

构建中国特色哲学社会科学 须用好“三支笔”

□ 夏锦文

光明论坛
中国新闻奖专栏

评论版投稿邮箱
gmpinglun@163.com

2016年5月,习近平总书记哲学社会科学工作座谈会上的重要讲话中指出:“一个国家的科学发展水平,既取决于自然科学发展水平,也取决于哲学社会科学的发展水平。一个没有发达的自然科学的国家不可能走在世界前列,一个没有繁荣的哲学社会科学的国家也不可能走在世界前列。”今年五四青年节前夕,习近平总书记在中国人民大学考察时再次强调要发展好哲学社会科学,明确提出“哲学社会科学工作者要做到方向明、主义真、学问高、德行正,自觉以回答中国之问、世界之问、人民之问、时代之问为学术己任,以彰显中国之路、中国之治、中国之理为思想追求,在研究解决事关党和国家全局性、根本性、关键性的重大问题上拿出真本事,取得好成果”。这不仅为新时代哲学社会科学事业高质量发展指明了方向,而且从学术研究、理论阐

共同富裕离不开社会主义核心价值观引领

□ 夏 锋

习近平总书记主持召开中央财经委员会第十次会议时强调:“共同富裕是社会主义的本质要求,是中国式现代化的重要特征,要坚持以人民为中心的发展思想,在高质量发展中促进共同富裕。”会议强调,共同富裕是全体人民的富裕,是人民群众物质生活和精神生活都富裕;要促进人民精神生活共同富裕,强化社会主义核心价值观引领,不断满足人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求。这在推进共同富裕进程中落实发挥社会主义核心价值观“凝魂聚气、强基固本”的引领作用提供了基本遵循。

应强化社会主义核心价值观引领,凝练人民精神生活共同富裕的共识。社会主义核心价值观凝结着全体人民共同的价值追求,发挥着价值引导与表达、释义与转化、衡量与选择、贯穿与融入等价值引领作用。具体而言,社会主义核心价值观引领人民精神生活共同

错误的观点和思潮,科学地制定各项政策和措施,也才能在各种复杂的局面中坚持正确的政治方向,保持政治定力。”当代中国伟大的社会实践孕育和催生了习近平新时代中国特色社会主义思想。当前,推进中国特色哲学社会科学事业发展的基础,彰显一个国家的哲学社会科学实力和自信。在考察中国人民大学时,习近平总书记提出“加快构建中国特色哲学社会科学,归根结底是建构中国自主的知识体系”蕴含的深刻道理就在于此。回顾历史可以发现,各领域的学术大师大多是秉持“板凳坐得十年冷”的态度潜心深入研究,进而为相关领域的学术思想传承、知识体系建设贡献了聪明才智,在历史的长河中留下了浓墨重彩的一笔。这就意味着,社科理论工作者要认识到学术研究是一个慢工出细活的过程,需要久久为功。因此,要有“望尽天涯路”的高远追求,耐得住“昨夜西风凋碧树”的清冷和“独上高楼”的寂寞,静下心来刻苦钻研。

把理论阐释作为显功。政治上的坚定源于理论上的清醒。党的十八大以来,习近平总书记反复强调:“领导干部的马克思主义理论基础扎实了,才能全面认识和把握各类复杂的矛盾和问题,敏锐地识别各种

光明时评
中国新闻奖专栏

新冠肺炎疫情发生以来,党中央始终坚持人民至上、生命至上,坚持“外防输入、内防反弹”总策略和“动态清零”总方针,因时因势不断调整防控措施,疫情防控取得重大战略成果。当前,全国疫情呈下降态势,但依旧严峻复杂。党员干部要站在前头,咬定目标,毫不动摇落实疫情防控各项任务和措施,筑牢疫情防控屏障,带领群众夺取疫情防控和经济社会发展的双胜利。

人民至上、生命至上是党对人民的郑重承诺,也是两年多来中国抗疫的真实写照。我国坚持统筹推进疫情防控和经济社会发展,不放弃任何一个生命,切实维护人民的生命安全和身体健康,并竭力稳物价、保物流,推动经济快速恢复和发展。对于党员干部来说,以务实和扎实的努力,全面落实疫情防控措施就是对这一理念的最好践行。

核酸检测、隔离转运、物资配送、垃圾清运、医废配药……疫情防控中,这些工作千头万绪,说到底还是千家万户的事。柴米油盐、吃穿住行,群众的需求各式各样,但对于他们来说,没有一件不是急难愁盼的紧要事、心头事。党员干部要自觉走到群众最需要的点位上,打通群众利益的“最后一公里”,急群众之所急,想群众之所想,干好每一件“扎手活”,处理好每一件“棘手事”。

疫情防控,是一场“人民战争”,必须紧紧依靠人民群众才能取得最终胜利。最大限度激发和凝聚人民的力量,需要党员干部在疫情防控中走好群众路线。疫情防控中,群众多会碰到扫不出码、买不到菜、配不到药、垃圾得不到及时清运等诸多问题,尽管时间紧、任务重、头绪繁多,党员干部仍须扑下身子,沉下心来,耐心细致地和群众解释,加强沟通交流。

党员干部要多站在他人角度思考问题,真正把为群众排忧解难放在心上、落到实处。多一点“如果是我”“如果是我的家人”的将心比心、换位思考。最简单的执行是机械、不动脑的执行,这种看似“不折不扣”,实际上是官僚主义、形式主义。设身处地、推己及人,把温暖和温情留给群众,是对党员干部初心使命的检验,也必将汇聚起群众风雨同舟、共同抗病毒的强大力量和信心。

上面千条线、下面一根针。在疫情防控的全域静态管理中,村镇、社区承受着巨大压力,其管理能力及水平经受了严峻考验。基层干部、志愿者承担着疫情防控的繁重职责,工作任务烦琐、矛盾冲突集中多发。每个村镇社区的居住环境、楼层分布、人口构成、历史情况、文化氛围等各不相同甚至大相径庭。对此,我们绝不能“等靠”上级指示,绝不能“一刀切”“抄作业”,绝不能以文件落实文件、以方案落实方案。无论是在应急条件下,还是在常态化防控过程中,党员干部都要以高标准认真对待每一项事务、灵活处理每一件工作。“一事一策”的落实情况,不仅是对党员干部对人民群众情感、认识与态度的检验,也是对党员干部处理问题水平与智慧的考验与鞭策。

疫情防控是一场没有硝烟的战争,非齐心协力不能胜利。目前,疫情防控还没到松口气、歇歇脚的时候,党员干部要继续保持旺盛斗志,不忘初心,勇担使命,带领人民群众迎难而上,共同守卫我们的家园。

(作者系上海市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心研究员)

抗疫攻坚,党员干部要冲在前面

□ 吴才唤

居家学习 别忘情绪防“疫”

□ 孙嵩嵩

近日,有媒体对1505名受访家长进行的一项调查显示,80%的受访家长表示孩子最近经历了居家学习。超过7成的受访家长认为要及时关注居家期间孩子的情绪,进行引导、纾解。

在疫情防控常态化的背景下,青少年由在校学习转变为居家学习,因承受能力弱、应变能力差、应对方式少,易产生各种心理不适和不良情绪。如何妥善地跟青少年沟通,帮助他们做好情绪防“疫”,也是教师和家长的一项重要课题。

联合国儿童基金会在2020年的一项调查显示,面对新冠肺炎疫情,8444名少年中有27%在过去7天内感到焦虑,15%的人感到忧郁。青少年的身心发展尚不成熟,疫情反复带来的身体健康担忧、复课时间不确定、家庭经济压力以及谣言传播等,都容易让其产生心理上的焦虑情绪。

学习空间的变化导致学习效率低下,同样影响青少年情绪。居家学习期间,老师不能即时获取学生的学习状况,学生也因为缺乏老师监督和同伴激励而更容易分心走神,听不懂、学不会,甚至产生厌学情绪。部分孩子因没有养成良好的自主学习习惯,易被网络娱乐项目吸引,导致不能及时完成学习任务,学习效率低下。此外,并非所有家庭都有适合线上学习的空间和资源,如家人打扰、多孩家庭设备不足、网络不稳定等因素都会导致学习效果大打折扣。

居家学习让人际交往方式发生改变,容易引发青少年的孤单无助感。居家学习、管控隔离等举措让小中学生失去了与朋友面对面的互动,无法保持社交。伴随亲子相处时间的增多,青少年因强烈的自我意识不愿意向家长袒露自己的内心想法,且容易对家长的过度干涉等产生反抗心理,从而产生无助、烦躁等情绪。

教师、家长及青少年自身都应积极应对情绪进行科学地识别、接纳和管理,在良好的情绪体验中居家学习。首要的是,相关人员要学会识别和描述情绪感受。情

会规范的引导约束作用,深化道德领域突出问题治理,建立惩戒失信行为的常态化机制。

在新时代新征程的奋进之路上,以社会主义核心价值观引领人民精神生活共同富裕,正是以“高山景行”的价值感召,激发人民历史主动精神、历史创造精神,激励人民笃定实现“各美其美”的自由全面发展,共同营造“美人之美”的和谐关系,坚实构筑“美美与共”的共同精神家园,为实现中华民族伟大复兴汇聚磅礴精神力量。

(作者系山东师范大学马克思主义学院教授、山东省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心研究员)



更多内容扫码关注“学习短评”专栏

“网红城市”如何能走向长红

□ 陈红玉

新闻随笔

近年来,不少城市通过短视频直播而走红,一跃成为“网红城市”。在多个平台上,对“网红城市”标志性景点、美食等拍照或直播打卡已成为一种时尚旅游标配。在全国范围内兴起的自媒体城市形象传播热潮中,各大城市间的竞争也不断趋于激烈。

不过,长期观察可以发现,“网红”热度的维持并非易事,“网红城市”排名榜单一直处于变动中,一些城市出圈后又归于沉寂。打造“网红城市”,为何受到青睐?成为“网红城市”对一地来说意味着什么?流量密码的背后,又潜藏着什么?

短视频传播是立体的,其功能也是多维的。直播平台为短视频内容生产者个体带来了巨大流量,这些流量同时也指向城市,让城市瞬间获得了无数展示机会。海量的网络关注度意味着海量资本关注度及巨大经济动能。“网红城市”直接带动当地旅游业发展,当地商业品牌、出圈景点、特色民俗、食物等都积累了极大人气,“网红”餐馆和景点排长队的新闻屡见不鲜。

尽管“网红城市”你方唱罢我登场,短视频媒体传播本身决定了保持“网红”热度并非易事。除北上广深等主要一线城市外,城市自身竞争力长居相关榜单前列外,多数城市难逃靠短视频出圈后跌落的命运。究其原因,根本在于其城市形象

据也显示,基于城市特质的短视频传播更受人们青睐;在大众喜欢的城市特质中,文化魅力排在第一位。

我国现有互联网用户已超10亿人,网络短视频用户规模超过9亿人,这对城市形象传播来说是机遇也是挑战。眼下,“内容为王”的逻辑仍不过时,“网红城市”若想长红,深耕文化内涵的阐释、创新与传播是必要前提,要在明确自身城市定位和深入挖掘城市特色文化基础上来重塑独特城市形象。除了做好文化挖掘与创造性转化及传播这道题外,一座城市还需不断关注并增强自身在其他方面的实力,如此才能持续吸引潮水般的“注意力”。

(作者系首都文化研究中心研究员)



更多视频评论请扫描二维码