

在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下 新思想 | 新时代 | 新咸宁

讲好制度故事 坚定制度自信

○ 郑福汉

核心提要:党的十九届四中全会提出,要“加强制度理论研究和宣传教育,引导全党全社会充分认识中国特色社会主义制度的本质特征和优越性,坚定制度自信”。作为社科工作者,如何用群众喜闻乐见的方式宣传党的十九届四中全会精神,让大家更深刻地理解“中国之治”的“成功密码”、宏伟蓝图已成为我们又不容辞的重要职责。

党的十八大以来,习近平总书记反复强调要“讲好中国故事”。无论是治国理政,还是著书讲话,习近平总书记都善于用有血有肉的人物、形象生动的细节、深入浅出的表达,把中国故事讲述得激荡人心,把中国道路阐述得鲜活生动,为我们树立了典范。故事是浓缩的事实与思想,在阐明道理、表达思想方面具有独特的魅力与优势。“讲好故事,事半功倍。”用心用力讲好中国制度故事,对于深入宣传阐释中国特色社会主义制度和国家治理体系的本质特征、显著优势,坚定广大干部群众的制度自信意义重大。

讲好制度故事要“用心挖掘”

黑格尔说过:“熟知并非真知。”生活中大家耳熟能详的故事有许多,时尚流行的段子也不少,但这些故事未必能反映现实生活的本质和社会发展的规律。事实上,现实生活中的人,其个人的经历遭遇、发展轨迹与他所处的社会和社会的制度架构、运行方式息息相关。在这样的系统思维观照之下,什么是制度、制度有什么价值、什么是科学的制度,这些看似抽象的问题,其实是与每个人的切身利益、未来发展紧密相联的现实生活,只要我们用心挖掘,就可以找到关于中国制度的精彩故事。

一是用心发掘能感知制度“温度”的故事。中国制度所具有的显著优势及衍生的巨大魅力、威力在脱贫攻坚上得到了极其充分的体现。改革开放初期,总设计师邓小平就提出,让一部分人先富起来,先富带动后富,最终实现共同富裕。几十年来,中国人民一直为共同富裕的这

个宏伟目标努力奋斗。党的十八大以来,我国全面打响脱贫攻坚战,贫困人口由2012年的9899万人减少为1998年末的1660万人。这一史无前例、举世瞩目的扶贫工程背后有多少动人的故事,而这些故事可以让人真切感知中国特色社会主义制度暖心的温度。而类似这样的以小见大的故事,从民生改善到经济发展,从菜篮子、米袋子到车子、房子等领域与话题中都可以找到。

二是用心寻找适合切入制度主题角度的故事。“不识庐山真面目,只缘身在此山中”。看问题的角度不同,得出的结论往往大相径庭。一些我们已经习以为常的社会现象,其背后往往蕴藏着没有被深究细想的原因。前不久,一位定居美国多年的大学同学回国,她对于国内持续快速发展既震惊又困惑。其实,一些生活在国内的人,也未必能全面审视这样的变化与发展,得出正确的判断与结论。事实上,当你将一个国家的经济发展与其对应的治理方式、治理水平联系起来观察,你就不难发现:当前西方面临的危机不仅仅是发展的危机,更是治理能力和治理体系的危机。而现实中这样的案例与故事其实比比皆是。用这样的眼光与视角来看待形形色色的社会事件,分析起伏跌宕的人生故事,其实不难找到那些有关中国制度的精彩故事。

讲好制度故事要“用心谋划”

讲故事,实质上是一种传播方式。是否能达到好的传播效果,做到适时、适度、适度非常关键。宣传党的十九届四中全会精神,作为社科工作者、理论宣讲者,应练就驾驭故事的能力水平,既通过故事及时准确向群众传达党的声音和全会精神,又要揭示经济社会发展丰硕成果背后的内在逻辑,在讲故事中体现准确性、权威性与时效性、趣味性的统一。

一是故事素材要适时。一个故事能否获得最好的宣传效果,关键在于对故事的运用是否合时、合机,也就是说故事内容是否鲜活,是否符合当前宣传形势和

社会现实的需要。如果阐释中国制度优势的故事都是老数据、老事例,就很可能给人老生常谈、照本宣科的感觉。宣讲者应该不断从现实生活、新闻报道中寻找最鲜活最及时的故事,趁热打铁唤起听众的新鲜感和好奇心,引导大家用辩证的思维、发展的眼光、全面的视角,更加深刻地理解党的十九届四中全会精神,坚定制度自信,齐心协力创造美好未来。

二是故事内容要适景。“到什么山唱什么歌”,理论宣传宣讲是一个互动的传播过程,必须注重传播对象与传播场景的差异。如果在讲中国制度故事的过程中不能随场适景,那就不能达到预期的传播目的与效果。因此,讲好中国制度故事,必须立足于听故事的人的生活,着眼于口中的故事与眼前的听众受众之间的关联,用听众受众喜闻乐见的语言和方式来讲故事,把中国制度及其理论实践蕴涵的道理通过故事化的情节表现出来,做到以小见大、深入浅出、入脑入心。

三是故事阐释要适度。讲好中国制度故事,趣味性不是目的。把握好中国制度故事阐释挖掘的“度”,关键是讲述者心中要有一本“谱”。讲述者要坚持正确政治方向与舆论导向,坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,坚持以中国特色社会主义伟大实践为依据,高扬主旋律,传播正能量。有了这本“谱”,讲述中国制度故事就能把握好“度”,就能不偏不倚、不跑题,真正讲出紧扣时代脉搏、触动群众心灵的好故事。

讲好制度故事要“用心表达”

讲好制度故事,故事内容与表达方式一样重要。

表达的语言要生动。语言某种意义上是心灵与心灵之间的桥梁与纽带,如果使用得当,它可以产生强烈的共鸣,但如果表述不当,则会阻碍人们之间的理解与沟通。讲述中国制度故事,不能满足于简单复述中国制度的理论表述,而是要寻找到深入浅出生动贴切的朴素表达。而这往往是打通理论与群众之间最后一句话的关键所在。前不久,在播放的一个综艺节目《演员请就位》中,演员杨迪说出了自己的一个苦恼:在节目中他要演一个傻子,编剧给他讲戏,让他将角色理

解为一个“图穷”,找到“愚人的加冕”的感受。杨迪怎么也理解不了这是什么意思,而著名导演李少红说戏时对杨迪是这样说的:戏里你是一个20多岁的小伙子,但智力只有5、6岁,你找到这个感觉就行了。杨迪一下听明白了。可见,通俗易懂、准确生动的表达是多么重要。

表达的情感要真挚。亚里士多德曾说:“我们无法通过智力去影响别人,而情感却能做到这一点。”讲好制度故事,讲述者情感的真挚是一个非常重要的因素。试想一个好的故事,如果讲述者没有发自内心的表达热忱,没有充分调动听众的情感,讲故事时也讲稿子一样平淡乏味,那怎么可能打动人心、吸引人?此外,真挚的情感其实是传达表达者内心的信念感。欲人勿疑,必先自信。如果讲述者没有高度的自信,没有充分的准备,没有坚定的信念,讲述的中国制度故事的效果也必然大打折扣。

表达的逻辑要严密。事实证明,用讲故事、举事例、摆事实的方式凝聚共识、解惑释疑,是一种很好的理论宣讲方法。如何让讲述的制度故事不仅听起来生动有趣,还经得起琢磨推敲,需要讲述者有严密的逻辑思维,不仅善于用入耳入心的方式摆事实讲道理,把“想讲”和“想听”结合起来,更要把“陈情”和“说理”结合起来,建立起贴合事实的严密逻辑与理论支撑,防止以偏概全、生搬硬套。只有这样,才能让故事让人信服,进而发自内心的认同表达者的观点。

习近平总书记指出:“当今世界,要说哪个政党、哪个国家、哪个民族能够自信的话,那中国共产党、中华人民共和国、中华民族是最有理由自信的。”广大的社科工作者,都是我们这个伟大时代的亲历者、见证者和记录者,我们不能辜负这个时代,应该深入生活深入实际,用鲜活真实生动的故事深刻解读新中国70年巨变中所蕴藏的内在逻辑,讲清楚辉煌成就背后的中国特色社会主义道路、理论、制度、文化优势,让博大精深中国特色社会主义制度理论及其伟大实践随着一个个的精彩故事飞入寻常百姓家,汇聚起实现中华民族伟大复兴的中国梦的强大力量。

(作者系咸宁市社科联党组书记)



涵养“车厢里的文明”

在地铁车厢内吃东西,用手机追剧时外放声音,车门关闭后扒门……针对类似现象,继多个城市出台地方制度之后,交通运输部发布《城市轨道交通客运组织与服务管理办法》,为乘客行为立起刚性规矩,以制度划定文明底线。

轨道交通是重要的公共空间,与市民生活息息相关。让乘客有更好的出行体验,既需要完善的硬件基础,也呼唤良好的文明风尚。这不仅有赖于个人自觉,也离不开制度规范。事实上,刚性的制度、严格的管理,本身就是对文明行为的倡导、对文明意识的唤醒,让人内心形成对文明的敬畏,最终让文明内化于心、外化于行。可以说,用好制度管出好习惯,是涵养“车厢里的文明”的必然之举。

一个人的文明,通过自身的言谈举止来体现;一座城市的文明,则是由每个市民的文明行为来养成。让好制度日益融入城市日常管理,当更多人知边界、明事理、守规矩,我们就能在提升城市文明的过程中,不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。

不当局外人 不做旁观者

在基层采访主题教育,“受到洗礼”是经常能听到的一句话。有党员说,“现在会多问问自己,还有哪些服务没有做到位,工作离群众要求还有哪些距离”;有干部感慨,“既为群众办实事,为党之责、强党之志,积极主动投身到这次主题教育中来。不能消极应付、敷衍了事,更不能抱着‘事不关己,高高挂起’的心态,把自己置身事外。”

一名党员就是一面旗帜,一个干部就是一个标杆。第二批主题教育在群众“家门口”开展,尤需广大党员干部花更大气力回应群众关切、解决实际问题。提高站位,不当局外人、不做旁观者,守土尽责、勇于担当,我们才能以实际成效取信于民。

品质决定商家走多远

多家电商平台销售纪录再创新高,直播购物带来消费新体验,三、四线城市等下沉市场购买力爆发……刚刚过去的这个“双11”,再次刷新人们对中国消费市场的想象。火爆的景象,既折射出中国澎湃的消费动能,也让市场看到了消费的蓝海。

无远弗届的互联网,改变了人们的消费习惯,满足了多元提质的消费需求。往年的“双11”是“囤全国好货”,现在是“买全球好货”;曾经是“有啥买啥”,如今是“啥好买啥”……在消费升级大趋势下,消费者从“追求价格”向“追求品质”转变,大众消费日益进入品质消费新阶段。单纯的“拼价格”已经难以包打天下,“拼品质”成为每个市场主体的必然选择。

今天,消费早已不是一次性的买与卖,而是指从下单到收货再到售后的全过程。重不重视商品品质,决定着商家能否站稳脚跟;重不重视服务品质,决定着商家能走多远。一手抓商品品质,一手抓服务品质,这是商家赢得消费者信任的不二法门,也是开拓消费蓝海的必由路径。

(本报综合)

服务群众必须一抓到底

○ 宫炜炜

《荀子·劝学》中有这么一段话:蚓无爪牙之力,筋骨之强,上食埃土,下饮黄泉,用心一也。蟹六跪而二螯,非蛇蟻之穴无可寄托者,用心躁也。荀子用此形容做学问要有一种韧劲,但毋庸置疑,不仅学习如此,任何一项工作,都离不开这种“一抓到底”的精神。

当前,随着“不忘初心、牢记使命”主题教育的不断深入,各地都积极开展各种行动,对漠视侵害群众利益问题进行集中整治,着力解决群众最操心、最烦心、最揪心的具体问题。可以说,聚焦群众关切的小事难事,打通服务群众的“最后一公

里”,相信已经成为每一个党员干部的共识。按理说,服务群众也并非难事,可为何这么多年来,“最后一公里”却常常出现问题?现实中,有的党员干部,面对群众反映的问题,嘴上说着一定解决,可转头就将这些问题放置脑后;有的党员干部,为官上任三把火,却往往抓一阵松一阵,难以持续;还有的领导干部,因工作调动、职位转换,往往将手头的工作匆匆了结……等等现象,归结来看,缺少了“一竿子插到底”的恒心和韧性。

行动上的不落实,归根到底在于思想上的不重视、方法上的不对路。正是由于

少数党员干部缺乏一抓到底、一以贯之的工作态度和方式,也就常常导致与群众利益息息相关的事情被推后、被抛之脑后,群众关注的大事成了无关紧要的小事,群众的诉求也自然难以得到满足,党员干部的初心也势必被打上一个大大的问号。我们常说群众的眼睛是雪亮的,更何况是其所密切关注的烦心事,群众的关注度自然高、对政府的期待也更高,是亟需相关部门彻底解决的服务群众的“最后一公里”。

为山九仞,功亏一篑。要想在群众心中树立起党的光辉形象,自然要将服

务群众的事一抓再抓、彻底落实,否则群众无法享受到本该享受的优惠政策,群众的“获得感”也就无从谈起,党员干部的形象也会大打折扣。说到底,对待群众的事,就该拿出滴水穿石的恒心,坚定解决问题的决心,问题不解决不放松,解决不好不放松,群众不满意不放松,确保群众诉求件件有着落,事事有回音。相信只要“一竿子插到底”,一项一项抓落实,一件一件求实效,坚决把该压的责任压下去、该打的“板子”打下去,定能在打通服务群众的“最后一公里”中赢得百姓的支持与信任。

(本报综合)

依靠群众 发动群众

坚决打赢扫黑除恶攻坚战

举报电话:市扫黑办 0715-8126078 市公安局 0715-8172205, 110