# 文化自信才能传播真正的中国人文之美

近年来，诸多弘扬中华文化的优质文艺作品次第涌现，《唐宫夜宴》《长安十二时辰》《风起洛阳》等蕴含了浪漫悠久的东方美学品格，《觉醒年代》《山海情》《功勋》等塑造了生动饱满的英雄形象……这些彰显了文化自信的影视艺术作品，有效助力了中国之美的传播。

近期，动画电影《雄狮少年》中“宽眼距、吊梢眼”的主角造型引发争议，与此相类似的，某产品广告中的“眯眯眼”造型以及部分摄影作品中模特造型等，均被置于广泛讨论之中。一个文化群体的“美”到底由谁来定义，又应该如何定义？这一问题的出现，具有漫长的历史渊源，而对其进行厘清，则具有现实的必要性、重要性。

很长时间以来，在世界文化格局中处于强势一方的西方发达国家，对于包括中国在内的东方国家的文化的定义与描绘从未曾停止。这种定义和描绘却常常带有误解甚至扭曲，是漠视这些国家的文化本体与历史遭遇的结果。

从“傅满洲”到“陈查理”，在以好莱坞电影为代表的西方流行媒介将东方人物形象塑造成“吊梢眼”的同时，衍生为一种“丑化”的印象、一种固定的偏见。在媒体强大的传播能力下，泛化为西方社会对以中国为代表的东方国家的共同想象。在艺术、时尚、电影等领域的人物造型上，通过化妆、拉扯眼角等方式形成“吊梢眼”，似乎符合了西方刻板印象中的东方人形象。而对这一类造型的批评性看待，并非歧视现实中人们类似的样貌，而是对这背后不平等的文化格局与机制的揭示。

中国形象、中国之美应该由谁来定义？它应该是怎样的、可以是怎样的？在当下世界传播格局下，尽快加强自身文化传播能力建设，不让中国形象全由西方想象、判断与决定，是破解这一问题的重要一环。而正确定义我们自己、有效传播我们自己的前提，是真正认识我们自己。

中国的文化从业者，应加深对自身群体文化的了解，从历时性和共时性的角度，深刻理解我们的文化本源、文化本体、文化构成与文化发展脉络，真正拥有文化自觉意识，真切知晓我们美在何处，因何而美，为何而美，为谁而美。从《永不消逝的电波》《高山下的花环》等在中国电影各个阶段涌现出的那些彰显着人民性光芒的优秀作品，到近年来《典籍里的中国》《故事里的中国》等塑造了一个个有血有肉的人物形象、弘扬了一部部璀璨的文化经典的电视综艺，无不对中国文化中那些震撼人心的美进行了深刻挖掘，它们向世界呈现了一个有着历史厚重感、文化纵深感的中国形象。

我们的审美观和美学理念来自文化的传承，五千年文明史给了我们文化自信的基础。今天在中国越来越走向世界舞台中央的时候，我们更应传播真正的中国人之美。

与此同时，文化从业者还应提升传播能力，尤其是跨文化传播能力。在数字时代，跨文化、跨国界传播更具技术上的便利。《遇见工匠》《伟大诗人杜甫》等一批国际传播纪实作品，表达着人类命运共同体的内涵，塑造了可亲可爱可敬的中国人形象，实现了在国际国内的有效传播。

光明日报2022-1-4