

大众化的理论什么样

大众有自己的理论,主导他们观念和行为的就活在他们心中的理论。大众又是聪明而挑剔的,对那些故弄玄虚、故作高深的东西,对那些不切实际、不着边际的东西,往往会表示“不感冒”而转头走开。

要成为大众的理论,首先需让大众看得进去。说的不是大众的事,表的不是大众的情,大众怎么会感兴趣?不关切大众的关切,不了解百姓的现实生活与内心世界,又如何切得准大众的思想脉搏?扣紧大众高度关切的话题,如收入差距、看病费用、食品安全、环境污染、反腐倡廉等,与大众的切身利益息息相关,就能抓住大众的共同话题,理论大众化就有了最好的切入口。

话题吸引人,话还得让人读得懂。大众化的理论,一个鲜明特点就是家常话、百姓话、新鲜话、生动话。讲空话、大话、套话、老话、重复话、累赘话,只会让生动活泼的理论变得面目可憎,让富有内涵的理论显得胶柱鼓瑟。“理论热点面对面”的一个长处就在于,没有复杂的表述,没有华丽的词藻,而是用质朴的语言、百姓的用语,把深刻的道理讲得浅显明白晓畅。

大众化的理论,最终是要为大众所用的。用不上的理论,不是大众的理论,顶多只是书斋摆设。我们说大众化的理论才有生命力,这个生命就体现在用上,体现在理论已内化为大众的思想,用以主导其思维和行为。在观察、分析、解决问题中涵养大众思考问题的角度,在解疑释惑中传递给大众辩证看问题的方法,在析事明理中向大众彰显科学的主流价值,广大干部群众就能产生潜移默化的影响,就有利于培养健康、平和、理性的社会心态。

作为人民群众的理论,马克思主义的一个本质属性就是大众性。马克思主义什么时候停止了大众化,什么时候就在大众那里停止了生命。如果光有理论创新,没有理论大众化的及时推进,那么理论就会脱离群众,难以引领发展进步。理论工作者只有肩负这样的使命,不懈推进理论大众化,党的理论创新成果才会在大众那里扎下根去。

——摘自《人民日报》

江苏省干部理论教育讲师团
江苏省政工专业资格评定办公室

主办

编辑出版:《大众学堂》编辑部
(内部资料、赠阅·总第 22 期)
电 话:83392817
邮 编:210013
联系地址:南京市北京西路70号
中共江苏省委宣传部五楼
电子邮箱:jsjst@yahoo.cn
承 印:省地质测绘院印刷厂
准印证号:苏准印 JS-S001 号
出版日期:2012 年 7 月 20 日

主 编	刘德海
副 主 编	宣云凤
	双传学
责任编辑	汪桥红
	夏正元
	吴 菁
美术编辑、封面设计	樊音纳



■卷首语

- 1 大众化的理论什么样

■特别策划 * 推进马克思主义大众化

- 4 大众明白才是真 刘云山
7 开拓马克思主义大众化的新境界新领域
..... 王燕文
13 坚持推进马克思主义中国化、时代化、大众化

■热点透视

- 16 抵御“网络不良心态”传播产生的危害
..... 姜京连
20 危机事件中的微博效应及其应对 吕 品

■基层宣讲

- 24 泰州志愿宣讲团推进理论“走转改”

■理论与大众

- 26 让科学理论走进大众生活
..... 徐州市委宣传部
28 让科学理论走近寻常百姓
..... 常州市委宣传部
30 以党的理论创新成果 推进率先基本实现现代化
..... 昆山市委统战部
32 打造百姓理论说唱团 拓展基层宣传教育新途径
..... 淮安市淮安区建淮乡党委

目录 *contents*

DA ZHONG XUE TANG

- 34 当好科学理论走近大众的翻译者
..... 徐 进

■大众时评

- 37 网络“围观”切忌造势侵权 游 伟
38 清除网络戾气 创造网络正气 白 峰

■学习园地

- 39 领导干部如何面对新兴媒体 任贤良

■政工之声

- 46 加强和创新企业文化建设的实践与思考
..... 武 群
48 着力团队建设 打造群众文化品牌
..... 马绍闯

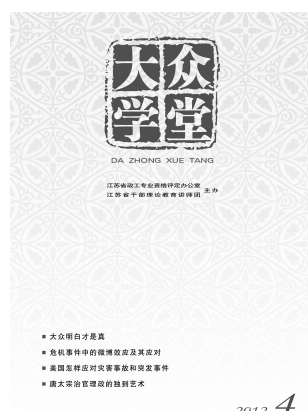
■环球视线

- 49 日本如何成功跨越“中等收入陷阱” ... 舒绍福
51 美国怎样应对灾害事故和突发事件 ... 徐启生
53 德国企业抢着处理污水 瑶 瑶

■博览古今

- 55 隋炀帝是如何被政绩工程拖垮的 宗承灏
59 唐太宗治官理政的独到艺术 张耐东
63 古代对官员私生活的监管 王春南

■声 音



(2012 年第 4 期 总第 22 期)



大众明白才是真

刘云山

推进马克思主义中国化、时代化、大众化，是我们党总结历史经验得出的重要结论，是推进中国特色社会主义事业长远发展的内在要求。2003年以来，中宣部根据中央要求和部署，以回答干部群众关心的理论和实际问题为重点，积极探索理论宣传普及的有效形式，连续十年组织编写出版通俗理论读物，不断拓展马克思主义理论大众化的广度和深度。从《干部群众关心的25个理论问题》到《理论热点18题》，从《六个“为什么”》到《划清“四个重大界限”》，从《七个怎么看》到《从怎么看到怎么办》，对群众关切的把握越来越及时，对热点难点的解答越来越深入，文风、语言也更为朴实、更为鲜活，逐步形成了“理论热点面对面”这个品牌。2012年推出的《辩证看务实办》，更是以准确的选题、透彻的说理、清新的文风，进一步展示了通俗理论读物的魅力，刚一面世就受到了广大读者的好评。可以说，编写出版通俗理论读物，已成为推动理论工作创新的有效载体，成为理论走向大众的沟通桥梁，成为展示理论自觉自信的重要途径，在巩固主流思想舆论、服务党和国家工作大局方面发挥了重要作用。当前，全党全国人民正满怀信心地迎接党的十八大。在改革发展任务繁重、社会热点难点不少的情况下，编写出版通俗

理论读物，加强社会热点难点引导，对于进一步推进中国特色社会主义理论体系的宣传普及，深化科学发展观的学习实践，对于进一步统一思想、凝聚力量，为党的十八大召开营造良好思想理论氛围，具有十分重要的意义。

推进理论大众化是新形势下加强党的思想理论建设的一项长期任务，也是做好迎接党的十八大宣传工作的一项重要举措。只有扎实深入推进大众化，才能使党的理论创新成果更好地为群众所掌握、所实践，更好地转化为人们的自觉行动。大众明白才是真。总结近些年理论宣传普及的工作实践，总结《辩证看务实办》等通俗理论读物编写出版的成功经验，给我们的深刻启迪是，推进理论大众化，必须坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，运用马克思主义世界观和方法论，紧紧围绕人民大众关注的热点难点问题，把讲怎么看与讲怎么办结合起来，把认识问题与解决问题结合起来，把学习理论与运用理论结合起来，全面辩证地看、科学务实地办，着力用党的理论创新成果武装头脑、指导实践、推动工作，不断增强理论自觉和理论自信，进一步坚定中国特色社会主义理想信念，进一步巩固全党全国各族人民团

结奋斗的共同思想基础。

推进理论大众化，就要站稳大众立场，牢固树立心系人民、服务人民的情怀。为人民群众谋利益，是马克思主义的根本立场和鲜明特征。理论大众化的过程，本质上是坚守大众立场、满足大众需求的过程。只有站稳大众立场，着眼群众期待解疑释惑、阐明道理，才能找到观察事物、分析问题的基点，才能更好地赢得群众理解和认同。《辩证看务实办》等通俗理论读物，之所以引发广泛共鸣、受到群众普遍欢迎，就在于它以群众的视角观察社会现实，以真挚的感情关照百姓生活，以鲜明的态度维护群众利益，做到了与人民群众面对面、心贴心。推进理论大众化，首先要解决好为谁立论、为谁著说、为谁代言这一根本原则问题。要牢固树立群众观点，把人民群众放在心中最高位置，把服务人民大众作为价值归依，始终摆正同群众的关系，坚持面向群众、心系大众，想群众之所想、解群众之所需。有了对群众的深厚感情，才能有服务群众的自觉自愿。要坚持思想上尊重群众、感情上贴近群众，真心实意为群众着想，把真情实感渗透到理论和政策的宣传阐释之中，做到情理交融，收到“理到情也到”的效果。要弘扬“走转改”精神，深入基层、深入群众，认真倾听群众呼声，了解群众安危冷暖，真实反映群众的实际困难和合理诉求，把为人民群众鼓与呼贯穿到理论大众化的全过程。

推进理论大众化，就要直面大众关切，着力回答人民群众普遍关注的热点难点问题。大众关切、百姓问题，体现着时代要求、反映着社会意愿。只有积极面对、主动回应，找准理论阐释与群众关切的契合点，才能做到有的放矢、对症下药，才能展示理论的彻底性。一部优秀的通俗理论读物，总是与大众的现实生活息息相关，总是与人们的思想脉搏同频共振。正如读者所说，《辩证看务实

办》所涉及的问题，“都是群众的关切，都问到了老百姓的心坎上”。推进理论大众化，就应当把人民群众的呼声作为第一信号，群众反映什么就回应什么，群众困惑什么就回答什么。要深切感知普通百姓的现实生活，感知人民大众的内心世界，在与基层群众的深入交流中，把准社会“脉象”，真正了解群众的所思所想、所疑所惑。社会变化纷繁复杂，新情况不断涌现，必须通过科学的归纳分析和提炼概括，找到具有代表性、普遍性、全局性的新问题，找到映照社会现实、关乎民心民意的真问题。找准问题固然不容易，更重要的是破解问题。要敢于面对、迎难而上，以追求真理的科学精神，深入剖析矛盾问题，及时有力给予回应，努力作出有针对性、有说服力的回答，不断彰显科学理论的价值和力量。

推进理论大众化，就要体现大众风格，多运用人民群众易于接受的方式。生动鲜活的语言、喜闻乐见的形式，是增强理论吸引力感染力的重要保证，是推进理论大众化的内在要求。实践证明，说空话、讲套话，只会让理论远离群众。近年来推出的《从怎么看到怎么办》、《辩证看务实办》等通俗理论读物和系列电视专题片，语言清新、形式活泼，在贴近大众、服务大众方面作了很好的尝试，收到了很好的效果。要把运用群众语言作为理论大众化的重要突破口，多讲短话、新话，多讲家常话、大众话，多用群众身边的鲜活事例，把讲道理与讲故事结合起来，让群众感到党的理论可亲可近、可学可用。要善于运用群众易于接受的方式和载体，充分发挥各类大众媒体特别是互联网、手机等新兴媒体的作用，通过电视专题、网络访谈等多种形式，面对面宣讲、心贴心交流，把党的理论创新成果的宣传阐释，融入人们接受信息和学习知识过程之中，融入各种文化活动和文化产品之中，使科学理论具象化、形象

化,更好地走进群众生活。当今时代是“人人都有麦克风”的时代,人们的主体意识、参与意识不断提高。要积极开辟群众便于参与、乐于参与的渠道和平台,把话筒、镜头、版面更多地留给群众,努力实现人民群众的自我教育、自我引导、自我提高。

推进理论大众化,就要增强大众共识,凝聚起推进改革建设、共创美好生活的强大力量。我们的事业是人民大众的事业,推进理论大众化,最根本的目的就在于增强人们战胜各种困难、创造幸福生活的信心和共识,最大限度地智慧和力量凝聚到促进改革建设上来。许多读者反映,《辩证看务实办》等通俗理论读物,讲解的是社会热点难点问题,传递的是自信自强的时代气息,体现的是攻坚克难的奋斗精神,读后令人振奋、给人力量。推进理论大众化,必须把握好这个鲜明导向,坚持以积极和建设性的态度对待问题,不断增强人们解决问题的信心、勇气和力量。要用党的理论和路线方针政策感召人,深入解读党和政府解决问题的思路办法和政策举措,阐明对人民群众切身利益的具体安排和长远考虑,阐明党的理论与人民利益的一致性,引导人们增强在党的领导下开创美好未来的信念和信心。要用改革发展的成就激励人,充分反映推动科学发展、加快转变经济发展方式取得的积极进展,生动展示解决热点难点问题、保障和改善民生的显著成效,引导人们奋发有为、满腔热情地投身到改革开放和社会主义现代化建设中来。要注意从历史与现实结合上,从国际与国内联系中,深刻揭示中国特色社会主义道路是创造人民美好生活的必由之路,深刻揭示中国特色社会主义理论体系是实现中华民族伟大复兴的科学指南,深刻揭示中国特色社会主义制度是当代中国发展进步的根本制度保障,引导人们进一步增强坚持中国特色社会主义道路、理论体系和制

度的自觉性和坚定性。加强理论宣传普及,不仅要向群众讲清楚是什么、为什么、做什么,而且还应当给群众以认识问题、分析问题、解决问题的科学方法,全面辩证地回答好“怎么看”,科学务实地回答好“怎么办”,帮助人们以全局视野认识成绩与问题,区分主流与支流,认清解决问题的方向和路径。即使对于一些条件还不成熟、暂时难以解决的问题,也要诚恳地向群众说明解决问题的长期性、复杂性、艰巨性,引导人们以理性的眼光来看待,以平和的心态来面对,从问题中看到机遇,从困难中看到希望,同心同德、群策群力,汇聚起深化改革、加快发展的强大力量。

推进理论大众化,需要各个部门的共同参与,需要各方力量的协同配合。近年来推出的优秀通俗理论读物,都是联合攻关、集思广益的结果,凝聚了各有关部门与专家学者的智慧和心血。要认真总结成功经验,把理论工作部门同实际工作部门的优势结合起来,进一步提升理论大众化的整体效应。理论工作者是推进理论大众化的重要力量,要自觉把学术追求同服务群众、理论研究同理论宣传统一起来,带头撰写通俗化理论文章和读物,积极参加理论宣传普及活动。实际工作部门是政策的制定者、执行者,也是政策的阐释者、宣传者,要把政策宣传作为日常工作的重要内容,围绕社会热点主动设置议题、开展政策解读,动员人民群众一道推动政策的贯彻落实。当前,各地区各部门要把《辩证看务实办》作为党委(党组)中心组学习的重要内容,作为基层理论宣讲的基本教材,作为学习型党组织建设的学习书目,加强宣传推介、抓好学习运用,充分发挥其应有的作用。各级党委宣传部门在组织“科学发展、成就辉煌”主题宣传教育活动中,要结合《辩证看务实办》阐述的重要内容,大力展示经济社会发展(下转第19页)

开拓马克思主义大众化的 新境界新领域

王燕文

近几年来,全省各地各部门认真学习贯彻中央和省委的部署要求,紧紧围绕又好又快推进“两个率先”大局,坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众,服务发展、服务基层、服务群众的原则,努力架构科学理论与人民大众之间的思想桥梁,不断推进理论大众化,为巩固马克思主义指导地位、促进党的理论创新成果深入人心作出了积极努力、取得了明显进展。主要表现在:全省各地各部门推进马克思主义大众化的意识明显增强,力度进一步加大,呈现出全面有序推进的良好态势;立足“两个率先”实际,系统阐释江苏发展共同愿景,深刻总结江苏发展成功经验,凝聚提炼“三创三先”新时期江苏精神;围绕群众关心的热点难点,切实加强理论阐释和思想引导,有力回应了社会各方关切;运用多种途径全面打造大众化工作平台载体,泰州“百姓名嘴宣讲团”、常州“道德讲坛”等先后受到全国表彰,江苏在全国理论宣传工作座谈会上多次介绍经验,人民日报、光明日报等多次报道我省的做法经验。

一、进一步提高对马克思主义大众化工作的认识

推进马克思主义大众化,说到底就是要用马克思主义基本原理特别是当代中国马

克思主义武装党员干部、教育人民群众,推动党的理论创新成果走进基层、走向百姓,融入普通人的工作和生活,使之通俗化、普及化、生活化、实践化。这是一项关系我们党执政的思想基础和群众基础的重大部署,是一项关系社会主义核心价值体系话语权、主导权的重大工程,是一项关系科学理论说服力凝聚力、关系党和政府亲和力影响力的重大任务,必须引起我们的高度重视。

首先,马克思主义大众化是马克思主义理论的固有品格。是否真正地立足大众、为了大众、服务大众,是马克思主义区别于其他一切理论的分水岭、试金石,也是这一科学理论能够由少数人掌握到为大多数人掌握的基本原因,从而内在决定了马克思主义理论鲜明的大众化特征。人民群众对马克思主义的掌握程度,很大程度上取决于马克思主义本身的大众化、普及化程度。只有深入推进马克思主义大众化,才能彰显马克思主义的内在品质,展现马克思主义的固有魅力。

其次,马克思主义大众化是推进理论创新的必然要求。马克思主义的中国化、时代化与大众化,是相互联系、相互促进的有机整体。实践发展永无止境,理论创新永无止境。马克思主义中国化的创新成果,是在解

决一个个重大实践课题中丰富发展起来的。离群众越近、离实践越近,离真理就越近。推进马克思主义中国化、时代化,必须以大众化作为实践基础、思想源泉和动力保障。马克思主义中国化、时代化每前进一步,大众化就要及时跟进一步。中国化、时代化的成果,必须转化为人民大众的掌握和运用,必须接受人民大众的实践检验和评判。只有这样,才能有力推动党的理论创新与时俱进、不断发展。

第三,马克思主义大众化是党的群众观点群众路线的实现途径。群众观点是我们党的根本政治立场,群众路线是我们党的根本工作路线。坚持党的群众观点、贯彻党的群众路线,首要的是通过思想教育和宣传动员,引导群众知晓自身的利益所向、命运所系、前途所在,并为之努力奋斗。通过推进理论大众化,使党的理论路线方针政策为群众所掌握,引导人们坚定不移走中国特色社会主义道路,同心同德建设社会主义现代化,才能真正代表人民的根本利益、顺应人民群众过上幸福美好生活的愿望。同时,推进理论大众化,才能更好地倾听群众呼声、反映群众意愿、吸取群众智慧,有力夯实党执政的群众基础。

第四,马克思主义大众化是提高宣传思想工作科学化水平的重大任务。宣传思想工作科学化水平,本质上是做人的工作、是做群众工作的。无论是理论武装、舆论宣传,还是文化艺术生产、精神文明创建、思想道德建设等等,都是面向大众、服务大众的。宣传思想文化战线最基础、最首要的任务,是用科学的理论武装人。宣传思想文化工作目标任务的实现程度,首先取决于并且集中体现在科学理论武装、核心价值理念传播的广度深度;而理论武装的程度,又很大程度上体现为理论大众化的程度。归根到底,要看人民大众能否从思想认识层面理解把握党

的理论和路线方针政策,要看群众自身所关注的问题能否最大限度地从理论上得到令人信服的解答。当今世界正在发生深刻变革,当代中国正在发生深刻变化,江苏发展正处于新的阶段,前进中的矛盾挑战增多,社会上的热点难点增多,人们的思想困惑增多,理论武装的任务更加艰巨,理论大众化的任务更加繁重。只有把理论大众化这项工作抓实抓好,才能为宣传思想文化的全部工作奠定坚实基础,从而不断提升整体工作的科学化水平。

二、准确把握马克思主义大众化的工作要求

马克思主义大众化,是立足群众、服务群众、教育群众、提高群众的过程,是一项贯通宣传思想工作各领域、各方面的系统化工作,必须立足于新的实践、新的发展,不断探寻内在规律,准确把握本质要求,努力提高科学性、针对性和实效性。

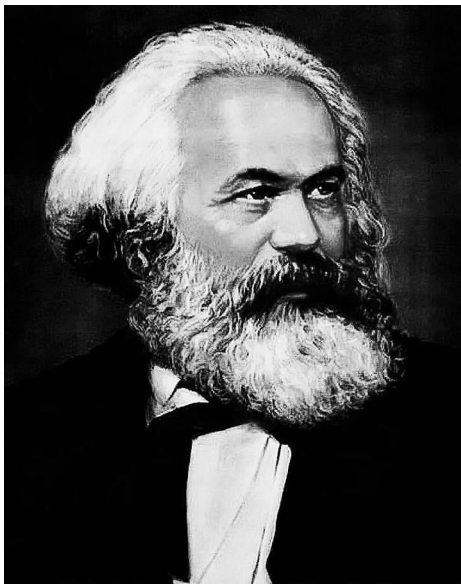
一要把握理论导向,坚持正确方向。理论导向事关举什么旗、走什么路、朝着什么样的目标前进等一系列重大问题。中国特色社会主义是引领中国发展进步的旗帜,是全党全国各族人民团结奋斗的旗帜。推进马克思主义大众化,最根本、最核心的,就是要把握正确的政治方向,更好地把人们凝聚在中国特色社会主义伟大旗帜下。要立场坚定、头脑清醒,始终不渝地坚持用中国特色社会主义理论体系武装党员干部、教育人民群众,努力在多元中立主导、多样中谋共识,坚定人们的共同理想追求;要重点加强科学发展观的宣传阐释,不断深化对其中蕴含的新思想新观点新论断的认识,不断增强人民群众贯彻落实的自觉性坚定性。

二要站稳群众立场,贴近大众需求。马克思主义的感召力和影响力,体现在它关注社会生活的程度。理论大众化的程度,取决

于理论满足大众需求的程度。邓小平同志指出,“空讲社会主义不行,人们不相信。”理论体系和价值观念如果远离生活、高高在上,不仅难以被理解、被认同,甚至会引起反感和抵触。要在服务社会实践、满足群众需求中更有效地实现马克思主义大众化的理论价值和实践价值,必须站稳群众立场、关注群众利益、贴近大众需求。当前要重点围绕江苏基本实现现代化指标体系、居民收入倍增、教育公平、生态保护、净化社会道德风气、保障食品安全等与群众切身利益相关的热点难点问题,开展广泛深入的宣传引导,使大众化的过程成为“安民、惠民、利民”的过程。

三要科学阐释问题,推动知行合一。马克思主义大众化是普及科学理论、弘扬先进思想的过程,也是引导人们不断探索解决问题之道的过程。科学理论要真正深入到群众中去、融入到生产生活实践之中,关键是要指出分析解决问题的途径方法、方向前景,既辩证全面分析“怎么看”,又科学求实阐明“怎么办”,把认识成果转化为行动力量,最大限度地发挥理论对实践的指导作用。人们关心“怎么办”,主要是看具体的政策走向以及与自身利益的关系。因此,推进理论大众化,除了从宏观上回答事关党和国家发展方向的根本问题和思想理论领域的深层次问题,还要把形势政策解读作为一项经常性任务,关注社情民意,有效引导社会热点,理顺情绪,化解矛盾。

四要坚持改进创新,拓展有效覆盖。传播力决定影响力,受众面就是覆盖面。支撑



科学理论传播力、受众面和影响力的因素有很多,但改进创新无疑是最重要的因素之一。现在,社会环境、社会结构深刻变化,传播格局、受众心理深刻变化,人们的主体意识、参与意识不断增强,必须主动适应新形势新变化,从内容形式、载体手段和传播途径等多方面入手探索创新,更好地贴近时代

特点,有效拓展大众化宣传的覆盖面与影响力。要着力改进创新传播途径,坚持传统渠道与新兴渠道并重,巩固已有载体和创新方法手段相结合,努力构建多层次、立体化的大众化平台。要充分发挥党报党刊、广播电视和图书等主渠道、主阵地的作用,确保关键时刻发出权威声音,适时发挥引领作用。互联网、手机的广泛运用

,把人们带入一个“全媒体、自媒体时代”。要适应网络化发展的新趋势和网民接受的新特点,拓展新的理论传播渠道,加大网上理论宣传力度,营造良好网上思想理论氛围。尤其要注重调动群众自我参与的积极性,开辟更多群众乐于、便于和自主参与的渠道,让科学理论更好地走进大众。

三、积极彰显江苏推进马克思主义大众化的工作优势

推进马克思主义大众化,重在理论联系实际。要坚持从江苏实际出发,积极探寻科学理论与“两个率先”实践的融入、渗透与转化,更好地彰显我省的特色和优势。

要大力彰显江苏的实践探索优势。江苏

改革开放以来成功走出了一条中国特色社会主义的区域化发展之路,为科学理论提供了有力印证,也为推进马克思主义大众化提供了生动素材。同时,江苏大地先后涌现出“四千四万”精神、张家港精神、“昆山之路”精神和“三创”精神等,引领着江苏创造了一个又一个发展奇迹。全面建成更高水平小康社会、开启基本实现现代化新征程,是江苏人当前的最大实践,也是前无古人的创造。这一伟大进程的探索创新,必将为我们推进理论大众化提供更加丰厚的实践素材,给我们回答时代新课题增添不竭的思想源泉。

要大力彰显江苏的人文社科优势。江苏人杰地灵、历史悠久,经济基础雄厚、人文底蕴深厚,思想学派荟萃、名人名家辈出。江苏是教育大省,义务教育水平高,高中普及率全国领先,拥有高校和在校大学生数量全国第一。从总体上看,民众的知识素养、教育水平高,人文素养良好,社科普及化程度高,为推进理论大众化提供了良好的受众基础。我们拥有一支浩大的专业社科工作者队伍,研究推出了一大批有价值有影响的成果,为理论大众化提供了强大的人才支持、成果支撑。近几年,全省学习型党组织、学习型社会建设活动广泛开展,学习型城市、学习型社区、学习型村镇、学习型企业等不断涌现,更为推进马克思主义大众化提供了广阔的社会基础和良好的社会氛围。

要大力彰显江苏的榜样典型优势。“榜样的力量是无穷的”。江苏是出典型、出经验、出榜样的沃土。我们有共同致富的典型华西村,有精神文明建设的典型张家港,有率先全面建成小康社会的典型昆山市,有吴仁宝、张云泉、殷雪梅、邓建军、常德盛、张雅琴、尤肖虎、徐州下水道四班、连云港“雷锋车”等一批全国重大先进典型和一大批新时期“三创三先”的典型。这些各具特色的先进人物、先进集体、先进地区,既“接地气”,又

“聚人气”,印证了中国特色社会主义的科学理论,展现了社会主义核心价值体系的精神力量,是推进大众化最鲜活、最生动、最有说服力的教材。积极运用好这些身边人身边事,必将有力增强理论的说服力、吸引力,从而凝聚人心、汇聚力量。

要大力彰显江苏的宣传品牌优势。推进理论大众化的过程,一定程度上是打造理论宣传品牌的过程。长期以来,全省各地各部门着眼于挖掘理论宣传的丰富内涵、拓展理论宣传的广度深度,积极打造大众化的工作品牌。大规模理论宣讲和形势政策教育是推进大众化的重要途径。十七大以来,围绕中央和省委重要精神,连续组织覆盖全省的大规模理论宣讲,成为我省理论宣传的一道风景线。今天我们表彰的宣讲先进,就是基层宣讲工作者中的优秀代表。通俗读物是干部群众学习掌握党的创新理论成果的重要渠道。近几年,我省连续组织编撰通俗读物,亮出了“科学发展、幸福江苏”理论宣传品牌。讲坛论坛是宣传解读马克思主义中国化成果的第一课堂。以“江苏讲坛”为龙头,覆盖所有省辖市和大部分县(市)的讲坛集群,成为覆盖面最广、最接近基层、最贴近百姓生活的大众化品牌。创出这些品牌历经艰辛。我们要倍加珍惜,并且不断增强创新意识,做大、做强、做优这些理论大众化品牌。这些品牌所以有成效,就是人民群众欢迎、人民群众积极参与。

四、切实加强马克思主义大众化工作的基础建设

理论大众化是一项长期战略任务、系统工程,涉及的条线多、工作的点面多,必须着眼全局、着眼持久,抓好基层基础,不断推动工作的规范化、长效化、常态化。

要进一步抓好平台载体建设。认真抓好学习型党组织、学习型领导班子建设,以党

委(党组)中心组、党校轮训培训、专题读书调研和领导干部上讲台讲理论等重要载体,推动农村党员冬训、基层党员轮训和经常性党课教育,带动学习型社会、学习型城市建设。继续发挥好以“江苏讲坛”为龙头的讲坛学堂在大众化工作中的重要作用,运用读书会、知识竞赛、演讲比赛等形式,广泛开展理论下基层、理论结对联学帮学、社科知识普及等活动。继续发挥报刊、图书、广播、电视在大众化中的重要作用,县以上党报要开设理论栏目,市以上广播电视要开办理论节目。新闻出版部门要多组织、多出版读者想看、愿看、爱看的通俗理论文章、通俗理论书籍、通俗理论音像片。积极运用互联网、手机报等新兴媒体,县以上政府网站要开辟网上理论学习专栏、学习论坛,开展网上宣讲、专家在线交流等,推动科学理论赢得网民、深入大众。省级媒体要坚持高标准,当好示范表率。新华日报“思想”、“人文”、“讲坛”等系列化理论栏目和省广电总台“新闻评谈”节目,要注重策划、扩大影响,进一步打响省级品牌。要根据形势发展,创设和哺育一批大众化学习实践基地。今天命名的全省首批50家学习实践基地,是一种新尝试,也是大众化平台的新拓展。今后,还要在城乡基层分期分批建设更多的基地,促进理论宣传教育与社会实践有机结合。

要进一步抓好人才队伍建设。人才队伍的状况,直接决定着理论大众化工作的成效。近年来,全省理论宣传队伍有了很大发展,但与理论大众化工作深入发展的新形势新要求相比,队伍的规模结构、素养能力等还有待加强。要大力优化人才队伍结构,充分发挥社科理论工作者的重要作用,鼓励专家学者撰写通俗理论读物、通俗理论文章,参加面向城乡基层的各类理论宣讲活动。动员理论水平高、宣讲能力强的领导干部、实际工作者参与理论宣讲;鼓励建立企业讲

师团、城镇社区讲师团以及农村业余讲师团;注重发挥全省万名理论宣讲志愿者队伍的作用,壮大宣讲力量,拓展工作网络。完善省市县三级联动机制,推进人才信息资源共享。要大力提升队伍的能力素质,继续办好各类研修班、培训班,帮助他们打牢理论基础,把握工作规律,提高宣讲水平。

要进一步推进话语体系转换。理论大众化,关键在于与群众有共同语言。俗话说得好,“入山问樵,入水问渔”。理论大众化,必须针对宣讲对象,注重将系统、理性的理论话语,转化为形象、具体的生活话语。事实证明,变换一种表达方式,转化一套话语体系,常常会产生意想不到的良好效果。要善于运用群众喜闻乐见的阐释方法,通过生动讲解、通俗读物、电视专题、网络视频访谈等多种形式,讲短话、讲新话、讲百姓话、讲平常话,努力把科学理论导入人们的日常工作、学习和生活,融入各种信息服务、文化产品和文化活动。要大力弘扬“走转改”精神,积极改进文风,运用新闻语言、文艺语言、百姓语言等,实现宣传语言的本土化、通俗化、鲜活化,让群众看得懂、听得进、记得住、用得上。

五、切实加强对马克思主义大众化工作的组织领导

推进马克思主义大众化,事关党的工作全局,涉及宣传思想文化战线各个方面、各个环节,必须切实加强组织领导,形成整体合力,为拓展深化大众化工作提供坚强保证。

一要切实摆上重要位置。从加强党的思想理论建设的政治高度和实施中国特色社会主义理论普及计划的全局,切实将理论大众化工作纳入党的建设工作和宣传思想文化工作的总体布局,做到认识到位、组织到位、制度到位、落实到位。各级党委主要负责

同志要亲自抓部署、抓指导、抓落实。要将理论大众化工作列入党委班子的绩效考评,推动这项工作持续扎实开展。当前,要把理论大众化工作作为迎接党的十八大胜利召开的重要组成部分,围绕“科学发展、成就辉煌”主题加大宣传力度,营造浓厚社会氛围。

二要形成整体工作合力。马克思主义大众化不仅仅是宣传思想文化系统自身的事情,也是党政各个部门、各条战线和全社会的事情。党委宣传部门要履行牵头职责,加强对大众化工作的整体规划和宏观指导,既要全面统筹宣传文化系统自身,又要主动协调好其他方面的相关力量。新闻出版单位要舍得拿出版面、时段、选题和网络空间加强理论宣传,新闻宣传要见思想、见精神、见高度。城乡基层宣传要积极利用和拓展各种社会化宣教平台,在主题宣传、成就宣传、典型宣传、活动宣传的过程中,深刻挖掘与传递思想的力量。文化艺术创作和文化产品生产传播,既要动之以情,更要晓之以理,渗入思想性内涵。精神文明创建、思想道德教育等各项工作都要把理论大众化作为份内之事,从自身特点出发创造性地做好理论宣传。要积极贯通党的建设各个方面工作,把党的思想建设与党的组织建设、作风建设、反腐倡廉建设、制度建设等有机衔接,运用各方面的力量来推进大众化。要推动每一名党员干部自觉担当科学理论的传播者、弘扬

者、践行者。党员干部走到哪里,党的理论和方针政策就传播到哪里,大众化的成效就显示在哪里。

三要深入研究工作规律。理论大众化是一项常抓常新的工作。要深入调查研究,认真梳理近年来各地区各部门各系统的实践,总结成功经验。要深入研究新形势下推进大众化的重点课题,把握理论创新的发展脉搏,科学梳理中国特色社会主义理论体系的内涵要义;研究社会热点的演变轨迹,挖掘实践中的新话题;研究抓住受众变化的需求,分众化、有区别地实施大众化工作计划;研究媒体变化的新特点,为构建多层次、立体化的平台载体格局打下良好基础。

四要不断完善制度机制。制度机制建设的重点,在于确保长效、常态和管用、有效。要健全领导体制,宣传部门牵头抓总,宣传文化系统各尽其责,党委政府其他部门单位以及各相关力量积极参与,形成社会舆论场和整体合力。要研究制定科学的考评机制并且严格督查,对相关工作进行量化实化的考评。要完善激励机制,定期开展理论大众化工作的评优和表彰。

(本文系省委常委、宣传部长王燕文2012年6月21日在全省深入推进马克思主义大众化与讲坛建设工作座谈会上的讲话,发表时有删节,标题为编者所加)



坚持推进马克思主义 中国化、时代化、大众化

——访中央文献研究室常务副主任杨胜群

近日,中共中央文献研究室常务副主任杨胜群在接受记者采访时表示,建设马克思主义学习型政党,要求我们始终坚持把马克思主义作为立党立国的根本指导思想,始终用发展着的马克思主义武装全党,指导实践。因此,推进马克思主义中国化、时代化、大众化,是建设马克思主义学习型政党的内在要求和应有之义,而且是重要的着力点之一。

马克思主义中国化、时代化、大众化有共同性的基本要求和途径

记者:怎样理解马克思主义中国化、时代化、大众化的要求及三者之间的内在关系?

杨胜群:马克思主义中国化、时代化、大众化,分别具有不同的内涵和要求。中国化,就是要运用马克思主义的基本原理,研究和解决中国的实际问题,总结中国的经验,形成具有中国风格、中国气派的马克思主义;时代化,就是把马克思主义同时代特征结合起来,紧跟时代发展步伐,吸收新的时代内容,回答时代课题;大众化,就是赋予马克思主义理论以通俗易懂的表达和传播形式,使

之更好地为广大人民群众所接受和掌握。

马克思主义中国化、时代化、大众化,核心是马克思主义中国化。马克思主义中国化内在包含了马克思主义时代化,也必然伴随着马克思主义的大众化。三者是紧密地联系在一起,统一在一个大的过程中。因此,今天推进马克思主义中国化、时代化、大众化,有共同性的基本要求和途径。

珍惜和坚持、发展马克思主义中国化已经取得的成果

记者:如何认识今天推进马克思主义中国化、时代化、大众化与马克思主义中国化已经取得的理论成果的关系?

杨胜群:今天,我们推进马克思主义中国化、时代化、大众化,与几十年前我们党开创马克思主义中国化事业时的时代条件和任务,已经大不相同了。当时,我们党提出马克思主义中国化,是要推动马克思主义与中国革命实践相结合,让产生在异国土壤上的马克思主义在中国土壤上扎下根来。经过几十年的努力,马克思主义中国化已经实现了两次历史性飞跃,产生了两大理论体系成果——毛泽东思想和中国特色社会主义理

论体系。今天,我们推进马克思主义中国化、时代化、大众化,是要以这两大理论体系成果为基础和新的起点,而不是要离开这两大理论体系成果,从头开始或另辟蹊径。

中国特色社会主义理论体系是对毛泽东思想的继承和发展,已经为实践所证明是指导党和人民沿着中国特色社会主义道路实现中华民族伟大复兴的正确理论。我们特别要倍加珍惜、长期坚持和不断发展,不能动摇,不能折腾。对于广大党员干部来讲,一定要真信,才能做到真学真用,才能谈得上坚持和发展。

离开实践,哪一“化”都实现不了,三“化”就成了空话

记者:推进马克思主义中国化、时代化、大众化,需要什么样的学风和思想作风?

杨胜群:实践永远是“第一”的。推进马克思主义中国化、时代化、大众化的过程,是一个实践的过程。马克思主义理论只有在实践中才能获得中国化、时代化、大众化发展的空间和条件。三“化”中,哪一“化”都必须在实践中实现;离开了实践,哪一“化”都实现不了,三“化”就是一句空话。因此,推进马克思主义中国化、时代化、大众化,一定要加强实践,不能懈怠。

加强实践,当前主要的是要加强中国特色社会主义理论体系的运用。一些党员、干部学习理论,并没有准备或真正将它付诸实践,而是将理论停留在报告里、口头上、文件里,甚至讲的理论是一套,做的实际又是另外一套。这种学用脱节、理论脱离实践的现象,对于用马克思主义武装全党、教育人民,对于推进马克思主义中国化、时代化、大众化,有百害而无一益。

切实地将理论付诸实践,远比作“空头政治家”要艰苦得多。我们要弘扬理论联系实际的学风,求真务实,坚持把学习理论同

改造主观世界和客观世界的实践结合起来,把学习理论同研究解决人民群众最关心最现实的利益问题、本地区本部门改革发展稳定的重大问题、党的建设突出问题结合起来,真正做到学以致用。只有这样,才能保证用马克思主义科学理论指导实践,也才能促进马克思主义理论在实践中创新发展。

思想僵化,因循守旧,固守本本,是与三“化”格格不入的

记者:怎样认识创新在推进马克思主义中国化、时代化、大众化中的重要作用?

杨胜群:马克思主义中国化、时代化、大众化,本身就是一种创造性的认识和实践活动,需要不断创新。思想僵化,因循守旧,固守本本,是与之格格不入的。

今天,坚持不断创新,从党来讲,就是要坚持以改革的精神加强和完善自己,不自满、不懈怠,不断以新的理论、新的经验和新的方法,去破解新的难题,应对新的挑战,化解新的风险。从广大党员干部来讲,就是要进一步解放思想,更新观念,增强创新意识,真正把创新作为不变的精神价值追求;努力提高创新思维能力,善于从新的实践中不断总结新的经验,提炼新的认识,形成新的工作思路和举措。

当前,特别要通过倡导创新思维,努力营造鼓励、推动实践创新、理论创新和制度创新的良好社会环境。一是要倡导以创新思维看待党的创新理论。创新理论往往包含着对传统理论的发展、更新甚至修正,如果不以创新思维看待,难免会难以理解和接受。二是要倡导以创新思维看待改革开放中出现的新生事物。新生事物往往带有对传统的挑战甚至否定,如果不以创新思维看待,难免会对其质疑。三是要倡导以创新性思维看待群众创造的新经验。新经验往往会具有某些缺陷,如果不以创新思维看待,则难

免会对其求全责备。

三“化”的过程,是从群众中来、到群众中去的过程

记者:怎样理解人民群众在推进马克思主义中国化、时代化、大众化中的主体作用?

杨胜群:人民群众是马克思主义理论的接受主体,也是马克思主义理论的实践主体。马克思主义中国化、时代化、大众化的过程,也是一个从群众中来、到群众中去的过程。只有充分尊重和发挥人民群众的主体作用,推进马克思主义中国化、时代化、大众化才能最终落到实处。

要明确理论是为人民群众的,使我们的理论真正反映人民的愿望,代表人民的利益。要尊重人民首创精神,拜人民为师,把理论创造的根深深扎在人民群众的创造性实践之中,真正从人民群众的生产生活实践中吸取思想营养和理论元素,把人民群众创造的鲜活经验作为理论创新的活水源头。要运用为人民群众所喜闻乐见的形式,使马克思主义理论真正为人民群众所接受和掌握,使马克思主义理论对人民群众的生产生活真正能够产生影响和作用。总之,任何时候,我们都要让马克思主义理论回归人民大众。

——摘自《人民日报》



英国巴士的温暖

英国遍地都是无障碍设施,并且这些设施一般都是大空间、超豪华的,巴士上也不例外。

当你上车后,先看到的是4个老人坐席,而在车的最后方是十几个非常拥挤的座位,较为舒适的座位在车的二层。之所以这样安排,是为了给车的中间部分靠近下客门的地方留出大片空地。下客门附近没有座椅,旁边却立了很多扶手,专门为轮椅和婴儿车所准备,方便他们乘车和上下车。

巨大的双层巴士左侧有一个空气悬挂装置,每次停车时,车就会向左侧稍稍倾斜,以方便坐轮椅的乘客和婴儿上下车;在前后两个车门处,各有一个可伸缩的板子,很像船在靠岸时方便乘客上下船的木板,也是为了这些腿脚不方便的乘客准备的;所有车门都一定是朝外而不是朝内开。司机也会在每一次停车时,将车停在紧贴马路沿的地方,这种细微之处体现的职业素养,实在是令人觉得温暖。

——摘自《环球》

抵御“网络不良心态” 传播产生的危害

姜京连



据中国互联网络信息中心发布的有关数据显示,截止到 2011 年底,我国网民总数已达到 5.13 亿。网络在涵养良性心态、点燃人性光芒、传播主流价值等方面,发挥了积极作用。但由多种因素引发累积的不良情绪和心态,也在网上迅速蔓延扩散,网络已成为构造社会议题的重要来源,炮制重大事件的幕后推手,宣泄固执偏激情绪的虚拟平台,使得意识形态领域斗争日趋尖锐、更加隐蔽、愈加复杂。充分认识和准确把握“网络不良心态”的特点规律,提高网络舆情应对能力,引导公众在嘈杂的网络声音下理性思考、把握方向,培育奋发进取、理性平和、开放包容的心态,是我们必须面对和承担的艰巨任务。

“网络不良心态”传播的表现及危害

互联网技术的革新使世界进入到“人人都有麦克风”的时代,在嘈杂的网络声音之下,有冷静的观察,也有无意识的围观;有务实的分析,也有狂躁的诘问;有理性的思考,也有极端情绪的宣泄。而“网络不良心态”大多表现为敌对性、宣泄性、恶搞性、质疑性、仇视性、盲从性等等,产生着巨大的现实力量,改变着人们的思想观念、价值取向、行为方式,甚至影响着政府的决策走向。“网络不

良心态”主要有以下几种表现,其危害各有不同:

一是实现政治图谋的敌对心态。敌对势力对我“西化”、“分化”的一个重要手段,就是通过互联网等信息渠道,宣扬各种错误观点,制造和利用各种谣言,对社会热点问题和敏感事件进行炒作,煽动民众的不满情绪。例如,美国国务卿希拉里·克林顿在演讲中公开点名中国、古巴是“实行书报检查、限制网络自由、逮捕批评政府的博客人的国家”,呼吁允许公开和自由地使用互联网。与之相呼应,境内外一些别有用心的人通过互联网煽动非法集会,制造事端,企图将祸水引向中国。如今,网络在一定意义上已成为敌对势力对我渗透破坏的主战场,如何使公众特别是青少年在“网络杂音”面前做到神清气定,站稳正确立场,需引起我们足够的重视。

二是拷问公平正义的质疑心态。当前中国社会公众对权威的合法性、公正性缺乏一致和足够的社会认同,而相关政府部门信息发布的不及时、措辞的不恰当更降低了这种信任度,特别是个别部门为了自身利益,隐瞒事实真相,发布虚假信息,使政府公信力下降。质疑权威心态的危害性在于,在拒绝权威部门舆论引导的同时,却对谣言、流言

等虚假信息敞开了大门。这在一定程度上弱化了公众对党和政府的信任。

三是扭曲价值行为的恶搞心态。出于娱乐目的的恶搞心态,使造谣者容易混水摸鱼,乱中取胜。例如“《福布斯》十大穷光蛋排行榜”名列第一、二、三名分别是“欠债大王穷又横、进城农民工哭无泪和大学毕业生舒白念”,就充分体现了这种心态。而张冠李戴、无中生有等恶搞心态,在网络社会中更表现得淋漓尽致。这在一定程度上弱化了思想政治教育的主流价值取向,使公众在甄别恶搞行为时视线变得模糊,影响青少年正确人生观价值观的形成。

四是心理失衡的仇视心态。仇视的心态主要表现为仇富和仇官。在中国经济转型过程中,一部分先富起来的人没有承担起相应的社会责任,网络社会仇富心态较为明显。当前,少数官员贪污腐败造成了极大的负面影响,涉官负面事件在网络上的关注率和声讨率一路走高。这在一定程度上容易引发公众的心理失衡,对社会结构性矛盾反映过激,影响社会和谐稳定。

五是缺乏理性分析的盲从心态。在公共舆论事件中,网络中众声喧哗的表达缺乏理性沉淀,很可能人云亦云、三人成虎,构成了一个个意见联盟、力量联盟,这种同声相应、同气相求的心态,很可能变成“多数人的暴力”。社会敏感事件发生后,大部分网民有可能被一些煽动性较强的言论所影响,站到负面舆论的立场,呈现出墙倒众人推、板砖大家扔的“壮观”景象。这在一定程度上会诱导公众跟在网络信息后面跑,满足于在网上“猎奇”随大流,独立思考、区分良莠的能力下降。

“网络不良心态”形成传播的原因分析

“网络不良心态”形成传播的原因是多方面的,既与网络自身传播特点有关,与人

的认知水平有关,同时与现实社会各种矛盾和信仰缺失有关,也与敌对势力“借网发力”有关。

“隐匿超速”的网络传播特点。网络具有更为快捷的传播速度、更为隐匿的传播链条,发布信息者往往以隐蔽的身份发布不便以真实身份公开的信息,这种信息甚至带有极为强烈的“个人色彩”。网络传播有效缩短了信息传播的周期,拉近了受众与信息传播者或某一事件的“距离”。

“水波效应”式的能量集聚。“网络时代”的类聚化特征,使每个人都是舆论水面上荡漾起的一圈涟漪,一个声音会在多点传播中不断向外辐射,如同池塘中的水波,越传越远,呈爆发性、超大规模的传播现象,产生惊人的叠力效果。特别是当一种信息具有高社会关注度时,这种微内容、微价值的聚合力量更让人刮目相看。

“社会心理”的宣泄释放。社会转型期既有利益主体的多元,也有利益诉求的多样,还有利益博弈的复杂。焦虑、迷茫、同情弱者、怀疑社会等等,这些典型的社会情绪,往往触动人们最深沉的情感、承载公众最渴望的声音,加之西方敌对势力媒体的渲染放大、歪曲宣传,驱使一些人在面对快速变化的外部世界与呼啸而来的海量信息时,采取先入为主的立场,“选择性相信或不信”,不加分辨地对一些偏激观点亢奋躁动、推波助澜。

“道德现状”的过度拷问。当前,社会上奉献意识弱化、精神追求偏移、个人利益至上的不良情绪,通过评论、留言以微博、QQ、论坛等形式在网络中慢慢积聚成“情绪潮流”,在物质潮流的冲刷之下,在道德良知的拷问之中,网络信息一旦与社会现实“剪不断理还乱”,确解真相、还原真实便升级为一场更为艰难的较量。特别是近年来社会上发生的“道德缺失”事件,强烈冲击着人们的道

德底线，公众在呼唤和践行道德良知的同时，更愿通过网络中的某一事件展开对公民意识和道德的强烈讨论，折射出公众对道德认同的焦虑，有时甚至造成严重的道德抱怨和愤懑情绪在网络中蔓延开来。

积极应对“网络不良心态”传播的建议

面对“网络不良心态”传播对公众思想和行为带来的影响和冲击，要着力增强政治敏锐性和阵地意识，消除对网络的“傲慢与偏见”，破除“权威声音”的信息优势，以建设性态度强化用网的意识、历练用网的素养、提高用网的能力，依靠网络抓舆论引导、思想疏导和行为引导，抵御和消解“网络不良心态”传播带来的负面影响，切实打好主动仗、攻坚仗，使大家做到网络无疆但言行有束，人人都有“麦克风”但不“乱放风”。

要善于依靠网络手段从思想上掌握群众。当前一些敌对势力利用网络大力鼓吹“军队非党化”、“非政治化”和“军队国家化”；鱼龙混杂的西方文化思潮凭借网络大肆炒作；一些涉党、涉军、涉及民生和社会稳定和谐的现象被不良网络“推手”歪曲真相、恶意加工等，对从思想上政治上引领公众提

出了严峻挑战。为此，要充分认清“网络不良心态”背后的政治图谋，着力用马克思主义、党的光荣传统、改革开放的伟大成就占领网络阵地，以主流声音先声夺人，旗帜鲜明地批驳各种反动言论；要准确掌握公众的现实思想反映，着眼群众面临的理论和实践困惑，开设网络理论热点专家讲、大家谈、成果说，建立网上“图书馆”，倡导“多读书、读好书”，利用网上新闻咨询、时事点评、形势分析等，传递主流价值、倡导理性思考、发出积极声音，引导公众在解疑释惑、感悟发展、感知成就中拨开思想上的理论迷雾；要及时摒弃网上杂音噪音，及时发布真实可靠信息，“让真相跑在谣言前面”，及时解答和澄清网上热议的敏感问题，形成正确导向，让网络为教育助力。

要善于依靠网络平台引领正确价值取向。虚拟的符号是现实的载体，网络的心态也正是成千上万网络使用者的心态。“不良网络心态”必然对校正正确价值取向带来很大影响。要注重破解公众的“道德困惑”，针对少数“英雄流血又流泪”的社会事件，在网上开设“学雷锋精神、当雷锋传人”专栏，及时上传和大力弘扬郭明义等具有时代特色

的先进典型，渲染网络世界向善的人性色彩，点亮公众心中的良善之光；要注重破解公众的“价值困惑”，针对少数“网络炫富”事件可能导致的“为富不仁”和“腐败猜想”等标签化指引，主流媒体要时刻铭记“角色意识”，大



力弘扬社会主义核心价值观,并及时为公众提供优质信息,传播事实真相,倡导社会互信,彰显主流价值取向;要注重破解公众对社会的“结构性困惑”,当前我国经济社会发展进入矛盾凸显期,一些结构性矛盾逐步暴露出来,公众心态普遍比较浮躁,一些“微事件”往往导致偏激的叫骂战胜理性的碰撞,主流媒体要主动提供多维视角,还原客观真实,对宣泄的情绪进行“整流”,做保障社会秩序的“稳压器”,疏导公众情绪的“整流器”,化解各种矛盾的“安全阀”。

要善于依靠网络文化熔铸催生教育效益。高度重视用先进的思想文化占领网络阵地,为公众的全面发展提供一个良好的思想文化环境,努力把网络建设成为服务公众的没有围墙的大学校。要树立“权威声音,亲切表达”的理念,积极引进知识资源数据库,创作代表先进文化的文学艺术作品,大力开展展现个人才华的娱乐活动,不断增强网络文化的吸引力和感召力。借助网络“拍客”这个新推手,把人民群众生产工作生活的精彩瞬间、日常生活的点滴等拍成视频,挂到网上相互交流,增强教育的真实性。要用好“论坛”,定期围绕公众思想认识困惑点、利益关系交织点、社会矛盾易发点,组织网上论坛,让大家亮思想、谈体会、讲经验。要用好“声线”,利用语音传播直接、快捷的优势,

将广播、授课等积极向上的文化体育活动传到“声线”上,让公众随时能收听、时时受感染。

要善于依靠网络管控筑牢“防火墙”。针对青少年热衷网上冲浪、远程交往的特点,运用多种形式加强网络安全形势教育,引导公众强化“网上有陷阱、上网须谨慎”的意识,养成理性上网、文明上网、安全上网的习惯;针对互联网、手机舆情引导关注不够、方法不活的问题,加强主动介入、引进先进技术,确保有方法、有机制、有力度;针对公众电脑、手机等网络终端拥有量增多的实际,对“起于青萍之末”的舆情保持高度警觉,加大监管力度,当好信息的“检测仪”,扎好信息的“篱笆墙”,最大限度地堵塞不良信息侵入漏洞,确保网络舆情引导主动有力和网络生态环境健康纯洁;要加强网络队伍建设,建设一支涵盖各个层次,政治强、业务精、作风正的网络引导员队伍,突出党的创新理论、科技人文知识学习,加强网络舆情及引导策略艺术研究,提高实际工作能力;要保持与公安、国家安全机关密切联系,建立社会舆论动态联通联处机制,及时通报社会舆论动态,定期分析研判社会舆情态势,设好“瞭望哨”。

(作者单位:解放军 96819 部队政治部)

——摘自《内部参阅》

(上接第 6 页)的巨大成就,切实加强社会热点难点问题的引导,唱响共产党好、社会主义好、改革开放好的时代主旋律。教育部门和各类高等院校要充分运用这一通俗理论读物,更好地推进思想政治理论课教学工作,组织好广大师生的学习交流,不断推动党的理论创新成果进教材、进课堂、进头脑。各级各类新闻媒体要围绕《辩证看务实办》推出一批评论、文章和专题节目,有针对性

地进行延伸解读、深度解读,传播理论创新成果,壮大主流思想舆论,使党的理论和路线方针政策更加深入人心。

(本文系中共中央政治局委员、中央书记处书记、中宣部部长刘云山 2012 年 6 月 29 日在通俗理论读物编写出版工作座谈会上的讲话,发表时有删节)

——摘自《人民日报》

危机事件中的微博效应及其应对

吕 品



微博使整个社会的舆情环境与民意表达方式都发生了根本的变化,如同一把双刃剑,既可以为我们应对危机事件提供更科学更便捷的工具,但其局限性和负面效应也非常突出,为我们有效应对危机提出了新挑战,可谓管理机遇与危机挑战同在。

当下的中国已处于一个社会转型、矛盾加剧的特殊时期,危机事件由偶发转变为频发。互联网、微博等新媒体因其双向互动性,彰显出日益强大的传播力和影响力,而在网络危机事件和舆情发展中,微博产生的影响也是巨大的、复杂的。

微博对于危机管理的双刃剑效应

微博使整个社会的舆情环境与民意表达方式都发生了根本的变化,如同一把双刃剑,既可以为我们应对危机事件提供更科学更便捷的工具,但其局限性和负面效应也非常突出,为我们有效应对危机提出了新挑

战,可谓管理机遇与危机挑战同在。

1. 直接快速传播信息,但也带来信息失真

微博是高效的社会信息平台,据万瑞数据联合主要网络媒体调查显示,96%的用户表示会通过微博了解、发布对大事件、突发事件的情况和观点。可见,微博在公开信息、寻找真相中发挥着巨大的作用。公众的知情权、参与权、表达权和监督权通过微博得到更加自由的实现。因此,党和政府可以越过庞大的组织结构,采用直接获取基层社会信息的方式和管道,避免了信息传递过程中的丢失、扭曲或者失真。而且,新媒体拓宽了危机的信息源,使信息的传播渠道延伸到组织内外的各个层面,便于多方面了解信息,相互印证,增加信息的准确性,从而提高危机决策的正确性。

但另一方面,随着微博用户的增加,较低的技术和经济准入造成了注册用户的良

参差不齐。而突发事件因其突发性、复杂性、破坏性备受人们关注,短时间内正常信息渠道容易不畅。微博中信息的随意性比较强,不可避免地会因为立场、态度、观点的不同产生片面、偏激等情况。而这些不实信息出现在微博,人们不断对话题进行转发和评论时,缺少判断和审核,加上微博即时性、聚变性、从众性等传播特点,给一些虚假信息和恶意谣言的出台提供了空间。一些危机信息可能被肆意放大和传播,并且也很难锁定信息的真正来源,使得政府的危机管理很难具有针对性。

2. 弥补传统媒体不足,挑战党管媒体方式

以互联网、手机等为介质的网络媒体则模糊了传递者和接受者的角色,网民可以自由发布信息、浏览信息、自由交流,实现了信息的双向传播、多向传播。危机事件发生后,政府和大众传媒需要一段反应时间。而公众对信息的需求呈迅速上升态势,这就要求信息传递者尽最大可能满足公众信息需求,微博的信息发布相对速度快,成为群众获得信息的重要渠道。而且微博是综合性的多媒体平台,这种特性也使微博在报道突发事件时有比传统媒体更大的弹性和张力。

传统媒体的信息传播方式基本上是单向传播,即媒体是信息提供方,受众是被动的接受方。传递者和接受者是相互分离的,有着一整套传媒内容生产的把关程序和制度。而且传统媒体从建立之初到现在,一直承担着党进行宣传和表达自己声音的任务,是党的“喉舌”,是党和政府发声、表达的工具。根据传统媒体的这些特点,政府可以比较容易找到信息的传播者,及时有效地按照政府的意志处理危机事件。而微博是一个高技术复杂聚合物,不仅具有媒体的传播功能,还是社会生活不可或缺的工具,采用的是非中心式传播,单纯的靠政府以往惯用的

直接行政命令的方法或者删除负面舆论“封口”的方式,不能直接适用于微博。

3. 有效缓解危机蔓延,或致危机纵深发展

网络舆论的传播方式不同于传统的舆论传播方式,它实行的是对象多对多的交流互动形式,政府与公众之间的信息交流变得更加方便快捷。公众可以在网络平台上迅速、及时、充分地表达自己的意见,纾解自己的情绪。同时政府危机管理者也可以通过网络及时向公众发布危机管理的最新举措,与公众实现有效沟通,从而缓解危机事件带来的危害。

同时微博的传播方式使信息传播具有扩张和裂变的效果,导致危机向纵深发展。一是微博可以扩大某条信息的影响,成为人们关注的焦点。往往体现为“微博或论坛曝光——网民关注——传统媒体报道——网络转载——网民议论放大——更多媒体关注——更多社会关注——事件升级,掀起高潮”,这种令人恐怖的裂变效应推进了危机的深入发展。二是以往传统危机发生后,反馈意见的收集困难、缓慢。但现在则可以在声明发出后很短时间内就能了解网民的反应,危机处理的效果反馈更加及时。因此,处理不当极易引发二次甚至多次危机。三是一旦危机爆发,参与方众多,容易形成多立场、多角度传播,导致危机迅速扩大。并且在这多重互动中,通过对事件进行深入挖掘,其结果可能超出对事件本身最初的质疑,使得危机传播有纵深化发展的趋势。

4. 及时主动监督政府,但也挑战政府权威

一方面,微博提高了个体对政府监督的主动性与有效性。在突发事件中,由于微博的草根性、便捷性、廉价性,强化了群众表达思想观点的能力,使个人表达自由得到了空前的满足,提高了个体对政府监督热情和有

效性,可以有力地促进政府树立危机意识,积极主动地去捕捉、分析网络舆论,增强处理危机的主动性和积极性。

另一方面,在传统媒体环境下,往往只有政府具有信息的发布权,并且往往只有筛选后的信息才能被传播开来。尤其是在突发事件中,政府应当是最权威的意见领袖,因为“在公共危机事件中,政府享有权威的信源,具有强大的信息控制力。”如果政府不能充分传递公众想知道的各种信息,引领舆论,就不能避免出现垃圾信息、偏激言论纷纷侵入微博空间的情况。当大量的危机信息同时被展现在公众面前时,就会引发部分群众冲动有余而理性不足的情绪与行为。当各种意见泥沙俱下,甚至可能形成一些极端化的观点,极易演变为政府信任危机。

科学应对危机事件中的微博效应

在微博等新媒体高度发展、社会矛盾多发的今天,我们加强社会管理,就要与时俱进,树立媒体意识,提高危机管理能力

1. 树立危机意识,建立信息观察和快速反应机制

危机管理首要应做的工作,就是树立危机意识,形成危机观念与危机思想。领导者不仅要具有危机意识,避免侥幸心理,还要坚持预防第一原则。随着微博力量的不断

壮大,表现出具有危机“晴雨表”的特征,对于危机预警的作用将更加突出。要针对舆情信息汇集要求,以组织相关人员,构建信息收集网络,制定搜集标准,运用科学收集方法,随时掌握网络动态。并将信息及时反馈给相关部门,提醒其提前预警,采取应对措施,有效避免网络舆情的发酵和扩散,把来势汹汹的微博危机化解于萌芽状态。

2. 善待微博民意,建立良好的网络沟通机制

首先,要树立媒体意识。面对微博中的各种民意,甚至质疑,不能认为“家丑不可外扬”,或采取“堵”的办法,或是找各种理由来搪塞民意,而是及时回应,公开透明地应对舆论追问的焦点,有效抑制网络传言。由此可见,领导干部应着力全方位培养善待新

媒体、善识新媒体、善用新媒体、善管新媒体的媒介素养。善待新媒体的核心是领导干部要真正确立权力属于人民、执政为民的理念,尊重群众包括知情权、表达权在内的基本权利。充分认识在微博时代,更应注重与群众运用微博无障碍地双向沟通,认真回应群众的任何质疑。

其次,要及时持续沟通。实事求是将所知的信息及时告知公众,并不断更新调查结果,做到正确引导舆论,防止谣言产生,避免造成社会心理恐慌,有助于人们做好更充分的准备,为最终妥善处理事件赢得良好的社



会舆论氛围。好事不出门,坏事传千里。危机出现后,各种消息会像病毒一样,以裂变方式迅速传播。要消除谣言和猜测,控制危机的蔓延和事态的进一步恶化,政府如果及时发布权威消息,就可掌握舆论主导权,避免事态的扩大和事实被曲解。在传统媒体条件下,这一时限是24小时内,而在微博时代则是“黄金4小时”。谁先发声,谁的观点就更容易被公众相信,“首因效应”在突发事件传播过程中尤为明显。在发布消息时,要遵循“速报事实,慎报原因,再报进展”的原则,如事件复杂,不要等到有完整结果后公布,要根据进展情况分段公布,以满足公众的期待,从而减少网上谣言传播。

再次,要掌握沟通技巧。与新媒体网民沟通,特别是通过政务微博进行沟通时,要注意政务微博直接代表党政机关的对外形象,必须重视发言的语气、用词,并努力提升与公众沟通技巧。坦诚、平等的态度是政务微博得到网民信任的首要前提。同时,语言要通俗易懂,具有个性化特征。在运用微博和网友沟通的时候,不能曲高和寡,不讲空话、套话,运用一些语言技巧,从事实入手,才能够入心、入脑、入耳,有助于沟通取得真正的效果。如果能使用一些网络语言,则更容易拉近与网民的心理距离,让人看了倍感

亲切。

3. 主动设置议程,增强舆论引导能力

要学会通过巧妙的舆论引导,主动设置议程,将筛选过的意见传达给民众,在潜移默化中引导和调节舆情甚至转危机为机遇。这就要求,一方面,政务微博要做好真相探究的推动者角色,从社会学、心理学等角度,对事件进行分析,在报道上设置议程,引导大家深入思考或转换思考角度,使舆论向有利于化解危机的方向发展。另一方面,传统媒体和主流网络媒体密切跟进和配合政府的行动,深度介入舆论中心,凭借本身所具有的公信力、权威性和可靠性,对网络舆论起过滤、放大作用,使政府主导的真实信息传播不断得到加强,而使民间微博等新媒体舆论场纷纷转载官方言论,使得民间舆论场的意见表达渐趋理性,与官方舆论场逐渐对接。

4. 培育健康文化,建立健全监管制度法规

提倡每个公民具备责任意识,不断提升自己在虚拟世界中的道德文明水平、自律能力和沟通能力,培育新媒体环境下的健康文化。还要做到对网络谣言保持“零容忍”,遏制发布虚假信息甚至造谣,强化对网络信息的有效监管和法制建设。

——摘自《学习时报》



泰州志愿宣讲团 推进理论“走转改”

日前，在泰州市望海楼广场，500多名市民观看了一场别开生面的形势政策宣讲会，“百姓名嘴”李杰以快板形式讲述了反映推进文化建设的《文化强国架金桥》，杨东平、焦志强等用小品形式演绎了反映和谐拆迁的《天地良心》等，赢得市民们的阵阵掌声。

“百姓名嘴宣讲队”是泰州形势政策教育志愿者宣讲团的重要组成部分。2011年以来，这支拥有1500余名成员的宣讲团活跃在泰州城乡，成为开展基层宣传教育工作的靓丽风景，也是泰州市在形势政策教育中把话筒交给群众、推动理论宣讲大众化的有益尝试。

“老听众”、“新粉丝”，都成宣讲生力军。为深入推进社科理论界积极参与“走基层、转作风、改文风”活动，泰州市于2010年底决定组建一支广泛吸纳各类党员干部和群众参加的“形势政策教育志愿者宣讲团”。次年伊始，泰州市委宣传部通过报纸、电视、网络等媒体向社会公开招募形势政策教育志愿宣讲者。此举一出，各界人士热情高涨、踊跃报名，经过资格审查和集中培训，一个包括7个分团、39个支队、1500多人的“志愿宣讲团”应运而生。

在志愿宣讲团成员中，既有普通党员干部，也有离退休老同志、中小学教师、大学生

村官、私营业主；既有七旬、八旬老人，也有“80后”、“90后”青年。他们有许多是长期以来一直坚持参加各类讲座、报告会的“老听众”，也有不少是近年来关注理论前沿、热衷各类讲坛、学堂的“新粉丝”。如今，这些“老听众”和“新粉丝”构成一支推进理论宣讲大众化的新兴生力军。

“板凳学校”、“草坪教室”，课堂跟着听众走。志愿者宣讲团成立后，泰州市制定了《志愿者宣讲团活动与管理章程》，并迅速启动了“千人万场志愿宣讲”活动。泰州市委领导在启动仪式上勉励志愿宣讲团深入基层、深入群众。遵循这一要求，公园、游园、广场、菜场、社区活动室、农家书屋乃至田间地头，都成为志愿宣讲员们的舞台。只要是人群集聚的场所，都是志愿宣讲者们的讲堂，只要有听众，人数不论多少，少则几人、十几人，多则数十人、上百人皆可。这种平等的、零距离的宣讲，便民不扰民，给人的感觉不像在开讲座、作报告，更像在聊天、拉家常、讲故事，不再是简单的、空洞的说教，而是人们补充精神营养、满足信息需求的帮手与朋友。

“微报告”、“轻讲座”，引领宣讲新时尚。从志愿宣讲的实际需求出发，泰州市为志愿宣讲员开办了手机“宣讲通”信息服务，及时为他们提供宣讲指南。因此，志愿者宣讲

团的宣讲,大多是“一事一议”,紧密联系群众身边发生的事件,讲政策、讲法规,传递各级党委政府的决策精神,“短、平、快、简”是其最鲜明的特色。他们的宣讲,一般就是一二十分钟,长的也就半小时左右,开门见山、直入主题,有血有肉、生动活泼,深受基层群众的赞许。现在,泰州不少的乡镇、街道、社区等基层单位越来越喜欢在召开会议时,或选择与会议内容相关的主题,或选择人民群众关心的热点话题,先请一两个志愿者作一个“暖场式”的宣讲。宣讲志愿者成了干部群众、男女老少心目中的红人、名人和“潮人”。

“双语教育法”、“健身教育法”,宣讲融入生活中。泰州市形势政策教育志愿者宣讲团,吸纳了群众中的优秀人才,创造出许多新颖、独特的宣讲方式。其中,有两个宣讲支队特别引人注目:一个是“特教支队”,这是针对残障人群建立的特殊教育支队,志愿宣讲者用“手语”与“口语”同步宣讲的方法,让残障人员也可以和普通人一起听宣讲、受教育。另一个是“广场舞支队”,他们把宣讲内容编写成通俗易懂、便于传唱的歌词和RAP(快板),录入百姓耳熟能详的广场舞曲中,精心打造了融思想教育与娱乐健身于一体的“养心健美舞”。一曲《荣辱在心》,让人们

在翩翩起舞中不断强化原本难以记全记牢的“八荣八耻”,很快实现入脑入心,“手之舞之、足之蹈之”,倒背如流、张口就来。诸如此类,像《文明行走天地间》、《同唱尊老爱幼歌》、《走在小康路上》等“养心健美舞”,充分展现出把宣讲融入百姓生活、休闲娱乐之中的生动魅力。与此同时,一批“顺口溜大王”、“民谣通”、“脱口秀”纷纷以民谣、方言韵白、快板书等形式进行宣讲,将枯燥的灌输教育赋予艺术性、生动性、趣味性。泰州市委宣传部坚持跟踪了解各支队宣讲主题、场次和听众情况,并广泛组织基层单位推荐评比“优秀分团”、“十佳支队”和“最佳宣讲员”、“最佳技巧奖”、“最佳人气奖”等,有效激发了广大志愿宣讲者的工作热情。

有关人士认为,泰州市组建形势政策教育志愿者宣讲团,体现了教育智慧和创新勇气。一大批普通群众从被动的受教育对象变成了主动的教育者,同时,以“志愿准入”的原则组建宣讲团,打破了传统理论宣讲工作走单一的“高、精、专”路线、以专家、学者、领导干部为主体的固有模式,给理论宣讲工作注入了新的生机活力,开辟了推进理论普及化、大众化的新路。

(泰州市委宣传部供稿)



编者按:6月23日,全省深入推进马克思主义大众化与讲坛建设工作座谈会在南京召开,省委常委、宣传部长王燕文出席会议并作重要讲话。会议命名了首批马克思主义大众化学习实践基地,表彰了一批江苏优秀讲坛、全省理论宣讲先进集体和先进个人,10位与会代表在座谈会上发言。现将5位基层同志的发言刊发如下,供大家学习参考。

让科学理论走进大众生活

徐州市委宣传部

推进马克思主义大众化,关键是架起理论与群众、政策与百姓的桥梁,让科学理论更好地走进大众生活,充分发挥科学理论启发群众、服务群众、凝聚群众的重要作用。徐州市积极探索科学理论走进大众生活的方法途径,推动科学理论具体化、生活化、人格化,取得了明显成效。我们的主要做法和体会是:

一、抓准大众关注的热点话题

聚焦热点才能把握社会脉搏,抓准话题才能引起群众共鸣。热点话题是党的创新理论成果与群众生活之间的现实契合点、思想融汇点,也是推动科学理论走进大众的有利契机。我们紧紧结合“两个率先”的生动实践,积极探寻事关改革发展民生、群众关心的热点话题,努力抓住问题的核心,找准人们的困惑,说透社会关注的焦点。一是紧扣发展中心话题解读。围绕全面建成更高水平小康社会、推进“两快两带三先”、实施“三重一大”、加快“五个转变”等重大决策部署,进行广泛的理论阐释、政策解读,增强干部群众加快“两个率先”、推进科学发展的信

念信心。二是紧扣民生关切话题讲解。结合“为民办实事工程”和百姓办事“零障碍”工程,开展“聚焦热点”系列形势宣讲活动,组织相关部门详细讲解党委政府在就业、入学、住房、医疗等方面的政策举措。三是紧扣社会敏感话题释疑。针对征地拆迁、棚户区改造等社会关注的敏感热点话题,把党委政府的方针政策讲清楚,把群众的思想顾虑讲明白,把群众的切身利益维护好,让理论在服务群众中更好地走进大众生活,更加为人民群众接受认可。

二、策划贴近生活的灵活样式

贴近生活才能走进生活,贴近群众才能打动群众。理论大众化也是表达方式、语言风格的大众化,生动的形式、鲜活的语言是理论与百姓沟通交流的桥梁。我们积极策划设计生动鲜活的宣传样式,让理论在喜闻乐见中走进群众、深入人心。一是理论宣传图文并茂。组织编发《科学发展观在徐州的实践》、《徐州全面小康解读》、《建设示范全面小康推进“两快两带三先”学习读本》等通俗理论读物

10多万本,做到有图有文、见事见人,在具体的事实呈现、生动的案例展示中讲道理、说观点。二是草根宣讲朴实亲切。全市3000多名大众化志愿者活跃在城乡基层,100多家群众性讲坛讲堂常年开展宣讲活动,“老党员宣讲团”、“农民讲师团”等一大批草根型宣讲队伍深入邻里社区,说徐州话、讲徐州事,深受群众欢迎。三是文化活动潜移默化。广泛开展“书香满彭城读书节”、“百姓科普周周行”等活动,精心组织“三下乡”、“舞动乡村”、“动感彭城”、“乡里乡村四季歌”等基层文化活动,让广大群众在浓厚的文化氛围中感受发展成果,体会理论魅力。

三、培育百姓亲切的典型示范

植根生活才能立得住,群众认同才有感召力。先进典型是科学理论的人格化身,是干部群众的学习标杆。我们注重采用群众身边的鲜活典型来阐述引领价值追求,以群众看得见、摸得着、学得会的凡人善举、凡人壮举弘扬核心价值理念,传播创新理论成果。一是创新典型培树机制。实施“331”先进典型培树机制,实行组织推荐、社会评荐、个人自荐相结合,畅通培树渠道,强化群众参与,凝聚社会合力,让群众选典型、从群众身边选典型。二是策划活动宣传典型。开展“身边榜样 前行力量”典型培树主题宣传,举办“感动徐州”十大年度人物评选,集中宣传徐州大地上涌现的43位中国好人、3位全国道德模范以及一大批先进典型的感人事迹,让先进典型更具感召力、生命力、推动力。近期,我们集中策划宣传徐工集团创新发展、进位争先的生动实践,宣传全国重大典型、丰县优秀共产党员渠立强扎根基层、服务农民的感人事迹,在全市上下引起强烈反响。三是发挥典型引领作用。以先进典型引领“两个率先”生动实践,推动全市上下争先领先率先、服务人民群众、提升城乡文明,

把先进典型的优秀品质和精神力量转化为做事做人的行为准则,把党的创新理论和社会主义核心价值观体系转化为人民群众在各个领域、各个层面的生动实践。

四、构筑立体多样的教育平台

理论大众化也包含着平台载体、传播途径的大众化。我们积极搭建立体多样、可用可及、覆盖广泛的教育平台,充分融合利用各种教育资源,充分调动群众自我教育的积极性主动性。一是构筑“大主题”与“小课题”结合的活动平台。既每年举办一次大型主题教育活动,围绕建党90周年、学习省市党代会精神等重大主题开展大型集中宣讲主题活动,举办“百千万”理论普及宣传,用大声势营造氛围;又广泛开展“理论进社区下基层”、“支部书记上党课”、“普通党员上讲台”等基层活动,用身边事滋润人心。二是构筑传统媒体与新兴媒体互补的媒体平台。既发挥好传统主流媒体的“灌输”作用,在徐州日报等开辟“云龙时评”等理论评论栏目,在舆论引领中强化思想引导;又发挥好新兴媒体的互动优势,加强网上政策宣传,推动82家网络发言人上线发言,引导网友交流讨论,在参与活动中凝聚社会共识。三是构筑“大阵地”与“小基地”联动的阵地平台。既充分利用各级党校政校、培训轮训等途径,定期开展理论政策培训,系统讲解党的创新理论成果;又建好用好全市1000多家学习型党组织建设示范点、马克思主义大众化学习实践基地以及图书馆、文化站、农家书屋等,在示范服务中拓展理论普及。

我们将深入贯彻落实这次会议精神,认真学习借鉴兄弟单位的有益经验做法,以迎接宣传十八大为主线,紧紧围绕“两快两带三先”实践,进一步延伸拓展、改革创新,把大众化工作做得更好,推动党的创新理论成果和路线方针政策更加深入人心。

让科学理论走近寻常百姓

常州市委宣传部

近年来,常州紧扣中心工作、紧跟实践发展、紧贴社会需求,实施“服务大局、服务大众——理论惠民工程”,采用专题理论宣讲、舆论强势推动、社会宣传联动、典型宣传引领、文化服务熏陶和实践活动展开等广泛形式,推动当代中国马克思主义大众化工作取得积极成效。主要包括三个方面:

一、立足市情民意:让大众化的内容可亲可近

我们始终把通俗易懂作为大众化的首要前提,在普及、教育和转化上下工夫,着力化无形为有形、变抽象为具体,让群众在面对面、心贴心的宣传普及中感受理论的魅力。

主题力求贴近实际。努力把当代中国马克思主义的“普通话”转化为常州科学发展的“地方话”,通过群众关注和乐于接受的“小切口”诠释理论创新成果的“大主题”。我们推出“中国改革开放与每个人的命运”、“感受幸福——科学发展观的常州解读”、“常州基本实现现代化指标体系解读”等系列主题宣讲,对宣讲内容进行“菜单式”发布,变“我说你听”为“你要什么我讲什么”。去年8月,我市主编的《马克思主义大众化理论与实践》一书由江苏人民出版社正式出版,对马克思主义大众化命题进行了系统性开拓性的研究和解析,得到了业界领导和专家广泛认同。

语言力求贴近生活。充分考虑城乡基层群众的思维方式、接受能力和文化习惯,组

织理论功底厚、表达能力强的社科理论专家形成100人规模的理论宣讲骨干队伍,走进企业、学校、社区、村镇,每年宣讲超过1000场,力求用事例说话、用数字说话、用典型说话,努力把理论固定程式的“书面语”转化为群众喜闻乐见的“口头语”,使群众坐得住、听得懂、用得上。去年10月,市委讲师团荣获“全国理论宣讲先进集体”称号,全国十家、全省唯一。

实践力求贴近群众。实践转化是推动马克思主义大众化的重要环节。一方面我们将科学理论渗透到群众的思想变革和创新实践中,另一方面通过促进发展、改善民生,让群众从内心增强对科学理论的认同感和理解度。市区公园免费逛、快速公交优惠多、菜场建成大超市、慈善捐助涌爱心、社会保障全覆盖、社区医卫看病易……群众在共建共享中,无疑会产生更深切的体会与共鸣,使理论宣传普及的实际效果大为增强。

二、强化宣教普及:让大众化的平台春风化雨

适应群众求知、求美、求乐的新要求、新期待,搭建多元化、广覆盖的宣教平台,把科学理论融入群众日常生活,在潜移默化中达到解疑释惑、理顺情绪、凝聚共识的效果。锻造理论学习平台。常州作为全国最早开展学习型城市建设的城市之一,建立了完善的覆盖各类人群的学习型组织体系,创新发展了“学习日”、“新市民学校”、“小巷讲坛”等一系列适合群众参与的学习载体,创设了市级

马克思主义大众化学习实践基地 15 家。“以全民学习力提升城市竞争力”的常州模式在全国产生了积极影响,成为推动当代中国马克思主义大众化的最具影响力品牌和基础性系统平台,理论宣传普及的运行机制和群众基础更加成熟。

活化理论传播平台。我们将媒体引导作为科学理论走进千家万户的重要途径。在日报开设《常州论坛》,电视开设《百科大讲堂》,广播开设《社科知识百家谈》,并开办“学习型城市网站”和“理论网苑”等新阵地。同时积极倡导把理论的新闻性与新闻的理论性有机结合起来,形成党报党刊上言论、评论、特写“共振”,电视广播上讲座、访谈、专题“合奏”,网络手机上博客、论坛、短信“齐鸣”。我们还开办了“手机党校”,开通了民营企业“网上党校”,均得到好评。

搭建理论渗透平台。坚持通过群众喜闻乐见的文化活动来传播中国特色社会主义理论体系。常州先后建成开放大剧院等一批重要文化设施,实现农村广播电视“村村通”,实施文化“三送、三下乡”。企业文化、村镇文化、社区文化、家庭文化等群众性文化活动蓬勃开展,逐渐形成了一批各具特色的品牌活动,如社区邻里节、幸福广场周周演等。尤其是依托全国首创的“道德讲堂”,把党的理论创新成果、核心价值理念,在群众的主体参与和互动中实现宣传、教育、普及。

三、注重群体个性:让大众化的对象分众受教

推动大众化,必须分众化。充分考虑人民群众在知识结构、职业特点、生活状况、兴趣个性等方面的多样性差异性,针对不同对象进行不同的定位、组织和载体安排,扩大覆盖面、延伸教育链。

开设五大课堂。精心打造“龙城讲坛”这一覆盖全市的标志性、公益性、开放性理论宣讲品牌载体。形成了市民课堂、企业家课

堂、干部课堂、学生课堂和乡镇课堂等系列,现场讲座与电视版、广播版、网络版、报纸版全方位推出,扩大受众范围。各辖市区、各系统也分别设立各具特色的讲坛,每年举办各级各类讲座 1000 余场,传播先进文化、普及科学理论,成为没有围墙的大学城。

强化六大组织。我们在全市建立了六大类学习型组织,即学习型机关、学习型系统、学习型企业、学习型村镇、学习型社区、学习型家庭,以灵活、方便、有效的形式开展团队学习,用科学理论统一成员思想和行动,使推动发展、共建和谐得到群众的高度认同。近年来,我们以中心组学习为龙头,大力推进学习型党组织和学习型领导班子建设,与六大类学习型组织相辅相成、统筹推进,取得了显著成绩。2011 年 6 月,我市学习型党组织建设得到 9 家中央媒体集中报道,在全国产生了积极影响。

打造七大载体。我们以工程化、项目化的办法来落实工作。广泛开展以中心组集体学习为主要形式的领导干部教育,以轮训、冬训为主要手段的普通党员教育,以“学习日”活动为主要载体的基层干部和广大市民教育,以“创新与发展报告会”为主要阵地的企业家教育,以“现代农民教育工程”为主要平台的农村居民教育,以“学习宣传员”为主要依托的民营企业员工教育,以“新市民学校”为主要基地的外来流动人员教育,大力推动理论走进基层,用马克思主义中国化的最新理论成果统领社会思潮、形成社会共识。

围绕推动当代中国马克思主义大众化的命题,我们在实现路径、传播内容、工作载体和表现形式上作了一些探索。但做好这项工作,根本在于持久。今后,我们将认真贯彻落实本次会议要求,始终坚持以饱满的热情、创新的精神、务实的作风,努力推动我市的理论宣传教育普及工作更上层楼。



以党的理论创新成果 推进率先基本实现现代化

昆山市委宣传部

做好新形势下的大众化理论宣传工作，必须要站在增强理论自觉和理论自信的高度，推动党的创新理论成果转化为服务大局、服务基层、服务群众的实际成效。近年来，昆山坚定不移地将马克思主义大众化最新成果与昆山经济社会发展相结合，初步形成了马克思主义大众化的“昆山模式”。

一、立足全局、注重创新，着力构筑马克思主义大众化理论宣传的实践平台

昆山自觉把推进理论大众化作为党的思想建设的重点，专门下发《昆山市理论大众化工程实施意见》，并作出部署，明确理论建设是文化建设的核心，推进理论大众化是理论建设的关键。

一是在“昆山之路”的实践探索中推进马克思主义大众化。理论的先进性源自创新实践，理论的生命力在于回答实践问题。昆山坚持立足经济社会发展实践，围绕“推进科学发展、我们怎么办”、“如何实现又好又快发展”等重大问题，深入开展“科学发展大家谈”、“率先基本实现现代化大讨论大实践”等活动，以高度的理论自觉和理论自信推进实践创新、理论创新和制度创新，不断赋予党的创新理论成果鲜明的实践特色、时代特色和地方特色。

二是在社会主义核心价值体系区域化实践中推进马克思主义大众化。昆山积极推

进社会主义核心价值体系区域化建设，形成了以“昆山特色价值观”，以及对照互动的“政府价值观”、“企业价值观”和“市民价值观”。在全市范围内广泛开展学习教育活动和深化践行活动，推进核心价值体系的区域化建设。出版发行了《昆山特色价值观市民读本》，《求是》杂志、《光明日报》先后刊发有关文章向全国推介。

三是在学习型党组织建设中推进马克思主义大众化。围绕“昆山市学习型党组织建设三年规划”要求，以创新型领导班子、研究型干部、学习型党员为抓手，以“研究式学习”为路径，着力构建“学习、研究、创新”三位一体的新模式，形成全市各区镇、各部门“个个有学习品牌”的生动局面。同时，在全市建立了40个党的创新理论的现场教学点，真正实现了把现场变成课堂，把素材变成教材，把实践者变成互动者，探索出一条学习型党组织建设的“昆山之路”，推进了党的创新理论成果走进基层、走进群众，融入普通人的工作生活。

二、培育典型、打造品牌，扎实推进马克思主义大众化理论宣传的实际成效

昆山积极培育典型、打造品牌，以理论宣传的品牌化建设，架起理论与实践、认知与行动之间的桥梁，不断增强马克思主义理论的创造力、说服力、感召力。

一是打造以千场社科讲座进基层活动、市民大讲坛为代表的讲坛讲座品牌。“千场社科讲座进基层活动”自2007年启动以来,开设了近7000场讲座,吸引近30多万市民参与。“市民大讲堂”自2006年创办以来,共举办讲座400多场,借助广播、电视、报纸、网络、社区屏等“大众”传媒,以及QQ、手机短信、BBS、BLOG、微博等网络传媒,成为面向广大市民“没有围墙的城市课堂”。

二是打造以“四网一台”为代表的通俗化宣传载体品牌。一是完善“网上党校”,及时更新网页和主题内容,设立“联系信箱”,搭起党校同党员群众交流的“连心桥”。二是推行“远程教育”,在全市各村(社区)进一步完善远程教育站点,推动理论宣传工作的开展。三是实施“双向视频”,提高了基层党员干部的集中和分散培训教育效果。四是建设“昆山干部培训网络学院”,目前,年更新增加课程300多门,点击率超60万次,妥善解决了工学矛盾。五是设立“短信党课”,将党的理论创新成果和路线方针政策提炼成“理论短信”,进行“空投式”教育,扩大理论宣传的覆盖面。

三是打造以“百姓议事亭”、“百姓大课堂”为代表的群众自我教育品牌。理论宣传要走进基层、走进群众,真正满足群众日益增长的精神需求,要求我们迅速转化理论宣传的方法和思路,变居民群众被动接受宣传教育为主动自我教育。近年来,我们通过探索老百姓自己“发现问题—小组研讨—知识共享—深入研讨—实现创新”的链式学习流程,使科学理论真正满足群众日益增长的精神文化需求。

四是打造以“三级宣讲体系”、“草根名嘴”为代表的理论宣讲品牌。在进一步完善市、镇、村三级宣讲体系的基础上,建立由宣传部门牵头,各职能部门、社团组织、新闻媒体等参与的“大宣讲”格局。同时,通过树立

人人都是宣讲员的主人翁意识,发现、培育、造就一批在基层宣讲中广受好评的“草根型”宣讲员;通过树立处处都是宣讲场所的责任意识,鼓励基层宣讲员不定时间、不定地点地开展宣讲工作,在潜移默化中教育人、引导人、鼓舞人。

三、把握规律、注重转化,积极拓展马克思主义大众化理论宣传的长效机制

马克思主义不是空洞、僵化、刻板的教条,必须随着实践发展而不断丰富发展。昆山通过建立长效化体制机制,与时俱进推进马克思主义大众化理论宣传,充分展示了理论的魅力。

一是建立工作机制。健全宣讲制度、集体研讨制度,完善科研选题、成果考核等方面的长效体制机制,不断提升力量宣传科学化、制度化水平。把理论大众化工作融入群众文化活动和精神文明建设之中,使马克思主义大众化理论转化为人民群众的思想觉悟、理性认识和自觉行动。

二是加大推进力度。充分发挥《昆山日报》理论版、《昆山理论动态》内刊和昆山新闻网等宣传载体作用,宣传马克思主义大众化的科学理论,调动了全市社科工作者参与马克思主义大众化理论普及的积极性、主动性。

三是加强激励考核。将大众化理论宣传作为全市经济社会发展考核、宣传思想和精神文明考核、基层党校考核的重要内容,从领导责任、机构建立、人才队伍、工作措施、经费保障、激励机制、效果监督上提出了相应的考核依据。

马克思主义大众化理论宣传是党的思想理论战线的一项重要任务,昆山将认真学习贯彻落实本次会议精神和,围绕迎接十八大、宣传十八大这条主线,做好理论大众化工作,抓好示范引领,完善创新载体,创新体制机制,更好地把理论宣传的各项任务落到实处。

打造百姓理论说唱团 拓展基层宣传教育新途径

淮安市淮安区建淮乡党委

建淮乡地处周恩来总理家乡——淮安市淮安区城区南大门、苏北灌溉总渠和淮河入海水道交汇处。近年来,我们在淮安区委宣传部的指导下,打造“百姓理论说唱团”载体,用群众喜闻乐见的方式做好群众宣传工作,成为理论大众化的创新实践,有效提升了基层宣传工作成效,为落实省委“两个率先”和市委“建设苏北重要中心城市”目标,加快推进周总理家乡振兴崛起夯实了全乡干群共同奋斗的思想基础,提供了不竭的精神动力。淮安市委书记刘永忠专门作出批示:“淮安区的百姓理论说唱团从建立到行动都充满了创新精神,善于用群众喜闻乐见的形式做好群众宣传工作,这在当前太需要了。”我们的做法主要表现在以下几个方面:

一、坚持主旋律的宣讲内容,发挥“政治导向”作用

始终坚持正确的宣传导向,按照“为地方中心工作服务、为区域和谐稳定大局服务、为丰富群众精神文化生活服务”主题,紧扣时代脉搏,精心组织宣讲内容。一是突出理论引领。说唱团成员的政治水平和理论素养直接关系到宣讲层次和效果。我们坚持让说唱团创作骨干成员参加党委中心组学习,与班子成员同进步、同提高、同步调,并请区宣传文化部门经常性指导提升,使说唱节目内容弘扬主旋律,坚持真善美,说唱形式多样

生动。二是突出民生优先。为了让群众想听、爱听,听得进,演绎更多“适销对路”的作品。年初,结合“三解三促”活动,组织党员干部走村入户,了解群众“难点问题有哪些、热点问题有多少、民生问题在哪里”,并以手机、网络、问卷调查等方式,让基层群众点题,共梳理出36个比较集中的基层民情要点。这些就是说唱团创作的肥沃土壤。三是突出贴近群众。说唱团成员来自各行各业的老百姓,他们与广大群众没有身份差异、情感隔阂和认知差距,他们用群众的思维、群众的语言去开展群众宣传工作,宣传门边熟人、身边日常事、周边新变化、心中大实话,感染力深、吸引力大、说服力强,影响力广。

二、运用通俗易懂的宣讲形式,发挥“乡土文化”作用

创新宣传形式,增强宣讲工作的吸引力和感召力,是新形势下加强理论宣传工作的客观要求。我们按照“贴近实际、贴近生活、贴近群众”要求,采取群众喜闻乐见的形式开展宣讲活动。一是坚持地方特色。充分挖掘乡土文化,将党的创新理论、新时期江苏精神,富庶、精美、幸福淮安建设等政策宣讲,与小淮剧、花船、快板书、二人转等地方文化形式结合起来,唱党的方针政策,演百姓生活小事,说地方风趣方言,让群众在欢笑中接受教育。二是坚持互动特色。坚持“带

着群众乐,带着群众学”的互动形式,让群众参与其中。去年,在张兴村一场新农保宣传中,演出穿插咨询,让观众纷纷动心,一个月之后,该村所有村民全部交纳了新农保。三是坚持品牌特色。近年来,省市多位领导莅临我乡调研指导百姓理论说唱团工作,给了我们巨大的鼓舞,为把百姓理论说唱团真正打造成理论大众化的典型品牌,我们突出百姓这一主体,坚持说唱这一特色,努力在提高节目质量上下功夫,力求多出精品。每一个节目都多次修改、多次排演,每次演出都拿出“看家本领”、“拿手绝活”,确保节目个个精彩、演出场场成功。

三、建立稳定的宣讲队伍,发挥“草根艺人”作用

如何将深奥的理论通俗化,让老百姓听得懂、听得进,是推进理论大众化的关键因素。工作中我们发现,在乡村活跃着这样一些人,他们能说会唱,周围的人愿意也喜欢听他们说唱。于是,我们触发灵感,请这些“草根艺人”帮助我们进行宣传。2010年,我们率先组建了“百姓理论说唱团”,并且实现了“三个相对稳定”。一是组成人员相对稳定。按照“对宣传事业有热情、对身边群众有影响、对才艺表演有绝活”标准,物色人选、组建队伍。成员有老干部、老教师、乡土文艺人才等,年龄最大的62岁,最小的42岁,目前已发展到16人,而且还有不断增加之势。二是活动安排相对稳定。稳定演出时间,每逢建党、国庆等重要节庆,党员冬训等重大活动,以及推动重点工作需要,都会安排说唱团开展集中宣传活动,每月至少保证1-2场;稳定排练时间,每周五固定半天排练,他们本来就喜欢聚在一起,自娱自乐。到了一起,你编剧本,我排小品,他说快板,忙得不亦乐乎。三是经费来源相对稳定。演出的道具、服装、音响等必要的设备全部由乡政府统一购置。没有固定收入的说唱团员,安排

诸如政府大院保安、信访接待员等相应岗位,以劳代资,保证基本收入。在党委政府给予说唱团经费补助的同时,还出台政策发动相关站所和村居对说唱团宣传活动给予支持配合,说唱团平时也通过参与商业演出赚取活动经费。区宣传文化部门还通过以奖代补的形式,给予说唱团适当的经费补助。

四、延伸百姓理论说唱团职能,发挥“名人效应”作用

说唱团成员熟悉民风民俗,知晓民需民怨,有深厚的群众基础,是周边家喻户晓的“明星”人物。我们积极利用说唱团成员的“名人效应”,让他们身兼多职。一是兼职学习管理员。乡理论学习服务站是说唱团成员的重要活动场所,建立了手机短信平台,他们定期向全乡党员发送理论资料;建立了理论学习QQ服务群,他们按时上线共同探讨理论教育热点难点;建立了理论宣讲网站,他们定期更新讲稿和视频报告。二是兼职民情信息员。我们定期召开说唱团座谈会,通过他们了解民情民意,及时采取措施,保证了各项工作更加符合人民意愿。三是兼职矛盾调解员。说唱团成员在群众中人缘好、口碑好,能说会道,群众之间发生的矛盾纠纷,让他们出面,一般都能迎刃而解。今年以来已调处各类矛盾160多件,为全乡筑起一道安全和谐“防火墙”。

“百姓理论说唱团”这一载体之所以能够取得较好的宣传效果,关键在于区乡两级有效地培植和引导,在于说唱团植根于群众的土壤,从群众中汲取养分,从乡土文化中寻找智慧,运用通俗易懂的语言和喜闻乐见的艺术形式来开展群众宣传。

今后,我们将认真贯彻落实这次会议精神,在省市区宣传文化部门的具体指导下,把这项工作做深做实,持之以恒,为迎接庆祝党的十八大胜利召开营造和谐稳定的社会环境。



当好科学理论走近大众的翻译者

中共海安县委党校常务副校长 徐 进



我从事党的宣传思想工作 20 余年,今年一月从海安县委宣传部副部长、县社科联主席一职“走转改”至海安县委党校常务副校长。多年来,我坚持为基层党员干部群众宣讲党的创新理论,为推进马克思主义大众化、学习型党组织建设及南通市形势政策教育“十百千”工程尽了一份力,理论宣讲超过 200 余场,听众超过 200000 人次。去年以来,我还应邀在清华大学、安徽马鞍山、江苏省委党校等地进行理论宣讲。去年 9 月,《新华日报》头版头条刊发长篇通讯《大道理也能讲得入耳贴心——对话基层理论宣传干部徐进》。今年 3 月,《光明日报》也在头版刊发了长篇通讯《理论工作者徐进的“翻译”生涯》。

我在工作中有成功的喜悦,也有深切的体会,我真心感谢领导能提供这样一个学习的机会,我将以这次会议为交流的平台,把领导的指示和各位同仁的经验认真消化、细化到今后的工作中。

把党的创新理论、党的路线方针政策宣

传贯彻到广大干部群众中去,是一项传道、授业、解惑的崇高而又光荣的事业,我们对这一事业要怀有深厚的感情。要做到这一点,最根本、最基础的在于对党的创新理论要有坚定的信仰,也就是要真信。只有真信,才有真情;有了动力,就会努力。始终带着理性和感情传播党的创新理论,才能以理服人、以情动人、以文化人。基层理论宣讲工作说到底也是群众工作,带着真情努力把科学理论的雨露播洒进基层干部群众的心田,我们党的创新理论就一定充满魅力、充满活力。

基层理论宣传要善于把“北京话”翻译成“地方话”,就是要突出地方特色,联系地方实际,服务地方经济社会发展大局。江苏、南通都因历史人文底蕴深厚,科学发展业绩骄人,成为我们联系实际开展宣讲工作的素材“富矿”。近年来,围绕科学发展、社会和谐、全面小康、新农村建设、十二五规划及省市县党代会精神等,省市县每年都开展主题教育活动,我们的宣讲也都立足这些主题教

育活动,把上级精神与本地实际相结合,成为这些活动中不可或缺的“规定动作”和独具特色的“重头戏”。苏中七战七捷以我们海安为战略中心,是以少胜多的著名战例,也是全国解放战争胜利的起点。去年围绕纪念建党90周年胡锦涛总书记“七一”重要讲话精神学习,我结合“苏中七战七捷”65周年这一海安地方党史上的大事,以《从党史中汲取前进的智慧和力量》为题进行宣讲20多场,受到大家欢迎。海安县第十二次党代会提出“打好新征程七大战役,实现新时期七战七捷”,我又将县党代会精神与省、市委提出的“八项工程”、“八个领先”等工作部署有机结合,开展针对性、个性化的形势任务宣讲20多场,同样得到大家好评。

理论宣讲工作者要成为党的宣传思想战线上的一名英勇的“战士”,必须时刻保持一种激情。激情是事业的灵魂,激情是奋斗的动力。带着激情去工作,理论宣讲才能够

与时俱进、不断创新,才能入耳、入脑、入心,才能有吸引力、感染力、凝聚力。江苏科学发展,全面小康,率先基本实现现代化的伟大实践也成就了理论宣讲工作激情燃烧的岁月。这种激情表现为两方面:一是学习激情。在这个日新月异的时代,不学习就要退步,不充电就会淘汰。学习注入激情,理论宣讲更有热情;学习成为常态,理论宣讲进入状态。二是工作激情。就是积极的工作态度和饱满的精神状态,就是自加压力,奋发有为。宣讲是一种行之有效的宣传方式,也是一门语言的艺术,如何提升对语言的驾驭能力,如何更善于运用群众语言,如何把复杂的问题讲简单,如何把简单的现象讲深入,让理论宣讲真正做到思想上解惑、政策上解渴、心理上减压的作用,全在于我们的工作激情,这是基层理论宣讲创造业绩的源头。点燃工作激情,基层理论宣讲一定能进入一个全新的境界。





游 伟

原西安音乐学院学生药家鑫因为交通肇事进而故意杀人,被判处死刑立即执行,此案被害人张妙的亡灵应该已经得到了慰藉。然而,此案的余波却一直未曾平息,讼案接连不断。

2011年8月,药家鑫的父亲药庆卫曾起诉状告药家鑫故意杀人案被害方的代理人张显,控告他通过网络捏造并散布了虚假“事实”,严重侵犯了他个人的名誉权。他在起诉书中特别提到,在药家鑫故意杀人一案的审理期间,张显将他称为“富商”、“官僚”等,并在自己的博客、微博上广为传播,也引起了诸多平面媒体广为转载。这些“不实信息”给社会造成了误解,使人们产生了药家鑫很有“背景”的猜想。同时,张显还多次在微博上说药家鑫“家长有权有钱”,“药父身居我军军械采购要职,利益纠葛颇多”,“目前是草根与精英的较量”等等,暗指药家动用了社会关系有意拖延诉讼,干扰了司法机关依法独立办案的进程,可能带来司法不公。

药庆卫认为,张显的行为使他的声誉和

社会评价受到了极其不良的影响,降到了较为低下的程度,也给广大网民和社会公众造成了药家鑫是“富二代”、“军二代”以及有干涉司法审判行为的错觉,进而激起了广泛的社会不满。

对于药庆卫的诉请,西安市雁塔区人民法院予以依法立案受理,而作为本案被告的张显也旋即通过媒体作出了回应。他当时明确指出,自己微博上发表的涉案内容,并不全是自己的“原创”,有些只是转发了在其他网站看到的消息。一时间,“口水战”四起,围观者众多,各种评论意见持续出现在网络及平面媒体上。

案件的发展一波三折,经过近一年时间的审理,法院前不久作出了一审判决,认定被告张显的侵权行为成立,判令要求其在判决生效后立即停止侵权行为,在3日内删除微博和博客上的造谣诽谤言论,于判决生效之日起10日内在其新浪微博、新浪博客上连续30日分别刊登致歉声明(声明内容须经法院审查,刊登期间不得自行删除),向原告

药庆卫赔礼道歉,消除影响。另外,法院还支持了原告的赔偿请求,判令被告张显须向药庆卫支付人民币 1 元的精神损害抚慰金。

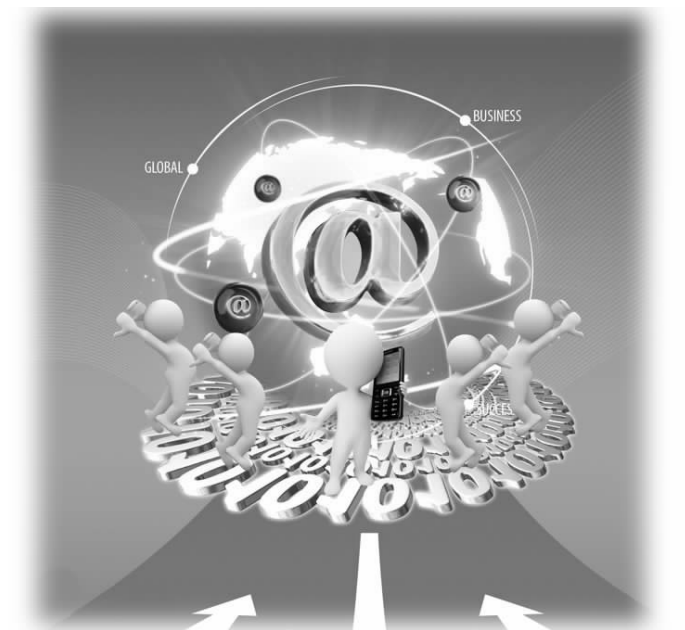
此案虽已一审判决,但事态发展尚需观察。通过这起药家鑫父亲药庆卫依法维护自身“名誉权”的讼案及法院作出的裁判,也给依然享受着高速、便捷互联网服务的亿万网民和我们的社会提出了一个有益的警示,这就是:当一起普通刑民案件或者文学艺术评论事件进入到公众视野并逐步演化成所谓的“公共事件”后,网络言说围观虽然在所难免,但这种“围观”一定需要有正确的引导,必须保持足够的理性和评论的适度性,切不可一哄而上、故意造势、捏造事实、煽情侵权。

在我看来,网络平台和新闻媒体虽然难免对“热点”社会事件进行追踪报道,以满足民众知情的要求,也可以发表己见,满足“言

论自由”,但这样的言说围观需要坚守客观、求真的底线,尤其是对于已经进入司法程序案件的报道和评论,更应遵从司法规律和法律规范。要将案件事实、犯罪者恶行与并没有直接关联的当事者家长、亲属及好友的情状相区分,不能武断地对他们搞“有罪推定”、“罪错株连”,更不能任意扣上“官二代”、“富二代”之类的帽子,利用网络传媒虚构事实和情节去故意贬低他人的人格、损害他人的名誉。如果这样去“借题发挥”造势炒作,必然会付出构成侵权乃至犯罪的法律代价。

惩罚犯罪恶行与保护合法权益并不是完全对立的关系。法治社会既要让侵害社会及公民利益的罪犯受到应有的处罚,也要使其本人和其他无辜者的合法利益受到切实的保护。这是法律的要求,更是司法的目标。

——摘自《法制日报》





清除网络戾气 创造网络正气

白 峰

近日,《中国青年报》发表了一篇题目为《谁在为网络戾气“添油加柴”》的文章,引起了我的关注。报道,“新闻标题戾气十足,泄愤帖无处不在,贴吧里遍布人身攻击……”,从失控的质疑、无底线的人身攻击到网上“约架”,堪称“网络暴力猛于虎”。

其实,这种现象一直在存在,而且大有愈演愈烈之势,正是有人给这些网络戾气、霸气、匪气撑腰,为那些脱离事实的“标题”助威,为其“添油加柴”,从而让网络不正之风的烈火越烧越旺,更成了“星星之火”,也有“燎原之势”。

可以说,网络戾气和标题党不除,我们的网络环境就会受到影响,网络就会“乌烟瘴气”,或者说“死水一潭”,那些充满阳光的正义的声音就会“销声匿迹”,或者不能放射出美丽的光芒。

如今的网络环境,并不是网络需要的,网络需要干净、安全、诚信的网络环境,但由

于时下匿名、免费的网络环境,使一些人丧失诚信,更失去了道德。因而在发帖时,就会多了一些随意性、攻击性、挑战性,况且这样的成本很低,几乎没有什么代价。另一方面,网络管理者为了搏版面、赚访问量,把一些鸡毛蒜皮的事,或者“调脂弄粉儿”的事,大肆炒作,而不顾舆论影响力、报道客观性。另外,网络管理者的这种行为进一步助长了那些网络发帖者,觉得自己的价值得到了承认,由此二者沆瀣一气、狼狈为奸。

俗话说:“解铃还需系铃人”。把到处乱跑的羊要关到羊圈里,还要牧羊人。要清除网络戾气,还网络一片净土,就要消除那些给网络戾气“添油加柴”的人。这样,才会还网络一片净土,让网络没有了戾气,不会有标题党。

通过清除网络戾气,创造网络正气,让良好的网络环境陪伴你,也陪伴我,陪伴大家。

——摘自《人民网》



领导干部如何面对新兴媒体

任贤良

近年来,科技进步突飞猛进,传播手段日新月异,大众传媒和舆论形势发生了深刻变化。特别是新兴媒体的异军突起,与深刻变革的现实社会相互激荡,与活跃的社会情绪相互作用,使社会管理环境等发生了前所未有的巨变。党中央高度重视以互联网为基础的新兴媒体。党的十八届六中全会明确要求,加强和改进新闻舆论工作,发展健康向上的网络文化,体现了党中央敏锐的洞察力。

一、当前舆论态势

新兴媒体的崛起突破了传统新闻传播的时空,打破了传统新闻传播格局,颠覆了传统新闻传播规律,刷新了传统新闻传播的理念。也使我们当前面临的形势更为复杂、挑战更为严峻。

(一)新兴媒体异军突起

近两年,以互联网为基础的新兴媒体,发展速度十分惊人。目前,全国共有网站230万个,网民5.13亿,手机网民3.6亿,微博用户达2.5亿以上。一些网站的实力非常雄厚。我国已有39家互联网公司在香港和美国上市。其中,腾讯、百度的市值都在450亿美元左右,超过了招商银行、中信银行、贵州茅台、上海汽车等A股行业龙头。一些网

站的融资能力极强。百度、搜狐、腾讯、新浪、网易等商业网站的发展极为迅速,成长经历不过10年左右,全部员工1000人左右,但盈利能力却都在百亿以上,远胜传统媒体。一些网站的影响力迅速提升。媒体的影响力,主要取决于受众群体的规模、数量。百度、搜狐、腾讯、新浪等商业网站,日点击量均过亿,其受众数量远超国内任何一家平面媒体。近年来,全国发生的所有新闻舆论事件的背后,都有这些新兴媒体的影子。

(二)传播格局深刻变化

近年来,以互联网为公共传播平台,传播格局出现了三个明显的趋势:一是网络媒体化,二是媒体网络化,三是媒体大众化。互联网的普及,打开了公众话语权的大门。论坛、跟帖、博客,特别是微博客的兴起,催化了新闻媒体平民化、大众化的进程,使公众取得了新闻媒体所拥有的话语权。新闻传播进入了“自媒体”时代,“处处有媒体,人人是记者”。“自媒体”爆炸式膨胀,分散了传统媒体的受众,挤压了传统媒体的空间,稀释了传统媒体的话语浓度,钳制了传统媒体的作用。客观上,传媒领域正在面临重新洗牌的压力。对此,我们应该正视,更应该重视。

(三)西方大国推波助澜

西方大国一直不愿看到社会主义中国的迅速崛起,他们利用强大的传媒优势,极力妖魔化中国。一些西方大国一方面利用各种传播渠道,攻击我国的政治制度、司法制度、出版制度和新闻管理制度;插手我人民内部矛盾和群体性事件,培植“政治异见人士”,千方百计争夺舆论阵地、争夺受众、争夺人心。另一方面,他们在国际事务中,在我国周边地区,不断制造事端和摩擦。另外,在台湾、西藏等问题上,不断滋事,给我国设置障碍。

目前,新兴媒体已经成为西方大国强推文化霸权、传播西方价值、干涉别国内政、颠覆他国政权的主要手段。2011年2月15日,希拉里在“关于互联网自由”的讲话中公开宣称,美国已经把推动网络自由作为对外政策的重点。美国政府成立了网络事务协调办公室,实施网络空间国际战略,联合有关国家的企业、公民、数字专家、活跃人士,组成全球网络联盟;整合各方力量,共同应对有关国家政府对互联网的管制;运用“云计算”技术,为网民提供破网技术;实施公民社会2.0计划,培植意见领袖,推动网络自由应用到现实世界;支持推特(twitter)推出多语种版本,使美国不受任何限制地与各国民众进行实时对话、双向交流。近3年,美国政府至少投入了5500万美元,主要用于研发翻墙破网技术、支持活跃人士。另外,美国依



托地球同步通信卫星,研发的“空中互联网”技术早已成熟。一旦启用这项技术,美国随时可向任何国家的用户提供免费无线互联网接入服务。届时,将给有关国家管理互联网造成前所未有的困难。

二、重视新兴媒体

社会舆论既可促进社会发展、造福人类,又可影响政治的稳定和政权的巩固。新兴媒体的崛起,使社会舆论对现实社会的影响和作用越来越大。

(一)影响事件走向

一是能够改变事件的进程。司法审判,有着严格的程序和时限。从理论上讲,不管多大案件、多大冤情,也不管涉及什么人,必须严格按照法律规定的程序和时限办事。但在舆论的强大压力下,有时必须进行变通。比如药家鑫案,在全国掀起了巨大的舆论狂潮。为了维护稳定,国新办直接出面,建议最高人民法院尽快做出判决。

二是能够异化事件的性质。按照法律,司法案件应该就事论事、直接客观。但有时因为媒体的介入,公众情绪的推动,形成的社会影响,会背离案件本身。比如,著名的“我爸是李刚”事件,本是一起典型的汽车肇事刑事案件。就是因为一句“我爸是李刚”的传言,迅速异化为一起“仇官”性质的新闻舆论事件。

三是能够影响司法的判决。从理论上讲,司法具有很强的独立性。但从客观现实来看,在特殊情况下,法律有时顶不住舆论的压力。最具典型性的,就是2009年5月10日湖北巴东县邓玉娇案。

四是能够推动制度的创新。制度,是人的行为规范。制度的合理性、合法性,在于社会公众普遍认可和共同遵守。如果媒体和公众,群起而质疑甚至攻击某项制度,那么,就很可能动摇这项制度的合理性和合法性,甚至可能终结这项制度。最具代表性的,

就是2003年3月17日发生的孙志刚事件,开始只有广东《南方都市报》一家报道,随后,新浪、搜狐、人民、新华等网站跟进转载,形成了强大舆论场。最后,终结了国家实行20多年的收容政策。

(二) 监督作用很强

新闻媒体、特别是新兴媒体,对于负面事件具有很强的汇聚效应、放大效应和扩展效应。在年轻受众求新、求异、求奇等心理因素的影响下,借助新兴媒体双向互动、多向互动的传播优势,许多负面事件的新闻,很可能被无数网民迅速狂转、群体围观,形成强大的舆论监督压力。近年来,在各类媒体的频繁曝光下,西方政要丑闻迭出,非常狼狈。克林顿与莱温斯基事件、法国总统萨科齐离婚结婚事件、意大利总理贝卢斯科尼被指“买春”和滥用职权案件、国际货币基金组织总裁卡恩被指控性侵犯等事件,都是媒体曝光的重点。

在西方国家,许多反对党、在野党经营或支持的新闻媒体,常常与执政党对立,专门盯住政府找茬,时刻希望能够抓个“猛料”或“丑闻”,进行大肆炒作,其目的就是把执政党搞下台。这是西方政治互殴和媒体猎奇的必然结果。

而我国,在根本利益上,各级党委和政府与主流媒体是一致的。但是,我们依然要谨言慎行,决不能率性而为。否则,可能会给我们的事业带来灾难性的影响。近年来,频频曝光的“网络反腐”、“局长日记”等,都是很好的例证。

(三) 足以颠覆政府

网络传播,使动员社会力量更加容易、更加便利。有时,新兴媒体能够轻而易举地颠覆政府。从西亚北非动荡中,我们可以清晰地感受到互联网的强大社会动员力。

以突尼斯政府垮台事件为例。2010年底,“维基解密”网站揭露突尼斯官员腐败的

绝密外交文件发布后,引起了一位网名为“阿里”的突尼斯网友的高度关注。“阿里”通过互联网,将分布在突尼斯全国各地的14名年轻人组织起来,成立了一个15人新闻组,密切跟踪并广泛传播相关内容。这些年轻人或通过网络寻找新闻线索,或者亲赴各地采集新闻报道,然后将有关新闻和自己的观点发布到互联网上。当突尼斯政府对互联网实施严厉管制之时,他们运用脸谱(Facebook)、推特(Twitter)等网络新技术,不断建立新的交流平台,始终保持与全国乃至全球网友的联系,使总统家族的奢华生活和政府的贪污腐败广为传播,在互联网虚拟世界中,激起了国人的愤怒。2010年12月17日,政府执法人员粗暴对待一位水果小贩,并致其死亡。新闻组的年轻人充分利用互联网,每天在电脑前工作15个小时,动员社会力量,抗议政府,成功地将虚拟社会中的愤怒,引到了现实社会,并迅速转化为激烈的抗议行动,形成大规模社会骚乱,造成多人伤亡。几天之后,突尼斯总统本·阿里逃亡沙特阿拉伯。整个事件前后只有29天,新闻组的年轻人,平均年龄不到26岁。

值得注意的是,美国推出的推特(Twitter)技术平台,与我国现行的微博基本相同;而脸谱(Facebook),则与我国的QQ即时通讯,没什么两样!目前,我国每天QQ上的实时在线人数都在2亿左右,而微博的在线人数也在2亿以上!这个庞大的群体,绝大多数都是20岁至40岁的人。这个群体,一旦在某件事情上达成了共识,形成了合力,后果很难预料。

(四) 诱发社会动荡

近年来,由美国次贷危机引发的国际金融风暴,涉及整个国际社会,世界各国经济持续衰退,财产缩水、通货膨胀、失业率上升等等,许多社会问题凸现,各种社会矛盾加剧,很多公众感情焦虑、情绪急躁。此时,互联网

和手机相结合的即时通信、虚拟交友、多向互动等功能,让更多的人找到了倾诉感情、宣泄情绪的理想渠道。同时,也使社会动员变得更加迅速便利、成本更加低廉。诸多政治的、经济的、社会的、技术的因素,相互交织、相互作用、相互借力,很容易诱发社会动荡。

近年来,伊朗、英国、巴黎骚乱以及华尔街抗议事件、西亚北非政局动荡等,显示脸谱(Facebook)、推特(Twitter)等社交网站的组织动员能力越来越大,令一向标榜言论自由的西方国家有苦难言。

三、认识新兴媒体

以互联网为基础的新兴媒体,主要有网站、博客、微博、跟帖、留言、论坛帖文等形式,已经成为世界上最热闹、最嘈杂、最火爆的舆论场。研究和把握其主要特点,对于我们认识新兴媒体、掌握舆论引导的主动权,很有益处。

(一)层次性

网上人群,分为三个明显的层次。大众层:看多说少,人数最多。大多数网民上网很少主动留言、发帖,主要是浏览各类信息。愤青层:见谁骂谁,人数不少。这些人通常非常感性化、情绪化、简单化、非理性。其作判断、下结论,往往仅凭个人好恶和直观感受,缺乏深入的思考,也不讲究起码的思维逻辑,喜欢捕风捉影、道听途说、夸大其词、耸人听闻。精英层:发言较多,人数很少。这一层次主要有三类人:一是明星和名人。其受众群体非常庞大,其一言一行备受关注。比如,姚晨等明星的微博,大都是说说琐事、晒晒心情,但其粉丝都在千万以上。二是“意见领袖”。这类人一般受过良好的教育,有一定的思想能力和文字水平,热衷于评点各类热点问题,批判意识较强。其中,一些人为了吸引眼球,往往标新立异,刻意与主流意识形态保持距离,有的甚至以嘲讽、戏谑、瓦解主流意识形态为能事。

这类人的网络参与行为更具自觉性和主动性。三是对现实不满的人。他们在现实生活中感到不得志、不如意,有挫折感、失落感,对社会和生活心存不满,借网络发泄不满、宣泄情绪。这类人有较强烈的发帖冲动,甚至对相对自由的网络空间形成了精神依赖。

(二)从众性

新闻传播存在明显的“首声效应”。在信息传播和信息接受这一社会认知过程中,第一次传播和接受的信息,对受众的作用最强、影响最大,大多数人都会相信和附和。人们对后续信息的接受,则具有很强的选择性,符合首声效应的就接受,不符合首声效应的就排斥。这就是通常所说的“先声夺人”、“人云亦云”。另外,从心理学的角度讲,一个群体的作风和特点,会对群体中的个体产生巨大影响。在一个群体中,许多个体的个性会淡化或消失,其感情、思想、行为和作风等基本趋于一致。在网络上,特别是在某一个群体中,网民通常呈现出明显的从众性和跟风性,常常对某一种先行发布的观点齐声附和。即使有人发表不同见解,不是被挤到边缘,就是被一通乱砸、一阵乱骂,使其声音变得越来越弱,甚而“沉默不语”。

所以,各级领导干部要时刻谨记首声效应对于新闻传播效果的极端重要性。在特别事件发生后,要实事求是,先声夺人,争取信息发布的主动权。

(三)爆发性

网络传播存在明显的连锁效应,特别是微博,表现得更为突出。假设每个微博用户有100个粉丝,转发1条微博最多用时1分钟,如果首发用户发出1条微博,那么,第1分钟微博转发数量就是100条,第2分钟就会增加1万条,第3分钟就会增加100万条,第4分钟就会增加1亿条……

网络传播是多层次的。从传播形式看,可以由一个论坛、组群向其他论坛、组群传

播,也可以由境内网站向境外网站传播,还可以由网络媒体向传统媒体传播。从传播区域看,可以使地方议题全国化、国内议题国际化。从传播走向看,网络舆论常常由小及大、由点及面,从议题本身所涉及的领域迅速向其他领域蔓延,使得对个别现象、个别案例的关注,变成更广领域、更深层次的讨论,直至上升到整个社会和国家制度层面。

(四)叛逆性

虚拟社会对传统思想观念、主流意识形态存在明显的逆反心理,网络言论呈现出反传统、反主流、反权威的舆论特征。主要表现为对党的政策、政府规定、官方言论、主流观点、社会精英、富裕人群等,统统持逆反心理和怀疑态度,宁信其错,不信其对;宁信其坏,不信其好;一些有违社会公德的人和事,在网上不仅很少受到抵制,反而受到追捧。这种极端化的心理状态,在低年龄、低学历、低收入的网民身上,表现得尤为明显。

(五)操控性

与传统媒体相比,网络传播具有便捷、高效、操作成本低等特点。从理论上说,每一个网民都可以用较短的时间、较小的成本和较高的效率,制造舆论热点,掀起舆论风潮,这就催生了“网络推手”这一特殊网络群体。他们通晓网络操作规则,谙熟大众接受心理,通过设置议题,制造热点,操控网上舆论。这样,就使人为制造和操控舆论变得简便易行,不仅改变了舆论形成和演变的正常轨迹,也使得挟舆论之名谋取私利的现象,有了更大的可能性和便利性。

近年来,许多被炒起来的网上舆论热点,有不少是有组织、有目的、精心策划、精心导演的。其中一些,具有明显的商业利益或政治意图,甚至出现了利益集团用“黑金”操控网站言论、影响政府决策、进行恶性商业竞争的现象。如果管理不力,黑恶势力、

敌对势力、恐怖势力、分裂势力等,就有可能通过制造虚假的网络舆论来操纵民意,影响社会稳定和国家安全,对此必须高度重视。

(六)负面性

在网上,常常是负面舆论占上风。主要原因有:一是负面新闻、负面事件、负面话题等,更容易诱发人们的好奇本能,引发人们的探究讨论。而且,在一般情况下,人们发表批评性意见的意识要比发表赞扬性意见的意识更强。二是网上人群的特征所致。一些现实境遇不好的网民对社会有情绪、心态负面,往往戴着“有色眼镜”观察社会、解读现实,网上成为他们发泄不满的主要方式;还有一些网民,往往把批评作为展示自己“独立思考”能力的主要形式,甚至“为批评而批评”,这是网络舆论负面性特征形成的重要原因。三是负面舆论场一旦形成,就会自行强化。由于肯定性意见没有得到充分展示,加上大多数网民选择沉默,就造成了批评性意见一边倒的态势。这种负面舆论场又形成一种压力,进一步削弱了网民发表肯定性意见的意愿和勇气,使得正面舆论更加式微。四是由于网络舆论比传统媒体要宽松得多,网络媒体常常通过大量登载、炒作各种负面新闻来吸引眼球,提高网站点击率,这是网络舆论负面性形成的基础。

四、科学引导舆论

新兴媒体与传统媒体,在语言风格、传播特点、受众群体等方面,都存在明显的差异。各级领导干部要了解这些特点和差异,对症下药,积极运用新兴媒体,科学引导社会舆论。

(一)积极运用,寓管于用

新兴媒体是传播技术发展的产物,是新生事物,我们必须积极面对、主动接受。应该积极运用新兴媒体,为我们的事业助力。

一是运用本地论坛,集思广益。目前,在百度、天涯等知名网站上,早建立了各省、各市以及多数县市的论坛,有的办得很红火。

有些网友确有真知灼见,观点很深刻,意见非常好。各地党委、政府应该重视,指定专人,每天浏览,取其精华,以资政事。同时,及时回复,激发网友的热情,努力形成论坛建言献策、积极向上的良好氛围,使论坛成为重要的执政镜鉴、智慧源泉。另外,政府部门、大单位,可以尝试在本地门户网站上,建立自己的论坛,努力办好,以吸引关心本地发展的网民。网民在论坛发言,主要是为了引起有关领导的重视和关注,在哪里发言有效,就在哪里发言。所以,在现实工作中,各级领导干部努力营造宽松、和谐、民主的环境,最大限度地畅通言路,重视群众的意见和建议,是最基础、最根本的。

二是重视单位贴吧,化解矛盾。与地方论坛一样,著名网站上建立的贴吧更多,各地、各县、各大单位几乎都有。贴吧远比论坛红火,内容也更负面化,多数贴文都是揭短亮丑、反映问题,最让各级领导头痛。经分析发现,发帖的网友,多数是因为矛盾长期积累、问题迟迟得不到解决,才发帖泄愤,其真正的目的,还是为了解决问题。各级领导干部要针对这个情况,注重关心群众,多进行沟通,积极主动地化解矛盾、解决问题;另外,要关注论坛,收集意见,尽快处理;问题妥善解决后,政府和单位及时回复、回帖。另外,在影响大的网站,各级党委、政府和单位,主动开设本地、本单位的贴吧,也是一个很好的办法。

三是开办官方微博,服务群众。2011年12月12日,新浪网发布的《2011年新浪政务微博报告》显示,政务微博已近2万。其中,党政机构微博为9978个,发达的省份广东、浙江、福建、江苏位列前四位;政府官员微博达8354个,北京高居榜首。政务微博成为政府发布信息、了解民意、汇集民智和干群沟通互动的重要平台。其中公安系统的微博,占政务微博总数的1/3左右;前20位排名中,公安的政务微博就有15个。我们

应积极总结各种政务微博的优势,使其作用得到更加充分的发挥。

(二)顺应形势,注重策略

在新闻管理和舆论引导上,我们要适应形势发展和传媒出现的新变化,注重策略,讲究方法。

一是坚决摒弃封堵思想。新闻管理以疏为主,是形势发展的必然。实事求是地讲,就是想堵,也堵不住。目前,新闻报道的时间界限、空间界限、属性界限等,都被打破了,一些新闻资源和新闻事件,根本无法封堵。堵得住地方媒体,堵不住中央媒体;堵得住国内媒体,堵不住境外媒体;堵得住传统媒体,堵不住新兴媒体。而且,新闻媒体和记者本身固有的特点就是求新、求异,你越是堵,他兴趣越高;你越想掩盖,他越是盯住不放。你不通过正当途径提供新闻信息,他就会从旁门左道挖掘小道消息,甚至凭空猜测,主观臆断。所以,有时权威部门如果不及时主动地向媒体发布新闻,很可能会使事态急剧恶化,甚至造成无法收拾的局面。出现负面事件,公开比封堵好,主动比被动好,早说比晚说好,自己说比别人说好。

二是彻底打消侥幸心理。当前是信息时代,几乎无秘密可言,在任何一个角落发生的有新闻价值的事件,若不进行科学、有效地引导,6小时内就可能形成新闻热点,12小时内就可能传遍全国,24小时内就可能传遍全球。出现了问题,如果管理部门和领导干部心存侥幸,试图欺骗媒体,欺骗公众,哪怕是善意的谎言,也会陷入被动。特别事件发生后,最明智的做法是:积极主动地寻求媒体的支持与合作,立即采取科学有效的措施,尽量降低损失,消除影响。面对媒体,一定要实事求是,如果有责任,就老实地认账,认真负责地处理,千方百计地纠正和补救,取得媒体和公众的谅解。否则,立即就会成为众矢之的,造成更大的被动。

三是建立快速反应机制。要运用好新兴媒体,必须建立与之相适应的新闻发布管理机制。各地各部门主要领导重视新闻工作是关键。应该把新闻发布工作纳入核心决策内容,事先统一新闻口径;让新闻发布人员旁听重要会议,理解领导的意图,熟悉有关情况。事发后,快,是核心和关键。一方面,要“快报事实,重报态度,多报举措,慎报原因”。另一方面,处理要快,决不能拖。事发后,要首先抢占舆论制高点,争取信息发布的主动权,形成强大的首声效应。决不能等到有了最终结果再报道,一定要边调查、边处理、边报道。

另外,在新兴媒体发布新闻、引导舆论,一定要讲究策略。比如,要用客观事实,说明我们的观点;要用讲故事的方法,赢得广大受众;要用新闻的形式,实现宣传的目的。

(三)善抓关键,依靠网民

新兴媒体的论坛、微博等传播结构中,“节点”最关键、最重要。这些“节点”,就是我们常说的“网络名人”和“意见领袖”。这些人的影响力,不可低估。在一定程度上讲,他们的影响范围丝毫不在于一些传统媒体之下。一些名人微博的粉丝超过1000万,而且备受关注、备受追捧,博主说的每一句话,都会获得积极的响应。

一要重视网络精英。各级党委政府,一方面应该注重争取这些“网络名人”和“意见领袖”,同时要着力培养我们自己的“网络名人”和“意见领袖”。在做这项工作的过程中,要特别讲究策略、注重方法。稍有不慎,就可能适得其反。开展这项工作,一定要小心谨慎,严防被人误解,招致恶意攻击。

二要依靠网民。新兴媒体的传播方式,可以说是一种返璞归真,是原始的“口口相传”传播模式的延伸、拓展和升级,借助现代高科技,重新焕发出勃勃生机。要想打赢这场新兴媒体的舆论战,仅靠新闻管理部门是远远不够的。最根本的方法,还是发动群众。

只要扎实落实党的群众路线,我们就一定能够把握舆论传播的主动权。

三要注重发挥党员的作用。领导干部,是引导社会舆论的骨干;近8000万党员,是占领新兴媒体阵地的主力军。发挥好党员干部的作用,至关重要,值得认真研究、大胆探索。这个过程肯定不会一帆风顺,必然要付出一定的成本和代价。各级领导干部不要害怕挫折和失败,要真心实意地鼓励广大党员、干部积极主动地探索、研究、实践和尝试。

(四)大力扶持新兴媒体

在万众嘈杂、空前火爆的混合舆论场中,建设我们自己的、具有强大影响力的新兴媒体,是夺取和掌握话语权、有效引导舆论的基础性工作。

一是培育骨干网站。目前,在我国除了新浪、搜狐、百度、腾讯、网易等少数商业网站外,在国际上知名的、有影响的新闻网站和社交网站,还少之又少。这是绝好机遇,又是严峻挑战。这一问题,引起了中央的高度重视,提出要大力支持、建设人民网、新华网等重点网站。在网站建设上,我们既要培育新闻网站,又要培育商业网站;既要培育国有网站,又要培育民营网站;既要培育综合网站,又要培育专业网站。努力形成结构合理、层次分明、特色突出、覆盖面广的新兴媒体发展格局。

二是培植网络文化。目前,我国的网络文化还不成形,更不成熟,正处在十分重要的奠基阶段,亟待强化建设。要以我国得天独厚、异常丰富的文化资源为基础,大力推进历史文化、红色文化、自然文化、民俗文化等数字化和网络化工程建设,树立我国鲜明、独特的网络文化品牌,丰富社会主义核心价值观体系的内容,拓展社会主义先进文化的传播空间,让积极正面的舆论、健康良性的信息,成为网络文化的主流,最大限度地挤压不良信息。

——摘自《红旗文稿》

加强和创新企业文化建设的 实践与思考

武 群

企业文化作为一种新兴的先进生产力理论问世以来,成为许多企业走向成功的强大动力和重要法宝,尤其是在当前全球经济一体化进程逐步加快的形势下,尤显重要。企业文化是企业发展的灵魂。文化力已经成为企业核心竞争力的重要组成部分。

一、企业文化的建立

我们将企业文化称为“二次创业文化”。其核心是“整合优化”、“凝心聚力”。通过分析企业面临的众多困难,有资金短缺、内外债务、制度缺失、缺少资质、管理粗放、人心涣散等等。在众多困难背后值得高度重视的是人的精神支柱出现重大偏离。从文化入手,提高企业凝聚力,保持继续发展的动力。敢于同强手竞争,勇于向高手挑战,善于在重量级较量中胜出。“二次创业文化”建设的思路及成效建设以价值观为核心、统一的“二次创业文化”理念系统。逐步形成以先进文化和职业道德为重心的公司企业文化工作新内涵,不断增强金陵药业大家庭的吸引力和感召力。

二、企业文化在生产实践中形成体系

在企业起步发展阶段,我们提出的二次创业文化的核心内涵是:首先是整合优化,即把企业过去成功的经营理念进行回顾和总结,“整合优化”积极改进,使“虚”处“夯实”,实处更实。通过“整合优化”做到了五个“好”:选好人、当好家、建立好制度、实行好决策、运用好方法。第二是凝心聚力,即企业文化由“穷则思变”型、“小康思发”型向“富而思进”型转变。把握培育企业凝聚力的时代特点,强化六种意识,提供思想保证。通过二次创业文化的建立,金陵药业发展正确处理好以下几方面关系:一是正确处理“好与快”的关系;二是正确处理好“平衡与不平衡”的关系;三是正确处理好“当前与长远”的关系;四是正确处理好“内部与外部”的关系;五是正确处理好“团队与个体”的关系;六是正确处理好“压力与动力”的关系。这几大关系的正确处理为我们强力推进企业文化建设,促进企业健康发展奠定了基础。

企业文化建设不仅是企业提高管理效

能、增强凝聚力和打造核心竞争力的战略举措,而且也是发展社会主义先进文化、构建和谐社会的的重要组成部分。

三、企业文化建设的思考

企业文化建设的主要任务是,从企业经营发展的客观要求出发,按照企业的发展规律和先进文化的发展要求,以铸造企业的核心价值观为核心,培育企业精神,塑造企业形象,凝聚团队力量,提升企业核心竞争力。推进企业文化建设的过程,必须不断地实现企业内部和外部的和谐。我认为在企业文化建设中要抓好四个环节,在企业文化实践中要抓好四个结合。

(一)在企业文化建设过程中,应重点抓好四个关键环节

1、培育企业的核心价值观。企业核心价值观就是企业文化的魂,集中地反映企业作为一个社会群体对自身使命和未来的认识。

2、企业文化建设必须坚持不断创新。企业文化建设的长期性,在于它伴随着企业发展的全过程,企业文化理念转化为职工的自觉行为,是一个循序渐进的过程。

3、坚持从企业实际出发。将企业文化建设与解决企业实际问题结合起来,与生产经营管理、思想政治工作和精神文明建设结合起来,要弘扬求真务实精神,按客观规律办事,不搞花架子,不急功近利,要按照系统化、科学化、实用化的要求创建特色鲜明的企业文化体系,使企业文化建设真正内化于心、固化于制、外化于行,形神统一。

4、将企业文化制度化。在企业文化的建设中,企业的核心价值观指导企业机制和制度的建设,是企业文化由精神向行为、物质转化的过程。公司就是严格按照企业理念和国家有关法律、法规的要求,建立了与公司企业文化相适应的各项规章制度,规范公司运作,提高公司治理水平,使企业文化能

够具体落到实处。

(二)在企业文化的实践过程中要注重做好四个结合

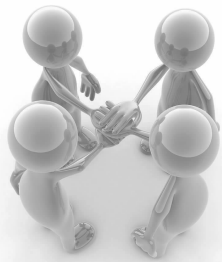
1、要把企业文化建设与企业发展结合起来。坚持把企业文化建设作为一项长远重要工作,确定目标、步骤,认真抓好。要不断深化对文化发展规律的认识和把握,更加坚定、更加自觉、更加主动地推进企业文化持续健康发展,促使企业文化建设稳步向前推进。

2、要把企业文化建设与核心价值观结合起来。企业文化建设要以核心价值观为准绳,突出行业特色,同时要坚持从企业实际出发,因地制宜、因企制宜。

3、要通过企业文化建设与塑造良好的企业形象结合起来。要坚持用时代的眼光和发展的视角审视企业文化建设,以改革创新精神推动文化建设。要准确把握企业职工精神文化需求的新变化,推陈出新,坚持正面宣传引导,提高文化建设的吸引力、亲和力、影响力,使文化理念深深扎根于员工的日常行为中。

4、要通过企业文化建设与思想政治工作结合起来。通过深入推进企业文化建设,正确引导广大员工的思想观念和行为规范,努力在企业形成共同的理想信念、强大的精神支柱和基本的道德规范,充分调动员工积极性,促进企业更好更快发展。

伟大的时代呼唤先进的文化,企业文化建设重在实践。在建设和谐社会的进程中,企业文化建设必将推进企业快速健康发展。建设适应时代和企业自身发展的,富有特色、个性鲜明的优秀企业文化,是一项长期的、艰苦细致的工作,只有及时地予以发展和完善,扬弃旧的企业文化,创造新的企业文化,才能促进企业的不断发展进步,才能在激烈的市场竞争中永远立于不败之地。



着力团队建设

打造群众文化品牌

马绍闯

党的十七届六中全会《决定》指出：“满足人民基本文化需求是社会主义文化建设的基本任务。”作为基层文化部门来说，基层文化工作开展的目就要满足人民群众对文化生活的需求，让更多的人参与到文化娱乐活动之中，从而达到愉悦身心、陶冶情操、增智开慧的效果。

一、方向明确，文化活动因势利导

早在2003年4月，胡锦涛总书记在广东考察工作时就明确指出：“一个没有文化底蕴的民族，一个不能不断进行文化创新的民族，是很难发展起来的，也是很难自主于世界民族之林的，要提高发展水平，增强发展后劲，提高群众生活质量，必须高度重视并全面推进文化建设。”根据胡总书记的这一讲话精神，为丰富广大市民的文化生活，无锡市文化馆在上级部门的支持下，于2004年尝试举办了“激情周末”广场文艺演出活动。经过努力，“激情周末”已逐渐走上了规模有序的轨道，成为无锡市广场特色团队文化的一道亮丽的风景。

二、思路清晰，团队大赛基础扎实

任何一项活动，如果没有明确的思路，就很容易虎头蛇尾，轰轰烈烈开场，冷冷清清收场。为此，无锡市文化馆在“激情周末”活动获得成功后，就通过走访、座谈征求市民和广场附近居民的意见，力求让这一活动走向规范和完美。在特色演出中，我们着重抓了如下几个方面：一是让传统的舞龙呈现新的光彩。舞龙，算得上吴地最为民众熟悉的一项传统项目。从翻飞腾跃的舞姿中，人们见证了悠久坚

实、历久弥新的传统力量，见证了吴地百姓对于风调雨顺、国泰民安的永久期望，同时也能真实感受到这种传统审美的沿袭与延伸。二是把扭秧歌与健身有机结合起来。“一手拿着扇子、一手拿着手帕，穿着各色鲜艳的服装，踩着轻快的音乐——”2008年无锡市“激情周末”广场文艺演出活动开幕式暨无锡首届秧歌舞大赛就这么开场了。此次秧歌舞大赛把娱乐与健身有机地结合起来，对增强人们的健康意识、促进大家以秧歌健身起到了很好的导向作用。三是在舞蹈、鼓乐中展现江南风情。2009年，作为吴文化节的重要内容之一，“激情周末”广场文艺演出活动开幕式暨广场舞蹈、鼓乐大赛决赛在太湖广场举行，为百姓搭建了一个自娱自乐的舞台。

三、与时俱进，完善创新打造品牌

创新是文化的本质特征，是文化繁荣发展的制胜之道。我们坚持用创新精神搞好各项基层文化活动，真正让人民群众满意。我们支持用创新精神搞好各项大赛活动，必须以改革创新的精神，赋予特色团队大赛以新的生命力。同时以创新思路解决文艺人才短缺的问题，为了适应时代发展，我们在充分发挥老年人作用的同时，积极为年轻人创造施展文艺才能的平台，并有意培养青年人参加特色团队大赛。

总之，基层文化工作的开展，重在开展群众文化娱乐活动，重在抓好文化特色团队的建设，以便更好地为人民大众服务，为经济社会服务。从而为中华民族的伟大复兴起教育人、鼓舞人的作用。

日本如何成功跨越“中等收入陷阱”

舒绍福

在经过近几十年的飞速发展之后,目前东亚许多国家由低收入国家步入了中等收入国家之列,随之而来很可能陷入“中等收入陷阱”。日本则是个例外,它是国际上公认的成功跨越“中等收入陷阱”的国家和地区之一。总结日本跨越“中等收入陷阱”的成功经验,主要有以下几点:

调整经济结构,转变增长方式

从20世纪50年代初到80年代,日本实现了轻工业——重工业——第三产业的适时转换升级,完成了由“贸易立国”到“技术立国”再到“文化立国”的转变,为成功跨越“中等收入陷阱”奠定了物质文化基础。根据战后经济社会发展的现实需求和国际环境的变化,日本先后进行了四次大的产业结构调整。1955年后近20年间,日本确立了贸易立国战略,实现了以重工业为主导,并以此带动相关产业的发展。20世纪50年代,纤维是日本最主要的出口产品。20世纪70年代,日本通用机械、精密仪器、半导体和电力设备在全要素生产率贡献最大,机械行业在出口中占比大幅上升,其中汽车制造业的迅速崛起带动了钢铁、石化等重工业和化工业的快速发展,机械电子工业逐步成为日本最具国际竞争力的产业。

20世纪70年代的石油危机又进一步加快了日本产业结构调整,重化工业比重明显下降,逐步提出以电子计算机、宇航等知

识密集型产业作为主导性产业发展,并开始加快实施以产业“绿色化”为核心的产业结构调整,积极建设资源节约型和环境友好型经济结构。尤其是从20世纪70年代开始,日本从治理恶性通货膨胀入手,调整产业结构,开发新能源,开展“企业能耗瘦身”运动,大力开发节能技术、新能源和石油替代技术,并于1974年和1978年提出了“日光计划”和“月光计划”。前者是太阳能、煤能、地热和氢能等新能源开发计划,后者强化对节能技术的研究与开发,提高能源转换效率,回收和利用尚未被利用的能源。同时,成立环境厅,加强环境立法,支持环境保护,明确了促进高能耗产业向节能型产业转变,以此来突破经济增长的资源能源制约,减轻环境污染的压力。

从20世纪80年代开始,日本产业结构再次转向以最终消费为主,在政府推动下,以文化创意为发展方向的第三产业比重迅速提升,服务业成为日本经济增长的主导产业。1995年,日本文化政策推进会议发表重要报告《新文化立国:关于振兴文化的几个重要策略》,提出了21世纪“文化立国”的战略方针。2001年度日本文化产业总产值约占GDP的18.3%,文化产业已成为仅次于制造业的日本第二支柱产业。

实施“科技立国”战略培育自主创新能力

由于“加工贸易立国”已经无法满足日

本经济发展的需要,日本又确立了“技术立国”战略,并把它作为新时期经济发展的基本国策。20世纪90年代,在“拿来主义”、促进技术进步基础上,日本更加重视基础性和开拓性研究,进行自主技术创新,并制定“科学技术基本法”,进一步提出“技术创造立国”战略。此后又发展为“科学技术创造立国”战略,从而迅速实现了科学技术的赶超。为了解决内生动力不足的问题,20世纪80年代以来,日本加快了培育国内自主创新能力的步伐。日本政府既从国家高度设计了一套培育国内自主创新能力的战略,又从政策措施、平台建设等,扶植民间研究开发活动,大力支持自主创新平台的建设,切实提高技术成果的转化率。20世纪80年代初,日本通产省提出“技术立国”的战略口号,日本科学技术厅也提出了“科学技术立国”的战略口号,力图成为世界科学技术大国,这标志着日本技术进步从“模仿时代”进入了真正意义上的“创新阶段”。日本政府通过实行

税制优惠措施、补足金与委托费低息融资等政策优惠,加大对企业研发的支持力度,在政策上对民间部门研究开发进行大力扶植。“产官学”结合是日本在工业技术上通过引进、吸收、改良和发展等方式赶超欧美国家的成功模式。同时,日本政府还专门制定法律,促进“创新中心”型科技园区的建立,加快向电子工业时代迈进,并加大培育具有战略性的高新产业,大力培育自主创新能力。

实施收入倍增计划构建社会保障体系

在中等收入的发展阶段上,导致“中等收入陷阱”的因素很多,但收入分配是其主要因素之一。一些拉美国家之所以陷入“中等收入陷阱”,最突出的问题就是收入差距急剧扩大,社会分化严重,与收入分配相关的制度安排不能适应经济发展与社会和谐的需要。如巴西和巴拉圭,基尼系数分别为0.59和0.58。而日本之所以能够成功跨越“中等收入陷阱”,这与收入分配普遍比较(下转第54页)



美国怎样应对灾害事故和突发事件

徐启生



美国联邦政府一直重视应对和处理国内发生的各种灾害事故和突发事件,经过长期的运作和完善,已形成了一套比较快速和有效的应急处理机制与体系,一旦发生紧急事件,能在人力动员、紧急救助、防范事态扩大、维护社会稳定及恢复正常的社会和经济生活秩序中发挥重要作用,力争把灾害对社会生活与民众的影响降到最低程度。

首先,美国制定了完善的法律法规,为应对各类突发事件提供法律保障。早在1950年,美国就制定了《灾害救助和紧急援助法》,它是美国第一个与应对突发事件有关的法律。该法规定了重大自然灾害发生时的救助原则,还规定了联邦政府在灾害发生时对州政府和地方政府的协调方式。至今,美国政府所制定的应急法律主要有《国家安全法》《全国紧急状态法》《反恐怖主义法》《减灾和紧急救助法》《使用军事力量授权法》《航空运输安全法》等近100个相关法

律,还有《国家应急预案》《联邦应急计划》等规章制度,形成了一个完整的应急立法体系。1976年,国会通过的《全国紧急状态法》是影响最大的应对突发事件的法律。它对紧急状态的宣布程序、实施过程、终止方式、紧急状态期限以及紧急状态期间的权力作出了详细规定。根据这项法案,总统有权宣布全国进入紧急状态。在紧急状态期间,总统可以为行使特别权力颁布一些法规。此外,美国各州、市和地方立法机关就危机处理有不同的紧急状态立法,州长或市长有权根据法律和危机事态宣布该州或该市进入紧急状态。

其次,美国建立了完善的应急机制,加强协作互助。1979年,卡特总统发布行政命令,成立美国“联邦应急管理局”,将原先许多分散的处理与灾害有关的职权集中起来。2003年3月,联邦应急管理局与其他22个联邦机构合并,成为新成立的国土安全部的一部分,

主要任务是为全国应急事务提供管理指导和支持。该局局长由总统任命,局长可直接向总统报告,除设在华盛顿的总部外,该局将全美划分为 10 个应急区,并分别设立办事处,与各州政府合作应对突发事件。各州政府也设有专门机构负责本州应急管理事务。在全国突发事件应急反应体系中,应急救援队伍的中坚力量是消防、警察和医疗部门。参与救援的部门还包括交通、通讯、技术工程、森林、红十字会、卫生、环境、农业、国防等部门。在应对突发事件过程中,美国各级政府之间、同级政府之间、政府部门与部门之间及政府与军队之间建立了一种分工协作、相互配合的工作机制,通过信息网络系统实现信息共享与业务协调。警察局经常与社区和相关部门沟通,划分互助区,实现协同配合等。在突发事件情况下,可以根据协议主动响应,减少了沟通的环节和协调的成本。当突发事件发生后,应急行动的指挥权属于当地政府。在地方政府提出援助请求时,上级政府才调用相应资源予以援助。

除此之外,反应迅速、及时通报情况,才能稳定社会和人心。美国在处置突发事件中积累了丰富的经验,一旦发生天灾人祸,可以迅速采取规范化的统一模式,高效地加以处理。如 2003 年 8 月中旬,美国东北部和中西部一些地区发生了该国历史上最大规模的停电事故,数千万人的工作生活秩序受影响,电脑系统失灵,通讯中断,许多人被困在高楼、电梯、地铁里,人们回家进不了家门。事故发生后几分钟内,美国联邦政府一级应急机制马上投入运转,白宫、国土安全部、联邦调查局和五角大楼等相关机构很快进入应急状态。国土安全部等在 45 分钟内就确定事故并非由恐怖袭击造成,并很快通过各种渠道向社会发布消息,起到了安抚人心的作用。

另外,平时还注重日常演练,以保证临

阵不乱。联邦政府有相应的法案和制度,对各部门的职责和遇到紧急情况该如何应对都有明确的要求和操作模式,所以一旦有事就能做到心中有数,忙而不乱。作为应对紧急事件的主要实施者和组织者,各大城市的应急体系中都有很完善的预警系统、科学周密的应急预案。应急预案力求全面和规范,并明确规定了不同部门在不同事件中的职责,这样就为妥善处置突发事件赢得了时间。同时,各级政府对照预案加强日常演练。除对职能部门(警察、消防)进行演练外,定期组织志愿者进行相关知识和技能的培训,并开展模拟演练。各地基本上做到每年都要进行一次有针对性的演练。

当然,还要储备充足的应急物资,及时提供救助。为满足处置紧急突发事件在第一时间对物资的需要,美国在全国各地都建立了应急物资储备仓库,主要储备发电机、防水油布、帐篷、瓶装水、床等物资,以应对突发事件发生时的第一需要。发生灾害时,应急办迅速对灾害情况及物资需求作出评估,及时提供物资救助。根据法规,应急物资由专人负责,储存在固定地点,一旦接到指令,应在 12 小时内分发到指定地点。同时,政府利用商业运作模式,由生产或经营厂家管理和维持,需要时以电子订单通知固定或不固定厂家,一般要求厂家在 24 小时或 36 小时内送达指定地点。为保证储备物资有效,各地会定期核销,及时更新应急物资。联邦政府负责拨付应急物资所需资金。一般而言,在发生自然灾害、技术事故、恐怖袭击等各类重大突发事件后,一律由各级政府的应急管理部门统一调度指挥。通常情况下,在总统宣布灾难和紧急状态出现后,其他相应的经济救助计划也随之启动,保险公司会及时评估受损失情况,受影响的个人可向政府和保险公司申请各类补助和救济。

——摘自《光明日报》

德国企业抢着处理污水

瑶 瑶

在许多国家的企业界看来,污水处理都是一种负担,因为要处理污水,就势必要采购大量设备和仪器,增加用地,并且要长期配备人工,可谓消耗巨大。然而,对于德国的企业来说,处理污水却是一种能够收取回报的投资项目。

以德国杜伊斯堡市的两家大型药品厂和一家造纸厂为例,这三家企业都没有在自己的厂区兴建污水处理系统,而是合建了一家独立股份制的污水处理厂。药品厂和造纸厂共占其中 67%的股份,政府占其中 33%的股份,污水处理厂由政府派人管理和监督。

这样一来,原先由三家企业各自承担的一

套完整污水处理系统,变成了三家合力承担。

有了这家污水处理厂,附近有新的企业成立或者有企业准备新建污水处理系统,政府就会向他们提议不必自己兴建,只需要挖一条管道把污水排进那三家企业合力开发的污水处理厂就可以。虽然这些企业每年得交一笔费用,但与兴建处理系统所需要的经费比起来,实在不值一提。而污水处理厂收到的费用,就是它所创造的效益了。同时,那些处理干净的水又会被三家企业循环利用,或者按照需求,用低于地下水的价格出售给当地的园林和绿化部门,以及一些企业和庄园,作为工业和农业用水,这又是一笔



非常可观的收入。

同样以杜伊斯堡市为例,这座拥有 53 万常住人口的城镇,每年要产生约数千万吨的生活污水,如果这些生活污水直接排进莱茵河,相信莱茵河水将很快变成黑色。但事实并不是这样,杜伊斯堡的市民生活污水也是要进入污水处理厂的。其科学合理的地下管道,会将整个城镇的生活污水引向各个污水处理厂。

当然,市民并不是无条件的享受这个待遇,他们在缴纳水费的同时,还得根据各自的使用量交纳 50% 的污水处理费,对于这笔有明确用途的增收费用,德国无人反对。这项增收的费用,又成了污水处理厂的收入。

因为有利可图,所以德国的企业都非常乐意兴建污水处理厂。到 2010 年,杜伊斯堡市内已经有 30 座大型污水处理厂,还有更

多的企业申请兴建,为了避免不必要的浪费,政府职能下令暂停污水处理厂的审批。同一件事情,处理方式不同,结果也会变得迥异:许多国家的企业把污水处理当成一种负担,能拖就拖,能瞒就瞒,甚至有不少企业在建了污水处理系统后,仍要悄悄挖一条管道把污水排进江河;而德国的企业却把这看成一种赚钱之道,非常积极地去

杜伊斯堡市长阿道夫·绍尔兰德曾经说过:“如果一提公益就意味着要付出代价,显然不是真正的公益,因为最起码你已经为此承担了损失。所以我们要做的不仅仅是呼吁人们主动去做公益事业,也不是施加更大的压力逼迫人们去做,而是用我们的智慧去规划和部署,让公益事业成为一种盈利事业,从而实现真正的公益!”
——摘自《非常关注》

(上接第 50 页)公平是分不开的。

20 世纪 60 年代初,日本经济进入“萧条”阶段。为了解决过度依赖投资带动增长、人口红利即将耗尽、个人消费不足等诸多问题,日本制定了“国民收入倍增计划”。首先,主要通过农地改革,加快水利化、化肥化和机械化进程,提高农产品价格,提高农业生产率,增加农民收入。其次,通过确立最低工资,肯定中小企业在国民经济中的重要作用,建立大小企业之间的分工体系,确立大企业和小企业之间紧密协调的社会分工合作体制,从而促进中小企业发展,缩小工资差距和提高整个工资水平。再次,通过实施有效的教育政策,调整再分配。基础教育与中等教育的普及有效地增加了人力资本积累并提高了他们的收入水平。另外,还于 1961 年、1969 年和 1977 年先后制定了 3 个全国综合开发计划,力图实现区域之间和城乡之间的均衡发展。自 1960 年日本推出“国民收入倍增计划”以来,增强了市民购买力,刺激了民间投资增加,仅仅经过 7 年的努

力,日本就实现了国民收入翻番,中等收入阶层明显增多。

与此同时,随着日本向高收入国家的迈进,也吸取了欧美福利制度的经验,构建了适合本国国情的社会福利体系。20 世纪 60 年代,日本建立了包括年金、医疗、雇佣、劳灾和看护五项社会保险制度。20 世纪 80 年代起又重点实施收入、医疗、教育、居住四项基本保障计划。在 20 世纪 80 年代的泡沫经济尚未到来前,日本基本完成了社会保障体系和社会福利制度建设,并积聚了足以抗衡后来出现的更严重、更长时间的经济衰退的力量。

言而言之,日本之所以能够较为成功跨越“中等收入陷阱”,既缘于成功地实现了经济发展模式和产业的转型升级,特别是实现了从“模仿”到自主创新的转换,也得益于较好地平衡了利益分配,控制了收入差距的扩大,为跨越“中等收入陷阱”提供了较为稳定的社会环境。

——摘自《学习时报》

隋炀帝是如何被政绩工程拖垮的

宗承灏

可以说,隋炀帝杨广的一生,就是在活给别人看。史料中可以见到这样的记录:“高祖幸上所居第,见乐器弦多断绝,又有尘埃,若不用者,以为不好声妓,善之。上尤自矫饰,当时称为仁孝。尝观猎遇雨,左右进油衣,上曰:‘士卒皆沾湿,我独衣此乎!’”

在隋文帝面前,杨广总是伪装成不好声

色、勤俭好德的样子,在当时被人称为仁孝。外出打猎碰到下雨,手下人给他献上雨衣,他却说:“士兵们都湿透了,我怎么能独自穿这件衣服呢?”

为了能够得到王位,他将真实的自己伪装起来。等到登上皇帝宝座之后,外在的压力和约束都已经消失,天性中那长期压抑着的“激进因子”不可阻挡地活跃了起来。没有任何约束的权力强化了他的政治虚荣心,也同时助长了他内心的浮躁感。这么大的舞台,他演戏的欲望更加强烈。他继续扮演着一个虚假的自我,一个超出自己能力范围的自我,只不过这个时候的观众由区区“二圣”两个人扩展为全世界的人。

路旁的树木都用丝绸缠起来,而有的百姓却没有衣服穿

在杨广登基之初,大隋王朝各项经济指标和人口数量的增长都呈递增之势。杨广自视甚高,认为自己既然能够成为天下人的领袖,才能自然居于众生之上。

他曾经自负地说:“天下的人都认为我是因为生在皇家才能继承皇位,拥有四海。但是如果让我和那些知识分子搞一次以文治武功来竞选皇帝之位,我也是当仁不让的天子。”

没有做过皇帝的人,想象不到登上皇帝



宝座是什么感觉，一句话改变一个人的命运，一句话改变一座城池的命运。权力越来越大，需要处理的事情越来越多。登上皇位的杨广体会到了权力所带来的眩晕感。

隋朝的财政体制是藏富于国，这就导致了官僚资本的大量积累，而老百姓的日子却过得异常艰难。据史料记载，大业六年(610年)正月十五，杨广在东都洛阳举行盛大的节日庆典，那些随他西巡入京的诸国使节、商人都有幸见识了帝国的强盛与富足。来自全国各地的5万多名乐工集中于东都皇城外的定鼎门大街，足足闹腾了半个月。

除了炫耀自己的精神文明，杨广还将自己的物质文明展示了一番。东都的市场被整饬一新，供各国商人参观。就连那些成本低廉、收入微薄的菜贩子都要在店铺里铺上地毯。各国客商路过酒店，都会被连拉带拽进去喝几杯，喝完后可以拍拍屁股走人，不用付钱。那些老板们说：“我中原大国富足，老百姓到酒店吃饭都是不要钱的。”

喝了酒的胡人们，满脸写着狐疑之色，他们踉踉跄跄出了酒店，一头就撞在了路旁的树干上，可丝毫没有感觉到疼。半醉半醒之间，抬眼上瞧，路旁的树木都用丝绸缠起来，极尽奢华。对于杨广所展示出来的大国奢华之风，胡商们很不理解。他们转脸问身边的中原朋友：“你们这里有人连衣服都穿不起，为什么不把这些裹在树上的丝绸拿去给他们做衣服呢？”这句话极尽讽刺意味。

杨广在形象工程建设方面下了血本，苦了百姓

即位后的杨广，急于要用最短的时间来成就自己的“圣王之业”。他认为如果一个帝王能够在他所统治的时代里，迎来四夷宾服、万国来朝的盛大景象，就能说明这个皇帝够得上一个圣君的标准。杨广一方面向高丽发动进攻，以实现“四夷宾服”的霸主地位；另一方面，又建东都、凿运河、筑长城、开

驰道，在形象工程建设方面不惜下血本。

按照中国人评判历史的标准，杨广的这几个大手笔并不是一个安于享受的帝王愿意去做的。不管出于怎样的一番考虑，中华帝国以一种另类的姿态趋向杨广心目中的理想世界。一颗浮躁而澎湃的霸主之心，也由此得到了空前的满足。对于诗人杨广来说，他要构建属于自己的乌托邦世界；可是对于皇帝杨广来说，这又是一项宏大而艰难的命题，而他又没有能力处理好个人英雄主义与千秋功业、人民的幸福感三者之间的关系。营建东都，为了证明自己是权力正统的核心；修建长城，是为中华帝国树起一道坚固的屏障；修筑运河，是为了贯通南北漕运的血管；征伐高丽，是“圣王之业”弈局中最为重要的一步棋，也是杨广运作帝王权力的胜负手。

在天下承平、国力强盛之时，用这种大工程来装点盛世的繁华是掌权者通常会采用的方式。如此集中、如此大规模地将这些形象工程连续上马，全国老百姓在短时间内几乎都被集中到劳动工地上。

杨广从即位那一刻起，就在倾力打造一个庞大的劳动生产线。中华版图宛如一个巨型的劳动竞赛场，他让自己的帝国陷入无休无止的大役之中，老百姓在生命难以承受的重压之下苦苦挣扎。

据史料记载，隋炀帝时期最著名的三大工程是，大业元年修东都洛阳，总计用十个月的时间，每月用工两百万；大业三年修长城，发丁百余万；大业元年到大业六年修大运河，累计用工三百万以上。

那么，大业年间老百姓的负担到底有多重呢？史学家胡如雷先生曾经做过一项估算。从仁寿四年(604年)隋炀帝即位，到大业八年(612年)第一次东征高丽，在这八年的时间里，隋王朝一共上马了22项大的工程，总共动用的人力达到三千多万人次。隋炀帝

时期全国人口才四千六百万,而八年时间就动用了三千多万人,每年平均征用四百万左右的劳动力,将近总人口的十分之一,几乎是全国男丁的总数。那些罪在当下、利在千秋的伟大工程,在当时看来完全是劳命伤财之举。

杨广为了成就自己的圣王之业,让整个帝国陷入到这种全民皆兵、全民皆役的疯狂状态中。再加上连年的自然灾害,尤其是山东、河南一带,水灾成患。自然灾害对中国农耕社会经济的破坏,往往是一道无可挽回的致命伤。

中国的季风性气候是一种极不稳定的气候,广袤的中华大地局部灾害是无年不有。更何况当时的情形已是“丁男不供,始役妇人”,男丁被抓去参与对外战争或者直接送到帝国大工地上当民工,由此造成“百姓困穷,财力俱竭,安居则不胜冻馁,死期交急,剽掠则犹得延生,于是始相聚为群盗”。也就是说,老百姓为了能够生存下去,很多人被逼沦为匪盗,冒着生命危险用非法手段来获取血酬以维系自己生存的底线。

民间沸腾如此,那些稍稍有点民本思想的帝王,应该会有所警醒。他们往往会通过调整政治策略,来达到休养生息的目的,为紧绷的帝国神经做暂时性的舒缓。可是对于自视甚高、一心只想着早日成就圣王霸业的杨广来说,不但没有丝毫的收敛迹象,反而更加变本加厉。其实他并不是要存心折腾天下百姓,在他的利益计算里,那些挣扎于底层的百姓的生与死与他的千秋大业放在一起称量,根本算不了什么,不过是有血有肉的服劳役的工具和服兵役的兵器而已。

老百姓挣扎于死亡线上,各地的局势已呈烈火烹油之势,揭竿而起者比比皆是。可是杨广依旧沉迷于自己的英雄大梦中无法清醒过来。叛乱,在杨广看来,那不过是疏通民怨的一条管道,成不了气候的叛乱,根

本经不起帝国军队的轻轻弹压。

君臣之间无信任,官员之间非友即敌

小民不足畏,那些寄生于权力机器的官僚才是最难伺候的人。

杨广生性自负而多疑,尤其对于朝廷里那些和自己政见不统一的人更是倍加警惕。他曾经对大臣虞世基说:“我性不喜人谏,若位望通显而谏以求名,弥所不耐。至于卑贱之士,虽少宽假,然卒不置之地上。汝其知之!”也就是说,我生性最讨厌别人进谏,如果你已经身居高位,居然还想着靠进谏这种方式来博取美名,我尤其容不下你,当场就会杀了你。如果你是一个卑微之士来向我谏言,我可能会稍微地宽待,但是终究不会让你长久地站在这个地面之上的,终究还是会杀了你。

尽管在此之前,隋炀帝已经本着千古不易的兔死狗烹的帝王法则,将所有能够收拾的政敌都诛除干净。可是随着东征高丽的一败再败,国内矛盾日趋紧张,权力结构内部本就不够稳定的利益链也呈现出松懈与断裂的迹象。

君臣之间无信任,官员之间非友即敌,谁又能挽帝国狂澜于既倒?

隋王朝在国内外形势的急剧恶化中,与即将崩溃的权力体系来了一个火星撞地球似的碰撞。在零星不断的骚乱和劫掠之后,不满于帝国权力倾轧的杨玄感起兵于河南北部的黎阳。此人是隋帝国的社会精英人物,并且与皇室有着远亲关系。其父杨素是隋朝的开国元勋,也是隋文帝杨坚最为信任的大臣之一。杨玄感官至礼部尚书,在杨广远征高丽之初,他在隋军的主要供应基地黎阳督运军需。

公元613年初期,在今天的山东地带连续爆发农民暴动。杨玄感利用朝野上下对高丽之役的普遍反对和对隋炀帝本人的极端

不满,纠集叛军向东都洛阳进发,并将其围困起来。杨玄感喊出“为天下解倒悬之急”的口号,极具吸引力,一时间从者如流,队伍迅速扩张。

这场叛乱来得快,去得也快,前后只延续了不足两个月时间就宣告失败。杨玄感也落得抄家灭族、身首异处的下场。火已经点燃干柴,想要自动熄灭已不可能。中华帝国烽烟四起,而权力系统内部和民间流传着各种未经证实的流言和带有目的性的谰语,成为泼洒于干柴上的助燃汽油。在隋文帝时期,已经被炒作过的“李氏当为天子”的神秘谰语再度甚嚣尘上。这条神秘谰语,令隋炀帝和他的权力拥趸者到了谈虎色变的地步,尤其是那些李姓中人,更是人人自危,当然这其中也包括李渊,一个站在帝国角落里沉默隐忍了半辈子的贵族官员。

隋炀帝大兴土木和对高丽的战争,将一个澎湃的帝国生生拖入死亡的泥沼。

各地叛乱风起云涌,大大小小的有上百只起义军投身于帝国利益重新分配的格局中。而这些起义军有一个共同的行动纲领,那就是以反对繁重徭役和兵役为号召。中国历史

几千年来,并无新事可言。新体制的萌芽往往是建立在反对繁重徭役的基础上,当新体制变为旧体制,繁重的徭役又会成为压弯旧体制的最后一根稻草。

山东地区的王薄起义军军歌《无向辽东浪死歌》里提出“譬如辽东死,斩头何作伤”。歌词一经唱出,“避征役者,多往归之”。也就是说,他们反对杨广到高丽去打仗,拿他们这些贫民当炮灰。

李密的瓦岗军在讨杨广的战斗檄文中,开列了杨广不死无以谢天下的诸多罪状,其中有“广立池台,多营宫观,金铺玉户,青琐丹墀”。为了满足自己奢靡的生活,杨广倾全国之力,耗天下之财。由此可见,在反隋的队伍里,为了逃避征役而投身反政府行列的,主要是那些挣扎于社会最底层的民众。《隋书》中记载:“彼山东之群盗,多出厮役之中,无尺土之资,十家之产,岂有陈涉亡秦之志,张角乱汉之谋哉!皆苦于上欲无厌,下不堪命,饥寒交切,救死萑蒲。”其实隋王朝的国库并不空虚,穷得连最基本的生存都无法维系的还是老百姓。

——摘自《人民论坛》





唐太宗治官理政的独到艺术

张耐冬



唐太宗一方面希望与大臣共治天下，一方面又对他们不放心。他是怎么从“钓鱼执法”到解开心结、下放权力的呢？

“一穷二白”的皇帝向大臣学习统治经验

唐太宗李世民在位前期，出现了政治清明、百姓安居的“贞观之治”，成为后世君王效仿的楷模。回顾“贞观之治”的建立过程，确立理性的执政原则，坚持以民为本，是最为关键的一步。而之所以能够确立这一原则，正与当时理顺君臣之间的关系有着非常密切的联系。

李世民长期在军事系统指挥作战，治国实践非常缺乏。再加上李渊家族世代以骑射为能事，使得李世民在治国才能上先天不足。即位之初的李世民，不知道如何处理国政。当时的唐朝江山，经过了隋朝末年的战乱，也是满目疮痍。一个在统治能力上“一穷二白”的皇帝，碰上一个“一穷二白”的国家，着实有些不知从何下手的感觉。因此，在刚刚即位做皇帝之时，李世民就忙着向有想法、有经验、有热情的官员们征求意见。

当时的一名地方官员张玄素，在隋朝时担任景城县户曹，深受百姓爱戴。户曹是当时的民事官员，不但要管理县内的户籍，而且要掌管记录田租收取、劳役征发标准

的计账，还要对境内的官道、馆驿等公共设施进行管理，其他的地方民事事务，包括民事诉讼、婚姻事务，都在其管理的范围之内。张玄素担任此职期间，百姓觉得他处事公道，可见他确实有管理具体事务的才能。李世民刚刚登基，就召见了，无疑是想从他那里学习如何进行统治的经验。

令李世民意外的是，张玄素虽然长期做基层工作，但思想并没有被琐碎事务所束缚，相反，他的思路非常开阔。他和李世民的这次会面，讲的都是宏观的问题，包括如何处理君民关系，如何处理君臣关系。

在张玄素看来，从古至今的亡国乱世，以隋朝为甚。他将隋朝亡国的原因归结为“其君自专，其法日乱”，即君主个人专权，独断独行，败坏了国家的法度，使统治失去了法令依据。基于此点，张玄素提出，合理的政治模式，应该是君主高高在上，不处理具体事务，而大臣应该辅佐皇帝，替皇帝分担治国重任，并帮助皇帝改正过失；皇帝在治国方面的责任，应该是选任贤臣处理政务，自己则“高居深视”，对臣下的工作进行最后也是最具权威的裁断，而这种裁断的方式，就是赏罚。在张玄素看来，实行这种统治办法，大臣们各司其职，皇帝对他们进行监督和评判，没有人敢违反国家的法度，秩序引导着人们，国家也会因此长治久安。

为了论证这种政治模式的合理性,张玄素还抛出一道计算题:一个皇帝一天处理十件事情,如果五件处理得当,五件处理得不好,那么处理得当的就会被人们称赞,处理不好的就会招致怨怒。更可怕的是,如果每天都有五件处理不当的事情,积年累月,就会造成政治上的巨大失误,由失误而导致的民间怨恨积聚到一定程度,就会亡国。

虽然张玄素要讲的是如何避免亡国,如何让统治长久的问题,但他所提倡的皇帝不干涉具体政务的处理,而将权力下放给大臣们的主张,却受到了李世民的格外重视。经过反复思考,李世民结合当时的政治制度,将这种治国主张与实践相结合。在一次与大臣萧瑀的谈话中,李世民正式提出这种主张的实践办法,即“以天下之广,四海之众,千端万绪,须合变通,皆委百司商量,宰相筹画,于事稳便,方可奏行”。

在李世民看来,国家政务由大臣代为处理,是不容置疑的,皇帝要对大臣们的处理结果进行了解,也是必须的。而大臣们要处理国事,就需要进行层次的划分和职权的明确,所谓“百司商量,宰相筹画”,就是在当时的尚书省六部体制下,具体的事务由具体的负责机构进行处理,提出处理意见,这就是“百司商量”;这些处理意见,有些是按照国家既有的法令规定作出的,那么按照法令办理即可,而对于法令没有具体规定的那些“千端万绪,须合变通”的事务,就由宰相集体会议——当时称为“政事堂”会议——对相关机构作出的处理意见进行讨论,达成共识之后再向皇帝进奏,由皇帝认可后执行,即所谓“于事稳便,方可奏行”。

这一整套的政务处理机制,是以当时的政治体制为基础制定的。而之所以制定这种由大臣处理事务的分工负责制,则是以君臣共治天下为出发点的。应该说,正是因为李世民认识到自己治国能力的不足,才让他重

新审视君臣关系,而在张玄素的启发之下,他接受了君臣共治、互信这一看法。共治与互信,是帝制时代的官僚体制下君臣关系的常态,李世民对这一基本关系予以认可,才让贞观时期的理性执政成为可能。

大臣一时糊涂收取贿赂, 责任应该在皇帝“钓鱼执法”

无独有偶,贞观前期,李世民在一次对中书、门下两省五品以上侍从官员的谈话中,再次申明了君臣共治的原则:

中书、门下,机要之司。擢才而居,委任实重。诏敕如有不稳便,皆须执论。比来惟觉阿旨顺情,唯唯苟过,遂无一言谏净者,岂是道理?若惟署诏敕、行文书而已,人谁不堪?何烦简择,以相委付?自今诏敕疑有不稳便,必须执言,无得妄有畏惧,知而寝默。

在当时,除了尚书省六部的行政体制之外,还设有门下省负责上下行文书的收发、签署与审核,以及中书省代皇帝起草诏令。而中书省和门下省由于在皇宫内都设有“内省”,所以和皇帝的关系较近。因此,李世民称这两省为“机要之司”,一是指他们与皇帝的亲近关系,二是指他们负责的事务十分重要。当时,门下省是所有行政文书传达的枢纽,也是对行政文书进行审核的关键部门,地位非常重要;而中书省代皇帝草拟诏令,是君主的喉舌,作用也举足轻重。李世民认为,两省的职责非常重要,所以都要选择贤能之士。如果国家的诏令有不当之处,就应该明确提出,进行改正。而他觉得如果诏令的起草与签发非常顺利,恐怕是官员们因为惧怕皇帝或为了互相回护,不对政策的过失提出劝谏。因此,他专门强调,两省官员应该对诏令中不合情理之处进行批评,不能知而不言,也不需因怀有畏惧之心而踌躇不前。

在以皇帝为核心的体制下,由皇帝亲自倡导一种政治风气,亲自宣传一种治国模

式,收效自然事半功倍。李世民以君臣共治为出发点,一再重申大臣对国事的处理权,提倡大臣对君主的过失进行批评指正,此举对理顺君臣关系、建立理性执政体制起到了很大的推进作用。

**当然,君臣共治、互信原则的确立,
也并非一帆风顺**

经过了隋末唐初的动荡,当时的政治风气颇为败坏,很多官员都以收取贿赂为常事。而李世民要与大臣共治天下,就必须有良好的政坛风气,但是当时的状况不能不让



他担忧。所以,他想出了一个“钓鱼执法”的策略,派人给官员们行贿,发现受贿者便要处死。民部尚书(后来改称“户部尚书”)裴矩则认为,这种君主用不良手段对大臣进行试探的行为本身就不道德,因此大臣一时糊涂收取贿赂,责任应该在君主“钓鱼执法”。

裴矩对李世民的批评,正抓住了他的要害。当时,李世民一方面希望与大臣共治天下,一方面又对大臣们不放心,因此才想出了“陷人于法”的点子。可是,裴矩看破了这一点,他一针见血地提出,君主要想大臣忠诚,就必须自己开诚布公,而不能私下搞小动作。李世民颇为震动,采纳了裴矩的建议。

不到一年,又有人向李世民提出,要除掉朝中的佞臣。李世民问此人究竟谁是朝中佞臣,此人建议李世民和大臣交谈时故意发脾气,凡是继续坚持己见的,都是忠直之臣;而看到君主动怒就畏惧顺从者,便是佞臣。听了这番话,李世民表示,君主与大臣应该以诚相待,而不能以权术驾驭大臣。如果用佯装发怒这样欺诈的方式来做试探,君主哪还有资格去指责大臣不忠直的行为?

短短一年的时间,李世民的认识就发生了180度的转变。一方面,是政治实践让他认识到君臣互信、共同治国的重要性;另一方面,也是以诚相见让他收获了大臣们知无不言、言无不尽的益处。

值得玩味的是,裴矩之前曾在隋朝为官,在隋炀帝时期,他还是一名“佞臣”。可以想见,如果李世民坚持用各种小动作试探大臣,裴矩或许会继续扮演“佞臣”的角色,而他之所以挺身而出制止李世民“陷人于法”的行为,正因为他认识到君臣互相欺瞒的恶果——他的前一位君主隋炀帝,就在众叛亲离之时死于臣下之手,天下也因此而陷于战火多年。当然,也可能是他看到李世民这位青年皇帝想要树立良好的政治风气,所以主动抛弃了“佞臣”的面具。

秦始皇对自己的行踪高度保密， 反而害了自己

自君主制政权出现后，君臣关系这一社会存在也就随之产生，并在不同政体下呈现出不同的特征，甚至影响着国家的政治制度。仅就中国而言，在分封体制下，更多体现的是君臣间的合作，各级领主作为其封君治理地方的代理人，同时参与封君主持的大型活动，比如祭祀、征伐与重要政治决策；进入帝制时代后，官僚制逐渐取代了贵族制，大臣们的政治自由度大大降低，在这样的情况下，“君臣”应该如何相处，就成为中国古代皇权政治下的一个重要命题。

在帝制初建的秦朝，皇帝以神秘主义武装自己，欲使大臣们无法获得皇帝的活动信息，并希望借此让臣下产生恐惧与崇敬之心。秦始皇对自己的行踪高度保密，甚至对有嫌疑泄漏自己看法的“中人”（宦官）尽行诛杀，体现了其对大臣的猜忌与防备。这种做法，也成为为他求仙药不成而产生异心的方士们批判他的理由。方士们认为，秦始皇将大小事务的裁决权尽归于己，而自丞相以下的各级官员只能按照其裁决的结果办事，这是其“贪于权势”、“刚愎自用”的表现。事实上，这种情况的出现，并非由秦始皇个人的性格所决定，而是帝制时代刚刚到来时，重新确立君臣关系这一历史背景下的产物。

此后不久，刚刚建立的西汉政权，一面试图恢复承袭了千年的分封体制，一面对诸侯、官僚进行防范。韩信等异姓王侯先后被铲除，宗室刘濞因封地过大而被猜疑，一代名相萧何靠自污求自保。这些事实，其实也是秦朝以来帝制环境下君臣关系紧张的延续。自帝制的大门向人间缓缓打开之时起，历代帝王、政客与学者就这一帝制时代命题都提出了自己的解决方案。仅就理论层面而言，战国末期的学者韩非创立“法、术、势”合一的政治学体系，成为秦始皇处理与臣下关系的重要参照；汉武帝时代，儒者董仲舒借解释《春秋》，将“君天子臣诸侯”的政治学体系与儒家经典结合起来，奠定了两汉时期经学的基础，也成为西汉时代重要的统治思想；而经学发展到东汉时期，又抽象出了“三纲六纪”之说，将家庭伦理与政治伦理合而为一。

理论方面的论证似乎已经充足，但可惜的是，在这些理论诞生后的每个时代，在实际的相处中，像唐朝那样君臣关系真正融洽的时期却不那么多。如何排除权力的控制欲对君臣关系的干扰，如何消除因政见不同而导致的君臣矛盾，如何使个人的性格与情绪不成为影响君臣相处的定时炸弹，才是真正需要实践者们去探索的。

——摘自《人民论坛》





古代对官员私生活的监管

王春南



各个朝代,都希望保持稳固、长久的统治,而不希望官员贪贿腐败,加剧跟民众的矛盾,自毁统治根基。为此,就要加强对官员的管理,包括对其私生活的监管。

喝公家的酒,喝出罪来

古代公家的酒,官员们不是想喝就能喝,想送人就能送人。

宋代王銍《燕翼诒谋录》一书记载了公酒私用犯罪的事例:宋初规定,州郡官库贮存的公酒,是专门用来馈送往来的官员与上任、罢任的官员,供他们换成银钱,充作旅费。官员们若要讲“睦邻之好”,拿公酒送给邻州邻郡的官员,邻州邻郡的官员回赠以公酒,都是可以的。但回赠的酒务必要交还国库。

宋朝治平元年(1064),凤翔府知府陈希亮就是在公酒问题上栽了大跟头。他向有关部门自首,承认曾私自喝掉了邻州馈赠的公酒。朝廷对其处理是贬为太常少卿。有个名叫祖无择的官员,因为私自将300小瓶公酒送给了亲戚,被免去直学士的职位,以“散官”(有官名而无固定职事的官员)安置。

到古玩铺坐坐,也属违法

官员不准去古玩铺,这是清朝对官员的禁止性规定。

原来对官员的形形色色贿赂中,有一种叫“雅贿”,即给官员送字画、古董等,既显得“高雅”,又便于官员接受,也不易被察觉、查处。为防范和杜绝“雅贿”,清朝禁止官员出入古玩铺。

清代刘声木《苕楚斋五笔》一书云:咸丰年间,有一个侍郎(“副部级”官员),偶尔至北京琉璃厂坐坐,即遭御史弹劾,丢了官职,赋闲在家。不仅如此,还被众人唾弃。

据此书说,光绪以后,情况大变。军机处官员、尚书、侍郎等人,不逛古玩店,而是“自开古玩铺、碑帖店,自题店招牌,公然出入其间”。向他们行贿的人,有的自称“门生”,孝敬他们银子称“太平钱”、“点心钱”。“廉耻道丧,实始于此”。

京官外放,赴任有规矩

京官改授地方官,怎么上任,也有统一规定。接到委任状后,不得在京逗留,不得借债置办衣物、娶妻买妾。赴任时,不许绕道回家。拖延过半月不向朝廷辞别出城者,送司法机关治罪,迟到一年以上到任者,革职为民。

明朝为何要如此规定呢?这是因为,明朝官员的俸禄,较之唐朝和宋朝,是很低的。而且官员上任和调动,路费要自己掏。下级官员,出不起路费的,不是少数。外放京官在京城拖延不走,并且置办衣物,甚至娶妻买妾,开销必定很大,势必举借高利贷。明朝的高利贷月息高达5分,即5%。官员上任时,债主跟着他到上任的地方,天天逼他还债。为还债,官员就要搜刮民财,就要贪赃枉法。所以,为了防止外放的官员贪腐,朝廷要作出以上禁止性规定。

——摘自《人民论坛》

冯骥才：一个民族不管有多少博大精深的文化，关键是你现在手里还剩下多少，你对自己的文化知道多少，还有你心怀多少文化的自尊与自豪？否则，辉煌的去与你的关系并不大。

——摘自《思想理论动态参阅》

朱清时：现在的大学都是以给学生输送知识为主。真正优秀的人，首先应该有想象力。有想象力，才会创新；其次应该有很强的洞察力，能够发现事物之间的规律；最后应该有很好的记忆力。

——摘自《思想理论动态参阅》

徐浩然：二十多岁的人拼的是能力和态度；三十多岁的人拼的是价值观。我的同龄人基本都是在各自行业有了十年经验，能力各有千秋，而高下之分首先体现在价值观上。少数人仍在追求理想并更加坚定，大多数人选择了使用投机或犬儒退缩。今天如果不选择理想，十年后如何面对中年危机呢？

——摘自《思想理论动态参阅》

王冉：社会把家长逼疯，家长把孩子带坏。我想说的是，不要以为高考是阶层转换的唯一通道，大学毕业找不到工作的遍地皆是；高考也不是全中国最公平的事，落后的制度产生不了公平。未来能够帮孩子的只有真正的教育。但教育不是学历，而是视野和心胸，是价值观，是关爱与分享的能力，是独立思考的习惯。

——摘自《思想理论动态参阅》

李嘉诚：你想过普通的生活，就会遇到普通的挫折。你想过上最好的生活，就一定会遇上最强的伤害。这世界很公平，你想要最好，就一定会给你最痛。能闯过去，你就是赢家，闯不过去，那就乖乖退回去做个普通人吧。所谓成功，并不是看你有多聪明，也不是要你出卖自己，而是看你能否笑着渡过难关。

——摘自《思想理论动态参阅》