

为这张彰显文化自信的中国名片自豪

林玮

《哪吒2》是中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展的重要代表。它用一个脱胎于中国传统神话的人物形象与故事原型，打动了当代观众，闪耀着中华优秀传统文化的独特魅力。

在电影的造型文化上，《哪吒2》极大地丰富了中华优秀传统文化元素的动画表达体系。它一改“中国动画学派”重在传承的素朴之风，通过影视技术创新使动画造型更有话题性与亲和力。影片中七色宝莲的设计灵感源自汉代博山炉，天元鼎则参考了商代龙纹高足鼎和青铜敦，哪吒前往玉虚宫时出现的仙鹤飞舞景象被认为是对宋徽宗赵佶《瑞鹤图》的致敬。尤其是两只结界兽灵感出自三星堆金面铜人头像，让“结界兽互殴不算破坏文物”等话题一度上了微博热搜。此外，电影大量使用墨紫、鎏金等中式色彩，配乐使用埙、笛、箫、古筝等民族乐器，都让东方美学中缤纷、大气、神秘、深邃等特征毕现。就连片中李靖开给中公豹的中药材采购清单，都成了网友们热议的对象，为中药文化“破了一回圈”。

在电影的叙事内核上，《哪吒2》创造性地改编了中华神话故事的精神表达意向。1979年，上海电影制片厂出品的动画片《哪吒闹海》曾引发轰动。在那个故事里，闹海的哪吒把反封建反父权的故事演绎得深入人心。而《哪吒2》则对哪吒闹海的故事予以更为深刻的改编。他反抗的是一张看不见摸不着的“规则巨网”。面对来自天庭的压迫与诱惑，哪吒可以依仗的，是与父母、恩师、知己之间的情感关联。这样的故事，既可以解读为当代中国在西方资本主义文化包围之下的“逆袭”，也可以解读为个体于时代变迁之中的困顿、迷茫和顽强。这些解读为《哪吒2》击中属于这个时代中国人的情感结构，提供了共鸣空间和精神慰藉。

有了《哪吒2》，中华优秀传统文化激发的时代回响变得更为响亮。一方面，文艺于时代的表达不仅能够回溯传统，更能从传统中开出新意，回应这个时代的精神需求。这是对西方现代性的一种颠覆。而另一方面，《哪吒2》在票房“登顶”的过程中激发出来的大众热情与社会回应，充分显现出文化自信的无穷动能。有网友扬言自己“参与一个百亿大项目”，并多次观影来支持电影票房“登顶”，这本身就是文化自信的一种民意表达。

某种程度上看，影视作品是时代的镜子，在内容创新中折射和表达着时代精神。《哪吒2》开创了一个新的中国电影票房标杆，也为中国文艺高峰树立了一个新的测量点。

(作者系浙江大学哲学学院教授)

“哪吒热”背后的教育共鸣引人深思

殷蕾

“您看《哪吒2》了吗？”电影《哪吒2》热映的重要原因之一，在于能引起家长、孩子等不同群体的共鸣。哪吒、敖丙、中公豹三个截然不同的角色，从教育层面来看，生动鲜活又引人深思。真正的教育，不是以爱之名为孩子设定一条成功之路，而是给予他们探索世界、塑造自我的自由。

哪吒自幼叛逆、性情乖张，唯有他的母亲始终给予他无条件的爱。这份无条件的爱成为哪吒人生破题最大的底气。“我爱你，不是因为你是谁，而是因为你是我的孩子。”这句朴实却深刻的话，正是教育的真谛——尊重孩子的个性，允许他们按照自己的方式成长。

在人工智能迅猛发展的时代，我们更需要具备独立思考能力、勇于突破固有思维的年轻人。2025年春节，与哪吒一同横空出世的，还有DeepSeek。这支“95后”主导的AI团队，他们突破传统技术桎梏，在某种程度上，与哪吒的成长路径颇有相似之处。我们期待更多像哪吒一样的年轻人，敢于质疑权威、突破既定框架。这种精神不仅关乎个人成长，更是推动民族进步与社会创新的关键动力。

电影值得反思的还有如何强健儿童的心理韧性。现实中，许多父母试图为孩子提供最完美的成长环境，却忽略了真正的成长源自挑战、试错与反思。哪吒从小被视为妖怪，在孤独与误解中挣扎，他也曾自暴自弃，但师父和父母的支持与信任，最终让他实现了自我认同。这种面对困境百折不挠的韧性，恰是孩子们最需要的品质。

教育需要留白，孩子的自我成长更是如此。当他们遭遇同伴冲突或挑战时，父母是否可以忍住先不插手，给他们机会用自己的方式去解决？当孩子面对失败时，我们是否可以让他们自己总结经验，而不是急于提供答案？给予孩子试错的空间，远比给予他们一条扫清障碍的路更重要。

心理学家荣格曾提出，每个成年人心中都住着一个“内在小孩”。在现实中，许多父母无意识地复制自己成长时的教育方式，将自身的焦虑、遗憾投射到孩子身上，试图用“完美”弥补自己的缺憾。影片中，敖光与敖丙共同经历过重重磨难才艰难放下执念，悟出：“父辈的经验毕竟是过往，未必全对。你的路还靠你去闯。”作为父母，能像敖光一样及时觉察并放下执念，实属不易。当我们习惯了为人父母的身份，习惯了在孩子小时候给予无微不至的呵护，常常会忽略孩子已经长大、有独立思考能力的事实。

然而，孩子终究要走自己的路。给孩子自由，让他们在世界中摸索自己的方向；培养韧性，让他们能在风雨中站稳脚跟；适时放手，让他们真正拥有自己的人生。这是教育应有的样子。

(作者系北京教育科学研究院德育研究中心助理研究员)

透视“哪吒热”

中国影史票房第一！世界动画影史票房第一！电影《哪吒之魔童闹海》（简称《哪吒2》）自1月29日上映以来，创造了多项纪录，收获了海内外观众的广泛好评。然而，在我们看来，影片激起的文化涟漪和教育启示，远比票房数字更打动人心。今天，我们邀请多位学者和媒体评论员共议“哪吒热”。

——编者



网络供图

字幕细节可以做得更好

堂吉伟德

据媒体报道，随着《哪吒2》的爆火，不少影迷在多次观影后发现，这部电影的字幕存在多处错别字问题。例如，成语“魂飞魄散”被误写成“魂飞破散”，“休养几日”被错写成“修养几日”等。

目前《哪吒2》已连续创造多项纪录，我们应该为之自豪、欣喜。这部由饺子导演“多年磨一剑”精心打造的国产动画片，之所以能够一举成功，离不开在细节处理上精益求精。然而，字幕错别字却让影片变得不那么完美。虽然从技术层面溯源，这些错别字多为同音别字，很可能是依赖智能输入工具时的疏忽。不过这些看似不起眼的瑕疵应该得到制片方的重视，于问题背后找原因，于表象之下看本质，正确认识错别字可能带来的负面影响。

做到“在一片赞誉声中保持冷静”并不容易。字幕属于影片的一部分，对影片的整体质量有直接影响。影视作品作为公共文化产品，在使用和推行规范汉字方面承担着公共责任。优秀的影视作品具有超强的传播力和影响力，其承担的公共责任也往往更大。

对于影视作品而言，我们没必要因其存在瑕疵就否认其整体的优秀，也不能因为整体出彩就对失误视而不见。出现字幕错别字的瑕疵并不可怕，由此找到症结并表明态度，才能不辜负公众信任与期待。当然，观众能够敏锐地发现字幕中的错别字等细节问题，也侧面说明广大观众的语言文字素养越来越高，正成为影视行业提质的重要助力。

(作者系媒体评论员)

文化产业持续繁荣的根基是什么

杨剑飞

随着《哪吒2》票房的不断攀升，“哪吒热”成为文化产业讨论的焦点。这部电影的成功，为我们洞悉中国文化产业现实与未来提供了一个窗口。如何持续培育文化产业繁荣发展的土壤，让更多优秀的电影作品竞相涌现？在政策、企业、人才和消费等方面，还有很多可为的空间。

就政策制定而言，明确且持续的扶持政策至关重要。文化生态群落中不只有文化“爆款”，还需要大量非“爆款”的产品和产业为底座。因此，要出台特色政策，推动有能力抢占行业制高点的“高峰”企业快速聚集，从而带动上下游协同发展，逐步迈向具有核心IP和创新模式的“高原”型文化产业集群。

需要注意的是，文化产业具有高风险性和不确定性，单纯依靠市场机制往往难以有效推动产业的快速发展。政府通过政策兜底，可降低文化企业的投资风险，为企业提供更稳定的发展环境。同时，要大力推动产业融合，促进文化产业与旅游、体育、教育等产业融合发展，确保文化产业的多样性和创新性得以持续发展。

从企业文化生产而言，讲好文化故事尤为关键。这就需要引导文化企业深入挖掘中华优秀传统文化精髓，以创新为动力，持续在内容和技术上发力，打造企业的协同创新机制，通过集体的力量去探索打造独特的东方美学体系。根据相关报道，百余家企业参与了《哪吒2》的制作，内容上既有中国传统神话的底蕴，又与现代社会的困境和年轻人的情感共鸣紧密相连。技术上自主开发的“智能海浪”技术，被IMAX首席执行官评价为“重塑全球电影市场格局”的技术标杆。这种文化的自信与创意的突破，使得影片在全球范围内获得广泛认同。

从高校育人而言，分层培养和融合教育势在必行。高校应根据文化产业的实际需求，紧扣人工智能生成内容等新型生产方式，创新人才培养模式。要强化“道”的传授，激发学生的自主性和自律性，引导学生去发现自己的特长与兴趣。同时，探索“实验室创新培养”和“大棚式栽培”的双轨育人通道，在培养高精尖人才的同时，提升产业技能人才的实践能力。要高度重视跨界融合教育，鼓励文化产业专业与其他专业进行跨界融合教育，为有潜力的人才提供更广阔的发展空间。

从消费角度而言，要做好文化引导，从文化自信、文化自觉等角度出发，构建有厚度有广度的消费圈层。要加大对文化消费市场的培育力度，通过宣传推广等方式，引导消费者树立正确的文化消费观念。可鼓励文化企业和机构开发特色文化消费产品和服务，满足消费者个性化、多样化、品质化的需求；出台文化消费补贴政策，引导文化消费升级，加强市场监管。此外，还需要进一步加强文化消费场所的建设和改造，着力完善交通、餐饮、住宿等配套设施，推动文化消费融入城市商圈建设。

(作者系中国传媒大学文化产业管理系主任)

走好文化出海路 讲好“国际通用语”

郭毅

1942年，一部叫作《铁扇公主》的国产动画片在日本一经上映便大获成功。后来被誉为“日本漫画之父”的手冢治虫也曾在《铁扇公主》的影响下走上动漫之路。如今这个熟悉的国产动画出海名场面再度上演。

过去成功引起国内外强烈反响的中国文化题材动画大片，如《花木兰》《功夫熊猫》等，无一例外都是由好莱坞出品。但近年来《哪吒》系列等一批基于中国传统文化作品改编的动画电影，在海外“吸睛”“圈粉”，彰显出中华文化的软实力。这些国产动画电影的大获成功，恰恰向世界证明，中国不必依赖西方制片厂，也可以通过流行文化产品，高质量讲好自己的传统文化故事。

选择国际通用的内容题材，是国产动画等中国文化产品成功出海的关键。在《哪吒》系列动画中，主人公被塑造成一个反抗命运、追寻自我、最终完成自我救赎的英雄角色。这与好莱坞文化乃至整个西方神话体系中的“英雄旅程”叙事结构相似。北欧神话中的洛基、《哈利·波特》中被命运选中的孩子、漫威电影中的超级英雄，无不如此。《哪吒》系列拥有独特的中国文化内核，其核心叙事逻辑与西方英雄主义精神有共通性，这使得其内容题材在全球范围内具有普适性，也更容易被国际市场接受。

遵循国际通用的技术标准，是国产动画等中国文化产品在全球市场竞争中的立足之本。当年火遍日本的《铁扇公主》采用了与迪士尼类似的逐帧手绘动画技术，这是当时国际最先进的动画制作方式。尽管当下国内电影工业仍在技术和工艺流程方面不断追赶国外头部企业，但这种技术差距正在不断缩小。近年来《白蛇：浮生》的精致3D建模和流畅动作捕捉、《哪吒2》的独立物理引擎技术等，都展现了中国动画技术的巨大飞跃。然而，要在国际市场上持续竞争，国产动画电影还需在电脑三维动画技术、动作捕捉、特效渲染等方面进一步追赶好莱坞标准，确保作品在视觉体验上能够与好莱坞顶级作品相媲美，进而赢得国际观众的认可。

采用国际通用的表达方式，是国产动画等中国文化产品成功出海的重要策略。文化产品在表达方式上与国际接轨，才能真正实现文化出海。《功夫熊猫》虽然讲述的是中国武术文化，但其幽默风格和人物塑造完全符合全球观众的认知框架。文化产品的国际传播要充分尊重不同国家公众的文化消费习惯，绝不能有“一劳永逸”的念头和惰性。同时，要注意国际观众的适配性，加强跨文化传播表达的在地化，以此着力提升其在海外市场的传播力。

尊重国际通用的市场规律，是国产动画等中国文化产品在全球市场传播的必要条件。国产影片在海外院线排片量不足，是中国文化产品出海的难点之一。近年来，国产影片积极借鉴法国、韩国、日本、印度等国家市场运作经验，借助海外发行公司进入主流院线、通过资本运作确保排片资源、通过社交媒体营销吸引观众，取得了一定实效。这充分体现了尊重国际通用的市场规律对文化产品成功出海的重要意义。

(作者系重庆大学国际传播研究所所长、教授)