

开栏语

中华民族在漫长的历史发展进程中创造了丰富的历史文化，留下了涵载千古、卷帙浩繁的古籍文献。翻开这一页页凝聚着中华民族传统文化精髓的典籍文献，可以使我们更加深入理解中华历史文化内涵，了解中华民族的历史沿革、地理环境、民俗风情与文脉传承，把握民族发展的脉络。历史文化典籍是中华民族几千年文化积淀的结晶，闪耀着文明睿智的光芒，蕴含着先哲们的精深智慧和博大意蕴，散发着“永恒的魅力”，是取之不尽、用之不竭的精神宝库。今天，“历史文化典籍”栏目正式开栏。

墨子的“尚贤”思想

□ 车 凤

先秦诸子中，较早提出“举贤才”明确主张的是孔子，不过，对尚贤思想最为重视的是墨子，墨子的“尚贤”思想精华主要体现于其《尚贤》三篇。

尊贤乃政事之本

墨子认为，高附加值的人力资本（贤良之士）的多寡，决定一个国家的生存或灭亡。尊重贤才不仅是治理国家的关键，而且是国家政治的根本。他认为贤能之士乃“国家之珍，社稷之佐也”，大凡贵且智的人管理愚且贱的人，就能管理好，而用愚且贱的人管理贵且智的人，就会出乱子。

他还说，“入国而不存其士，则亡国矣。见贤而不急，则缓其君矣。非贤无急，非士无与虑国”。到一个国家主持政局，却不能保留人才，那就要亡国了；发现人才却不急于任用，贤良之士就会对君主产生怠惰情绪；没有人才就不能处理危难，没有人才就不能谋划国家大事。

由此可见，作为管理者，首先应该充分重视贤才对于国家、社会治理的重要价值，除了基本的制度建设，同时也应该充分发掘和寻找真正的贤才，把他们放在合适的位置上发挥光热。墨子心目中所构想理想社会，从天子到乡里之长，选立标准皆为“贤可”者。

有德者方可称贤

贤者，贤良，贤能，究竟什么样的人才叫贤呢？儒墨两家眼中的“贤”并不完全相同。《论语·子路》曾记载孔子反对樊迟请学稼，相比之下，墨家的“巨子”大多是底层手工业者，重视专业技能。墨子在《尚贤·上》中界定贤人为“厚乎德行，

核心阅读

■ 墨子认为，“尚贤”是管理国家的根本，国家的兴亡成败关键在于用人。他说：“国有贤良之士众，则国家之治厚；贤良之士寡，则国家之治薄。故大人之务，将在于众贤而已。”墨子的“尚贤”思想是墨子社会政治理论的重要内容，其人才观、选才观与“使能”思想，对今天推进国家治理现代化仍然具有重要借鉴价值。

辩乎言谈，博乎道术者”。他把儒家的贤人范围“在位或不在位的君子”扩大到“贱人”阶级，即农夫、手工业者甚至屠夫，强调只要有才能就是贤人，这比儒家更彻底。

许慎《说文》中讲“贤，多才也”，贤的本义正为善良、劳累、多财。众所周知，儒家强调“德若水之源，才若水之波”，事实上，墨子的尚贤也十分注重德行。他提出“万事莫贵于义”，认为“义者，正也……天下有义则治，无义则乱”。在《尚贤·上》中他更是提出了“厚乎德行，辩乎言谈，博乎道术”的人才标准。墨子认为，凡是符合于“利天下”“利人”的行为，就是“义”；而“亏人自利”“害天下”的行为就是“不义”。一切善恶之名的区别也都是以是否有利为标准。有利于天下人的现实利益的，就是至善的标准；反之，凡是有害于人的，就是恶。

他在《大取》篇中说：“断指与断腕，利天下相若，无择也。死生利若一，无择也。”通过这一段话，我们可以体会到墨子那种只要对天下人有利，无论断指还是断腕，是生还是死，都会义无反顾、一往无前的博大情怀。墨家是侠客的精神支柱和鼻祖，正如金庸诠释的侠客精神，正是“侠之大者，为国为民”——由此可见，墨家“贤者”的所指不仅是才能，更是博大、勤勉、仁厚、清明、

严正等综合的人格和素质。

此外，墨家的贤人不仅要“兼爱”之心，也要掌握实用技能，可以理论联系实际，知行合一。墨子举例说，有贤能的人治理国家，早入朝而晚退朝，处理官司刑狱，治理政务，因而国家能治理而刑法正。贤者做官，早睡早起，征收关、市、山林、川泽的税利，以充实官家府库，所以仓廩府库充实而财用不尽。贤者治理县邑，早出晚归，耕田种菜，收聚粟粟，因而豆粟多而人民食用充足，因此国家治理好了，刑法正，仓廩充实，万民殷富了。

不拘一格选贤才

由于对贤人的划分标准不尽相同，儒墨两家在“选贤”方式上有明显差异，简言之儒家“尊贤有等”，墨家“任人唯贤”。儒家重视宗法，亲贵、故旧在选拔中享有优先权。《荀子·富国》中写道：“贤齐则其亲者先贵，能齐则其故者先官。”墨子则认为尚贤要打破亲疏、等级与地位的藩篱，他认为，对于贤者则不拘出身，提出了“官无常贵，民无终贱”的观点。明确说要“不党父兄，不偏富贵，不要颜色”。

他从历史的实例得出结论——古时尧把舜从服泽之阳拔举出来，授予

他政事，结果天下大治；禹把益从阴方之中拔举出来，授予他政事，结果天下统一；汤把伊尹从庖厨之中拔举出来，授予他政事，结果计谋得行；文王把闢天、泰颠从狩猎者中拔举出来，授予他们政事，结果西土大服。由此，墨子主张统治者从各阶层中选拔真才实学之人。

人才能否被顺利选拔和任用，相当程度上决定了国运的兴衰。清代龚自珍“我劝天公重抖擞，不拘一格降人才”一句，就是对于选用贤人不良机制和陈腐风气的不甘和呐喊。

选贤纳贤的方式常常直接决定了结果，先秦贤人常自荐以求登用，在上者也会主动征用有贤之士。最典型的就是战国四公子大规模养士，藉士以自重。

关于尚贤选贤之术，墨子有入木三分的思考。他明确指出，只有尚贤的意识但是缺乏尚贤之术，那么等于没有成功，所以立下三个基本的原则：“爵位不高，百姓就不尊敬他。俸禄不厚，百姓就不信任他。权力不大，百姓就不畏惧他。”因此古代圣王，给他们高的官位、厚的俸禄、实际的任务。

墨子的尚贤思想，与他的“兼相爱，交相利”基本主张是密不可分的。墨子所讲的“利”，乃立功之利，当然也包括“忠”“惠”“孝”“慈”等道德规范，而不是世俗所慕财货之利。简单地说，墨子之利是公利而非私利，不是损人利己之利。墨子眼中只有“人民之大利”“天下之利”“国家之利”。墨子的尚贤思想，正如鲁迅评价墨子时，说他经世济民、埋头苦干、为民请命，位卑而忧民忧国，是中华民族的脊梁。



以多样性实现中国文化“走出去”

□ 孙佳山 薛 静

在改革开放40年来的文化结构中，“清宫剧”就一扮扮演着独特的文化角色。近期，随着《延禧攻略》《如懿传》这两部“清宫剧”的热播，反映出了在不同年代里，普通人的审美取向和自我审视视角的轮转、变迁。同时，《延禧攻略》在服化道中引入了缂丝、绒花、刺绣等中国特色鲜明的非物质文化遗产元素，在剧情中融入了昆曲、打树花等传统文化艺术形式，在人物形象塑造上也尽量贴近历史记录，这都让普通观众在观剧的同时，潜移默化地接受了中国风美学的熏陶。

而且，《延禧攻略》《如懿传》这种风格鲜明、独特的中国风美学，不仅在国内赢得了广泛的好评，在海外传播的“走出去”过程中，同样取得了意想不到的效果。《延禧攻略》在内地热播之外，也在香港、台湾广受欢迎，越南的视频网站甚至出现了盗播现象；《如懿传》除了在内地视频网站播出，香港TVB、东南亚的寰宇广播电视网、美国福斯传媒电视频道也都同步跟进。这在我国整个广播电视史上，都是为数不多的现象级表现。

随着新世纪以来互联网在全球范围的快速普及，尤其是近五六年来移动互联网所不断释放的媒介迭代效应，各国年轻人的文化壁垒和意识形

态隔阂已经大大消退，同代人可共享的文化经验越来越多，20世纪式的青年文化或青年亚文化，也在这一过程中发生着无声无息的翻转。对于传统文化、青年文化或青年亚文化不仅不再持20世纪式的抵抗性姿态，反而呈现出了普遍性的正面欢迎、拥抱态度。而且，这种新的文化现象和文化症候，并不局限在我国内地地区，港澳台乃至大中华文化区的很多青年，也不再像上一个文化周期那样的普遍性的全盘认同度，早已今非昔比。

因此，在《延禧攻略》《如懿传》这一轮“清宫剧”的海外传播过程中，海外观众的实际接受，并不只是以往单纯地讨论剧情冲突、人物关系等，而是发展为从上游的原著是否侵权、下游的非遗道具周边购买等非常具体的话题。这在既往的文化经验中几乎是不可想象的，全球范围来看除了好莱坞，也只有“韩流”曾达到这样的阶段，而这背后则是我国以影视产业为代表的文化产业，经过世纪之交到今天，20年左右的市场化、产业化改革，开始收获来自市场和产业的改革红利的缩影。

长期以来，一谈起古装剧、年代剧，我们一般都会将《康熙王朝》《大宅门》《北平无战事》等奉为经典，相关剧作确实在艺术上有着很高的成就，但如前文所述，很难“走出

去”，只适合在内地区域播出。而且，这种级别和规格的影视剧的剧本创作、制作周期和具体的拍摄成本都很漫长、昂贵，在迭代速度进一步加快的当下影视市场中，这一类精品在产业的意义上可谓可遇不可求。而《延禧攻略》《如懿传》这一轮“清宫剧”，则代表着现代文化娱乐工业的另一个面向，即面向特定群体的规模化定向快速生产、加工的能力，尤其是结合了我国网络文艺领域的通俗文艺经验，《延禧攻略》的“定制性”特征尤为突出，专门为满足90后、00后，习惯通过手机、平板等移动终端进行文化娱乐消费的青年女性群体、定制生产、加工符合她们日常审美和价值观诉求的文化娱乐工业产品。《延禧攻略》中，为“90后”“00后”的青年女性所津津乐道的“女权”话题，在某种程度上也是这种“定制性”特征的产物。

近年来，随着网剧的生产规模和传播范围的不断增加、扩大，我国的网剧产业开始在多个不同类型实现突破。除了“清宫”题材，以《白夜追凶》《无证之罪》为代表的涉案剧，以《最好的我们》《致我们单纯的小美好》为代表的校园青春剧等，都取得了收视率和口碑的双赢，并在不同程度上有了海外传播效应。

然而，尽管以《延禧攻略》《如懿传》为代表的这一轮“清宫剧”，

开始呈现出了新的阶段性特征，并在“走出去”的过程中开疆拓土，但并不意味着这两部电视剧就没有相关问题。例如在《延禧攻略》中，虽然魏璎珞、富察皇后等人物金句频出，但在通过添加诸多当代价值元素，满足观众的情绪投射之后，并没有触及对封建等级秩序价值观的深入挖掘。同样的例子也出现在《如懿传》，在对帝王无情、后宫冷酷的刻画之后，仍不免流于对宫斗手段的野史猎奇、夸张渲染，还停留在《甄嬛传》的阶段。这也是相关“清宫”题材影视剧的通病。

毋庸多言，能够超越和克服以“清宫”题材影视剧为代表的价值观困境，无论是对于以影视行业为代表的我国文化产业整体性的转型升级之路，还是随着我国综合国力的提升而带来的越来越多、越来越强烈的“走出去”诉求，都具有节点性的枢纽意义。因为这直接意味着，我们能否通过讲述出真正有魅力的、有感召力的中国故事，来表达和传播改革开放40年来由无数普通中国人所累积和创造的中国情感、中国经验。



近年来，创新社会治理体系建设在全国各地取得了丰富的经验和成果。但在基层社区推广创新社会治理经验，尤其在促进社区社会组织的有效培育与健康可持续发展方面仍缺少明确的政策指引和实施措施。为此，从发展理念、政策体系、行业规范、组织建设以及社会氛围等方面排除社区社会组织发展的障碍因素，有助于扩大社区社会组织的扶持培育效果，发挥社区社会组织促进创新社会治理的基层社会主体作用。

社区社会组织发展难题

不对等竞争激烈。政府购买服务的项目数量及类型有限，为了维持机构的生存空间，社区社会组织在政府购买服务项目上的激烈竞争压力大于合作需求。信息、机构实力等方面不对等竞争促使社区社会组织出现两极分化，一边为承接政府购买服务项目的机构得以实现机构的运转和项目运作，但仍面临阶段性筹资困难问题以及机构项目运作连续性问题；另一边为承接政府购买服务能有限、机会较少的机构，仍处在注册和空壳运转状态。

项目服务缺少可持续性。社区社会组织是在基层政府注册或街道、社区备案的非营利机构，筹资渠道相对较窄，通过基层政府购买服务方式获得资助是社区社会组织筹资的主要渠道。机构项目运作资金阶段性短缺是社区社会组织面临的发展困难问题之一，其表现在：机构运作成本随专业人员增加、项目服务拓展以及日常支出增多而递增；承接政府购买服务所得项目资金使用具有一定的目的性、时效性及阶段性，项目服务的长期规划缺少政府购买服务跟进项目资助与企业、社会等多元投资主体支持，致使社区社会组织提供服务的长期项目规划较少，跳跃式短期项目立项较多。

服务分类体系欠完善。其具体表现在社区社会组织的发展仍需要完善行业规范，明确行业道德法则、准入原则、操作守则，以此提升行业自我促进和制度规范约束能力，为各级社会工作专业协会及相关行业组织在制定、协调、推动社区社会组织的行业规范建立与完善中发挥重要作用。行业规范中应明确社区社会组织的服务类别划分与界定，在建立社区社会组织服务分类目录与操作规则体系中起到指导作用。

承接服务项目能力不足。社区社会组织的社区性、基层性特征明显，机构规模偏小，组织架构简单，机构计划与长期发展规划能力欠缺，机构决策与发展、部门设置与人事安排、项目执行与团队建设等方面取决于机构负责人个人组织能力。机构服务目标群体需求导向意识不强，服务范围过于宽泛，缺少明确的机构服务宗旨、服务对象与服务内容。专业化支撑的人才队伍建设、服务方法、评估体系有待完善。社区社会组织在承接政府购买服务项目中存在多方面的能力不足问题，难以获得政府购买服务项目经费资助。

社区参与氛围营造欠缺。社区居民对于社区社会组织开展社区服务活动的目的与意义、内容与形式、需求与效果评估等方面知晓程度有限，了解与理解居住社区内的社会组织发展状况的意愿较低，还没有形成接纳、支持社区社会组织服务开展的社区参与氛围，社区社会组织在促进共建共治共享的社会治理模式中的重要作用仍有待发挥。

发展社区社会组织的对策建议

鼓励合作共同发展，搭建机构合作共享平台。鼓励经验丰富的社区社会组织拓展社区服务站、服务网点，发挥优势社区社会组织在孵化、促进新兴社区社会组织中的带动作用。通过项目合作、资源互惠、优势整合，搭建机构合作、利益协调、信息共享的社区社会组织发展平台，实现区域内社区社会组织“抱团”发展，整体推进社区社会服务体系化。

拓宽机构筹资空间，搭建机构项目推广平台。政府购买服务项目在明确购买服务分类、特定服务领域供给、常规跟进服务与应急需求服务等方面进行细致化规划，充实服务效果明显、社会满意度高的长期连续性服务项目的服务岗位购买、项目品牌购买等多种购买形式，支持丰富社会服务分类体系和社区性、基层性项目服务的购买。建立将居民消费社区社会组织服务纳入社会保险体系的支付制

社区社会组织如何良性发展

□ 王 鹏

度。鼓励企事业单位资助、参与社区社会组织发展，建立企事业单位项目资助税收减免制度。依据非营利组织免税政策，对社区社会组织免税部分以外的服务收入且用于公益事业实行一定比例减免税收优惠政策和财务公开制度。搭建多主体参与、多元化筹资的机构项目资金运作与推广的社区服务基金、专项基金、公益创投平台。

完善行业制度规范，促进经验推广与成果转化。促进社区社会组织行业服务分类体系化建设，重点突出、稳步拓展。发挥各级社会工作协会行业规范监督与服务效果联合评估作用。协助政府购买服务建立项目购买分类体系，增设社区社会工作类项目购买。支持社区社会组织服务经验分享与推广，鼓励高校科研机构校企合作、校地合作，发行社区社会组织发展典型案例汇编，促进优秀成果转化。

增加组织建设推力，完善服务承接合作机制。基层政府的关注、支持与指导是社区社会组织建设的重要推力，应将组织建设效果纳入基层政府绩效考核范围。基于各级政府购买服务承接主体资格审核公示制度，拓宽分级承接、联合承接等政府购买服务多种承接形式，鼓励社区社会组织联合申请政府购买服务，提升机构专业合作承接能力。针对社区特殊服务项目建立各级政府特殊项目资助申请系统平台，提升机构承接政府购买服务的时效性与能动性。促进社区社会组织的项目合作、服务合作、资源合作等多样化合作机制建立，提升项目便民化专业化服务能力、居民服务需求对接能力、服务品牌区域体系化建设与媒体宣传能力。

构建服务宣传体系，促进社区志愿者组织孵化。构建政府主导、社会协同，多主体参与扶持社区社会组织发展的服务宣传体系。充分发挥政府政策引导与公信力宣传作用。建立电视、广播、网络等媒体新闻素材宣传系列化常态化机制。鼓励企事业单位参与社区公益服务项目的广告宣传资助。强化社区社会组织立足社区、服务社区意识，以社区居民满意的贴心服务、优质服务作为代言，塑造社区社会组织良好服务形象，提升社区社会组织美誉度与知晓度。通过孵化社区志愿者组织，带动社区居民参与社区志愿服务，形成社区社会组织与社区居民持续互动的社区参与氛围。

