼓舞带动更多的企业和个人投身于“书香社会”的建设中来。不可否认的是,目前不少媒体特别是一些权威媒体,在涉及具体企业尤其是民营企业相关文化活动的报道时,或避谈企业名称,或不予发稿,唯恐担了为企业站台的名,而换成国有机构和单位则不然。对于一家企业来讲,只要其进行公益活动的钱是通过合法经营、诚实劳动取得的,其所开展的公益活动就没有理由受到非议,反而应当通过肯定和赞誉带动更多的企业更好地投身于公益活动中。

阅读不仅可以提升国民素质,也是精神文明建设的重要路径。全民阅读推广工作是全民性活动,愿每一个“我”都参与其中,真正形成促进全民阅读的合力,让书香充盈全社会。

漫话漫画

## 鹧鸪天·题漫画《整治网络》

何 鹤/词 黄 卓/绘

充斥荧屏乱象图,钓鱼陷阱涉黄书。视听欲享真清静,网络还须大扫除。  
挥铁帚,荡尘污,绝知美好要人扶。和谐社会新天地,正气从来不可无。



# 让美育切入人生

高 昌

近年来,美育工作受到社会各界的支持。制约和影响美育工作开展的一些基础性问题,在政策体系、育人导向、教育教学、资源保障、推进机制、品牌项目等方面都有许多引人注目的变革。前不久有关部门披露,美育师资队伍建设成效明显,全国义务教育阶段美育教师人数由2008年的43.41万人增加到2018年的71.7万人,10年来平均增速为5.1%。美育课程建设稳步推进,美育受惠群体也在不断扩大。全社会对美育的关注,令人振奋。

美育工作,重在塑造美好心灵。美育工作的效果,并不仅仅体现在培养多少个才艺超绝的孩子,在艺术展演中获得多少奖,也不仅仅体现在发表几篇美育论文、几部美学专著上,

而是要真正体现在立德树人实绩上来,体现在脚踏实地弘扬中华美育精神,让祖国青年一代身心都健康成长上来。美育的重心不在于“秀”多少表面的成果,而在于切入人生的深度和广度上。

美学、美育与人生,是很有意义的一个研究课题,其中“美育”是联系“美学”与“人生”这两个关键词的一个最重要的关键词。正是通过人生美育的艰辛探索和奋力实践,才让高深莫测的美学从狭隘的象牙塔里走进广阔博大的浩瀚人生。古人说:“闲坐对花常入梦,无眠听雨忽成诗。”这里说的其实是一种天然的美学感悟。古人又说:“每向花间逃俗客,偶从书里近骚人。”这里说的则是

一种能动的美学选择。而感悟也好,选择也好,有的是自发的,而更多的则是通过审美自觉层面上的人生美育的塑造和引领而达成的。光芒四射的美,不仅体现在自然风物,体现在身体发肤,而更多的则是体现在美好的心灵品格和精神境界之中。

美心美德,美美偕行。美的形象和美的魅力,说到底其实就是人的形象和人的魅力。我记得一位老诗人很多年前曾经在给人题词时写过这样一段话:“人化自然成意趣,自然人化见精神。经由人的自然化,达到自然化的人。形为真与善的美,实则美善与真。”这里所谓“形为真与善的美,实则美善与真”,其实回答的就是美的基础何在这样一个传统命题

的朴素答案:美的概念,是须要由善和真的基础来强力支撑的。也就是说,只有人生美育,才是美学所要达到的终极目的或曰最高追求。美育需要与德育紧密结合起来,必须建立在德育基础之上。必须通过人的审美实践,才能达到人的审美自觉;也就是说必须经由人的美化,才能最终实现美学意义上的美化的人。

美育内化于心,外化于行,随风潜入夜,润物细无声,使人心不冷,使人心田里的美丽春天永远生机勃勃,永远也不枯萎凋谢。

让美育切入人生,正如把种子播入田野。有了肥沃的土壤,才能生根发芽,才能进行光合作用,进而开出美丽的花朵,结出丰硕的果实。