

「徙木立信」与中央八项规定精神

□林建华

当前,全党正在开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育。早在2012年12月4日,习近平总书记主持召开中央政治局会议,审议通过的《十八届中央政治局关于改进工作作风、密切联系群众的八项规定》,就是新时代第一部重要党内法规。那时,距党的十八大闭幕刚刚20天。2023年1月9日,习近平总书记在二十届中央纪委二次全会上发表的重要讲话中指出,制定实施中央八项规定,是我们党在新时代的徙木立信之举,必须常抓不懈、久久为功,十年不够就二十年,二十年不够就三十年,直至真正化风成俗,以优良党风引领社风民风。

“徙木立信”,徙就是迁徙,信就是信用。司马迁在《史记·商君列传》中记载,战国时期商鞅推行变法,为了取信于民,在国都集市南门竖立起一根三丈高的木头,承诺会重赏将木头搬至集市北门的人。后来,有人将木头搬至北门,商鞅就立刻重赏了他。这则故事,原意是指通过实际行动来树立信誉,后来喻指说到做到、取信于人。

说到做到、念兹在兹。十多年来,中央八项规定的制定和实施,坚持不懈,毫不松劲,昭示了以习近平同志为核心的党中央“解决大党独有难题的清醒和坚定”,是对“一刻不停推进全面从严治党”“作风建设永远在路上”的宣告和践行。新时代的“徙木立信”之举,生动演绎了中国共产党作为执政党立党兴党强党的精彩故事。

中国共产党百余年的历史表明,一个政党建立不容易,一个政党不断发展壮大更不容易;一个政党取得政权不容易,一个政党实现长期执政更不容易。习近平总书记指出:“我们党长期执政,党员干部中容易出现承平日久、精神懈怠的心态。”如何改变这种心态?打铁必须自身硬。党的十八大之后,习近平总书记强调中央八项规定是“很重要的规矩”。中央八项规定短短六万字,涉及改进调查研究、精简会议活动、精简文件简报、规范出访活动、改进警卫工作、改进新闻报道、严格文稿发表、厉行勤俭节约等方面的明确要求。仅从内容来看,中央八项规定约束的都是小的具体事情,体现的则是大的战略思维,聚焦的问题涵盖党的作风建设的重大方面,从根本上关乎党的性质宗旨、初心使命,这就充分彰显了“小”和“大”的辩证法。

“天下之难持者莫如心,天下之易染者莫如欲。”没有规矩不成方圆。没有政治上的规矩不能成其为政党。讲规矩,是对党员、干部党性的重要考验,是对党员、干部对党忠诚度的重要检验。有了规矩,更重要的则在于践行。“善禁者,先禁其身而后人。”习近平总书记深刻指出:“党风廉政建设和反腐败斗争,要从领导干部做起,领导干部首先要从中央领导做起。”总书记身体力行、以上率下,在各地考察调研时,既有“多同群众座谈”的示范,也有“轻车简从”“厉行勤俭节约”的践诺,更有期盼老百姓“幸福生活更上一层楼”的美好愿望,以葆有人民情怀的政治本色模范践行着中央八项规定精神,以“言必信、行必果”的执政魄力和履职担当使“徙木立信”再次唤起人们心灵深处的记忆。

中央八项规定一子落地,作风建设满盘皆活。习近平总书记曾指出:“党的十八大之前,面对一个时期以来党内存在的突出问题,全党是忧心忡忡的,我是忧心忡忡的。”“党的十八大以来,我们直面党内存在的种种问题和弊端,从制定和执行中央八项规定破题,解决了新形势下作风建设抓什么、怎么抓的问题”,从而为开创党的作风建设新局面树立了方向标。中央八项规定坚持问题导向,贯穿“严”的精神,体现“实”的特点,聚焦改进“四风”,聚力党的作风建设常态化长效化机制。十余年过去了,习近平总书记总结道:“这些年,八项规定确实是推动了根本性的变化,风气为之一新,过去积重难返的现象大部分没有了。”从新时代的“徙木立信”到新征程的蔚然成风,我们感同身受。中央八项规定,已然成为党的作风建设长期有效的铁规矩、硬杠杠。

党中央将开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育确定为今年党建工作的重点任务。坚定正确方向,克服松劲歇脚、疲劳厌战的心态和情绪,涵养“一篙不可放缓”“一滴不可弃滞”的耐心和韧性,一体推进学查改,擦亮中央八项规定这张“金色名片”,就是以作风建设新成效保持党的先进性纯洁性,不断赢得人民群众信任拥护,从而为进一步全面深化改革、推进中国式现代化提供坚强有力的根本保障。

(作者为中国社会科学院中国现代化研究院党委书记、教授、博士生导师)

【

4月26日至27日,第八届“中国青年马克思主义大会”在兰州大学召开,近200篇青年学子论文入选大会论坛。

】

本报今日节选刊发其中三篇,一展青马学子风采。

用“创造与分享”打破“精致利己”

□李东坡 丁治昕

近年来有一个非常明显的现象,年轻人利用自己的所见所闻,在“小红书”“知乎”“百度贴吧”等社交平台自愿分享生活、学习、旅行、运动等各类经验和知识,他们并不会因其占用了空闲时间而烦恼,反而对于分享知识、交流经验等行为乐此不疲。知识分享在虚拟世界里如雨后春笋般涌现,让时间的共享成为一种独特的媒介景观。

“慷慨”心态正在成为青年主体情绪

数智化浪潮与知识经济同频共振,既深刻影响着青年群体的价值创造模式,又重塑着社会变迁中的总体心态。知识生产与赋能方式如今发生了深刻变化,知识即价值,但年轻人群体非但没有陷入知识利己主义,反而以更加开放包容的积极心态构建起知识共享的网络,一种与“精致利己”截然相反的“慷慨”心态俨然成了青年群体在认知盈余时代的总体情绪。青年群体的“慷慨”心态,来自内在道德驱动,社会认同需求及对自身价值实现追求,从而主动将拥有的知识、时间、情感、创意等,无偿且广泛地贡献于公共社会活动,展现出具有利他倾向的积极社会心态。

“慷慨”心态反映了青年在知识爆炸浪潮中的作为——以共享协作构建知识秩序,这不仅是在技术层面的资源共享,还是认知层面的信任重构,对抗数字化生存困境的必然抉择。

“没有慷慨就没有互联网。”生长于数智技术怀抱中的青年一代,完成了由资源占有者向价值传播者的蜕变,更善于将碎片化的闲暇时间转化为创造性的知识生产。例如,在等待排队的时间隙之中、在享受空闲的闲暇之余,青年并不会一味地消磨时间,而会用“种草”“避雷”等方式在网络平台分享着自己总结归纳的经验和知识,主动地创造价值。这种利用时间“边角料”创造价值的慷慨行为,使技术的可供性与青年慷慨心态的有机融合,不仅让知识分享在日常生活中具象化了,也让青年群体的“慷慨”情绪具象化了。

数智化技术日新月异,在知识共享领域,在豆瓣、知乎等平台上,青年们分享自己的专业知识与生活经验,构建起庞大的知识网络;在技能共享领域,年轻的开发者们开源代码,推动技术迭代革新,用专业技能推动建立新型的价值交换体系;在时间共享领域,青年群体利用业余时间参与公益项目,在线知识分享平台中展现出独特的创造力。青年群体在非物质生产领域表现出显著的共性特征,乐于分享知识的热情,推动不同领域的知识生产激发出蓬勃的创造力。

青年群体热衷知识分享,社会动机“一部分围绕着联系和成员,另一部分则围绕着分享和慷慨”,这本身就是一种身份再造,青年群体“得以用更慷慨、更公开、更社会化的方式来表现自

己”。从消费到生产价值,从被动接受到主动创造,从物质给予到知识共享,青年群体的慷慨行为正经历从物质层面到认知层面的跃迁。

青年群体在网络平台分享知识、技能和时间,从本质上讲,是对自身财富分享的过程,也是创造经济价值的过程,诠释着青年群体从物质到认知的慷慨升华,又蕴含着利他主义,构建一个更加开放、包容的知识社会,在复杂的网络社会让“我们”为“我们”创造机会。

“创造与分享”激发创造潜力

在这种“慷慨”情绪背后,是青年价值观的深刻转变,也是青年网络心态的时代缩影。他们不再将知识视为私有财产,而是将其视作可共享的公共资源。在自由时间共享的过程中,作为分享者的青年人得到了前所未有的精神满足,以知识的分享欲、广泛的求知欲、回馈的期待感以及参与的归属感等心态所构成的正向反馈,又进一步加深了这种知识分享的慷慨行为。

网络时代既为社交方式带来翻天覆地的变革,又为青年激发创造潜力、对外呈现自我提供了更多可能。青年群体在网络平台上的自我呈现带来更多自我满足感,因此更倾向于在虚拟世界中创造和分享知识、修饰和包装自我。这种看似主动的知识分享行为,实则暗含着当代青年锚定自我价值的心理补偿机制。

这是青年实现自我的欲望,使得“行为本身就成为一种回报”。

知识的生产与共享,正在成为青年自我展演的一种表达,通过“亲测”“严选”“种草”“拔草”“攻略”等篇幅不小、耗时非短的心血之作,为他人提供某种商品或服务的测评,通过精心编排的文字来展现更好的生活经验,通过“专业对口”的专业技能为旁人排忧解难,青年群体分享和展示自我的行为不仅满足了他们自我表达的需求,同时收获了外界的好评,更进一步说,也为知识直接变现提供了可能。

网络时代,知识分享平台的兴起既赋予青年以独特的技术优势,又为青年提供了展演自我的舞台,契合青年群体矛盾的心态特征,即追求个性化表达与难以摆脱外界认同之间的冲突心态。以双向交互替代单向传授、以即时互联替代时空界限,不仅为青年分享欲的释放提供了便捷条件,还为他们自我价值的实现搭建了互动空间。“知乎”“小红书”“豆瓣”等知识分享平台,以其无门槛、匿名性、交互性等特质,成为有意愿分享经验或知识的青年们大展拳脚的地方。意图分享知识、寻求认同、展现自我的青年们,在网络平台中化身答疑解惑的经验者,在收获认同感和成就感的过程中激发分享热情,也为这个知识共享的时代注入了源源活力。

(作者单位为兰州大学马克思主义学院)

要懂年轻人,需要懂情绪价值

□罗茂渝 万美容

近年来,“情绪价值”一词十分火热,2023年,2024连续两年成为各种评比中的霸榜热词。看看近些年走红的一些网络事件,比如特种兵式旅行、脱口秀爆火、谷子经济繁荣等,对“情绪价值”的追求是其中重要因素。

“情绪价值”往往是良好情绪的创造、不良情绪的抚慰、相似情绪的共鸣和不同情绪的凝聚。如今,随着经济发展、科技进步和物质繁荣,“情绪价值”的重要性愈发凸显。当代青年比任何一个时代都更渴望被需要、被认可和被理解。“情绪价值”看似网络现象,实则是年轻人的重要特征。从需求层次理论看,当基本物质需要得到较好满足时,人们将更倾向于向内寻求悦纳与价值实现,向外寻求归属与肯定,形成以感性需求为核心的取向。

青年是生机勃勃的,但也容易受到情绪的影响,深入剖析“情绪价值”的本质内涵及其在现实中的具体表征,对于理解青年精神生活模式,以更好方式方法对青年人进行适当引导具有重要意义。

“情绪价值”并不是简单的情绪化

将“情绪价值”作为整体概念看待,最早是在营销学领域。2001年,“情绪价值”概念被明确提出,在营销学中强调消费者通过购买和使用产品或服务所获得的愉悦、满意、自豪感等主观体验,突出其与机能价值的根本不同。

“情绪价值”中,“情绪”是心理学研究的重

要范畴,虽为极具主观性的个人体验,但外部环境仍然是重要的客观基础,这与“价值”概念不谋而合。“情绪价值”即情绪需求与外部供给正好符合,体现在青年人情感需求方面,与世界观、人生观、价值观及思想政治工作的亲和力、针对性都关系密切。

“情绪价值”不仅是一个理论概念,更是一种现实的社会现象。它既体现在消费领域中的情绪价值附加,也体现在人际关系中的情绪价值交互。

一是情绪价值消费。“情绪价值”最早在营销学领域的提出,表现为人与物之间的一种新联结。商品以情绪需求为导向,将青年看重的满足感、神秘感、陪伴感、仪式感等需求嵌入产品之中,从而完成对产品的情感附加和情绪营销,让商品最终的呈现,跟过去所谓“性价比”完全不同,完成了“商品的惊险的跳跃”。商品消费者则从自身情绪需求出发,心甘情愿地购买附加情绪价值的产品,虽然明知道有些产品的情绪价值已经超越了经济意义上的价值,但仍然期待从这种落差中获得积极情绪体验。例如,这些年大火的“焦绿香蕉”“动感光波”“放青松”等创意绿植成为焦虑出口,“陪爬泰山服务”等商品满足陪伴需求,盲盒周边则瞄准了青年对神秘感、未知性的追求,“好运喷雾”“爱因斯坦的脑子”等虚拟情感产品,捕捉到的是青年对积极心理暗示的需要,鲜花经济盛放,则突出了青年对仪式感的重视与偏好。

二是情绪价值交往。“情绪价值”的表征也体现在人际关系的新联结。青年对于情绪价值交往的关注,最初源于情侣关系探讨,强调对方是否能够给自己带来积极情绪反馈。而后,情绪价值交往讨论范围逐渐扩大,在亲情关系中,青年期待“不扫兴的父母”;在友情关系中,青年期待“不内耗的朋友”;在工作关系中,青年期待“靠谱的同事”;在恋爱关系中,青年期待“懂你的另一半”。在这个过程中,情绪价值交往也经历了从单向索取,到交互模式、自我提供、自给自足等多模式的转变。网络情感博主数量激增、大学婚恋课程座无虚席,在生活的细微变化之处,我们足以窥见青年群体对情绪价值交往的广泛讨论和普遍追求。

不懂情绪价值,难懂年轻人

情绪价值不是简单的情绪化,成为年轻人的普遍情感特征,要懂年轻人,要做青年思想工作,需要懂情绪价值。

情绪供给、情绪抚慰是使用情绪价值的重要方式之一。如今,青年生活境遇和心理状态与过去不同。一方面,孤独感增加,另一方面,现代性焦虑也在加深。对自我的存在意义与价值产生心理落差,因而焦虑成为现代青年的通病,没人敢慢下来,都怕错过了“上岸”的船。这使得个体产生即便身处人群中依然感到孤独,深陷“越努力越焦虑”,这也就凸显了情绪抚慰价值的重要性。只有感受到“有人懂”的真情实感,驱逐

个体孤独感,帮助青年摆脱焦虑情绪、缓解紧张状态,进而实现不良情绪的释放。

情绪共鸣是情绪价值中相当重要的一种。当前,青年的人际关系网络逐渐呈现结构化趋势,一方面根据社会关系、兴趣爱好、阶层、职业等因素主动结成群体,一方面又因为数字鸿沟、信息落差和知识分隔造成了网络上的隔阂。圈层内部,不但话语特点具有独特性,外人甚至听不懂,圈层间的壁垒加大了。许多有意义、有能量的话、观点,不是青年听不进去,而是这些话没有进入这些圈层当中。这时候,有着共同经历和感受的“共鸣”十分重要。只有带着共鸣特征的情绪在不同圈层间传播时,承载情绪共识的思想内容才能突破圈层壁垒,让青年人从被动接收者转变为主动参与者,增强代入感和参与感。

情绪凝聚是将相同或相似情绪分门别类汇聚起来,对不同种类情绪进行引导归正,形成正向情绪合力。如今,科学技术迭代加速,各种风险不断演化,各类需求复杂多样,对青年情绪有一定冲击。情绪凝聚既是做思想工作的重要命题,也对思想工作有更高期待。通过情绪激活与理性引导、情感共鸣与价值规约,让青年人在情感抚慰、情感共鸣之后得以情绪凝聚,昂扬热烈感情,同时保有价值理性,成为活泼有趣而又充满正能量的“新青年”。

(作者单位为华中师范大学马克思主义学院,华中师范大学思想政治教育研究所)

饭圈乱象的背后是爱的缺失

□吉婉玥

“饭圈”是指粉丝因为对偶像的喜爱而聚集形成的群体,在日常活动中产生群体行为特征,以群体的方式和偶像产生联系,表现为高度的集体性和有序性。

近年来,“饭圈”常常与“乱象”搭配,许多饭圈成员表现出不为外人所理解的疯狂情感和疯狂行为,而身在其中的粉丝,却不认为行为失范,反而引以为豪。饭圈乱象是一个复杂深刻的社会现象,这种现象背后存在一定程度的情感原因。

饭圈怎样来的

近二十年来,互联网呈现蓬勃发展状态,通过高速发展的互联网平台,粉丝能够更快捷更全面地获取偶像的最新资讯,打破了最初偶像和粉丝的遥远距离,在某种意义上实现了无限趋近“零距离”的亲密互动,依托于网络空间发展,流量产业已经相对成熟,从官方后援会、超话大咖再到普通粉丝,已经形成了完整的粉丝链条。

饭圈吸纳了各式各样的粉丝,具有共同兴趣和爱好的粉丝交往会更加密切,于是在饭圈内部形成了各种类型的粉丝团体,再由各自的粉丝属性划分成具有不同的粉丝类型,从而组成了一个完整、复杂、多样的饭圈群体。饭圈

的粉丝类型有很多,共同之处是都具有强烈的情感认同和归属感,通过喜欢同一个偶像明星而聚集,形成具备较高情感黏性和纪律性的社交圈,在社群中寻求认同感和归属感。

然而,这种认同感和归属感大多都寄托在偶像明星本身,在缺乏情感教育的情况下,容易导致粉丝盲目崇拜和过度依赖。为了拥护偶像明星,饭圈中的“大粉”会带头引导普通粉丝的行为,身处这种圈层群体的普通粉丝容易受到权威人物或大多数粉丝的影响,即所谓的“情感绑架”。长期处于饭圈这种“信息茧房”内,接收片面的观点和信念熏陶,也容易失去辩证看待事物的眼光和能力。

通过分析用户画像,饭圈粉丝年龄大多数集中在青少年,这一阶段的孩子情绪控制能力较弱,对自我价值感和情感需求的渴望则远远超出其他年龄段,希望从偶像和饭圈群体中汲取认同感和力量感。综合来看,青少年群体由于其生理和心理特点,在情绪控制能力方面有所欠缺,这恰好体现了情感教育的缺失问题,“饭圈文化”能够满足青少年群体情感上的一些需求,这也是“饭圈文化”呈现年轻化趋势的原因之一。

“饭圈”背后是爱的缺失

“饭圈”乱象,表面上看是爱过了度,其实

本质是爱的缺失,粉丝不懂什么是爱,更不懂如何控制这种以爱为名的情绪,映照的是情感中的补偿需求、归属需求、逃避需求。

比如,出于对社会名人、明星、楷模的仰慕,青少年往往把他们所具有的突出才能和所取得的成功事业作为自我“梦想”的参照,憧憬和向往未来事业的成就,以满足自身的情感需求和利益期待。这种补偿心理使得青少年群体通过加入“饭圈”等追星行为,获得心理层面的个人独立与发展。

比如,“饭圈”作为一种兴趣、观点相同或相近的粉丝聚集而成的群体,具备基本的社交氛围和社交关系网,青少年群体容易在“饭圈”中找到志同道合的社交对象,并在这种社会交往中收获安全感和满足感,满足同辈之间的归属需求。

再比如,青少年群体出于情感和压力的宣泄需要,又碍于现实因素的限制,往往会选择在“另一个圈子和世界”来表达自我,这也是逃避需求的体现。

父母和学校作为重要的教育主体,在人们成长过程中起着不可或缺的作用,承担着教育者和监管者的角色职能,应当说,情感教育缺失是“饭圈文化”情感乱象重要的深层原因之一。

有研究表明,子女对父母的信任程度与父母给予的情感理解程度成正比,父母给予的情

感理解程度较高,子女往往能够培养良好的情绪控制能力。青少年群体中,留守儿童或离异家庭子女比较容易出现父母情感教育缺失的情况,这类人群属于心理问题较频繁的群体。“饭圈”运行机制具有集体性质,恰好可以满足粉丝群体的归属需要,对于缺乏父母情感教育的部分青少年来说,“饭圈”能够使他们建立更加平等的人际关系,偶像的成功在一定程度上也能够满足心理映射和自我认同的需要。

学校教育对青少年情绪控制能力的培养也有重要影响。学校是育人的重要场所,如果学校教育过分关注学生成绩,忽视综合成长特别是心理成长,使教育目的发生了一定程度上的偏移。教学过程中情感教育的缺失,使课堂教学缺乏情感温度,忽视学生的心理和情感问题,使得青少年群体容易受到各类“亚文化”影响。

情感教育不是孤立的,家庭教育需要与学校教育相结合。家庭教育需要关注青少年情感需求、情感满足,学校教育则要从多方面满足青少年多维度成长需要。二者相互补充、相互配合,提高青少年对情绪的理解、表达和处理,优化情感教育效果。通过“爱的补位”,让青少年懂得什么是喜爱,如何去喜爱,怎样才能让“健康的喜爱”为自己的人生添彩。

(作者单位为江西财经大学马克思主义学院)