

体悟时代生活的美学价值

李铁林

又到毕业季，各大美术院校的毕业展再度爆火。比如，今年“五一”假期，中央美术学院毕业展日均客流量过万，网络讨论热度居高不下。

美院毕业展有多火，从各院校历年来涌现的“破圈”作品可见一斑。致敬建筑工人父亲的雕塑《筑魂》，探讨快节奏城市生活的作品《30分钟废墟》，反思消费主义的油画《祷》……无论赞美或争议，不可否认的是，不少毕业展不只是院校内部的教学汇报，而成了备受关注的公共文化事件。

曾被视为有一定“门槛”的艺术展，为何受热捧？社交媒体的裂变传播、院校不断进步的开放运营能力是直接原因。但透过现象看本质，或许还有两条更深层的线索。

一条线索关于文化。如何度过闲暇，一定程度反映着一个人的生活格调，乃至一个社会的文化风尚。越来越多人走进美术展，本身便是一种宣告——随着经济社会发展，审美不再是一件奢侈的事情，而逐渐成为当代人安顿精神、充盈内心的现实需要。

不只是艺术展。“文博热”持续升温，“为了一座馆，奔赴一座城”；歌舞剧一票难求，越来越多观众走进剧场……一系列文化热点，都反映出人们对高品质文化场域的浓厚兴趣。

一面是审美需求的集中释放，一面是美育传统的赓续传承。前不久，北

京大学纪念美学学科开设105周年。美学学科的发展，也伴随着公共美育的进步。上世纪，朱光潜、宗白华等学者曾探讨“人生艺术化”，倡导以美的艺术精神濡染提升人格情致与生命境界。如今，美学自觉已走出学人的书斋，成为更多人雕琢理想生活的实践。

青年的艺术灵感里，有饱满的热情，有真诚的表达；通过开放参观、提供导赏等突破校园边界，让关于美的表达被更广泛地观看、倾听，美院毕业展也是公共美育的嘉年华。这是一场文化的双向奔赴。

另一条线索关于消费。近年来，美院毕业展上，周边市集的“戏份”越来越足。遇到心仪作品即时购买复刻品，“收藏一个年轻人的才华与时间”，成为不少观众的选择。

文艺与商业并不对立。美学和文化研究领域有一个“日常生活审美化”的说法，指的是现代社会中，审美活动与艺术元素溢出传统艺术领域，全面渗透到大众的衣食住行中。从更多实用物件被赋予设计附加值，到咖啡馆、书店等纷纷“景点化”，物的美学元素以及蕴含的情绪价值、社交资本等愈加重要。

从《清明上河图》《爱莲说》等经典作品中选取意象设计创意包款，把湘绣留白美学、传统盘扣等中式元素融入服装设计……前段时间的广交会

上，众多中国产品凭借独特的中国美学韵味吸引外商目光。中国美学“出圈”，根植于丰厚的文化底蕴。

新时代的中国美学，是萃取千年文脉养分、融合当代设计语言、回应时代精神诉求的审美体系，是传统元素与现代创意共生、民族特色与审美潮流相融合的独特表达。这种美学觉醒，正超越文化领域，深刻重塑着市场逻辑。当文化叙事成为市场竞争的关键一环，中国品牌正随着文化主体性的增强挖掘出自己的新蓝海。

以小见大，两条线索共同指向“人文经济学”的宏阔命题。“‘文化经济’的本质在于文化与经济的融合发展，说到底要突出一个‘人’字。”文化对经济的作用机制，是以经济活动、社会关系的主体——人作为载体的。

在这方面，走红的美院毕业展提供了一个微观观察样本：开放的展览既是对人的文化浸润，同时也催生了爆款IP，文化价值与经济价值围绕人的需要形成良性循环。

进一步而言，做好“人文经济学”大文章，正确答案不在“文化搭台、经济唱戏”的老路径，二者都是目的而非手段，都是内涵而非形式。重视人文关怀、促进人的全面发展，积淀更厚重的文化底蕴，在此基础上寻找文化与经济的结合点，这样的“互文”一定会越写越生动。

来源：人民日报

把“诗与远方”写进政绩答卷里

万代红

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》首次将“旅游强国”写入其中，标志着旅游业发展上升至国家战略新高度。站在“十五五”开局的关键节点，当旅游强国从愿景变为规划、从规划落实为行动，文旅发展早已不止山水风光的简单呈现，更是检验党员干部政绩观的考场。

为民造福是最大的政绩。旅游业作为典型的幸福产业、民生产业，评判发展成效不能只看经济报表，更要看群众体验报表，这是文旅领域树立和践行正确政绩观的根本落脚点。今年的中国旅游日聚焦民生需求，全国多地集中推出门票减免、文旅补贴、公益展演等便民举措，切实降低群众出游成本。全国多数国有景区优化便民设施，增设无障碍通道、游客服务站，精准适配特殊人群出行需求。文旅发展不是单纯的资源开发，更不是面子工程，而是贴合群众生活的民生事业。只有始终站稳人民立场，以游客

满意度为标尺优化服务、完善配套，拒绝粗放开发和过度商业化，扎实做好惠民实事，才能守住文旅发展的初心。

急功近利是为政之疾。过去部分地区盲目跟风打造“网红”景点，照搬同质化商业模式，一味追求短期流量热度，忽视文化挖掘、运维管理，最终出现开园即冷清、爆红后滞销的尴尬局面，暴露出短视错位的政绩观。进入“十五五”时期，旅游强国建设要求各地摒弃粗放开发思维，立足本土资源禀赋，走内涵式、长效化发展道路。各地坚持因地制宜、一域一品，深挖本土文化内核，打磨特色文旅IP。各地应加快智慧景区建设，依托数字化手段优化预约、导览、管护服务，以精细化管理提升游览质感。文旅培育从来不是一蹴而就，需要涵养久久为功的定力，不贪一时热度、不搞表面工程，深耕文化、打磨品质，方能跳出流量陷阱，铸就经得起时间检验的长效政绩。

政绩观是干部从政履职的价值

航标，科学决策是施政理政的关键。文旅产业链条长、关联性强。发展好旅游业，应坚持系统思维，跳出单一旅游视角，统筹产业融合、生态保护、文化传播，实现多元协同发展。坚决杜绝碎片化开发、同质化建设，打破行业壁垒、区域隔阂，以全域思维激活文旅乘数效应，为旅游强国建设拓宽发展路径。各地应立足全域发展理念，推动文旅跨界融合赋能。如在乡村振兴领域，可融合非遗与“夜间经济”，盘活乡村闲置资源，打造沉浸式“夜游”新业态，带动群众增收致富；交通联动领域，应持续开行特色旅游专列，串联城乡风景名胜，打通出游交通堵点。生态发展领域，应严守开发红线，坚持保护优先，实现山水资源可持续利用。同时，应兼顾产业效益与生态守护、国内提质与对外传播，以科学统筹凝聚发展合力，让文旅产业成为赋能全局、融通内外的优质动能。

来源：青海日报

自己机不离手，孩子岂能放下手机

数字时代，电子产品早已深度融入青少年的学习与生活，如何管好孩子手中的屏幕，成为很多家庭的“育儿痛点”。孩子为何一头扎进电子产品？当家庭陪伴流于敷衍，日常玩乐单调乏味，短视频的瞬时快感、网络游

戏的即时奖励，便会轻易填补孩子情感与社交的真空。没收设备、切断网络、严防死守的“堵截式”管教，治标不治本，还容易激化亲子矛盾，陷入“越管越叛逆、越禁越沉迷”的“死胡同”。孩子成长过程中，父母的陪伴很

重要，不能因为追求轻松就将电子产品当成“哄娃神器”，也不能一边严令孩子“放下手机”，一边自己机不离手。技术可以是育儿的帮手，但不能是亲情的“替身”。（评论员：杨淑君）

来源：新华社

日本派员进驻北约的真实图谋昭然若揭

新华社记者

日本防卫省近日高调宣布，将派遣4名自卫队人员进驻位于德国的北约乌克兰安全援助和训练计划总部，对外宣称旨在“汲取经验、强化自身防御能力”。但在日本加速“再军事化”背景下，这套掩耳盗铃的话术难以自圆其说，其远赴北约“汲取经验”的真实目的，是要进一步突破“专守防卫”的政策底线，为日本首相高市早苗所谓“应对长期战争”的危险构想补齐可实战作战体系的短板。

名为“学防御”，实为“学打仗”。日本自卫队长期受和平宪法制约，实战经验的缺失一直是日本右翼势力急欲推动弥补的短板。此次防卫省派出4名自卫队人员，涵盖陆、海、空三个兵种，承担协调装备与训练支援的职责。他们真正要“汲取”的，绝非本土防御的理论战术，而是高烈度军事对抗下的后勤补给模式、北约标准的武器协同机制以及现代信息化战争的实操经验。

名为“汲取经验”，实为引狼入室。北约作为冷战产物和区域性军事组织，本不应越界插手亚太事务，日本却不断冲在前面，甘当北约“亚太化”的急先锋。从加入北约联合网络防御示范中心，到频繁参与北约军演，再到如今直接派驻人员，日本不断试水推进军事“北约化”。自卫队人员一旦全面掌握并适配北约作战协调机制，日本未来便可顺势将域外军事力量引入东亚地区。日本政客口中所谓“今日乌克兰，明日东亚”的论调，绝非单纯的安全焦虑，而是妄图提前为外部势力插手地区冲突、介入地区事务预埋伏笔。

若将此次派员事件置于日本近期的整体军事动向中审视，其险恶图谋便昭然若揭。从防卫预算创历史新高，到部署远程导弹等进攻性武器；从放开杀伤性武器出口，到如今直接把自卫队人员塞入北约作战指挥体系，日本正渐进式掏空“和平宪法”根基，挣脱国际法和国内法规制束缚，挑战战后国际秩序。

此次对接北约、介入乌克兰危机，正是日本试图补齐“再军事化”拼图的关键一块，即实战能力。就在不久前，高市在围绕修订“安保三文件”举行的专家会议上公然妄言，声称要从乌克兰危机、中东地缘冲突中汲取经验，推进应对“新型作战模式”，为“长期战争”做好准备，其整军扩武野心暴露无遗。

当前，日本“新型军国主义”成势为患，威胁地区和平稳定。这4名远赴北约的自卫队人员，实则是日本突破军事约束的“探路先遣”。从“专守防卫”到“长期战争”，日方近期在军事安全领域冒进和挑衅动作频频，早已戳穿其“和平国家”的自我标榜。

国际社会必须对日本这种借危谋武、妄图重温军国主义旧梦的危险行径保持高度警惕，坚决防止其在“再军事化”的狂飙突进中再次为祸世界。