中国新闻出版广电报
2024年5月31日 星期五 责编:李子木 版式:王书亮 责校:吴琪

在探索人类文明新形态中确立文化领导权

□李婷 孙江

党的十八大以来，党中央高度重视文化领导权建设问题。在2023年6月2日召开的文化传承发展座谈会上，习近平总书记明确指出：守正，守的是马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度，守的是“两个结合”的根本要求，守的是中国共产党的文化领导权和中华民族的文化主体性。

所谓文化领导权，指的是领导主体以文化的真理性和先进性为前提，赢得全社会对其价值观念、领导地位内化于心的精神认同，是具有内生力、吸引力和感召力的软权力。在当代中国，文化领导权事关党的兴衰成败、国家长治久安、民族繁荣昌盛。

坚持党的文化领导权

就社会主义国家的国体而言，人民是国家权力的最终享有者，是历史的创造者，是国家的主体；中国共产党则是近代以来中国人民在斗争、失败、再斗争、再失败的长期努力中，在实践和理论的艰辛探索和全面觉醒中做出的自觉选择，代表中国人民和中华民族的根本利益。人民权力的实现表现为党的领导、依法治国和人民当家作主的有机统一，其中党的领导是人民当家作主和依法治国的根本保证。中国人民把“领导权”委托给了中国共产党，并支持其成为中国社会发展的政治核心和领导力量；中国共产党则带领中国人民书写了民族解放与伟大复兴的壮丽史诗。坚守中华民族及其文化的主体性，核心要义就是要坚守党的文化领导权。

新时代以来，习近平总书记创造性地提出坚持党的文化领导权，并将其提升到事关党和国家前途命运的历史新高度。共产党在今天所守之文化领导权，事实上是由以毛泽东为核心的党中央在延安时期确立的。正是在延安时期，共产党实现了对中国社会的文化领导权，迈出了统一国家意识形态最为紧要的一步。

所谓延安时期，是指从1935年至1948年间，中共中央在延安和陕北战斗和生活的时期，跨越了土地革命后期、抗日战争时期和解放战争前期三个历史阶段，前后经历13年时间，是中国共产党发展史上最为关键的时期。在这一时期，中国共产党独立自主地领导了中国革命和根据地的建设事业，形成了毛泽东思想，实现了马克思主义中国化的第一次飞跃；开创了党的建设之伟大工程，培育出伟大的延安精神，带领中国新民主主义革命走向胜利；进行了新民主主义政治、经济、文化和社会建设，创造了新民主主义文明体系，中国历史和革命的面貌由此焕然一新，中华文明的面貌也由此焕然一新。今日中国之文化格局脱胎于延安时期、文化生产范式与基本制度创立于延安时期，延安传统作为当代中国的文化“母题”，从深层上影响和范导着我们的思想理念、价值观念与民族愿景。也正是在延安时期，摸索出包括新闻宣传、文件学习、会议宣讲、群众活动、运动动员等方式在内的一整套文化普及办法，使马克思主义真正越过了精英范围、抵达普通民众，实现了马克思主义在中国的大众化。

以文化为国之命脉

面对世界局势的深刻变化，党的几代领导集体审时度势，勇于创新，实现了马克思主义中国化的三次飞跃，再次焕新了中国文化，也从根本上巩固和发展了共产党的文化领导权。在庆祝中国共产党成立100周年大会上，习近平总书记指出，“我们坚持和发展中国特色社会主义，推动物质文明、政治文明、精神文明、社会文明、生态文明协调发展，创造了中国式现代化新道路，创造了人类文明新形态。”百年来，中国共产党始终胸怀远大理想、心系人民幸福和民族复兴，不断把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合、同中华优秀传统文化相结合，积极学习借鉴一切人类文明先进成果，带领人民艰苦奋斗，成功走出了一条适合中国国情的中国式现代化道路，创造了人类文明新形态，构筑起中国精神、中国价值、中国力量，巩固全党全国各族人民团结奋斗的共同思想基础。

以中国共产党为核心领导的无产阶级政党对文化进行领导的过程，本质上就是社会先进生产力的代表以先进文化在精神层面团结群众、锻造群众，进而将此转化为强大的物质力量的过程。作为一个历史概念，先进文化在不同的社会历史条件下有着不同的涵义。对于中国这样的文明核心国家而言，一个基本的事实就是以文化为国之命脉，一个基本的规律是中国的每一次重大进步都是以文化的更新与进步为先导和前提。从五四新文化运动前期强调民主和科学的资产阶级文化，到大革命失败后期的马克思主义唯物论、十年内战时期的唯物辩证法，再到抗日战争和解放战争时期的马克思主义中国化，直至习近平新时代中国特色社会主义思想，不管是何种时期、何种先进文化，中国共产党人在思想文化斗争领域的成功之道都是能牢牢把握中国先进文化的前进方向、以先进文化来指引中国的前路和未来。

可以说，中国共产党始终秉持着中华民族文明的主体性与创造性，继承了中华民族“周虽旧邦，其命维新”的民族意志，不断辩证取舍、推陈出新，在其百年艰苦卓绝的探索实践中创造出了新民主主义和中国特色社会主义新文明形态，党对中国社会的文化领导地位的确立与建设路径，本身就是一条人类新文明的生成路径。正如英国政治哲学家柏克所说的那样，社会或者国家是成长出来的，是在成长的过程中形成自己独特的历史精神和传统。对于当代中国而言，党的领导地位、党的文化先锋身份，就是当代中国在百年苦苦挣扎与求索中形成的最为独特的传统，是历史的结论，是人民的选择。也正是在对文明新形态的创造中，中国共产党坚守了文化领导地位，并将带领中国人民，以自本自信的状态，走进光明的未来。

（作者单位：西北政法大学）

重大主题宣传的另一个视角

□赵鸿文

重大主题宣传是新闻媒体围绕党和国家当前的重大战略、重要会议、重点工作、重要活动进行的宣传活动，是媒体引领正确舆论导向、践行职责使命的重要途径。近年来，从脱贫攻坚、决胜全面小康、党史学习教育、庆祝中国共产党成立100周年到迎接宣传贯彻党的二十大、宣传新时代新征程新伟业，面对一个个重大主题宣传任务，广大主流媒体围绕中心工作，突出主题主线，积极策划，融合创新，充分展现了在重大主题宣传方面的引领力、策划力。

作为形势政策宣传教育的重要阵地，《时事报告》担负着向干部群众宣传党的路线方针政策、介绍国内外形势、解读改革发展热点难点的任务，做好重大主题宣传是我们义不容辞的责任。作为一本月刊，《时事报告》就如何做好重大主题宣传，履行好使命任务，展现出自己的宣传特色做了深入研究，确定了“以轻见重、以小见大”的思路，收到很好效果。

以小视角之“轻”反映大主题之“重”，增强重大主题宣传的权威性和感染力

2020年是全面建成小康社会目标实现之年，也是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。各大媒体纷纷开设《走向我们的小康生活》专栏，启动“决胜全面小康　决战脱贫攻坚”重大主题宣传。我们在做专题策划时讨论，编辑部采访力量有限，吃别人嚼过的馍又没有味道，怎样做出有特色的脱贫攻坚报道？编辑部研讨认为，习近平总书记曾指出，脱贫攻坚不仅要做得好，而且要讲得好。在脱贫攻坚的伟大实践中，广大宣传思想文化工作者深入基层一线，践行“四力”要求，挖掘脱贫攻坚生动故事，创作出一大批优秀文艺作品。我们何不从这些文艺作品入手，通过挖掘反映脱贫攻坚奔小康的文艺作品创作背后的故事，通过文艺作品创作者的“嘴”，讲出不同地方脱贫攻坚之难，讲出贫困地区今昔变化之大，讲出干部群众坚决打赢脱贫攻坚战的奋斗精神。就这样，我们确定了这样的宣传报道思路，开设了《讲好脱贫攻坚故事》专栏。

2018年，由贵州省遵义市委宣传部策划、导演焦波执导的全国首部反映易地扶贫搬迁的纪录电影《出山记》一经问世，便引起强烈反响。《讲好脱贫攻坚故事》专栏第一篇就瞄准了《出山记》。为什么选择在务川县石朝乡大漆村拍摄这样一部纪录片？怎样真实地记录当地脱贫攻坚历程？拍摄中有哪些故事？《出山记》创作团队的讲述，不仅让读者看到了一个村庄的变迁，更是了解了脱贫数字背后那些鲜活的人与事，看到了贫困大山里波澜壮阔的时代画面。这篇作品发表后，在读者中引起了热烈反响。很多读者说，这篇报道让他们不仅了解了《出山记》这部电影作品，更是了解了遵义是怎样啃下全面脱贫攻坚战的“硬骨头”的，理解了贵州乃至全国的脱贫攻坚到底有多难，各级党组织带领干部群众是如何攻坚的。

对《出山记》报道的成功，坚定了我们挖掘脱贫攻坚典型文艺作品背后故事的思路。之后，我们又选取了长篇报告文学《悬崖村》、纪录片《人生第一次》第七集《进城》、电视剧《一个都不能少》《枫叶红了》《温暖的味道》、长篇小说《战国红》、时代报告剧《脱贫先锋》等聚焦脱贫攻坚主题的文艺作品，深挖它们创作背后的故事，取得了不错的宣传效果。

讲好脱贫攻坚故事实践让我们认识到，挖掘报道文艺作品背后的故事可以作为时政期刊探索创新重大主题宣传的一个新视角。此后，我们继续坚持这样的策划思路。2021年，为庆祝中国共产党成立100周年，我们跟踪报道了电视剧《光荣与梦想》《觉醒年代》、长篇报告文学《革命者》、青年党员观察纪实节目《我们的新时代》、百集文献纪录片《山河岁月》、长篇小说《经山海》、电影《革命者》《我和我的父辈》、人文讲述类节目《致敬百年风华》、重大现实题材剧《功勋》、原创舞剧《永不消逝的电波》等。2022年，为迎接党的二十大胜利召开，我们选取了中英文双语纪录片《共同的追求——民主自由人权的身边故事》、电视剧《逐梦蓝天》《春风又绿江南岸》《幸福到万家》《我们这十年》、长篇报告文学《大桥》、大型文化节目《从延安出发》等进行报道。2023年，为讴歌新时代新征程新伟业，我们挑选了电视剧《县委大院》、报告文学《中国北斗》、纪录片《大国基石》《国道巡航》、长篇小说《北爱》等，深入报道作品创作的背后和现实中的变化。这些文艺作品，取得广泛社会影响并深受主管部门认可，在重大主题创作方面具有代表性、典型性。主创人员无论是自己执笔写作，还是接受采访讲述，权威性、准确性毋庸置疑，而且都讲出了背后鲜为人知的故事。文章有了大量新鲜材料，增强了报道的感染力，取得了良好的宣传效果。

以讲述取代论述，增强重大主题宣传的可读性和亲和力

报道文艺作品背后的故事这个新策划的文章，如何和别的栏目文章区分开来？我们一开始就明确文章风格，就是像专家做报告和老师说课那样，是“讲”出来的，不是“写”出来的，要把当时的创作是怎样考虑的，怎样一步步落实的，过程中遇到什么样的困难和什么样的事情，怎么解决的等讲述出来，把第一手素材还原出来呈现给读者。主题“顶天”，报道“立地”，沾泥土、带露珠、冒热气，让阅读变“悦读”。

比如中国作协原副主席何建明撰写的《“大桥”里的精气神》，讲的是连接香港、澳门和珠海的港珠澳大桥建设。这条世界最长的跨海大桥，是完全依靠中国人自己的能力建造的，被誉为世界新七大奇迹之一。何建明谈道，最初他觉得中国基建能力如今这么强，建一座大桥没有什么了不起，但到大桥建设工地看过后，他的想法改变了。文章中讲他第一次和大桥岛隧工程项目总经理、总工程师林鸣见面时的趣闻；讲他看到的施工现场情景，在工地上奋斗的建桥人的辛苦，工人“叠罗汉”排着队到工地上唯一一处有信号的集装箱顶给家人打电话；讲他进入建好了的海底岛隧内部，深深地被现场那种宏伟壮观的工程所吸引、所震撼，到此暗下决心，一定要写好《大桥》，写好伟大的中国建桥人；讲他在大桥通车后的第二年，和“落选”中国工程院院士的林鸣通电话，被他淡泊名利的精神和心系国家的胸怀所感动……抽丝剥茧，娓娓道来，一件件事，一个个场景，有如电影回放，呈现在读者面前。人物的气度、感情的温度、思想的深度、时代的高度，在作者平实的话语讲述中自然而然地出来了。一个引人入胜的故事胜过一打道理。读者跟随着作者的笔触，不仅看到了作者创作背后的故事，更是深深体会到了中国建设者的精神力量，被深深感染，被深深激励，达到了一般工程建设成就宣传文章达不到的宣传效果。

以融媒体之快弥补月刊之慢，增强重大主题宣传的时效性和吸引力

我们坚持“一菜多吃”，要求记者编辑在采访或约稿时，同时做好图片、视频拍摄相关工作，优先推出新媒体稿，相关稿件以图文、视频等新媒体方式在时事报告公众号、形势政策网、“学习强国”学习平台和读者群中及时推送，从而既扩展充实了文字报道，又弥补了纸刊出版周期长、版面有限等缺陷，更好地吸引了读者的注意力，提高了报道的影响力和传播效果。同时，我们在刊物文章中链接相关文艺作品的二维码，读者扫描即可观看相关作品视频介绍或者片花。

比如对电视剧《幸福到万家》的报道。我们把对《幸福到万家》制片人曹平、导演刘雪松和郑晓龙、演员赵丽颖等主创人员的采访，穿插一些剧照、取景地实景镜头，剪辑成一部5分钟的短视频作品，把剧照和创作照片与采访文字制作成微信作品，在相关平台推送。整个报道既有短视频、微信作品，还有刊物的深度采访文章，全媒效应凸显。生动鲜活的图片、视觉冲击力强的视频、话家常式的叙述风格，让报道传达了更多的信息和情感，引发了读者、网友的关注和共鸣。“幸福都是奋斗出来的”，读者反馈，通过这样的报道，更明白了《幸福到万家》主创团队的深意，了解了新时代农民的思想进步和乡村发展的历程。导演郑晓龙在接受采访时说：“经济社会发展到今天，我们不能认为进城才是农村人的唯一出路，而是要靠大家的共同奋斗，缩小城乡差距，在农村仍然可以大有作为。”有读者说，人生的目标不一定非得背井离乡在大城市实现，在农村一样可以生活幸福，这样的宣传报道“让我们看到了农村的美好前景和希望”。加强媒体融合，纸刊和新媒体相互配合、相得益彰，多形式、多渠道宣传报道，提升了《时事报告》重大主题宣传的时效性和吸引力，也提升了杂志社全媒体传播的效果。

做好重大主题宣传需要坚持守正创新。我们在坚持用传统栏目全面、系统地做好主题成就宣传同时，探索从反映重大主题的文艺作品入手，辅以新媒体融合报道方式，对其进行多角度、立体化的开发，深挖作品背后的故事，以小切口折射大主题，用一篇篇鲜活的、可读性强的报道，从一个侧面生动呈现出了时代脉动，让《时事报告》在重大主题宣传方面不仅“不缺席”，而且“不落伍”，有自己的特色，推动了主题宣传入脑入心，表达出自己的创新主张，为时政期刊做好重大主题宣传积累了有益的经验，提供了一些可供借鉴的思路与方法。

（作者单位：《时事报告》杂志社）

哲学社会科学期刊评价应处理好四个关系

□李小飞

哲学社会科学期刊是哲学社会科学成果的重要载体，哲学社会科学期刊评价是哲学社会科学成果评价体系的重要组成部分，历来是哲学社会科学发展研究的热点与难点。在新时代，如何更加科学合理、客观公正地开展期刊评价，更好服务中国特色哲学社会科学的加快构建，是值得深入研究的课题。

处理好不忘本来与吸收外来的关系

习近平总书记强调，对现代社会科学积累的有益知识体系，运用的模型推演、数量分析等有效手段，我们也可以用，而且应该好好用。需要注意的是，在采用这些知识和方法时不要忘了老祖宗，不要失去了科学判断力。解决中国的问题，提出解决人类问题的中国方案，要坚持中国人的世界观、方法论。如果不加分析把国外学术思想和学术方法奉为圭臬，一切以此为准绳，那就没有独创性可言了。需要承认的是，近现代科学知识体系起源于西方，对西方哲学社会科学的学习与引进在我国现代哲学社会科学学科体系的形成过程中占据重要地位，但西方哲学社会科学是围绕西方社会历史和现实问题而建立起来的，展示的也只是西方的思维方式、文化立场与价值理念，跟着西方亦步亦趋，不仅难以看清国情实际，也会逐渐丧失文化主体性。哲学社会科学要充分体现中国特色、中国风格、中国气派，世界观的问题尤为重要。世界观不可能是真空状态，这就需要去占领阵地、坚守阵地。需要在吸收外来中坚持马克思主义在哲学社会科学领域的指导地位，让马克思主义立场、观点、方法融于具体学科领域中，通过具体的学术观点表现出来，更好体现出中国人的世界观、方法论，只有这样，学术发展才更具生命力；需要警惕“价值中立”、以学术性淡化政治性等“去意识形态化”倾向，充分注意学术争论、价值偏好背后的主义之争，这些是哲学社会科学期刊评价应把握的导向要求。

处理好定性评价与定量评价的关系

以内容质量评价为中心，更加突出定性评价，这既是哲学社会科学期刊评价发展使然，也是中国特色哲学社会科学发展要求。

从期刊评价发展看，我国学术期刊评价始于20世纪70年代，最早主要采取专家同行评议的方式进行定性评价，90年代起，伴随我国期刊事业繁荣发展及学术成果数量持续激增，依托于文献计量学的定量评价逐步占据评价主导地位。与专家同行评议定性评价相比，以总被引频次、影响因子等指标开展量化评价，虽使繁杂的评价变得简便易行，且避免了专家人情化、门户之见等主观因素干扰，但其非议也不少。首先是评价结果公信度问题，文献计量方法得出的数据虽然与期刊内容质量有正相关性，但外在的量化数据只是学术质量的间接反映，影响因子高低不等于学术水平高低。影响因子高有可能是人为制造、跟风研究热点等原因所致，不一定是学术成果质量高，利益驱使下学术论文抄袭、期刊之间互引或引导作者自引等学术造假现象，也是常为人诟病的。影响因子低有可能是学术成果过于超前，也可能是该领域是小众群体，因为不同领域平均引文量有着几十倍的差异。更重要的是，影响因子无法鉴别不当引用和错误引用，无法甄别哲学社会科学的特色、风格、气派，特别是无法有效识别意识形态问题，这是应当重视的。从客观逻辑上看，哲学社会科学期刊评价也应突出定性评价，完全的定量评价并不适合。评价对象的可比性是评价的先决条件，但哲学社会科学期刊评价对象差异性显著。众多学科领域各有侧重，同一领域下学术风格流派、观点深度层次各不相同，叠加上期刊结构及风格特色等因素，如何进行分组分类评价本身就是难题，从可比较中突出中国特色、中国风格、中国气派的导向，更是一项复杂的系统工作与精神劳动。单纯的期刊定性评价都不易，无视差异性的“唯影响因子”评价显然是不尽合理的，现阶段还很难开发出深入到风格流派层面的科学定量评价方法。

处理好现有共识与学术创新的关系

创新是哲学社会科学发展的永恒主题，也是社会发展、实践深化、历史前进对哲学社会科学的必然要求。要推出具有独创性的研究成果，就要从我国实际出发，坚持实践的观点、历史的观点、辩证的观点、发展的观点，在实践中认识真理、检验真理、发展真理。从学术发展看，学术创新是在现有共识基础上的创新突破，有时包含对现有共识的否定或部分否定，但学术评价的标准尺度是建立在现有共识基础上的，创新成果一开始不被多数同行评价专家所认识、所肯定，不是个别现象。极端情况下，多数人赞同的理论、观点不一定正确，否则就不会有科学，也不需要科学，这就需要实践检验、时间沉淀。学问不是评出来的已是共识，有学者推崇哲学社会科学“效用评价”，即强调用一段时间、有限的实践、已有的历史事实来评价，更注重长时间、更多实践和事实的评价。这就是说，学术创新发展需要实践检验、时间积累、学术沉淀，这是有限时间内开展期刊评价应当注意的。

处理好标准化评价与个性化发展的关系

期刊评价是一个标准化的评价活动，基于现有共识凝练而成的统一标准是评价依据和引导被评价者的指挥棒，遇到的矛盾是评价对象的非标化，产生的不利影响是统一标准引导下的期刊同质化倾向。从论文形式的多样性、学术内容的交互性，到栏目塑造的特色化、办刊宗旨的个性化，都使得期刊的外在形式与内部结构各不相同，优秀的学术期刊必定个性十足，统一的标准虽使评价变得简便易行，但一刀切的评价也使期刊以统一“格式”被裁剪，自觉调整办刊理念和选稿倾向向标准对标看齐。当下反对“唯影响因子”，部分原因也在于过度追求标准化数据导致的负面影响，包括追风热点导致期刊选题雷同、学术内容同质化，从而变相抹杀了原有的期刊特色。加快构建具有中国特色、中国风格、中国气派的哲学社会科学，需要一批承载特色内容的个性化期刊，这也是标准化期刊评价应该注意的。

（作者单位：中央宣传部出版产品质量监督检测中心）

社址:北京朝阳区东四环南路55号　查询电话:(010)87622114　邮编:100122　开户银行:交通银行松榆里支行　账户名称:《中国新闻出版报》社有限责任公司　开户账号:110060900012015027658　经营许可证:京朝工商广字第8016号
发行单位:北京市报刊发行局　发行方式:邮发　国外总发行:北京399信箱　每周一、二、三、四、五出版　每份1.37元　录入组版:本报机房　印刷:经济日报印刷厂(北京市西城区白纸坊东街2号)