

光耀背后的砥砺前行

■ 秦溢苑

习近平总书记在庆祝改革开放40周年大会上的重要讲话中提出:要“努力创造光耀时代,光耀世界的中华文化”。简短的嘱咐蕴含着深刻的要求和期望。

中华文化是上下五千年的不断求索,是政治制度的始终创新和变革,是无数思想家文学家不灭的精神火光,也是普通人的柴米油盐,日升月落。对于这片既目睹过万国来朝、四海升平的繁华盛世,又经历过血火淬炼、满目疮痍的软弱乱世的神州大地来说,发生于其上的每一分每一秒都是文化的积淀;对于我们来说,拥有如此厚重而宝贵的历史,是一种幸运,也是一种责任。

在笔者看来,“光耀”二字,应有两层内涵。“光”可理解为“发光”,“耀”则是“照耀、闪耀”。总书记在这两个字中,对我们提出了不同高度的两份要求:只有先自体发光,然后才能照耀别人——既要光耀时代,又要光耀世界。

如何做到自体发光?

中华文化在时间长河中孕育的丰富资源是我们的底气。从春秋战国的百家争鸣,代表着各阶层利益的思想家纷纷著书立说,对天命论、认识论、伦理观念、政治措施展开大讨论,其间脱颖而出的儒、道、墨、法、名等家学说无不熠熠闪光;汉代立“五经博士”,儒学成为官方思想,在漫长的

发展过程中,儒家吸收了道法思想,成为一种新的思想资源;南北朝时期,佛教传入,玄学兴盛,这种融合了儒道佛三教思想的新学说为中国文化发展开启了新篇章,各思想学说的融合更加深切,中华文化的独特之处渐渐生根发芽;隋唐文化的“大有胡气”不必赘述,此时的中华文化吸收了少数民族粗犷豪放之风,大开民族融合之门,中华民族的各个分支像被看不见的手引领着,归于这个文化大家庭;宋明儒学又产生新的发展,理学成为官方哲学,这一“新儒学”集前代文化发展之大成,文化心理归于内敛精致,中华文化的基础定式在这一时代定型并发展;清代“开眼看世界”的文人学者开始吸纳外域菁华,随着西方坚船利炮而来的是与我们的文化方向截然不同的思潮,这强有力的冲击使中华文化的发展变道,在世界潮流的胁迫下滚滚向前;近代马克思主义的传入,是中国文化发展史上的重要转折点,在世界思潮的冲击下跌跌撞撞的中华文化终于摸清了眼前的道路,义无反顾地选择了马克思主义,在长时间的实践和摸索中,马克思主义在中国生根发芽,与中国国情相接,发展成为了自己的文化形态。不管是在自主发展的阶段,还是在半被迫的选择中,中国文化始终没有丢掉自身的特色。先秦以来便形成的“自强不息、厚德载物”的文化心理,小农经济社会提供的顽强力量,使得中华文化具有无与伦比的绵延性和坚韧性。这就是中华文化

的闪光之处,对于现代哲学社会科学工作者来说,这就是我们的工作自体发光的由来。只要在推动文化发展的过程中牢牢记足于中国传统文化,不丢弃吸收外来营养的优良传统,永葆中国特色的民族精神与文化发展特征,中华文化就能继续发光发热。

如何做到照耀别人?

中国传统社会中所欣赏的理想人格是“执两用中,端方温润”的君子人格,其中最重要的就是所谓的“中庸”之道,当代文化工作者不管是有意或无意,都在成长过程、学习过程中受到过传统中庸之道的影响,温和、退让、内敛而默默无闻,并不是这样发展有何不妥,只是在笔者看来,中华文化要做到照耀别人,还需要一点点锐意和竞争意识。中华文化的发展大方向,需要拥有更多的激情和碰撞,不断进取的精神。就历史学来看,近代中国史学起步较晚,在世界范围内的地位并不算高。在前赴后继的无数代史学工作者的努力下,中国史学发展已经初步建构起自己的体系和发展路径,但是薄弱的环节依然薄弱,在世界史学理论的领域里毫无竞争力,世界史领域也还没有掌握自己的特色,暂未建立属于自己的世界史研究。作为一名初踏此间的年轻人,若能保持年轻人的热情和冲劲,以此为中华文化的新发展做出一点点贡献,以此为基石去磨炼自己的专业精神,中华文化的光芒照耀别人的未来

也是可期的。

笔者在阅读金雁女士的《倒转红轮》一书时对一句话印象深刻:“知识分子现在和过去的责任是:认识、领悟、反抗,保持自己的精神上的独立,永远不说假话。”为了创造光耀时代,光耀世界的中国文化,我所能做出的努力便是保持对自己学科的热爱,保持谦逊和敬畏,保持求知欲和好奇心,不奢求能有伟大的成就,只希望为学界的风清气正、学科的向前发展出一份力;若我未来的人生轨迹偏离自己的设想,我也将保持自己在中华文化中汲取到的丰富养分,不做有损学风之事,永远是中华优秀文化的奉行者与维护者。

当中华文化的光已经能照耀别人的时候,“光耀时代”和“光耀世界”就不是遥远的呼喊,而是每一名哲学社会科学工作者发自内心的期待。每个时代的文人志士都有治国平天下的壮志,这一时代也不例外。我相信每一位矢志成为文化工作者的人,都怀抱着面对时间和空间发声的高尚梦想,每一位案牍劳形、殚精竭虑的学人都渴望自己的成果造福这一代、下一代,造福全中国、全人类。总书记的嘱咐和期待是一剂强心针,在这个中华文化发展最好的时代里,每一个人都应该把握时代脉搏,努力奋进,在光耀的背后砥砺前行,让中华文化泛起新时代、新征程的浪花。

(作者单位:四川省社科院)

嘀嗒安全事故 厘清责任别甩锅

■ 邓海建

1月29日,就“广州乘客搭乘嘀嗒顺风车被车主砍断手指”一事,嘀嗒出行发布声明称,严厉谴责涉事车主暴力行为,对乘客不幸遭遇深表关切,将妥善处理好后续事宜。声明中还称,涉事车主经过平台审核认证,接单前经过人脸识别,嘀嗒已永久封禁该司机账号。(1月30日中国新闻网)

在顺风车上线“君问归期未有期”的今天,坦白说,嘀嗒出事儿真是个“作死”的节奏。可是故事既然铺陈开来了,就不可能直接盖上“剧终”的印戳。本着“骂骂更健康”的原则,新一轮各怀鬼胎的舆论肯定会轮番登场,最核心的、最汹涌的,大概就是春运期间呼吁顺风车早日上线的民意,似乎被这一波“安全至上”的舆情强势围剿着。

这世间的事情永远是辩证而立的:有人坚持“我宁愿被性侵也不要顺风车下线”的疯狂,有人看到顺风车在路上就像看到洪水猛兽一样吓坏小心脏——真相果然如此吗?真相就是在传统出租车的犀利反扑中,顺风车被标签化“封印”在决策的结界里。

回到嘀嗒事件中来,有两个问题是显而易见的:第一,在滴滴顺风车一轮轮整改到骨头里的时候,嘀嗒对于前车之鉴的处理思路仍停留在“拉黑”的阶段?这个现实很穿越,更不“科学”。第二,顺风车安全整治是个全国性的命题,理论上说,应该“手心手背都是肉”。那么问题就来了,为什么滴滴顺风车被无限期下线,而嘀嗒或者哈罗等其他顺风车平台似乎在没有特别“安全神技”护体的前提下,可以逍遙而任性地接单呢?莫非它们在法外之地,又或者顺风车整治只是盯住“树大招风”的而已?

真正的问题其实并不在于滴滴还是嘀嗒谁来做顺风车,也不在于顺风车市场个案化的问题和症结。最核心的追问就两个:顺风车该不该上路?顺风车能不能管好?回答这两个问题也不难,摆事实好过讲道理。2019年的春运,呼吁顺风车重出江湖的声音如雷贯耳,至于媒体上《滴滴顺风车缺席春运 各种拼车群又火了》的讯息铺天盖地。挑刺与质疑之后——审慎回归,大概只剩挑个黄道吉日了。刚刚在广州召开的“顺风车价值探讨暨未来发展”研讨会上,有个共识较为清晰,“顺风车作为一个新生事物,按传统的事物来管理肯定不合适。具体到责任边界,司机、乘客、政府、平台等各方的责任需要理清楚”。换句话说,灭了顺风车不是个不道德的问题,而是悖逆经济社会滚滚大势;至于顺风车的安全责任,既要明确到各方的承载分量,也不能像个万能筐一样只是抛开平台处理。吃一堑长一智,不是“吃一堑”之后就自戕而亡。

嘀嗒顺风车事件是个警醒,该担责的不能甩锅,该受罚的不能卸责,这世上也没有犯错不道歉的所谓“真顺风车”。不过,倒也犯不着看谁的笑话,有车可乘、有路可走,让顺风车市场良性运转起来,那些安全有忧、技术寡淡的平台,自然会在乘客用脚投票的选择中被淘汰,而正态健康的顺风车市场秩序,自然亦会因市场的力量而重构起来。总之,嘀嗒出事,责任不能轻描淡写,而顺风车重出江湖,不能因此而停下历史的脚步。

戏画闲言

■ 吴之如 文/画

《法制日报》报道,国家中医药管理局召开会议,要求各级中医药主管部门要针对发布中医医疗广告、培训、保健服务及产品等问题开展全面排查和梳理,要会同相关部门对发现的违法违规行为从严从速处理,绝不允许任何机构、人员借中医药之名行违法违规之实,危害人民群众生命安全,损害中医药形象。

打着“中医药”的旗号,推销某些所谓“保健品”,高价牟利,坑害广大消费者尤其是老年消费者,这已成了一些不法商家大捞不义之财的惯用手法。相关管理部门终于不再沉默,要求对此类违法违规行为依法从严从速处理,当然是对人民负责的表



现,值得肯定。有道是:

保健品打中药旗,胡吹“疗效”最神奇;
谎言洗脑太拙劣,设局欺诈觅“商机”。

要大力倡导全民讲诚信、守规矩。经商者尤其必须以诚为本,万不可糊弄蒙骗消费者。保健品就是保健品,不是药品,没有什么“包治百病”的奇异“疗效”。对于众多普通消费者,有关部门应当运用各种方式,多多宣传科普知识,帮助他们认清某些社会现象,辨识商品的真伪,识破骗子的伎俩,防止上当受骗。人们的头脑清醒了,眼睛明亮了,骗子的市场就会越来越窄,社会也会越来越安宁。

打好制造业高质量发展“地基”

■ 陈涛

中央经济工作会议定调,今年要坚持推动高质量发展,坚持以供给侧结构性改革为主线。近期,各地认真贯彻落实中央经济工作会议工作部署,均将推动高质量发展,尤其是制造业高质量发展放在了更加重要的位置。推动制造业高质量发展,地方政策导向和扶持措施必不可少,各地因地制宜夯实基础性工作也不可缺席。因为基础性工作的成效很大程度上决定了地方制造业未来转型成败。

从制造大国到制造强国,关键是要推动制造业高质量发展。这些年来,围绕着制造业转型升级,各地既有成功经验,也有盲目建设、重复建设、低水平建设的沉重教训。在区域竞争层面,不顾地区实际和基础条件,盲目引入时髦的高端制造业,“雷声大、雨点小”,甚至还会造成资源浪费。在领域层面,过去个别行业重复建设,产能过剩,占用了信贷资金,增加了金融体系风

险。更有些行业看重概念和噱头,缺少具体转型升级路径,并没有多少实质内容。

这些问题的产生,都与制造业转型升级基础工作不牢有关。不难发现,但凡制造业转型升级顺利的地区,技术研发、要素流动、营商环境、市场规范等基础性工作做得都比较扎实。

推动制造业高质量发展要注重打好地基。基础不牢,地动山摇。制造业高质量发展所依赖的技术研发力量、要素配置、适宜的营商环境和规范有序的市场等,将最终决定制造业转型升级的高度和质量。技术研发能力不足,容易在关键元器件上受制于人;要素配置不畅或低效,势必增加生产与流通成本;营商环境建设滞后,不利于民间资本发展;市场竞争无序,将引发制造业产品供求错配。

因此,必须坚持供给侧结构性改革为主线,各地要结合地区制造业发展现状,因地制宜统筹规划,从技术研发能力培育、优化资源配置、营商环境建设、市场规范整治等四个纬度入手,打好制造业高质量发展的地基,建设能够推动实现我国制造业转型升级的重要支撑。

一是加强技术研发队伍系统培养。当前要重点建立人才激励的长效机制,既能吸引优秀人才,又能留得住,在基础科学研

究上有突破。还要提倡工匠精神,将其深入到产品制造全流程。

二是进一步优化资源要素配置。加快处置僵尸企业,释放可利用资源。以要素价格市场化改革为突破口,健全完善要素市场体系,引导资源优化配置。

三是加快推进营商环境建设。推动全国整体营商环境建设向国际先进标准看齐。及时总结各地在营商环境建设上的典型经验,研究在全国推行的可行性。探索推出适合我国国情的区域营商环境评价体系。

四是打造统一开放竞争有序市场。目前,妨碍统一市场和公平竞争的规定和做法在一些地区、领域和行业中仍然存在。各地要发挥市场在资源配置中的决定性作用,减少政府对市场的不合理行政干预,提高供给结构的适应性和灵活性,以此激发创新创业活力,强化经济增长内生动力。

当前全球高端制造业正转向数字和智能技术融合,我国必须尽快从中国制造升级为中国智造。这既是中国制造业发展的内在要求,也是制造业转型升级的目标。立足实际,夯实基础,营造环境,从点滴做起,积极探索数字和智能技术在传统制造业的科学应用,培育和发展以数字和智能技术为代表的新兴高端制造业,推动我国早日实现高质量发展目标。

“违章缴费扫码支付全覆盖”,便民服务走上快车道

■ 王恩亮

昨天,北京交管部门再推便民举措,正式开通了非现场处罚二维码扫码缴款渠道。今后,群众在本市各交通执法站处理交通违法后,不必再去银行窗口排队缴款,只需扫描《违法罚款缴款书》上的二维码通过微信、支付宝便可轻松完成缴纳。(1月31日《北京青年报》)

谈到便民服务,谁人都知,那是针对行政服务窗口而言的。近年来随着便民意识的强化、便民举措的推陈出新,各级行政服务窗口在提升工作效率、简化办事程序

方面卓有成效,甚至让“最多跑一次”成为竞相追逐的便民目标。

但是又必须看到,相较于这些,行政服务窗口在涉及缴费环节却显得滞后,极少有实现与扫码支付同步的。从而使得缴费群众虽“最多跑一次”行政服务窗口,却难逃排队缴费及去指定银行和网点缴费之苦。尤其像机动车违法缴费这等事,囿于有些服务站点还存在隔日办公,极易让前去处理违章者排成长龙。如果再考虑到缴费的不便捷,注定导致他们还要到指定银行和网点去排第二次队,个中不便民可想而知。

显而易见,北京交管部门从现场处罚

扫码支付,再到非现场处罚扫码支付,实现的不单单是一次跨越,更是无缝隙全覆盖。这就意味着在北京缴纳机动车违法罚款,就像到商场购物和市场买菜付费那么便捷。因此说来,反观其他地区在这方面的滞后,北京交管部门的率先补短板和实现全覆盖,无疑让这一便民服务走上快车道。这非但彰显他们在落实“放管服”上勇当潮头,更折射他们的便民意识不是挂在嘴上,而是落实在具体行动上。

其实,返回头来看扫码支付,之所以未在行政服务窗口应用,最大的问题不是存

公益与商业, 能否“携手言欢”

■ 吴迪

期待各界能以更开放的心态和理性的思考来审视公益事业与商业的合作:企业投资公益项目,在成就某些商业模式的同时,也促进着公益事业的革新;企业通过参与公益活动、分担社会责任来提升品牌价值,也体现了一个国家商业文明的进步。

据1月29日《新京报》报道,河南一景区自去年1月起,将300名失踪儿童信息印在10万张门票上销售。近日,一名被拐10年的女孩借此找到失散的亲人。此事迅速引发关注,也招来景区涉嫌炒作的批评。

现实中,公益活动一旦与商业行为挂钩,难免会引发争议。比如,一家中介公司曾表示,如果儿童走失,可以就近到该中介门店寻求帮助,被一些网友视为炒作;某矿泉水企业宣布,在一款水的外包装上印制失踪儿童信息,每销售一瓶水即向慈善机构捐赠3分钱,遭到的批判声也不小。同时,也有一些项目受到好评。如某公司的蚂蚁森林项目,以践行绿色出行用户的名义,由公司出资植树,绿化沙漠;某些社交软件在获得用户同意后开启寻人定位功能,增加失踪人员曝光率和被找到的可能性。

同样是企业发起的公益行为,遭到质疑的往往是有赚钱、谋利痕迹的,得到好评的则是那些看不出直接从公众身上赚钱的。这也引出一种讨论:公益与商业要想合作共赢,其合作的边界如何把握?

事实上,公益的长远发展往往离不开商业力量的支撑。公益行动总是有成本的,需要持续稳定的发展环境和土壤,这就离不开商业的支持。很多情况下,正是由于公益机构借助商业手段和市场的模式,才让公益活动传播得更广,让公益离广大百姓更近,让更多人受益。几年前,深圳的几名程序设计师开发了“儿童公益404”开源代码,只要有互联网平台植入这段开源代码,网民的页面出现404错误时,就会弹出公益广告位,显示一个失踪儿童的信息。据报道,一年多时间,成功帮助25名丢失的儿童回家。这给我们的启示在于,剔除狭义的“不求回报”“道德成就感”等思维,在公益领域给企业一些空间,让其找到感兴趣的有价值点,可以为各方带来实实在在的好处。

公益与商业是可以共赢的。公益机构和公益项目的优劣势在于拥有大量关注者和支持者,有较强的社会影响力,但本身不能带来盈利,需要获得各方的捐助;而企业的优势在于具备提供捐助财物的能力,而需求在于提升品牌知名度、美誉度,进而实现潜在消费群体的转化。这就为二者合作与互补提供了基础和可能。在把握好两者合作“分寸”的前提下,丰富公益的方式、运用商业的力量促进公益事业的发展是大有前途的。

回过头来看以往的相关争议,也带给我们一些思考。比如,企业发起的公益活动容易遭到质疑,是不是我们的思维和观念过于狭隘,简单地认定公益行为就只能奉献、不求回报?是不是以往一些企业借助公益的名义做了一些伤害公众情感的事,导致公众的多疑心态?还有,企业创新做公益,大多是踉踉跄跄的样子,是不是我们的慈善环境不大友好、有待改善?

不可否认,当前公益领域确实存在这样那样的问题和障碍。为公益项目多加一个支持的砝码,希望的天平就会向我们期盼的方向多倾斜一分。时下,寻亲、教育、环保、助老助残等诸多领域的公益事业,都需要开拓新的发展模式,需要更多“砝码”的助力。期待各界能以更开放的心态和理性的思考来审视公益事业与商业的合作:企业投资公益项目,在成就某些商业模式的同时,也促进着公益事业的革新;企业通过参与公益活动、分担社会责任来提升品牌价值,也体现了一个国家商业文明的进步。

这就需要我们各方合力营建起一个良好的公益生态,让公益事业在商业的助力下,更大程度上实现其初衷,让商业行为在公益活动中获得有形或无形的回报,激发更多企业加入其中,使公益的形态更加多元,让更多人从公益行动中受益。

服务意识。毕竟微信、支付宝在全社会都能实现无障碍支付,不可能单跟行政服务窗口过不去。尽管行政服务窗口缴费,可能会牵扯普通二维码要复杂的编程,但北京的经验在告诉,这断然不是啃不下的硬骨头。因此关键还在于有没有这方面的服务意识,正所谓只有想不到,没有做不到。鉴于这样的认识,在笔者看来,要想以北京这一举措为镜,要点不在于看他们怎么做到,而在于是什么让他们去做。由此可见,有了这一便民服务意识,无论哪个地区,也无论哪个行政服务窗口,都有可能在便民服务上祭出新举措,甚至实现弯道超车。