

深入学习习近平新时代中国特色社会主义思想

试析马克思主义与中华优秀传统文化的高度契合

□刁静洋

马克思主义中国化的“两个结合”，是指把马克思主义基本原理同中国具体实际、同中华优秀传统文化相结合。2023年6月2日，习近平总书记在文化传承发展座谈会上深刻阐述了“第二个结合”的重要论断，他指出：“‘结合’的前提是彼此契合。马克思主义和中华优秀传统文化来源不同，但彼此存在高度的契合性。”这一论断为全党提出了一个值得研究的理论命题——马克思主义为什么能与中华优秀传统文化高度契合？解答好这个问题，将有助于我们更加客观全面地认识中华文明的突出特性，增强文化自信与中华自信，在新的历史起点上继续推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明。笔者立足中华优秀传统文化的广阔视角，对马克思主义为什么能与中华优秀传统文化高度契合这一问题做一试析。

追求联合的中华大一统文化与马克思主义的最终目标高度契合

马克思主义的最终目标是一种联合体，即自由人的联合体、全世界无产者联合起来。从这一意义而言，马克思主义绝不主张不可调和的对抗与分化，而是追求联合。秦汉大一统，实质上就是中华文明内聚联合趋势在长期历史演变中逐步表现于政权组织方式的结果。中国封建历史中几无重大分裂，秦汉时期的疆域版图奠定了今天中国行政版图的核心基础。中国的立国体制就是联合，文化主流是向心凝聚，而不是向外征服。历朝历代的大一统内涵虽各有偏重，但政治联合、疆域统一的含义是明确而稳固的。当然，这并不意味着中国的封建王朝历史中没有战争，但中华文明的突出优越性则恰恰在于，战争的最终结果不是一种文化否定或压制另一种文化，而是形成了更大范围的融合。例如，魏晋时期中原地区战乱不休，大批儒家学者迁徙至河西走廊，促成儒家文化与西域文化的融合，为隋唐政治制度的变革奠定了基础。无论出发点如何，最终的确促进了中华文明始终保持凝聚。

注重开放的传统制度文化与马克思主义的共享理念高度契合

恩格斯曾指出：“一个社会的一切成员，都应当有平等的政治地位和社会地位……所有人共同享受大家创造出来的福利。”共享发展是马克思主义发展观的本质。未来社会发展的成果由人民共享，这就要求无论经济权利还是政治权利都不应固化于某一阶级手中，应当随历史

演进而逐步走向开放。科举制的创立则极具代表性地体现了中国传统政治文化的开放精神。秦汉时期，出于奖励安抚王室成员或功臣之需要，官吏选拔主要依靠推选，此时的政权并不能算开放，后来甚至逐渐形成东晋时期的门阀政治，阶级开始固化。为打破这种固化，中国封建王朝的统治者勇于革新、敢于开放，创设科举制——不需要地方长官察举，也不需要中央九品中正评定，上到豪门贵族，下至寒士平民，均可自主报名参加考试，考中则进仕，考不中还可再考。科举制使得中国的政治之门从封闭走向开放，也铺就了中华优秀传统文化注重开放的底色。当然，随着科举制的长期存在，中国知识分子集中到政治一途，压抑工商资本，使得明末清初时的中国落后于世界，也是一个不争的事实，让那一代中国知识分子大叹中国表面上技不如人，实质上却是制不如人。然而，这种事实恰好说明，中华优秀传统文化只是与马克思主义有着高度契合的体现，并非马克思主义本身。所以，当我们意识到“制不如人”的时候，就需要用先进的马克思主义理论来改变我们自己。正如习近平总书记所指出的那样，“第二个结合”的结果是互相成就，造就了一个有机统一的新文化生命体，让马克思主义成为中国的，中华优秀传统文化成为现代的。

朴素模糊的社会阶级意识与马克思主义的社会构想高度契合

马克思主义的核心组成部分是阶级理论，对生产资料的占有是划分阶级的物质基础，即经济地位决定阶级地位，对未来社会的构想之一是消除这种阶级差别。中国社会长期形成的独特的阶级意识则与马克思主义的这种构想殊途同归。中国古代社会绝非没有阶级，只是这

种阶级划分更表现出一种中华文明的朴素特质——阶级地位与经济地位的关联被潜意识模糊，阶级地位绝大多数时候锚定于官位，而官位很大程度上取决于学识水平。从汉朝到明朝，因选官制度逐渐定于科举，平民也有进仕机会，因而在普通百姓心中，除天子外，中国政权不在贵族、不在军人、更不在资产阶级，而在于知识分子。“万般皆下品，惟有读书高”，中华文明所形成的建立在知识资料基础上的阶级意识，不仅贯穿于历史，直到今天依然具有深刻影响。时至今日，不管我们如何评述中华文明的独特阶级意识，但不可否认的是，它以一种独特的角度实现了与马克思主义的契合，因此，当主张消除阶级差别的马克思主义来到中国之后，便拥有了得天独厚的文化土壤。

超脱宗教的社会价值体系与马克思主义的唯物史观高度契合

马克思主义是无神论，主张人民群众创造了历史，这是超脱出西方社会长期以来神凌驾于人的宗教价值体系的唯物史观。中华优秀传统文化重视以人为本，始终没有形成宗教主导的社会价值体系，与马克思主义高度契合。中华文明之所以形成超脱于宗教的特质，主要原因在于两个方面。一是自上古时期，中华内生文化便没有产生一神崇拜，盘古、女娲、伏羲、神农等神明多元共生，各有千秋，因此也就没有形成宗教神权统治。二是中华文明具有早熟特质，当外来宗教侵入时，中华文明已经有了较高的水准和稳固的社会认同，能够抗拒外来的宗教挑战。例如，普遍认为佛教进入中国时已经是西汉末期，此时儒家思想早已成为封建王朝的独尊之学，并在此后牢牢占据中国的主流意识形态地位，从未有动摇。儒学思想肯定人的现实价值，孔子曰“仁”，孟子曰“善”，追求人成为道德之人，以成就天下之和谐。因此，中华传统文化从根本而言，就具备了超脱宗教而追求以人为本的价值高度。这是西方社会哪怕经历文艺复兴、启蒙运动以及宗教改革而至今无法完全达到的程度。发现人的价值，承认人的价值，最终实现每个人自由而全面的发展，成为了马克思主义与中华传统文化的共同追求，也就成为马克思主义进入中国生根开花的最主要文化底色。

(作者单位：中共烟台市委党校)

坚持高站位 立足大格局

推动国有企业党建工作与生产经营深度融合

□柏川



坚持党的领导，加强党的建设，是国有企业的“根”和“魂”，只有围绕企业改革发展、生产经营抓党建强组织、抓基层打基础，才能为做强做大做优国有企业提供坚强的政治和组织保证。但是，由于党建工作与生产经营天然的差异性以及主观认知高度与广度的不足，“为党建而党建”“上热中温下冷”“两层皮”等问题依然阻碍着国有企业党建工作与生产经营深度融合。唯有以高站位、大格局谋篇布局，坚持把国有企业党建工作与生产经营工作同谋划、同部署、同推进、同考核，不断提升企业党组织政治功能和组织功能的制度化、规范化、常态化，才能保证二者在融合发展中相互促进，才能实现高质量党建引领企业高质量发展。

坚持高站位谋划，在区别中实现统一

国有企业党建工作与生产经营在工作目的、工作内容、工作对象、工作特点上有着天然的区别。从工作目的和内容来看，党建工作主要围绕加强党的领导，开展政治工作、思想工作、组织工作、反腐倡廉、统战工作；生产经营则紧紧围绕市场需求，开展管理优化革新、工艺技术创新、产能效率提升等工作，目的是不断提高产品质量、生产效率、经营收益。从工作对象和手段来看，党建工作的对象归根结底是人的思想，主要靠教育引导；生产经营的主要是做“物”的工作，主要依靠科学管理、技术创新。从工作特点来看，党建工作成果实现的周期长，效果相对隐性；而生产经营工作效果实现周期相对短，效果往往立竿见影。正是由于两者的显著区

别，导致在一些地方一些单位只见对立，不见统一，重业务轻党建，党建工作“虚化”“弱化”“淡化”。可是，国有企业作为中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础，是党执政兴国的重要支柱和依靠力量，肩负着党在经济领域执政的使命责任。在实现党的政治目的、践行为人民服务的宗旨、推进中华民族伟大复兴的历史使命的思想站位上，国有企业党建工作与生产经营是同向同行、方向一致的。因此，国有企业统筹谋划党建工作与生产经营时，必须以更高的站位，从“中国共产党是什么？要干什么？”“国有企业是什么？要干什么？”这个根本问题出发，在两者的区别中看到联系，充分认识两者本质上的有机统一，以系统思维通盘考虑各方面情况，一体推进、两者兼顾，围绕生产经营开展党建工作，通过党建工作引领和推动生产经营，实现两者同向聚合、深度融合。比如，面对企业发展中的急难险重任务、技术创新突破项目，要充分发挥党员站出来、冲得上去的先锋模范作用，推动生产经营更好发展。再比如，面对生产经营中容易出现廉政风险点，要充分利用党建工作在思想作风建设、反腐倡廉上的重要功能，帮助关键岗位上的关键党员干部筑牢不敢腐、不能腐、不想腐的“防护墙”。

坚持大格局统筹，推动全方位深度融合

坚持党对国有企业的领导不动摇，坚持把国有企业搞好，把国有企业做强做大做优不动摇，关键在构建上下协同、发挥有力的“大格局”党建体系，充分发挥国有企业党的领导的最大优势，推动党建工作与生产经营在公司治理、工作部署、队伍建设、考核评价、企业文化、廉政建设等六条有效路径全方位深度融合。公司治理方面，要充分发挥党组织的政治核心作用，就必须把党组织建设和现代化企业制度改革结合起来，把党的领导嵌入到公司治理体系当中，旗帜鲜明地把党建要求写入公司章程，确立党组织在公司治

理中的法定地位，各职能部门和基层单位的负责人与党组织书记原则上实行“一肩挑”。不断优化领导决策机制，将党委前置研究作为董事会、经理层重大问题的决策程序，在事关企业发展中的“三重一大”问题上，党委的意见在企业治理主体中得到尊重和实现。工作部署方面，要使党建工作和业务工作的各项举措相互配合、在实施中相互促进，围绕中心抓党建、抓好党建促业务。促进党建工作机制更加精准对接业务发展所需，做到业务工作开展到哪里，党建工作就延伸到哪里、基层党组织的战斗堡垒作用就发挥到哪里。把党的领导融入生产经营全过程，推动党建工作和生产经营深度融合，抓在平常、融入日常。队伍建设方面，要坚持好党管干部、党管人才原则，落实国企好干部标准，深入实施人才强企战略，把生产经营骨干培养成党员、把党员培养成生产经营骨干，在领导干部提拔时，要把党组织书记作为重点对象，建设一支适应形势所需、政治素质高、专业能力强、年龄结构合理的干部队伍和人才队伍。考核评价方面，要建立党建工作与生产经营联动考核机制，一体化考核体系，把生产经营实绩作为党建工作的主要考核指标，以企业的改革发展成果检验党组织的工作和战斗力。企业文化方面，要用党的先进文化引领企业文化，把党的崇高理想、使命愿景融入企业的文化价值理念当中，用党的最新理论成果武装头脑、凝聚力量、汇聚人心，培育企业上下树立共同的奋斗目标、价值追求，勇担国家使命和企业责任，为企业改革发展营造良好的内部环境和氛围，形成企业发展的核心软实力。廉政建设方面，把党的政治纪律和政治规矩挺在前面，督促各级党组织主要负责人切实担负起管党治党政治责任，深化落实“两个责任”，用好监督执纪“四种形态”，教育引导党员干部坚守廉洁底线，自觉践行群众路线，从严落实八项规定精神，坚决反对“四风”，倡导勤俭节约，建立起风清气正的企业生态。

(作者单位：中共烟台市委党校)

答好党性教育“高分卷”

□孙睿权



党校是党员干部教育的主阵地、党的理论研究的主阵地。将主题教育的成效、习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观、方法论讲清、讲透，发挥好“为育才、为党献策”的独特功能性作用，必须要练好四种功。一是练好“勤”功。作为党的政策理论研究工作，党校教师必须要以勤学善思、凝心铸魂，滋养坚如磐石的“元气”。宋代思想家朱熹在《朱子语类》曾说过：“知之愈深，信之愈坚，行之愈笃。”开展主题教育、学懂讲清习近平新时代中国特色社会主义思想，党校教师必须先学一步，学深一层，要采取“读、思、践、悟、行、走、访、看、研”等多种方式开展研训，通过原本本学、深入交流学、理论联系实际学，在干训工作中，让每位领导干部读真理之味、品信仰之根、悟实干之行；只有在整体把握、融会贯通中优先做好深化、内化、转化的“勤”功夫，才能真正做到学思用贯通、知信行统一，既要讲“理”更要谈“情”，既要把握政策理论变成“炉火夜话”，更要用“蓬蓬话语”道“党言党语”、将“理论术语”转为“百姓言语”。

马克思主义中国化时代化的历史。100多年的峥嵘岁月充分证明，党性是播撒在党员干部群众心底的一粒种子，唯有“中气十足”，方能生根发芽、强筋壮骨、开枝散叶。“勿以恶小而为之，勿以善小而不为。”作为党校老师，要聚焦党性教育的核心内涵，把握主题教育的重要契机，切实把马克思主义基本原理、中华优秀传统文化深学、细学、笃行。灵活掌握21世纪中国化时代化的马克思主义，才能自觉掌控党性修养的“总开关”，提高党性拒腐的“免疫力”。要以辩证唯物主义的方法论和历史唯物主义的立场牢牢把握主要矛盾、自我矛盾这个度，时刻自我警醒、自我纯洁、自我净化、自我提升，把“为育才、为党献策”的初心使命作为根本的政治担当。

脱理论的枯燥乏味性，只有真正站在人民的立场上，自觉问计于民、问需于民，最终才能做到跟不同层级的党员干部干部同频共振。牢固树立“情为民所系、利为民所谋、权为民所用”的宗旨意识，全力练就读原著、悟思想、讲真理的真本事，真正让党员干部真切感受到群众的难心事、烦心事、揪心事、操心事，自觉做到“坚持人民至上”的执政为民情怀。四是练好“实”功，以真抓实干再建新功。新征程上，作为青年教师应当涵养同心同向的士气，答出继续砥砺奋进、行稳致远的“满分卷”。“大鹏之功，非一羽之轻也；骐骥之行，非一足之力也。”推动党性教育走深走实，必须自身首先鼓足士气，强化作风锤炼，吹响学习贯彻的“冲锋号”。道虽迩，不行不至；事虽小，不为不成。应当摒弃躺平、摆烂的歪风邪气，坚持正确目标导向，始终胸怀“国之大者”，把本职岗位当作检验能力和作风的试金石、练兵场，主动到乡村振兴、改革发展、基层治理的主战场、最前线，强党性、经风雨、见世面，在开拓人生、奉献社会的进程中书写无愧于历史的壮丽篇章，推动党和人民事业不断从胜利走向胜利。

(作者单位：中共烟台市委党校)

随着互联网时代的发展，舆论场上的传播主体、传播方式、传播渠道早已发生了巨大的变化，近年来有关高校网络舆情的事件呈加剧趋势，舆情的爆发力和影响力不断增强。高校网络舆情逐渐成为大学生意见、情绪、诉求的现实反映。高校网络舆情不宜“捂”不宜“堵”，只能“控”和“疏”。因此，要从实际干预的角度入手，以高校网络舆情的演变机制与规律为依据，探析符合时代发展和现实情况的舆情引导和管理。

探析融媒体时代高校网络舆情引导策略

识变 应变 求变

□杨帆 富欣

从技术到技能 队伍建设为网络舆情脱敏

互联网已成为舆情事件演变升级的主阵地，复杂多变的网络环境为舆情传播增添了许多不可控因素。目前，市场上涌现出的集监测、预警、追踪、收藏、报告于一体的智能舆情监测系统，能够提供更加高效便捷、合规安全的数字交易服务，似乎成为了网络舆情监测工作的最优选择。但在实际操作中，容易被忽略的是网络舆情的根源终究源于现实，作用于现实。智能舆情监测系统仅在抓取信息这一项功能，在不同舆情视阈下，话语所处的情境、包含的语义都有明显的差别，“大把握”很难做到“精准抓”，很容易造成误判。由此可见，“人工+智能”相结合的智能舆情监测模式在应对高校网络舆情的前期工作中具有很强的必要性与针对性。

除了“人工研判”功能之外，舆论引导和管理工作也无法从技术中完全解放出来，必须线上线下统筹起来，以线下迅速反应、正面回应、及时解决为题，助推线上舆情引导。因此，想要实现高校网络舆情工作的上通下联，更需要建立起一支素质高、业务精、技能强的舆情联络队伍，确保统筹协调、舆情信息畅通，重大舆情信息及时互通共享；挖掘和培养一批在高校网络舆情工作中潜在能力突出、有较高支持率的学生干部，学识渊博深受尊敬和爱戴的任课教师等在不同领域拥有话语权的意见领袖，以期在网络舆情引导中起到“劝服”作用。

从内容到途径 制度管理把关传播安全

网络舆情，尤其是突发网络舆情出现时，高校应该具备包括预判、监测、研判、引导、处置在内的完备的制度，确保对高效有力。然而，如何从一开始就不让它错？库尔特·卢因提出了“把关人”理论，强调了信息把关的重要性。以往，日报、周报、周刊、月刊等载体的传播途径相对固定，导致传播的时间和场域都有一定的限制，舆情事件一旦发生，这种限制给予了一定的容错空间，如今，自媒体上的网络表达方式和传播途径，大有超过传播内容本身之势，“媒介即讯息”的意义得以体现。各类新媒体的套嵌式传播形式、移动场景的各类应用场域、人人都有麦克风的传播机制，都使网络舆情涉事主体在错误中学习的空间越来越小，代价越来越大。因此，高校应该与时俱进，提高包括传播内容、传播途径在内的整个传播过程管理的制度化水平，不断提升治理水平，营造风清气正的网络空间。

从转移到解构 议程设置适应时代变化

议程设置理论最初由李普曼提出，后来由麦库姆斯和肖提出。议程设置理论着眼于信息传播的第一阶段，即媒体不仅通过议题层次影响人的认知，还通过议题属性影响人的认知态度。谈及高校网络舆情工作，高校设置议程的目的多数为简单地转移受众关注，完成对某一突发网络舆情事件的短期引导与处置。在新媒体情境下，只有学会分解矛盾，提取有效信息，在学习先进经验的基础上以自有经验对事实再次进行建构，以理性视角还原事实，才能不断推进高校甚至整个舆论场的正向价值引导，让受众打破思维定势，以创造性思维看待非理性的声音。在此基础上，议程设置的过程中必须主动出击，迅速反应，接近受众。主动出击，提高敏锐性和鉴别能力，利用微信公众号、视频号、微博、抖音等官方融媒体矩阵，进行话题引导，主动占领宣传阵地。当我们所处的群体中出现“不和谐音调”出现后，在积极地表明自己立场的同时，应发动群体内部更多的成员主动做出表率。高校必须结合新技术手段，做好对网络舆情“易爆点”的归纳和分析，与政府力量、社会力量联动，迅速做出反应，用去个性化的思维精选角度，合理引导，不给网络舆情的快速传播和反复发酵留空间。

从观点到情绪 意见领袖发挥劝服作用

《弱传播》一书中提出，现实世界与舆论世界在情与理的坐标体系互为逆世界：网民往往会同情冲突中相对弱势的一方，生活中的强者往往是舆论中的弱者。弱传播的理念主张，受众的情绪状态会对整个传播链与传播氛围产生作用，进而影响到舆情的演变态势。因此，在高校网络舆情的引导和处置过程中，必须把握节奏，顺势而为。以事实而非观点为依据诚恳回应，更能赢得受众的理解和支持，可在一定程度上化解网络舆情的标签化现象给舆情工作带来的难度，降低网络舆情反复发酵的风险。在一场网络舆情事件的演变过程中，极易出现群体极化现象，非理性声音的出现在所难免，但并非不可逆。费斯廷格的认知失调理论指出，当个体的立场态度与公众不一致时，个体采取某些行动以减少这种差异。在实际案例中也不难发现，无论是现实强网络舆情，还是网络强现实弱舆情，无论在现实还是网络情境下，群体归属和孤立恐惧使得负面情绪在得到发泄后，会随着时间的推移变得越来越“突出”，从而引起发声者心理上的波动，此时，基于弱传播观点，不仅要发挥“意见领袖”传播观点的作用，“情绪引导”也成为了网络舆情引导和管理中的又一思路。“情绪引导”不仅要积极的言论、正面的行动潜移默化地感染，还应做到适度劝服、主动接纳，以平复宣泄者的负面情绪，以科学有效的方法引导舆情态势始终处于可控范围内。

(作者单位：烟台理工学院)

征稿启事

本报现阶段征集优秀理论文章，要求标题突出简洁、内容突出宏观理论、结构完整。投稿邮箱：lifeng17@126.com