

→ 察者看台

主旋律文化如何成为“红海蛟龙”

李洪兴



主旋律文化传播不易，难就难在容易落入窠臼、生硬说教，给人刻板印象。有人评价《红海行动》是自然流露的主旋律情怀，可谓一语中的。在故事讲述中传递价值，在人物塑造中注入情怀，才能取得“意料之外，情理之中”的效果。

主旋律文化传播需要“硬实力”的根基。《红海行动》之所以“炸裂”，主要是它取材于真实故事。这几年来，我们在许多海外行动中看到了中国国际地位和国防能力的提高，这是叙事的“硬实力”。因而装备精良、作风硬朗的“蛟龙突击队”一亮相，就让普通中国人感受到自信自强，对“虽远必救，再难必援”有了更强的信心、更足的底气。

同时，主旋律文化也离不开“软实力”的内核。一句“中国海军，我们带你们回家”足以让人感动，一句“中国军人不会让任何一个中国人受到伤害”足以给人力量。电影之外，“孤胆利刃，舍我其谁”的献身精神，“宁舍此生，不负使命”的责任担当，“吃尽万千苦辣，只为祖国荣光”的爱国情怀，那种情感冲击力、人格感染力，从艺术形象延伸到军人集体，从创作者传递给观众，产生了广泛的共鸣。

“恰逢其时、恰乘其势”，这不仅是形容一支能打胜仗的队伍，更是主旋律文化正在面对的“时”与“势”。主流文化的传播不是强行植入，而是“润物无声”；不能强迫灌输，而要“柔中带刚”。就像《红海行动》所传递的，中国不好战，但从来不怕战。这种“能战但不好战”，何尝不是一种以柔克刚、以柔变强的“柔实力”？今天，无论文艺创作还是主旋律文化传播，都需要立足时与势。只有以滴水穿石的韧劲、润物无声的巧力来怀柔远人，才能“驰骋天下之至坚”。

→ 有话就说

如何处理“压岁钱”彰显家长智慧

林日新

每年春节一过，“压岁钱”又成了一个热门话题。这不，近日就有媒体报道：“女大学生起诉要父母返还压岁钱引热议，孩子压岁钱应归谁？”

从其归属权来看，笔者认为，压岁钱确实属于孩子个人的财产。因为压岁钱是长辈赠予晚辈的财产，它的所有权属于受赠人——孩子，而非监护人——父母。

至于如何处理压岁钱呢？这就是一门学问了。从平时的观察发现，压岁钱大致有三种处理方式：一是家长全权处理。理由是：人情是把锯，你来我又去。有家长付出的人情才会有孩子的压岁钱，压岁钱本来是家长人情往来的结果，当然归家长支配；二是收大留小，家

长适当调控。孩子还没有能力支配数额太大的资金，自我管理能力强，所以家长只得替孩子管理好它，小额的可供孩子使用；三是全权让孩子处理。这类家长认为压岁钱本来就给孩子的，所有权当然归孩子，这样省心省事。

对此，笔者认为第一种处理方法过于粗暴，第三种处理方法则过于放任自流，因此，还是赞同第二种处理方法：既给孩子自主又需家长调控压岁钱。虽说是亲人馈赠给孩子的，但孩子未成年，大多还不具备管理能力。更何况近年来，压岁钱水涨船浮，不用说“星二代”的压岁钱多得令人砸舌，如范丞丞压岁钱50万，王诗龄压岁钱可买房，就连一般人家孩子的压岁钱也

是动辄成千上万元。有媒体报道：孩子的压岁钱在2000至5000元之间的比重最大，占41.8%，35.94%的孩子金额在2000元以下，超过15000元的孩子占2.73%。如此巨额压岁钱是孩子稚嫩的肩膀难以承受之重，如果家长不给予必要的调控，那么压岁钱所惹的祸将不只是生活小事，而是品德培养和人生成长的大问题了。

当然，家长在帮助孩子管理压岁钱时，要耐心教育孩子，让他们正确而科学的认识压岁钱，也可以让孩子学习正确理财和消费观念。总之，应当尽可能地从保护孩子的利益出发，用到孩子最需要的地方，让孩子们正确而科学的认识压岁钱。

→ 热点漫评

守规则是最可靠的“安全带”

练洪洋

春节假期结束，很多人选择开车返程。高速公路是一块试金石，一上高速公路，一些人的驾驶习惯、规则意识、文明素养就展露无遗。

有的人不能容忍别人超车（尤其是比自己差的车），被人超车后恼怒不已，非得骂骂咧咧加速追上去、超回来；有的人爱插队，见缝插针，左穿右插，强迫别人减速或躲避，给他让出位置；有的人不愿等，遇上拥堵马上开到应急车道，疾驰而去；有的人想超速又怕被罚，于是遮挡号牌，然后像脱缰的野马；有的人贪图方便，车子错过了出口，就原地倒车回到出口；有的人喝完饮料、擦完嘴后就摇下车窗，随手将包装盒、纸巾往外扔；有的人车辆发生小擦碰之后，不挪车也不竖警示标志，就地讨价还价……

幸运女神并非时刻眷顾着每一个人，“欲速则不达”的戏码倒是常常在开车不守规则、不讲文明的人身上上演，集中出行季往往也是交通事故多发季。道理大家都懂，可就是有一些“老司机”对自己的技术、运气过于自信，不相信倒霉事会降临到自己头上。

为此，管理部门也是绞尽脑汁，与高速公路上的不守规则者“斗智斗勇”。譬如，抓超速，以前是瞬间测速，现在许多高速公路都采取区间测速，5公里、10公里不等；对占用应急车道取证，现在高速公路基本都装了自动摄像机；对驾驶与准驾车型不符的机动车，一次扣12分等等。道高一尺，魔高一丈。因为地图APP有违章拍摄提示功能，一些人即使不需导航也打开地图APP，以便躲开



摄像头。一入无监控路段，各种随心所欲就故态复萌，由着性子来。

外部惩戒只是一种手段，说到底，还是要靠自觉，守规则、讲文明才是驾驶最可靠的“安全带”。守规则、讲文明也许让你多花半小时、一小时，但与不守规则、不讲文明的潜在风险相比，孰轻孰重应该不难掂量。

→ 热点发声

减少快递包装污染不能只靠“发文”

国家质检总局、国家标准委近日发布新修订的《快递封装用品》系列国家标准，根据减量化、绿色化、可循环的要求，对快递包装减量提出新要求。标准要求快递包装袋宜采用生物降解塑料，减少白色污染。



1.国家邮政局发布的《2017中国快递领域绿色包装发展现状与趋势报告》显示，2016年，全国快递共消耗约32亿条编织袋、约68亿个塑料袋、37亿个包装箱以及3.3亿卷胶带。与之对应的是，中国包装垃圾的总体回收率小于20%，其中纸盒只有不到一半被回收。鉴于此，去年12月，国家邮政局等十部门联合发布《关于协同推进快递业绿色包装工作的指导意见》，提出到2020年，中国可降解的绿色包装材料应用比例将提高到50%。而今，快递包装“国标”的出台，也标志着，快递行业将成为“包装革命”的领跑者。而污染减量等要求，也切中了问题肯綮。

事实上，一些企业已经先行一步。去年“双十一”，各大知名电商纷纷各显神通，推出共享快递盒、循环快递袋，或推出快递纸箱回收服务等。此外，还有电商启用“绿仓”，这些绿色仓库，使用的都是免胶带的快递箱和100%可降解的快递袋。从长远来看，绿色、环保、智能是快递业的大势所趋，而原纸价格上涨、舆论催促等外部压力也摆在那，希望在快递包装国标带动下，快递业能尽早转型，也回到坚持节约资源的初心。

——评论员 汪昌莲

2.很多商家不愿意回收快递包装箱，其中的重要原因是，回收成本高于丢弃，更何况，运来运去，箱子还可能破损。所以，光说浪费没用，减少包装污染，需要做多方面工作。一是包装应当轻量化，便于回收再生；二是城市该引导扶持成立专业回收企业，定期派车前往居民小区等；三是鼓励大型电商使用共享快递盒，在平衡成本与环保之间积累经验；四是一次性使用的包装应当支持快速降解，即便废弃，不至于对环境构成太大负担。

简言之，修炼环保真功夫，要打组合拳。许多“标准与指导意见”出自多个部门，但在执行中，需要各地方政府、与企业直接打交道的具体单位、甚至是贴近垃圾分类与回收一线去落实。细节决定结果，避免管发文件的不管落实、管落实的没动力执行，更要有约束机制。

——评论员 蒋 萌

→ 说道说道

近日，一名身着城管服装男子一边用百元面额人民币点烟，一边说百元大钞是“小钱”的视频，在朋友圈里广为传播。2月23日，贵州遵义市桐梓县相关部门称，画面中男子系该县城管队员，其点烟的百元钞为假币，两名涉事人员已受到处理。

撇开职业身份不谈，该男子一边用假币点烟，一边说百元大钞是“小钱”，反映出其炫富心理。现如今，炫富行为不单是个人行为，已经成为一种“社交病”。

“俭节则昌，淫佚则亡。”这是由古至今老祖宗教给我们的道理。对个人而言，与其通过显摆获得认可，不如丰富自己的精神世界。常言道“腹有诗书气自华”，有炫耀的精力何不多读点书，多行些路。就社会整体环境来说，还需媒体和政府共同发力，引导培养形成积极健康的消费观念，只有个人的精神世界与物质生活匹配了，炫富这个病才能真的治好。

——评论员 董俊彤