

“老根”发“新枝”，文科才有新答案

李子衿

文化七日谈

“文科有没有用”是个伪命题。好的“新文科”如老根发新枝，一头连着经典、历史和人的精神世界，另一头连着现实治理、技术变革和社会需要。辽宁振兴，不只需要工科、制造和技术，也需要懂区域经济、国际规则、城市文化、基层治理和传播表达的人。

“社会大变革的时代，一定是哲学社会科学大发展的时代”“不断推进学科体系、学术体系、话语体系建设和创新”……2016年5月17日，习近平总书记在哲学社会科学工作座谈会上的重要讲话，为今天理解“文科何去何从”提供了根本遵循、指明了前进方向。

“新文科”是啥？文科到底有用无用？日前，复旦大学召开“十五五”新文科建设推进会，校长金力提出，文科底蕴

深厚、文脉绵长，是不可动摇的“老根”；新一轮科技革命和产业变革加速演进，也给文科带来巨大挑战和历史性机遇，“老根发新枝”，一定要做新做精。

这句话值得细听。它不是简单替文科喊冤，也不是把所有传统专业原样保护起来，而是在回答一个更现实的问题：今天的文科，怎样才能既守住“根”，又长“新枝”？

“文科无用论”时不时会冒出来，不好就业、见效慢、转化难等，常常成为质疑文科的理由。这样的焦虑不是没有来处——一些专业设置与社会需求脱节，课程内容更新不够，培养路径偏窄，确实需要正视。但如果因此就把文科一概看成无用，又把问题看浅了。

一年前，金力校长曾谈到要“缩减”文科，一度被解读为“文科倒闸”。如今回头看，所谓缩减，并不是砍掉文史哲这些扎扎实实的传统“老根”，而是要把有限资源更多投向有根基、有特色、有竞争力、能回应时代问题的“新文科”。文科不是越多越好，也不是越老越好。“老根”要深，“新枝”也要伸得出去。

“新文科”的新枝，不只是给传统专业加几个热门词。复旦大学提出“理识连通、体用贯通、古今汇通、中外融通”，31个重点方向中，既有思想理论研究，也有数智社会治理、科技创新与产业发展、全球治理、区域国别研究、国际传播与文明互鉴等内容。说到底，就是要让文科不再关起门来自说自话，而是走出去，拥抱技术、回应社会、服务社会。

技术发展得越快，越需要有人回答技术之外的问题。人工智能改变生产生活，谁来讨论伦理边界？城市更新不断推进，谁来理解一座城市的历史记忆和人的感受？基层治理千头万绪，谁来研究制度运行、社会心理和沟通方式？国际传播日益重要，谁来把“中国故事”讲得准确、可信、能被理解？这些问题单靠技术解决不了，那些机器难以替代的共情、价值判断、伦理思考越发珍贵，这也正是文科不能缺席的地方。

对辽宁而言，复旦大学“新文科”不只是一则远方高校新闻。辽宁大学在国际经贸规则专业中打造“法学+经贸+外

语+区域研究”交叉培养，在民间文学中引入大数据与AI，让学术扎根田野又保有理论锐度；东北大学也在探索人文科技深度融合。这些实践证明，辽宁高校的文科建设，也正在从单一知识传授，走向与技术、产业和地方发展需求的结合。

辽宁振兴，不只需要工科、制造和技术，也需要懂区域经济、国际规则、城市文化、基层治理和传播表达的人。东北亚开放合作，需要区域国别研究和国际传播能力；文旅融合、工业遗产活化，需要文化阐释和创意转化；营商环境改善、基层治理创新，也离不开制度研究和沟通。文科真正的价值，就在这些真实场景里。

所以，“文科有没有用”是个伪命题。我们更该问的是，它有没有扎进现实生活，能不能解释现实问题，能不能帮助社会作出更清醒的判断。好的“新文科”，不是退回故纸堆，也不是追着热点改名换牌，而是一头连着经典、历史和人的精神世界，另一头连着现实治理、技术变革和社会需要。

重实际才能出实绩

黄岩

实绩与实际，一字之差，互为表里，密不可分。看看那些发展势头好的先进地区，其做法都是摒弃花拳绣腿、杜绝表面文章，一切发展谋划都立足本地实际。成绩绝不是打乱拳、擅大逞得来的，像浙江安吉，不跟风走粗放开采的老路，而是牢牢守住生态底线，深耕白茶和竹制家居产业，把“一片叶子”“一把椅子”做到了百亿级别。这种务实思路，值得借鉴学习。

还有像最近央媒点赞的盘锦市盘山县的做法，面对大片低产盐田，他们不搞那些听起来“高大上”却不切实际的产业，而是通过“盐改水、旱改水”，新增万亩优质耕地，为农业高质量发展实实在在地加了码。

这样盯住脚下做文章，没有虚头巴脑，全是干货实效，是经得起群众和时间检验的“真业绩”。

当然，有个别地区的做法就让人“头疼”了，不看家底、不问市场，产业布局一味照搬模仿，热衷造“盆景”“树典型”。外省某县，不顾财力实际，举债修建近百米高的地标建筑。楼是建成了，但因缺少产业支撑，常年闲置荒废，留下难以化解的发展烂账。

实绩要建立在实际之上，重实绩，我们就要重实际。这就有一个对实际怎么看的问题，也有一个何谓真正重实际的问题。对于地区发展来说，重实际绝不是“见山是山、见水是水”“横看成岭侧成峰”。对于本地实际，还真得摸清吃透，夸张点说，要360°无死角地观察琢磨，从中不仅要发现显现的实际，更要发现潜在的实际，甚至过去认为的“劣势”，也要转换思维、调整角度，看看能否转化成优势，这绝不是空谈。

几十年甚至千百年来，无论从哪个角度说，阜新彰武县的风沙都挺“招人烦”，现如今，风电和硅砂产业发展起来了，硅砂还创出了品牌。真正的重实绩，都是从实际出发，创造性开展工作，这里面就有个怎么看、怎么干的问题。

所以说，从实际出实绩，没有万能公式，但有不变的硬道理：多琢磨“一把钥匙开一把锁”，绝不能搞“一刀切”。道理都懂，关键在做。

需要提示的是，绝不能把“讲实际”当成不干事的“挡箭牌”。

热评

「眼见为实」的时代过去了吗

杜洪宇

一个视频没多久就反转再反转，你刚刚相信的“眼见为实”，结果被“啪啪”打脸。

20多年前，“有图有真相”往往是铁证的代名词。10多年前，PS技术让人们警醒，图片不一定是真的。如今，AI兴起，让我们担心“天天过愚人节”。时下情况催生新的感慨，“眼见为实”的老话儿已经“雨打风吹去”喽。

短视频乱象之下，中央网信办及时明确要求，平台务必把好第一关，有关真实性要有必选标签，如虚构演绎类、AI生成类、营销信息类、转载内容类、个人观点类、无需标注类等。这里，真实生活类“无需标注”。“打标”正成为网络舆论生态治理的新起点。

但，如同再完美的法律也拦截不了所有的作恶，这是现实。眼前的一切纷繁复杂，“火眼金睛”也难免“老花”，互联网泥沙俱下，躲不开各种“整活儿”，这可咋整？

两难。相信一切“眼见为实”的人，难免总有一次让自己的感情在滚烫的火锅里被“涮”；怀疑一切“眼见为实”的人，仿佛在冰凉的火锅边焦急地等。

而更危险的不是“假”，而是“太像真的”。

眼前的“苟且”模糊了远方的田野。到底是“算法”还是“潮法”？从凡所见必信，到凡所见必辨，人们的信息成本确实高了。

中央网信办数据显示，2026年1月以来，6.8万余个违规账号已被处置，事后追惩正在发挥作用。值得欣慰的是，最高法也要“上手”了，目前正在起草关于依法妥善审理涉人工智能纠纷案件的意见，努力推动人工智能朝着有益、安全、公平的方向健康有序发展。

当信息芜杂的时代来临，除法律筑堤之外，解决之道已成为社会课题。这一课，离不开“思辨”二字，想要不“走眼”，就得“多走心”。

“思辨”之于发布者，当好踢球者和传球人，对自己的“身位”负起责任感；“思辨”之于平台，当好“守门员”，以更高级的识别技术，及时扑出“风险球”，阻断传播链；“思辨”之于主流媒体，以深入现场的交叉验证的事实，构筑事实核查的底线，精准识别“越位球”以正视听……

除了协作，没有更好的办法。

“眼见为实”的时代，从未真正离去，它只褪去了片面和盲从，迎来了理性和通透的新生。于“肉眼凡胎”的我们而言，很显然也不能只当一个“老花”的看客，先别忙着“站队”，也别盲目“开大脚”，保持一分审慎和怀疑精神，多一分“心证”加持，或许才是最好的“人墙”。

对真相的辨识能力，始终在迭代升级。提高认知能力，正成为人们的必修课。守护一份“人间真实”，生活里实打实的温度、人间真切的善意，永远都篡改不了。

画里有话

跑偏

漫画作者 张威



“东北超”给“小微”的何止一张广告牌

陶阳

山海经

“东北超”敞开怀抱接纳众多小微企业，甚至有“0元赞助商”。这是“东北超”拿出来“哪怕你很小，我也看得见你”的态度，而这种态度，正是东北走向振兴最需要的“软基建”。

最近时间，“东北超”招商授牌仪式接连举行，“0元赞助商”全新亮相，“超小赞”踊跃加盟，一批小微企业成了“东北超”盛会的“合伙人”。别小看一块广告牌、一次IP授权、一个市集摊位，这些对小微企业来说是一次难得的露脸机会，“小微”能因此与大企业分享赛事流量。然而，“东北超”给“小微”的，又何止一次曝光、一块广告牌。

在不少人的固有印象里，大型活动、城

市顶级IP资源向来都是大企业、大品牌的专属舞台。动辄百万元、千万元的赞助门槛，以资金设限、按体量定规则，无形间筑起一道高墙，把接地气、有活力的小微企业挡在了门外。看似市场开放，实则机会不均，小微企业有心参与，但无缘入场，只能“靠边站”“看热闹”。

“东北超”圈粉暖心的地方，在于它从根本上打破了老规矩，给企业发了张“公平入场券”。不分体量、不看背景、不唯资金，搭建梯度赞助体系，分享流量“人人有份”。从百万级的冠名，到5000元的“超小赞”，再到破天荒推出的“0元扶持”计划，对非遗企业、街边小店、乡村特产一律敞开大门，让特色“小微”少花钱，甚至不花钱也能共享赛事IP。

这绝不是简单地拿出一个广告位，而是实实在在地给了小微企业被看见、被尊重、被托举的底气。过去“小微”缺流量、缺曝光、缺高端展示平台，守着门店坐等客源；如今借着“东北超”流量，赛场大屏、商圈门店、线

上IP、线下市集多渠道赋能，小馆子能出圈、土特产能走红，小生意都能搭上“东北超”的“顺风车”，做品牌、拓销路。

更深一层看，“东北超”打破固有圈层、放开参与入口，本质上是给了小微企业平等同台、公平竞争的机会。不用找关系、不用拼家底，“小微”只要愿意为家乡出力就能有舞台。这份公平，是官方层面对“小微”价值的认可，是赋予“小微”的发展支撑，这比任何短期曝光都更有价值，更能振奋人心。

从旁观者变成赞助商，一批批小微企业主动签约、组团助力，发自内心的参与热情，正是他们用实际行动对“东北超”招商政策的满意回应，更是他们对区域发展前景、营商环境投出的信任票。

“东北超”敞开怀抱接纳众多小微企业，给它们的更是平等发展的机会、用心呵护的底气、聚力共赢的希望，是一个“哪怕你很小，我也看得见你”的态度。而这种态度，正是东北走向振兴最需要的“软基建”。

五里河谈天

「黑白薯片」折射日本经济民生双重隐忧

于佳平

日本食品企业卡乐比近日宣布，自5月下旬起将旗下部分薯片、虾条等产品包装临时改用黑白包装。企业解释：味道不变、分量不减，纯粹是为了保供应。

但在日本老百姓眼里，这哪里是简单的包装换代，这分明是通胀幽灵从账本里钻出来，大摇大摆地走上了便利店货架。有民众称之为“葬礼薯片”，虽是调侃，却透着一股子凉意：连平日里五颜六色的零食包装都集体“失色”，普通人的生活是不是也要跟着“褪色”？

一袋薯片，包装从绚丽彩色换成素净黑白，看似只是商超货架上一次陈列改动，实则映射出当下日本经济与民生难言的灰色处境。

这件事之所以引发热议，核心在于它把隐形的通胀压力，直接搬到了大众看得见的货架上。近些年，日本食品、能源、物流等各类成本持续抬升，普通家庭早已对物价上涨习以为常。过去一些企业尚能通过缩小容量、延后调价、压缩利润等方式消化成本冲击，现如今就连包装配色都要妥协让步，足以说明日本的经济压力已从看不见的生产端，传导至看得见的消费端。

中东打了个喷嚏，日本的民生就颤三颤。小包装背后是“大结构”的脆弱。日本经济长期高度依赖外部能源、原材料与国际航运体系，全球供应链稍有风吹草动，民生消费品市场便立刻受到波及。印刷油墨看似离日常生活很远，但薯片零食却贴近千家万户。企业主动简化包装是否亲民稳定，虽是市场行为的务实应对，却也反映出日本市场对物资供应与成本上涨的焦虑并不轻。

民生从来不是宏大叙事之外的边角小事。对普通民众而言，通胀不是统计表上的百分比，而是便当涨价、零食贵了、出行成本上升，薪资收入却停滞不前。一个社会的安稳与底气，往往就藏在日常细节里：货架商品是否充足、物价是否亲民稳定、企业能否平稳运营、公共政策能否安抚人心……“黑白薯片”引发关注，不只是因为“不好看”，更是因为它让普通民众直观地看到，国际地缘风险已经嵌入他们的衣食住行。

当然，一袋“黑白薯片”没必要当成危机，但它却像一张试纸，测出了日本经济肌体中的脆弱和焦虑。产品包装的颜色可以暂时褪去，但民生信心绝不能跟着暗淡。对于日本政客来说，与其忙着在地缘政治舞台上站队表态，不如俯身看看便利店货架上的黑白包装——那里摆着的不仅有企业的成本，还有民众对稳定生活、踏实日子的真切期盼。

做有锐度的思考者



扫码关注
“辽望观天下”



请扫码投稿