

## 让中国文化以本来的样貌走出去

董芳宁(宁夏大学新闻传播学院21级卓越班)

近日,博主孙悦在短视频平台呼吁停止“翻译”中国的文化,她称在英语语境下,日本拉面、韩国杂酱面等,每一个翻译都带有中国文化特色,也成功地走了出去。但中国大部分美食的翻译,都是为了方便外国人理解,而进行借代或逐字翻译,不仅毫无新意更是失去了美食名字本身的特色。

语言作为交流与体验的媒介,本身就承载着丰富的文化内涵。在全球化背景下,语言的进化与纠正是为了更准确地传递信息,减少误解。正如今年是甲辰龙年,不少人注意到“龙”不再翻译成Dragon,而是loong,央视新闻发文称,中国的龙不是西方文化里代表邪恶与贪婪的Dragon,而是吉祥与尊贵的象征。而在这之前,功夫、麻婆豆腐的拼音都已进入英文词典。对此,网友说道,“我们很强,值得骄傲。”

中国文化博大精深,涵盖了诗词、书画、音乐、戏剧等多个领域,而每一个名字都有其独特的艺术魅力与文化内涵。例如,中国人的饺子蕴含了中国人深厚的情感记忆,更是成为一种文化符号,它与西方的dumpling本质上有很大的不

同。因此,在推动中国文化“出海”的过程中,我们更应注重挖掘和传承这些具有独特魅力的文化元素。通过深入解读和展示这些文化符号背后的故事和内涵,让世界了解和感受到中国文化的独特魅力。

当然,停止“翻译”中国的文化,并非意味着封闭自守或排斥外来文化,而是一种更加开放和自信的态度去传播和弘扬中国文化。文化出海的关键是文化独特性,同时以开放包容的姿态与其他文化进行交流与对话。在全球化的大背景下,坚守文化独特性显得尤为重要。中国文化拥有五千年的深厚底蕴,完全值得拥有自己的名字,以“原汁原味”的形式走出去。同时,我们也应以开放包容的态度与其他文化进行交流与碰撞,丰富自己的文化内涵,推动中国文化不断创新和发展。与此同时,我们更要建立自己的话语体系,掌握翻译和对外传播的自主权。保持神秘感是独特的起点,以音译的角度进行翻译中国文化,既做到了传承,又守住了我国文化的特点,让中国文化以本来的样貌植入世界。

## 教育不该如此简单粗暴

杨政霖(宁夏大学新闻传播学院21级卓越班)

前段时间,赵菊英小火了一把,她受学生家长邀请,对学生房间进行“改造”:要求学生亲手把自己的手办砸碎,把收集的漫画、闲书、周边产品都扔掉,其行为引起了不小的争议。

从视频里得到的信息是,因为孩子学习成绩落后,家长也管不住,甚至是不敢管,因此不得已请了“教育专家”代为管教。相信这些学生的家长是出于“父母爱之深,则为之计之远”的心理才会请一个外人帮忙管教自己的孩子,但成绩不该成为衡量学生的唯一标准。

现行教育制度下,家长们很容易把成绩作为

衡量一个孩子好坏的标准,但成绩其实只能代表孩子们应对考试的能力,甚至不能代表孩子的整体学习情况。生活中,家长除了用成绩和排名评价自己的孩子,还应该更多关心孩子的兴趣爱好以及社交情况等等,而不应该是因为成绩而限制孩子的爱好。

孩子们终究不可能一直身处学校,成绩不足以评价一个孩子,当他们面对社会时,会考试也解决不了任何问题,但如果他们有自己的爱好,有自己的朋友,有家人的支持和理解,那当他们步入社会遇到问题时,才会有足够的勇气去面对一切。

## 歌手2024爆火 音乐舞台需要这份真实

王梦佳(宁夏大学新闻传播学院21级网新班)

近日,歌手2024火爆全网。节目一经播出,直播竞演的形式、歌手们的实力和表演的排名便立刻成为网友热议的话题,甚至有许多网友开始喊话其他实力歌手前去参加节目,随后更有韩红等多位歌手发文请战。

节目组的形式创新值得肯定。长久以来,国内的音乐节目都是以录播的形式展现,观众难以知晓真实的现场情况,加之各种唱假、后期修音等黑历史层出不穷,难免让观众质疑歌手实力、节目组有失公允。而本次《歌手》采用直播竞演的形式则杜绝了这些可能,将真实的现场还给观众,同时也传递出一种观念——想赢要靠实力。

有网友戏称《歌手》撕开了内娱的遮羞布,《歌手》导演也说:“确实有一部分歌手在听到是直播形式后拒绝参加”。我们不必过于纠结拒绝节目录制的这一部分人是谁,但正是这种现象存在,不禁让我们发问:究竟是什么给了这些人弄虚作假的机会?

而只要这种现象存在,《歌手》的舞台就有价值。它更像是一份迟来的测验、一种对歌手自身的拷问,同时也是一种机遇。有实力的歌手在舞台上发光发热,能力不足的歌手也能引以为戒,专注提升自我。

事件发展过程中,有一部分网友过于执着于节目排名,甚至上升到了国家层面。音乐本无国界,一档节目的排名无法衡量一位歌手真正的实力,每个人对美的感受各不相同,有些人从歌声中听到技巧、有些人从歌声中听到故事,与其纠结排名,不如回归到音乐本身。正如《歌手》官方所说“赢,只是歌手的一段路;迎,才是音乐的目的地”。

## 我也来谈谈

## 政务新媒体“整活”“玩梗”之后呢?

孙瑞亭

“官方号最终还是到00后手里了。”“00后制作,90后审核,80后擦着汗向70后解释。”“发完这条,小编现在还在原岗位吗?”这些都是“00后”接管政务新媒体后刮起“整活”“玩梗”风后的网友评论。的确,随着具有互联网思维的年轻人开始接手运营政务新媒体,凭借对“流量密码”“爽点”的了解与掌握,将其有机融入工作并且带来了“泼天流量”和新活力。当然,在轻松娱乐之后,还是要思考政务新媒体的定位与职责,要持续创新模式、回归主业主责,要有效触及用户需求,而非一味做无效互动。

新媒体时代,信息繁杂,想要让政务信息更容易被大家理解与接受,沿用过去的老一套肯定效果不佳,而采用网络热门元素制作有趣、生动的内容是比较有效的方式,这也是体现政府部门与时俱进,在创新传播方式、提升沟通效能上做出的积极探索。正因为如此,只要不出格,各种诙谐可爱的“整活”“玩梗”基本上都是被允许和鼓励的。而

且,政务新媒体“整活”“玩梗”也不是最近才出现,近些年的探索实践一直都有,在开放、开明与包容的工作环境下,不那么严肃板正的官方号变得接地气、很走心、有人情味,不但增加了自己的打开率、阅读率,也拉近了与用户的距离,形成了良性有效的互动。

在一些政务新媒体不断创新理念、破圈出位的同时,有不少政务新媒体则陆续宣布注销,将信息发布渠道转向上级单位的新媒体账号或政府网站。之所以会关停一些“沉睡”许久的政务新媒体账号,目的还在于推动政务新媒体健康有序发展,避免重复运营造成资源浪费,优化资源配置提供更好的服务,集约化管理统一发布渠道等。这恰恰给接手运营政务新媒体的“00后”们带来了警示与启发,“整活”“玩梗”可以有,但不是无限地玩,要有所为有所不为,不能掉进“唯流量论”和“过度娱乐化”的陷阱,一旦盲目追逐流量,为了娱乐而娱乐,必然会被“泼天流量”所反噬,从而消解

官方的权威和公信。

因此,我们要仔细思考政务新媒体“玩梗”之后该做哪些文章?形式始终是为内容所服务,流量背后还需要呈现有价值、有深度、有实效的信息,要能够关切大众、服务大众,而不是把人引来看看热闹就散场了,那样就喧宾夺主、本末倒置了。说白了,政务新媒体必须进入提质增效的“新赛道”,要建立在信息的依法披露、职责的履行上,要把握好在守正创新、张弛有度中更好服务群众的原则与底线,要明确自己“为群众办事”的发展趋向。

我们不反对政务新媒体在形式上的创新与探索,因为这是与用户形成良好有效互动的重要途径,也是与时俱进、变革迭代的时代需求,但通过整合优化、功能归集,让政务新媒体真正发挥服务群众、沟通群众的效用,切实让群众和企业网上能办事、快办事、办成事,则是我们需要积极跟进与持续探索的新任务、硬任务。