

## → 察者看台

# 《战狼 2》德国热映之外的意义

周卫国



9月中旬开始，创造票房奇迹的吴京导演电影《战狼 2》登陆欧美院线，并在德国首轮取得不错的成绩。德国媒体报道：9月 14 日起，刷新中国电影票房纪录的《战狼 2》开始在德国影院上映，首日 16 场的平均上座率接近 7 成，总票房排到了全德国上映全部电影的前 20 名。此外，其发行方已拿到了包括德国、奥地利、荷兰和比利时等多个欧洲国家的发行权。由于留德学生“团购”热情高涨，卡尔斯鲁厄和亚琛等地院线已经临时决定加场，同时院线将中等放映厅改为大厅放映。而在法兰克福和柏林等中资企业聚集的

德国大城市，还出现企业协会包场的场面。笔者认为，《战狼 2》在德国的热映，除票房意义外，还有着“一部讲好当代中国英雄故事的电影能为西方观众接受”的重大意义。

电影，对于中国来说，是一项舶来品，但对于近现代的世界来说，却可算是一种主流文化。电影这一传播载体，最核心表达的就是讲故事，而讲故事背后是价值观、意识形态、文化渗透、国家形象等融合。有人如是比喻：二战后的美国就是通过依靠美元、航空母舰、英特尔和好莱坞来影响世界。这里，美元代表着经济力、航母代表军事力、英特尔代表科技力，而好莱坞则代表着美国的文化软实力。《泰坦尼克号》《星球大战》《独立日》《蜘蛛侠》等美国大片，其核心都是美国价值、美国形象、美国英雄的表达。而《战狼 2》在德国上映后反响良好，从某种意义上讲，也代表着德国主流社会对当下中国形象、中国英雄的认同。

《战狼 2》作为一部现象级的国产电影，其票房已排入世界电影总票房榜前 100 名，且是该榜单唯一一部非

好莱坞生产影片，有此成绩非常不易。以前，中国电影在欧美市场，能够产生一定影响与票房较好的，比如由李安、张艺谋等导演拍摄的《卧虎藏龙》《长城》《英雄》等古装大片，所讲述的都是中国的古代故事、历史故事、传说故事、武侠故事，这些故事离当代中国远了些、久了些、老了些。但这次《战狼 2》不同，德国观众看到的是一个现实的中国故事、英雄故事。战狼冷锋的故事，是与复兴中国、崛起中国、小康中国相一致的中国故事。《战狼 2》所讲述的中国故事，表达了“利之所在，力之所及”，反映了由中国实力、中国力量来维护和保护中国利益，它之所以能被西方观众接受，其中重要的意义还在于对中国崛起、中国模式、中国力量的接受。

当前，我们正在书写着前所未有的精彩，激动人心的中国故事，讲好这个伟大时代的中国故事，既是历史的责任，电影的责任，也是世界观众的渴求与期待。多讲这样的中国故事，相信会让西方观众所接受、所喜爱。

## → 热点发声

## 一门网课价值三千多万的深层启示



在互联网时代，人们获取知识的渠道越来越多元化。记者发现，一位北大经济学教授的网络专栏拥有超过 17 万付费订阅者，总价近 3500 万元。而这仅是众多网络付费内容中的九牛一毛。在崇尚分享精神的互联网时代，为优质内容付费已渐成趋势。

“对于内容提供者来说，将专业知识变现，还能卖个好价钱，体现了知识的价值与尊严。一个经济学家在经营学问、济世安民之余，还有不菲收入，过上体面生活，结果堪称完美。对于付费的知识而言，因为用户只愿意为优质内容买单，所以必须是专业、严谨、独到的‘干货’，才能让用户心甘情愿地掏钱。”

网络平台用一种标准化合约交易的方式实现知识付费，是一种交易方式的创新，简单、直接、高效，价值不言而喻。值得注意的是，市场越来越大，消费者可选择的范围越来越大，但是，如果管理跟不上，市场也可能慢慢被玩坏。譬如，从消费者角度，货不对板、影响用户体验是最大困扰。此外，当知识越来越值钱，市场体量越来越大，如何征税也是一个问题。

——评论员 练洪洋

2、知识消费固然有诸多好处，但断言知识消费时代的到来，却为时尚早。经历了“元年”爆红的知识付费，今年就有些后续乏力，不少付费平台又遭遇免费或停更的“倒春寒”。之所以如此，关键就在于优质内容的生产十分不易。最近，锤子科技创始人罗永浩终止了自己的付费语音专栏，他在给订阅者的公开信中说，在完成专栏工作的 3 个月内，他都在“难以置信的超负荷工作”中度过，每天要花费 4 到 6 个小时在专栏创作上。

用户只愿意为优质内容买单，在快节奏的“互联网+”时代，要想输出真正打动消费者的东西，必须静下心来慢慢积淀，精细打磨，才能厚积薄发。可这，才是知识付费能不能持久的关键。

——评论员 胡欣红

”

## → 说道说道

1、武汉带娃开出租车的单亲妈妈李少云的生活困境，因为得到了媒体的关注，正在陆续得到解决。目前，武汉市妇联都对李少云家进行了探访，并提供了一定的经济支援。此外，女儿上幼儿园的问题得到了汉阳区教育局的出手相助，将会为李少云 3 岁的女儿提供免费入托服务。

李少云要一边带孩子一边上班，而能够满足这种工作的需求太少了，所以，李少云的困境很大程度是政府公共服务不足导致的。某种程度上，李少云能够得到援助，折射了中国单亲妈妈所面临的巨大困境——并不是人人都可以被媒体关注，继而获得各界援助。

——评论员 尼德罗

2、今年初，清华大学决定恢复 90 年前的老校规，从 2017 级开始，学生必须通过入学后的游泳测试或参加游泳课的学习并达到要求，否则不能获得毕业证书(特殊情况除外)，一时引起广泛关注。

游泳，作为一种锻炼身体的有效方式，学会以后可以帮助大学生提高身体素质，增强自身体质。前几天，一篇“好日子为何养出弱孩子”的新闻报道，引起了公众极大的关注，说的就是现在青少年因为缺乏体育锻炼，导致体质变差。而类似清华大学“不会游泳不能毕业”的校规，可以看作是对“好日子养出弱孩子”的一种弥补，一种纠正。

——评论员 苑广阔

## → 世相观点

## 从慎初慎微慎独说开去

秉 潮

近段时间，电视专题片《巡视利剑》在各大媒体热播，伴随着一批批贪官的出镜忏悔，不少人高呼“好看”。笔者在梳理中发现，这些贪官在讲述自己堕落的过程时，都会发出“悔不当初”的感慨。最典型的莫过于重庆市渝北区移民局党组书记王怀清，他说：“党对我培育颇久，我却稀里糊涂走到了这一步，‘悔恨难当’已无法形容我此时的心情。人，只有走到了最后的尽头，才会幡然悔悟！”可以说，“悔不当初”已成了落马贪官忏悔时频率最高的用词。

“早知如此，何必当初。”在阅读贪官的忏悔录时，我们常常可以看到这样的开头：“我出生在革命的家庭”“我是农民的儿子”……这些人生开篇的说辞告诉人们，这些贪官堕落之前都有过一段激动人心的奋斗史。然而，什么时候他们开始了贪腐，许多人并不一定能说得准，但过

程却一定能记得清。“由开始的逢年过节接受礼金，到后来的为人办事收人钱财。收受的数额也开始由少变多，胆子也越来越大。”黑龙江省农垦总局党委原副书记李涛忏悔录里的这句话，就是贪腐官员走向堕落时的真实写照。笔者在想，如果李涛一开始做到“慎初”，后来的一切或许就不会发生。

“勿以善小而不为，勿以恶小而为之。”在听取贪官的忏悔陈述时，我们总可以发现，从小节上失守几成贪官堕落的前奏。江苏省滨海经济开发区化工园党委书记王晓明就是最好的例证：“放松了学习，从最初的逢年过节收点客商的土特产、小礼品演变到烟酒、购物卡乃至后来的大额现金，并用手中权力参股企业分红，自己家人插手工程建设，在当地造成恶劣影响。”由此可见，如果王晓明懂得“慎微”，就不会有后来的“一失足成千古恨”。

“穷则独善其身，达则兼济天下。”这句古训告诉我们，过去的士大夫处“穷”境尚能“独善”，而今天的许多“达”官们，却因不能“独善”致使不能“善终”。正像辽宁广播电视台原台长史联文忏悔的那样：“一个人的权力太大了，独断专横，他就会将权力为自己所用。”按理讲，一个电视台的台长也不算什么大官，为何能够将“一把手”玩成“一霸手”，在任职期间，决策拍板“一言堂”，财政花钱“一支笔”，选人用人“一句话”，把单位当成自己的专属领地。“王晓明现象”形象地说明不受监督的权力有多么可怕，同时也从反面印证，一个人只有懂得“慎独”，才能“独善”，从而“善终”。

从个人的角度来讲，只有每一个官员都做到了“慎初”、“慎微”、“慎独”，才不致于“一失足成千古恨”，也就不会让“悔不当初”成为忏悔时的高频用词。

## → 热点漫评

## 别让乡愁成“商”味

李英锋

距离阖家团圆的中秋节还有一段时间，网上一份关于“乡愁”的地图抢先出炉了。近日，曾连续两年制作“中国孝心地图”的网友“年轻泰”再次发布 2017 中国乡愁地图，依次列出中国各省乡愁排名。其中，江苏、四川、安徽占据前三，东三省集体垫底。

网友“年轻泰”往年制作的“孝心地图”曾引发舆论巨大争议，而他今年制作的“乡愁地图”简直就是对“孝心地图”的翻版、更新或再包装，属于换汤不换药。这样的“乡愁地图”自然也会再次陷入舆论的漩涡。

乡愁能被制作成地图吗？乡愁指数能被准确地分出三六九等吗？乡愁包含了很多种复杂的因素，其中既有传统文化因素，也有现代文化因素；既有抽象因素，也有具体因素；既有物质因素和行动因素，也有主观因素和情感因素。就像一千名观众眼中有一

千个哈姆雷特，人们对乡愁的认知标准也千差万别。由于社会上存在对乡愁标准的认知差异，因而，不管是谁，要统一对乡愁的调查口径并非易事；又由于乡愁牵涉方方面面多种复杂因素，牵涉到太多地区、太多人、太多事，因而，要摸清全国各地的乡愁情况，绘制一张“乡愁地图”，并且给乡愁排名，几乎是不可能完成的任务。

事实上，网友“年轻泰”是某公司的大数据分析员，他绘制“乡愁地图”的标准和手法与绘制“孝心地图”如出一辙，其理论依据均来源于其产品在近年来春节、端午、中秋的销售数据。按照这一逻辑，所谓的乡愁就是多买了几盒产品，买他产品多的地方就是乡愁浓，少的地方就是乡愁淡。显然，这份“乡愁地图”的绘制逻辑很不科学，很不靠谱，根本不能全面、客观、真实地反映乡愁情况。



如果绘制这份“乡愁地图”只是网友“年轻泰”的个人行为，那么，这属于一种个性化的创意实践，可一笑视之。如果这份“乡愁地图”是一种别出心裁的商业噱头和炒作，那么，它的偏颇、世俗、功利的色彩以及投机取巧、哗众取宠、牵强附会的格调，注定会引起人们的质疑，恐怕会适得其反。

——评论员 苑广阔