

深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

中华文化“数字化”出海的立与破

□ 邱 凌

中华文化出海，不仅是展现中华文化魅力的绚丽画卷，也是向世界展示中国形象的绝佳窗口，更是促进不同文明之间交流互鉴的重要途径。不断创新迭代的数字技术拓展着中华文化出海的新方式、新路径、新空间、新模式。数字红利加持下的中华文化在世界舞台闪耀璀璨光彩，为全球文化的多样性以及和谐共生注入了中国力量、中国智慧、中国方案。不过，数字技术具有两面性，在带来“红利”的同时也带来“不利”因素，中华文化出海面临层次化、迷雾化、失衡化等挑战。随着技术不断迭代升级，中华文化需要持续在机遇与挑战的张力中寻求新突破，不断探索和优化出海的新路径。

新机遇：降低跨文化传播的“文化折扣”

搭乘数字技术的快车，中华文化的呈现形式经历着从“物质化”到“数智化”、从“再现式”到“沉浸式”的转变。数字技术加持下的中华文化，出海步伐亦持续加速和升级。数字时代打开了中华文化出海的新方式、新路径、新空间、新模式。

新方式：生产智能化，表达丰富化。大模型的应用促进跨文化生产高效化、智能化。跨文化生产中语言是需要突破的第一关，翻译大模型正日益广泛应用在语言翻译中，降低了信息生产的人力成本，助力跨文化生产效率跃升。以网络文学出海为例，2024年上半年，起点国际平台畅销榜排名前100的作品中，人工智能翻译作品占比约40%，同时语种数量也有拓展，触达地区和用户越来越多。视听媒体大模型则以多模态产品进一步打开了跨文化生产的想象空间。借助视听媒体大模型，不但可以实现视频跨语种音色和情感迁移，还可以根据不同文化特色快速、有效地进行图文音视频等多模态表达。全景扫描、数字孪生、虚拟现实、裸眼3D等技术的应用，使得中华文化获得立体化、沉浸化的数字叙事方式，在光与影营造的沉浸体验中，博物馆古老文物“活”了起来，“火”了起来。在这场文化与科技的双向奔赴中，中华文化正以可感可玩可互动不断降低跨文化传播的“文化折扣”，增进叙事内容的可沟通性。

新路径：渠道更多元，主体更包容。数字化助推中华文化拓宽传播路径，呈现“借船出海”“造船出海”“协同出海”的立体化出海渠道，参与主体亦更加具有“包容性”。在借船出海方面，借助于跨国平台，中华文化获得更广阔的展现空间。主流媒体、行业细分领域、自媒体账户等多方主体，通过在海外平台主动设置议题、投放产品、保持同海外受众的高频度互动等方式，积极探索中国文化国际传播的可行方案。2024年8月份，《黑神话：悟空》游戏在Steam、Epic Games Store等海外游戏平台上架，短短一个月时间仅在Steam平台销量已达到2090万套，依托海外游戏平台，驶

向全球市场蓝海。在造船出海方面，以长视频平台为例，腾讯视频WeTV、芒果TV国际版、爱奇艺国际版依托节目资源优势，向海外发行大量自制节目。与“造船出海”紧密联系的是“协同出海”。数字时代的传播平台不只是“独角戏”，而是多主体参与、串联起上下游产业链的协同出海。在多元渠道的助力和多主体的积极参与下，中华文化得到了立体化的展现，其传播力和影响力不断提升。

新空间：“共创”内容营造双向对话交流空间。从生产端来看，新技术带来“全球共创”的内容生产新样态。以网文出海为例，其在经历了出版授权、翻译出海、模式出海后，已经进入不同国家和地区创作者共同进行网络文学的IP培育及开发的阶段。从传播端来看，互动技术发展带来了文化的参与互动感，不断根据海外读者的反馈进行创作调整，形成了“共创”内容的流程，并不断扩充共同的话语空间。这种参与感和双向对话的交流，不仅传播了中华文化，而且在文化内容的创作和调整中不断加深相互理解，构建起共享的意义空间。

新模式：在地化生产提升中华文化触达性。中华文化在出海过程中，往往要面对文化差异和市场适应性的挑战，还要应对技术壁垒、版权保护等复杂问题。在数字技术助力下，新的在地化生产的商业模式机制更加完善、运行更加畅通。在游戏领域，中国游戏主动迈向了海外设立研发中心、吸纳全球技术人才的新阶段。在视频领域，腾讯视频WeTV不仅尝试将中国热播电视剧引入东南亚地区，还与本地团队合作生产剧集，以增强产品的本土化程度，提升接受效果。通过在地化生产，有助于提升文化产品的接受度和认可度，向世界传递中国文化的高质量产品。

新挑战：面临浅层化、迷雾化、失衡化等难题

数字时代为中华文化出海提供了无限的机遇，同时数字海洋不是风平浪静。由于数字技术发展伴生的传播“偏向性”、国际舆论场的复杂性、全球技术基础设施不平衡性，中华文化出海过程中面临着许多的挑战和不确定性。

“技术偏向性”带来文化表达浅层化、碎片化风险。视觉信息的即时满足感使得用户偏好于视觉信息的接受。不过，视觉信息呈现展现出力、再现力强，但解释力、阐释力有所不足，使得在中华文化传播过程中面临文化深层意蕴挖掘不足的情况。此外，网络空间中信息碎片化呈现，也使得对信息的接受呈现碎片化倾向。在视觉信息唱主角的情况下，中华文化在海外传播时可能遭遇表达的浅层化、接受的碎片化以及理解的表面化等挑战。

文化解读面临“他者化”、自我他者化风险。数字技术的发展为中华文化的展示和互

动提供了一个开放性的场域，不同文化背景的人可以更方便地参与到中华文化相关产品的创作和互动讨论中。这在促进文化交流的同时，亦会带来中华文化的“他者化”风险，即根据自己的文化去理解其他文化而背离了原有文化。在数字平台，这种“他者化”的声音或会因为“回声室”效应而产生放大的效果。另外，中华文化出海亦可能面临自我他者化的风险，即为了迎合国外受众，而对中华文化进行“裁切”和片面化的展示，在这个过程中，中华文化的深层文化意蕴，或被选择性忽视。

虚假信息、算法认知战助长国际舆论的复杂性。在世界舆论场中，技术助推下信息战、算法认知战成为网络舆论战的新形式，可能导致海外用户对中华文化的理解局限于特定的推送内容中，从而导致对国家形象认知的标签化、刻板化；深度伪造技术让信息真假难辨，信息辨识的难度加大，带有污名化的“负面标签”往往给一国声誉带来破坏性影响；智能机器人伪装成人类大量转发有目的的信息，影响网络舆论走向，进一步导致舆论极化，加深理解隔阂。

数字技术不均衡格局导致话语权失衡。以生成式人工智能语料库为例，阿里研究院5月发布的《大模型训练数据白皮书》显示，在全球网站中，中文语料所占占比大约为1.3%，而英文占比高达59.8%。这意味着可用于训练的公开中文语料库在数量上有限，且质量参差不齐。在新兴技术发展方面，《全球数字经济规则年度观察报告（2024年）》显示，全球领先的高新技术企业集中于美国、中国、欧洲、日本、韩国等少数经济体，其中人工智能、物联网、大数据、3D打印技术的全球领先企业以美国居多。基于历史和现实原因导致的数字技术发展和分布不均衡格局，给基于数字技术的信息话语权带来失衡风险。

新路径：做好“立”“破”结合文章

在机遇与挑战并存的时代，一方面要抓住数字技术给中华文化出海带来的多方面“红利”，也要从多方面规避或降低数字技术带来的诸多“不利”，做好“立”“破”结合的文章，从巩固数字技术开发的技术底座，到搭建中华文化数字叙事体系，再到提升传播广度、提升传播精准度，不断开拓、创新中华文化出海路径。

一是做好数字技术开发，做好“立”与“破”文章。“立”是指推动数字技术发展，发挥数字技术优势。要加快技术创新和产业化，推动5G、数据中心、云计算、人工智能、物联网、区块链等新一代信息通信技术发展，加快建设创新型国家和世界科技强国。要推动“文化+科技”深度融合，发展文化专有设备生产的数字化、智能化水平，在数字化、智能化、IP化等方面抢占先机，不断提升推进文化“智造”发展。“破”是指以技术发展和技术向善消

弭技术的“负效应”。一方面，通过技术手段识别网络虚假信息，特别是针对中华文化方面的虚假的、片面的认识，以构筑中华文化传播的清朗的网络环境，壮大中华文化传播的主流声响；另一方面，积极参与数字领域国际规则制定，加强全球数字共治，推动技术向善。

二是做好数字叙事体系建构，提升数字化叙事能力。数字叙事即“用数字技术讲故事”。一方面，丰富数字叙事形式。利用大数据、人工智能、VR等新技术，形成文字、图片、音频、视频等多样的叙事表达方式，丰富叙事内容呈现形式。另一方面，扩大数字叙事参与主体。包括政府、企业、媒体、海外机构、网民等，都是中华文化海外“数字叙事”的重要参与者，有助于向世界展示真实、立体、全面的中国形象和中华文化形象。要形成官方叙事、企业叙事、媒体叙事、民间叙事，他国叙事等多元叙事主体参与、相互配合补充的立体化叙事格局。

三是畅通线上线下传播渠道，提升传播广度。目前各地国际传播中心建设正深入推进，国际传播中心依托于传统媒体强大的内容生产能力和已有的技术积累，积极打造海外媒体矩阵，形成了中华文化内容制作、传播、反馈的闭环式的传播环链，在此过程中壮大主流舆论声音，不断提升中华文化国际传播效能。除了“中介化”地呈现中华文化，还要举办在地化的活动，让中华文化更加可感、可体验，打破对中华文化的“刻板印象”；同时这些在地化的活动也需要纳入技术的考量，在技术中增强互动性、可玩性、亲近感，降低理解与接受的门槛。

四是进一步细分市场，提升传播精准度。中华文化海外传播面向海外市场，但是海外市场又是需要进一步细分的，不同的国家具有不同的文化特点和信息接受特点，需要结合目标国家的文化特点进行精准传播，要加大对不同国家文化特点和接受习惯的研究和分析，生产具有文化聚焦性的文化产品，探索“一国一策，一地一策，一事一策，一屏一策”的精准传播路径。要通过多种合作模式进行在地化联合生产。比如通过聘请海外人员加入创意策划，或者是采用托管的形式将文化产品移植海外生产，或者采用中国创作、世界生产的模式进行在地化生产，以此来产生持续的生产力，从而提升中华文化海外传播效果，让中华文化不但走出去，还走进去，留下来。

文化出海是一项长期而艰巨的任务。要以数字技术发展为依托，以和合文化基因为底色，以促进文明交流互鉴为理念，做好中华文化的海外传播“数字化转型”，让博大精深的中华文化乘数字技术的东风，漂洋过海，远播万里，让中华优秀传统文化在世界舞台上熠熠生辉，提升中华文化传播力影响力感召力。

（作者系山东大学新闻传播学院副院长、出版学院副院长、教授、博士生导师）

让优质文化资源更好直达基层

□ 陈波 毕欣雨

党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出：“完善公共文化服务体系，建立优质文化资源直达基层机制，健全社会力量参与公共文化服务机制。”其中“建立优质文化资源直达基层机制”需要关注基层文化资源是否优质，文化资源是否到达基层、文化资源直达基层是否建立相关机制等核心问题。

当前，一些地区基层群众仍然觉得难以接触到优质文化资源，这反映出优质文化资源直达基层仍然存在堵点。需要找准建立优质文化资源直达基层机制的着力点，推进优质文化资源向基层下沉，使城乡居民更好地参与文化活动、享受文化生活、品读文化魅力。

找准优质文化资源直达基层的堵点

随着经济的快速发展和人民生活水平的不断提升，基层人民群众对于文化生活的需求日益多样化、个性化。在推动优质文化资源直达基层的过程中，却面临着诸多堵点，这些问题不仅影响了文化资源的有效供给，也制约了基层文化建设的深入发展。

一是格式化的文化供给机制制约。文化供给机制的格式化源于计划经济时代“自上而下”的权力结构统一配置模式。新形势下，文化供给机制时常见“错位”和“缺位”的局面，主要体现在供给决策和需求表达两个方面。一方面，政府兼具供给者与生产者双重角色，政府的指令委托和统一分配有时难以适应人民群众多元化文化需求，容易造成成本的“重复投入”。另一方面受公众需求表达不畅影响，供给主体与受众之间的沟通往往被限制在特定的渠道和方式内，在具体实践中往往缺乏有效、直接的沟通，致使提供的公共文化服务容易与群众的期望存在偏差，从而造成公共文化生产与消费相脱节的现象。

二是优质文化资源的有效供给数量不足。文化资源供给是指在某一特定时期内文化生产（服务）部门愿意且能够提供的文

化产品、文化商品和文化服务的数量。文化生产要充分尊重广大人民群众的需求和爱好，供给主体的单一和供给种类的缺乏都会影响基层群众对美好文化生活的感知。如在许多农村地区，由于经济、地理等因素的限制，文化服务的供给可能主要依赖于地方政府或少数几个文化机构。这些机构可能由于资源有限、创新能力不足等原因，无法提供多样化、高质量的文化产品和服务，这导致农村地区群众接触到的文化内容相对单一，缺乏新鲜感和吸引力。与此同时，近年来我国提供的文化产品与服务虽然在数量上逐年增多，但在挖掘传统文化、发掘地域特色方面还有很大的提升空间，文艺作品也存在粗制滥造、急功近利的现象。如果未能充分关注基层群众丰富多样的文化需求，而仅仅提供标准化的公共文化产品与服务，可能会导致部分供给失去针对性，进而造成公共文化资源的有效利用，难以切实贴合基层群众的文化期待与需求。

三是基层人民群众文化主体性未能有效激活。人民群众是公共文化服务的受益主体和评价主体，但传统的文化供给机制下重“植入”轻“培育”，人民群众成为“台下看客”，在文化建设上的主体性得不到有效实现。尤其在农村地区，受到一些传统文化观念和自身文化素养、审美能力的束缚，农民往往习惯于接受现有的文化产品和服务，而缺乏主动探索和创新意识。公共文化活动的内生动力和精神引领力不足。因此要关注从“送文化”到“种文化”到“育文化”的转变，培育农民的文化自觉意识，激发基层人民群众的文化创造热情和积极性，才能发挥优秀文化对主体的引领作用。

四是优质文化资源的多方共建机制存在缺失。优质文化资源想要直达基层从来不是以政府为单一供给主体开展行动，而是政府协调多元社会主体共同参与，并在社会主义市场经济下引导社会资本参与的公共文化供给。目前政府、企业、市场三方供给主体间尚未建立起完善的联动机制，文化资源特别是优质文化资源在一定程度上仍是体制内封闭运行，社会可获得的优质文化资源有限，政府向社会力量购买公共文化服

务还存在短板。此外，各主体之间的联结链条上也缺乏有效的沟通机制，良性的多元主体沟通渠道尚未成型，各主体往往“各自为阵”，而非“齐头共进”，一定程度制约了优质文化资源向基层下沉的调动及配置能力。

建立优质文化资源直达基层机制的着力点

满足人民群众日益增长的精神文化需求，建立优质文化资源直达基层机制尤为重要，主要可以从以下几个着力点入手。

一是强化基层优质文化资源供给力度，建立多样化、多层次、精准化的供给体系，解决文化资源是否“优质”的问题。通过优化文化产品结构，丰富文化产品层次，提升文化产品质量，推出形式多样、内容新颖的文化产品，以满足不同层次群众的文化消费需求。一方面要求政府不断加大向社会力量购买公共文化服务力度，将符合条件的行政部门、文化社团组织纳入政府向社会力量购买公共文化服务主体，创新基层公共文化服务体系投入保障机制，规范“自上而下、以需定供”的互动式、菜单式、订单式服务购买模式，提高资金使用效能和服务购买质量。另一方面，积极培育文化市场主体，扶持地方龙头企业，拓宽文化服务的供应渠道，创新公共文化供给形式，鼓励和引导社会力量参与基层文化资源的建设，形成政府主导、社会参与的多元化供给格局。

二是坚持以人民为中心的生产导向，促进公共文化服务向基层拓展，解决文化资源是否“直击”群众文化需求的问题。文化产品的生产应以满足人民对美好生活的需求为导向，通过调研和分析基层群众的文化偏好，不断调整和优化文化产品的结构，确保产品既有深度又有广度，既能满足高雅文化的追求，也能贴近群众生活、体现地域特色。在推动公共文化服务向基层拓展的过程中，还应注重优秀文化的传承和创新。通过深入挖掘和整理地方文化资源，打造具有地方特色的文化品牌，让优秀文化在人民群众中生根发芽、开花结果，增强群众的文化认

同感和自豪感。

三是优化文化资源配置的机制，强化文化资源的可获得性和便利性，解决优质文化资源是否“直达”基层群众的问题。首先，各级文化部门应明确自身的职责和使命，加强基层图书馆、美术馆、文化中心、社区活动室等基础文化设施建设，组织文艺演出、文化展览等文化下乡活动，让老百姓在家门口就能享受到文化盛宴，助推优质文化资源与老百姓“直接见面”。鼓励文化工作者深入基层，与老百姓进行面对面的交流，为老百姓提供更为专业、贴心的文化服务，在源头上建设好公共文化服务的“起始一公里”。其次，充分发挥科技赋能的作用，推进公共文化服务数字化。通过整合区域数字文化资源，构建区域数字文化资源平台服务体系，为基层群众提供资源检索、在线阅读、在线展览、在线学习等服务，同时开发特色数字文化产品，实现资源的共享和互通，让优秀的文化产品走进千家万户，打通优质文化资源直达基层的“最后一公里”。

四是大力推广“小而美”的新型公共文化空间，完善基层现代公共文化服务体系，重视人民群众对美好生活“品质”的期待。“小而美”的新型基层公共文化空间不仅能够整合基层各类公共文化资源，提高基层公共文化设施利用率，还通过美观、文艺、清新的空间设计，唤醒群众的文化记忆、增进身份认同、加深彼此精神空间的情感联结，是当下完善基层现代公共文化服务体系的重要一环。当前新型公共文化空间的建设过程，要注重统筹基层惠民资源、城乡文化资源、文旅综合资源，实现新型公共文化空间服务融合发展，做到空间品质和服务功能的有机统一，以高水准的公共文化空间链接人民群众的精神追求。

总之，建立优质文化资源直达基层机制是推动基层文化建设的重要举措。未来，应继续探索和创新更多有效的机制和方法，让更多优质文化资源真正惠及广大基层群众，满足人民群众对美好生活的期待。

（作者单位：武汉大学新闻与传播学院、武汉大学国家文化发展研究院）

助力地方特色传统文化焕新

□ 李洪强

地方特色传统文化是中华优秀传统文化的重要组成部分，地方特色传统文化焕发新生，对于延续中华民族精神根脉，丰富中华文明多样性，增强文化认同、民族认同、历史认同，具有重要意义。

坚守本色，提炼地方特色传统文化的本质内核。地方特色传统文化焕发新生，首先是保持地方特色传统文化本色，这是明晰“我是谁”的重要问题。各地方的自然地理、气候特征、风俗习惯、建筑物等形成了地方文化特色，具有突出的“自我性”，“自我”即特色、与众不同，众多“自我”构成了中华文化多样性的基础。实现地方特色传统文化新生，要坚定“自我”，清楚地知道“我是谁”，在此基础上，探寻发展的各种路径和手段，进而完善和发展“自我”。其次，深入挖掘和提炼地方特色传统文化的核心特质。地方特色传统文化作为一种精神力量，其思想内核是地方文化的显著标志，是人们对所属地区和身份产生强烈认同感和归属感，发挥着凝心聚力的重要作用。如齐鲁文化的“仁”“礼”，燕赵文化的“慷慨悲歌”，巴蜀文化的勇敢坚韧，闽南文化的“重乡崇祖”等。因此，各地方要结合历史传统和当代价值，充分挖掘和提炼自身文化特质，形成鲜明的文化标识，全景直观地展示当地文化发展脉络，唤醒地方特色传统文化传承发展的基因活力。最后，坚守本色要“守正创新”。地方特色传统文化历经不同历史阶段发展而成，具有鲜明的时代性。随着人类文明发展进步，有些文化的内核品质不符合时代需要，甚至逐渐成为时代发展的绊脚石。因此，要积极主动地审视地方特色传统文化，摒弃落后的、腐朽的文化元素，积极吸收其他文化精华，大胆创新，彻底激活地方文化活力。

多方参与，增强地方特色传统文化焕发新生的主体动力。地方特色传统文化传承发展是一项系统而长远的工程，任务艰巨复杂，事关千秋万代，需要群众、政府、社会等多元主体广泛参与。一是尊重人民主体地位。地方特色传统文化起源于人们的生产生活实践，由人民创造，为人民所用，在任何时候都不能脱离人民主体。地方特色传统文化焕发新生要始终坚持以人民为中心，满足群众文化需求，引导群众参与文化创作，充分利用群众智慧和当地文化资源，将群众喜闻乐见又富有地方特色的文化作品创造出来，让人民群众真正成为地方特色传统文化的传承者、创新者和发展者。二是发挥政府主导作用。地方政府应加强系统规划，统筹文化保护传承发展的政策制定，加强文化人才队伍培养，支持发展文化产业，同时做好文化市场中的引导和监管，为地方特色传统文化繁荣发展营造健康稳定的良好环境。三是社会力量广泛参与。应鼓励社会力量积极参与与地方特色传统文化建设，发挥不同主体在文化发展中的优势特长，增强地方特色传统文化焕发新生的多元动力。如在基础设施建设上，社会力量可以兴建、捐建或与政府部门合建；在文化内容创作上，社会力量可以自行创作，也可以资助、委托、技术支持等方式参与创造丰富多彩的文化内容。

健全法制，提供地方特色传统文化焕发新生的法治保障。法律制度是维护地方特色传统文化存续发展的底线，完善的法律制度可以全方位、全过程保障地方特色传统文化规范发展。一是法律规范的制定与执行。地方应针对本地文化资源，统筹制定保护地方特色传统文化的法规、规章、条例、办法等，形成完善的地方特色传统文化传承发展的法律制度体系，以法律“硬制度”促进地方特色传统文化保护“软着陆”。二是知识产权的重视与保护。在科技和政策的加持下，地方积极进行文化创造和产业创新，形成了新的文化业态，需要及时完善新业态新领域中的知识产权保护制度，尤其构建数字化知识产权保护规则，填补在数字化过程中产生的法律层面知识产权保护的空缺。加大对地方特色传统文化领域和关键环节侵权行为的打击力度，以维护地方特色传统文化的创新成果，提升地方文化产业竞争力。三是教育和宣传的法治化。教育和宣传是地方特色传统文化焕发新生的重要方法，将地方特色传统文化的教育和宣传纳入法治化进程，从教育宣传内容的选定，宣传活动的次数、形式，文化传播平台的监管，教育宣传专业人才的培养，以及对违法教育宣传行为的打击等予以法律制度层面的规定，推动传承地方特色传统文化的意识唤醒和自觉行动。

科技赋能，赋予地方特色传统文化新的生命力。科技的飞速发展，为地方特色传统文化焕发新生提供了技术保障。一要善用新科技，实现地方特色传统文化数字化转化。将地方特色传统文化通过大数据、人工智能、物联网等技术手段转化为数字资源，利用技术优势实现文化的数字化还原、关联、融合、生发等，避免物质文化资源因时间推移、风雨侵蚀、人为因素等造成不可逆损毁进而出现消亡的危险，推动地方特色传统文化永续留存和长远发展。二要以数字化转型丰富地方特色传统文化新内容。通过文化数字化，精准提炼地方特色传统文化元素、符号和标识，形成地方特色传统文化大数据体系，并结合时代特点赋予更多现代表达，增强地方特色传统文化的现代感和吸引力，全面立体地展现地方特色传统文化的魅力。三要打造新业态，助力地方文化产业转型升级。近年来，数字技术越来越多地应用在文化领域，催生了“云演出”“云展览”“云旅游”“云阅读”等新业态，增强了人们的体验感，展现了文化业态的新风貌。实现地方文化产业转型升级，要加大AR、VR、5G、大数据等数字技术在文化领域的应用，推动实现地方文化产业在内容、模式、场景上的创新，催生更多新的文化产品和新型业态。四是拉动新消费，实现地方文化产业良性发展。发展地方特色文化产业，必须以地方的文化资源和特质为依托，以满足群众的文化需求为宗旨，借助文化数字化的多重优势，拓宽文化产业的市场空间和消费场景，打造地方特色数字文化馆，发展数字娱乐、文化旅游等新型消费模式，依靠科技和文化的紧密融合，将地方文化产业带动起来，使其成为地方经济发展新的增长点。

（作者系中共山东省委党校（山东行政学院）社科教研部讲师）