

习近平总书记强调的 关键词

习近平总书记强调的「传家宝」

□ 卜昭滔

传家宝是一个家庭中代代相传的珍贵物品。对我们党来说，传家宝不仅是有形的珍贵物品，更多的是无形而又宝贵的精神财富。这些精神财富是我们党在百年奋斗历程中所形成的精神品格、工作作风、成功经验等，是我们党始终保持先进性纯洁性，获得人民群众支持、不断从胜利走向胜利的传家宝。学习习近平总书记关于传家宝的重要论述，对我们在新时代把这些传家宝继承好、传承好、发扬好，从中为实现第二个百年奋斗目标汲取智慧和力量，具有重要指导意义。

2013年12月26日，习近平总书记在纪念毛泽东同志诞辰120周年座谈会上指出，群众路线是我们党的生命线和根本工作路线，是我们党永葆青春活力和战斗力的重要传家宝。人心向背关系党的生死存亡。坚持走群众路线是我们党的优良作风。党的十八大以来，我们党一以贯之地坚持践行群众路线，先后开展了党的群众路线教育实践活动、“三严三实”专题教育、“两学一做”学习教育、“不忘初心、牢记使命”主题教育、党史学习教育，就是为了更好地把群众立场、群众观点、群众路线落在解决与群众生活密切相关的衣食住行各个方面，让改革发展成果更多更公平惠及人民。为此，党员干部要面对面、心贴心、实打实做好群众工作，扎扎实实解决好群众最关心最直接最现实的利益问题、实际问题，不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。特别是年轻干部要提高群众工作能力，要心中有群众，认真落实党中央各项惠民政策，把小事当作大事来办，切实解决群众“急难愁盼”的问题。要注意宣传群众、教育群众，用群众喜闻乐见、易于接受的方法开展工作，提高群众思想觉悟。

2015年11月6日，习近平总书记在《海峡时报》和《联合早报》发表题为《承前启后 继往开来 共创中新关系美好未来》的署名文章，文中提出了发展中新关系的3点建议，第一点就是要继续做好顶层设计，要把战略规划和高层引领的中新关系“传家宝”继承下来。中新关系的“传家宝”就是保持高层密切交往势头，增强政治互信，加强战略沟通，坚持相互理解、彼此尊重，不断夯实两国关系政治基础。中新关系得到长足发展，得益于两国领导人始终从战略高度和长远角度看待和规划两国关系发展，这为中新关系始终走在发展快车道上提供了坚强保障。得益于双方紧扣中国发展的战略方向，契合新加坡的独特优势和发展需求，顺应中国和东盟国家关系发展的时代潮流，不断开拓务实、包容合作，精心打造合作旗舰项目，推动各领域务实合作全面开花。得益于双方以不断创新意识和开拓思维共谋合作，孵化出社会治理、食品安全等具有时代特点、符合两国发展战略需求的合作新领域，为中新关系发展提供了源源不断的动力。这三个“得益于”的核心就是战略规划和高层引领，也就是中新关系的“传家宝”。

2017年12月25日至26日，习近平总书记在中央政治局民主生活会上强调，调查研究是我们党的传家宝，是做好各项工作的基本功。重视调查研究是我们党的优良传统。调查研究的目的就是把事情的真相和全貌调查清楚，把握问题的本质和规律，形成解决问题的思路 and 对策。习近平总书记多次强调要用好调查研究，并积极推动全党大兴调查研究之风。他要求各级领导干部在调查研究工作中，一定要保持求真务实的作风，努力在求深、求实、求细、求准、求效上下功夫。不仅如此，习近平总书记还身体力行、亲力亲为做好调研工作，从提出重大战略、作出重大决策，到破解现实问题、推进具体工作，为全党重视调研、深入调研、善于调研树立了光辉典范。新时代，要继续调查研究这个传家宝，就要深入调研，扑下身子，接地气，拜人民为师，通过解剖麻雀，善于发现典型，真正把群众面临的问题发现出来，把群众的意见反映上来，把群众创造的经验总结出来。要经常调研，经常到群众中去，多倾听基层干部群众所想所急所盼，了解和掌握真实情况，不能一得自矜、以偏概全。只有使调查研究成为科学决策、推动工作的必经环节，才能有效增强工作的主动性、系统性和前瞻性。

2021年3月1日，习近平总书记在中央党校（国家行政学院）中青年干部培训班开班式上发表重要讲话指出，节俭朴素，力戒奢靡，是我们党的传家宝。艰苦奋斗、勤俭节约，不仅是我们党一路走来、发展壮大的重要保证，也是我们党继往开来、再创辉煌的重要保证。不论我们国家发展到什么水平，不论人民生活改善到什么地步，艰苦奋斗、勤俭节约的思想永远不能丢。因此，我们要大力弘扬中华民族勤俭节约的优秀传统，大力宣传节约光荣、浪费可耻的思想观念。通过加强党风廉政建设，对享乐主义、奢靡之风的隐形变异新动向时刻防范。党和政府带头过紧日子，目的是为老百姓过好日子。各级领导干部要以身作则、率先垂范，坚持勤俭办一切事业，坚决反对讲排场比阔气，坚决抵制享乐主义和奢靡之风。特别是年轻干部，要接过艰苦奋斗的接力棒，以一往无前的奋斗姿态和永不懈怠的精神状态，勇挑重担、苦干实干；要时刻警醒自己，培育积极健康的生活情趣，永葆共产党人清正廉洁的政治本色。

自我揭短也是自我革命

□ 谭用发



进。”

勇于自我揭短是我们共产党人的优秀品格，也是丰富自我革命的有效途径。1940年10月，黄桥保卫战取得胜利，粟裕在《黄桥战役总结》中，对战绩没有过多讲述，而是详细列举了我军的12个缺点，指出了作战中的一系列问题，对指挥上的不足提出了严肃批评。1950年底，在抗美援朝长津湖战役中，毛泽东、彭德怀等对第9兵团的作战给予了高度评价，但兵团司令员宋时轮却向中央呈上《第9兵团对东线作战的检讨》，对战役前前后后进行了认真反思总结。可以说，正是凭着这种勇于自我揭短、善于反思问题和总结经验教训的务实作风，我军当年在艰苦卓绝的条件下，一次次打败了看似不可战胜的强敌，创造了很多世界军事史上的奇迹。

战争年代如此，和平时时期亦是如此。有一个连续多年被评为基层先进单位的行政村，问其工作秘诀，村主任笑着说：“哪有什么秘诀，只是有一点，我们这些年一直在坚持，就是每年年底召开一次工作揭短会，先由村两委成员自我揭短，再请村民代表帮助揭短，然后，针对揭出的问题，拿出具体措施，一一进行改

勇于自我揭短，讲起来容易做起来难。鲁迅先生曾经说过：解剖别人是容易的，解剖自己却很难。勇于自我揭短，如果没有坚定的信念、宽广的胸怀，不能跨越怕出丑、怕丢面子的心理障碍，缺乏改进不足、修正错误的勇气和决心，是很难做得到、做得好的。

从实践看，勇于自我揭短，关键是要有坦荡无私、一心为民的情怀。现实中，少数地方和单位总结汇报工作，谈成绩多、谈不足少，不敢深入查摆自身问题。究其原因，主要还是政绩观错位，私心杂念在作祟。有的认为自我揭短是在“自我抹黑添乱”，有损集体形象和声誉。有的

觉得“短”揭多了，会失去在群众中的威信和领导的信任，不仅丢“面子”，还影响“位子”。显然，对党员干部来说，要想增强自我揭短的自觉和勇气，必须坚持以破除私心杂念、树立正确政绩观入手，看淡个人得失、看开功名利禄，始终把人民的利益放在心中最高位置。

勇于自我揭短，须把“补短”落到实处。自我揭短的目的是补短纠错、解决问题。如果光“揭”不“补”、“一揭了之”，问题并没得到解决，揭短便失去了意义。可见，自我揭短要以“补”过为心，以求过为急，以能改其过为善，以得闻其过为明”，坚持将改过补短作为出发点和落脚点，对揭示的问题真正做到标本

兼治，立行立改，并举一反三、形成长效。

勇于自我揭短，领导干部率先垂范十分重要。透过近些年召开的党员领导干部民主生活会可以看到，凡是取得明显成效的，都有一共同特点，就是主要领导同志能够带头亮出自己的缺点和不足，并进行深入剖析，诚恳拿出令人信服的改正措施。主要领导以身作则、率先垂范，其他同志就会放下包袱、消除顾虑，跟着认真进行自我检视剖析，查找和改进存在的不足。

习近平总书记十九届中央纪委六次全会上的重要讲话中强调：“必须坚决落实中央八项规定精神、以严明纪律整饬作风，丰富自我革命有效途径。”在新的历史征程中，面对复杂多变的风险挑战，更加需要我们在工作中多一些“揭短”式总结和剖析，经常检视自身、常思己过，不断拓展和丰富自我革命的途径，推动各项事业健康发展、行稳致远。



面向“数字新青年” 理论传播何以“破壁出圈”

□ 李 扬

新时代的理论传播必须面向青年、抓住广大青年，以思想含量赢得传播流量，以思想理论培育中国特色社会主义事业的可靠接班人。

把握当代青年人的文化生态特质，做与时和势相匹配的理论传播。近年来，依托于网络信息技术而快速发展的新媒体，不仅在传播理念、传播方式、传播内容上具有崭新的特征，在发展规模、传播功能等方面后来居上，直接对社会生活产生了广泛而深刻的影响。其中，在1990年代中叶至2010年前出生的“Z世代”，其信息获取、社交娱乐、社会认知及价值观构建等均高度依赖于互联网。网络和移动端成为年轻人获取资讯和接受教育的一个重要载体。由此衍生出一个不得不正视的事实——“数字新青年”的诸多特质，最鲜明的是圈层化。从网络受众的角度看，“圈层”指人们信息的接受、文娱产品的选择以及社交，在某一相对固定的群体范围内进行。青年文化圈层化，主要表现在根据人生经历、教育背景、兴趣爱好等多方面的共同取向与习惯，用户被划定为若干个群组；在这些具有独特自我标识的信息圈层里，完成对信息、知识、理论观点的获取，并由此形成对特定信源的偏好和依赖。特定文化圈层和交流群组一经形成，小众化、粉丝化甚至碎片化的传播形态就越来越日常。一方面，年轻人对“独特性”“个性化”的追求加固了圈层的壁垒，另一方面，各种移动端应用借助所谓“算法”精准推送，又进一步强化这一趋势。因为圈层化的作用而造成传播学上的“信息茧房”效应，这使得圈层内部与文化整体相隔膜，缺乏对社会整体的理解和认知，大众化理论传播于是遭遇到了接受障碍。这正是目前面向青年人的理论传播必须破解的最大现实难题。

数字化时代，青年文化的圈层化是社会发展的必然现象，我们要正视之，因势而谋、应势而动、顺势而为，更好地传播主流思想理论。

人在哪里，重点就应该在哪里。理论传播应该捕捉到这一敏锐的时代特征，构建对口青年人、富有亲和力的话语体系，积极运用“理论与舆论”共振力、“内容与形式”辩证法，增强理论传播的表现力、表达力，以时代性、交互性的传播态势实现“破壁出圈”，最大程度最大范围实现理论传播的覆盖面与到达率。

理论表达效果既“有意义”又“有意思”。传播技术的演进，在于传播过程中不是第二性的，而是第一性的，内容的生产方式应当适应传播的新业态。互联网引起的传播方式的巨变，传统的理论文章嫁接到互联网上，必须转换话语系统，加入视觉化、可感知的传播方式，这对于理论传播本身也是一个挑战。理论或许是灰色的、抽象的、不容易被人们接受的，在传播中就更需要和用户的日常生活、青年人集中关注的问题结合起来。要化理论为故事，用故事来讲理论，做好理论的生活化、接地气，融入青年生活圈、介入青年精神圈里进行观点传播。当前，基于漫画、动画、游戏等虚拟世界所形成的二次元文化在青年群体中广泛传播，已成为不可忽视的青年亚文化现象。对此，理论传播要接纳“二次元”要素，走进虚拟空间，思青年之所想，解青年之所惑，借青年之所爱通过抖音、短视频等可视化方式，让理论传播形式轻盈灵动，实现严肃与活泼兼具的思想升华。把“有意义”的理论表达得更“有意思”，让正能量更强劲、引导力更丰沛。

理论传播链条既“众筹化”又“交互化”。当代青年文化看似原子化生存，实质青年文化交流更讲平等、更讲互动。而网络传播本身也是一个注重平等传播的过程。越来越多的理论媒体已经意识到，理论传播必须转变姿态，决不能只是让用户被动地接受。面向青年的理论传播要注重自愿原则，让人们依兴趣而非因为某种利害关系去自发学

习。目前，从传播接受的角度来看，理论传播出现两个新的趋势，一是随着文化消费的增加，理论内容对于大多数青年来讲也成为了消费的对象，二是年轻人作为网络时代的“原住民”，开始对理论内容的生产与交流产生了更为主动的参与性。让年轻人讲给同龄人听，让年轻人在学与思中参与理论再传播，也让年轻人个体之间或群组之间进行理论层面的探讨与辩论，这也就是最符合青年文化规律和形态的理论“众筹”和理论“交互”。还要实事求是看到，青年自身的理论传播不一定浅，更不等于所谓“鸡汤”，社科知识、研究数据甚至理论概念都能够以社交化传播的方式呈现。以真正的“青年之音色”叙述理论与故事，有部讲述马克思生平思想的动画片《领风者》已经证明了年轻人自我参与理论传播的可行性、科学性和实效性。情节必须忠于史实，情境却不刻板，正如主创者所言，剧本的思想性高度凝练，动画细节的考据极其严谨，“马克思与恩格斯这对革命巨人的伟大友谊，二人主要通过信件交流，如何能让两个人说起话来？创作者在动漫中进行了合理的虚构性还原，有声有色、有味有料，赢得了年轻受众与青年马克思的共情。”鲁迅曾说过，“伟大也要有人懂”，“懂”就是最生动最有效的传播。社交媒体时代，青年的群体认同和价值共识容易被主观情感、个人价值观所裹挟。只有在“同质吸引”的影响下，青年群体才能更多地以兴趣、情感、文化等“趣缘”为纽带聚在一起，在理论众筹与交互中获得价值的认同、精神的满足与思想的慰藉。

理论爆款产品既“可遇”又“可求”。媒体界有一种较为流行的消极观点，认为现象级产品大都可遇不可求。实则每一爆款产品的产生皆非偶然，自有其不断创新的内生动力和产品逻辑。理论只有讲得彻底、讲得通俗，才能说服人。理论如果要实现最广泛的传播，必须尽可能地突出“适用”“管用”：一方面在文章编辑和视觉设计中要适应新兴媒体发展规律，另一方面在主题聚焦上注重小切口、注入小确幸、引入小看点，让年轻人像追剧一样“追理论”。让更多理论产品拥抱青年人、走进青年人、点燃青年人，当务之急是要培育一批受年轻人拥趸的理论“网红”、理论“大V”。善于借力一些名人、专家的博主和微信圈，在现有的“粉丝”存量上增加更多爱理论、学理论的“粉丝”。包括高校马院教师在内的马克思主义理论工作者应当责无旁贷地担当起理论传播的意见领袖之角色，敏于抓住网络环境中的热点、难点，用马克思主义的立场、观点和方法解读、分析热点事件，巧妙引领舆论，解答青年人关切的社会议题。作为马克思主义理论工作者应该关注时代叙事，在日常叙事中体现意识形态、与娴熟运用新技术手段的媒体工作者一道，做更优更好的学理、道理、哲理融为一体的思想供给品，带动圈层中的“后浪”们接受理论、热爱理论、服膺理论、践行理论，以过硬的理论素养提升工作能力和斗争本领。

（作者系江苏省社科院副院长、江苏省习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员）

理论传播征文选登