深耕冷门绝学新的“生长点”

湖南日报全媒体评论员 周泽中

11月6日,全国高校首个冷门绝学学院在中国社会科学院大学成立,将聚焦古文字与中华典籍文献等特色研究方向,实施本硕博贯通、师徒传习的培养模式,提升人才培养质量。中国社会科学院大学还牵头成立了全国冷门绝学联盟,与全国80余家高校、科研院所、文博单位携手,助力冷门不冷、绝学不绝。成立实体学院和联盟,是把冷门绝学推向成建制、体系化培养的关键一步。

所谓“冷门绝学”,“冷”在关注度不高、从业者少,“绝”在门槛高、难度大,要承担一般学者难以承担的特殊任务。以湖南为例,简牍、帛书、摩崖石刻就是很有代表性的冷门绝学。学科名字听着专业,但一提到里耶秦简、子弹库帛书、浯溪碑林,大家就不陌生了。这些广为人知的代表性成果,正是冷门绝学的一部分。它们看似远离日常,实则是存史、释文、证史的基础性工作,具有难以替代的文化意义。

然而,冷门绝学的真正困难,并不只是缺政策关注。国家社科基金冷门绝学研究专项已运行多年,支持力度不可谓不大。项目制的根本局限在于:它解决有课题做、可研究,却不等于有人可传。一个课题结项之后,如果没有人接着做下一个,学术链条照样不稳。

中国社会科学院大学冷门绝学学院组建起一支140余人的高水平师资队伍,由8位学部委员、30多名一级教授和国家级人才领衔,这有助于把人才培养的各个环节贯通起来;由80余家单位组成的联盟,则回应资源分散、各自为战的结构性难题,推动分散在各机构手中的文献、语料与师资逐步打通。

同时要看到,冷门绝学研究成系统之后,已拓展到高科技的转化方式上来了。在绝学数智化与人才培养分论坛上,与会学者已经围绕数智技术赋能学术研究、珍稀文献资源数字化保护、跨学科研究方法创新等议题展开深入研讨。沿着这个方向展望,随着高清采集、知识图谱、跨库检索和沉浸式展示更多进入课堂与传播场景,简牍、碑刻、帛书等冷门绝学也将更自然地走进研学、展陈和文化线路。

推动跨界合作,提升公众参与度,冷门绝学将走进更多人的视野。深耕冷门绝学新的“生长点”,这便是成体系培养的长远价值。

“书记账号”既要接地气,又要防包办

熊健豪

多地县委书记在社交平台开设个人账号,记录工作动态,推介地方文旅,收集、回应民意。有人点赞其接地气,也有人担忧是博眼球:有群众反映账号“留言多、回复少”,还有人直言“推介宣传多,整改反馈少”。两种声音指向同一个问题:“书记账号”到底该如何定位?

不同内容,遵循不一样的传播逻辑。宣传面向游客、投资者,重在展示地方亮点与发展前景,核心是传播力;诉求整改面向本地群众,大家期待的是办事效率与执行力。如果推介视频评论区堆满群众诉求,宣传效果肯定被冲淡,群众诉求也难以规范处置。宣传重在“赞”,整改重在“办”,混在一起,容易两相干扰。同时还要警惕职能越位。“书记账号”包揽各类诉求,看似高效,长远看可能会弱化各部门的主动担责意识。

入口可以统一,但诉求出口必须分流。县委领导是把关人、关键回应者,不是全天候客服。做到分而不散,可从三方面着手:一是内容标签化,划分宣传、民情、一线调研板块,分区呈现,避免评论区诉求和宣传内容纠缠;二是把握发布节奏,文旅宣传借节点集中推出,民生诉求按周期集中答复,明确办理时限;三是后台设立专班,统一归集留言私信,分流至对应部门处置,共性问题再酌情公开回应。

县委书记开账号,本质是一道治理考题。找准账号定位,不只是新媒体运营技巧,更要厘清个人化表达和制度化治理的边界。如果群众形成“凡事都找书记”的惯性,往往意味着常规诉求渠道不畅。账号热度越高,越要检视治理机制短板。

找准定位,不是让账号变得高冷,而是让宣传尊重传播规律,让问题整改回归制度轨道。“书记账号”是体察民情的探针、撬动部门响应的杠杆,却不能充当万能热线。它最好的归宿,是慢慢不再被依赖:当群众不靠“书记账号”也能顺畅办事,这项探索才算真正成功。

(作者单位:成都市青白江区弥牟镇人民政府)

遏制『先提价再降价』需先立规矩

吴学安

近日,市场监管总局向主要平台企业发布《“双十一”网络集中促销合规提示》,要求严格规范促销行为,针对“先涨价后降价”等问题组织自查,严禁不按规定明码标价、价格欺诈等侵害消费者权益的行为,督促平台优化、公示促销规则,主动接受消费者监督,保障大促规范透明。

每逢电商大促,各类促销玩法层出不穷。但不少折扣由商家自主设定基准价,打折前原价、折扣范围、活动时长缺乏清晰约束,“先提价、再折价”成为长期顽疾,屡屡遭到消费者诟病。对于这类促销乱象,监管并非无章可循。自2020年12月1日起施行的《规范促销行为暂行规定》明确,经营者开展促销应当信息真实准确;折价减价时,要清晰标明减价基准,方便消费者识别。

营造公开透明的价格体系、以坦诚的价格面对消费者,是商家诚信度的重要表现,是赢得消费者的重要原因,也是行业健康发展的必然要求。很明显,商家先提价再打折,提了的是价格,折了的是良心。这类不实促销,一旦符合法定情形,便涉嫌价格欺诈,损害消费者合法权益。按照规定,相关行为若构成虚假宣传,市场监管部门可依据反不正当竞争法予以处罚。诚信经营、明码实价,是对经营者最基本的要求,靠价格套路博取流量,最终只会透支自身信誉。

遏制“先提价再折价”,既要法规托底,更要监管发力、从严查处。平台压实主体责任,做好价格核验;消费者擦亮眼睛、主动维权,多方合力,才能压缩价格套路的生存空间,让优惠实实在在。

(作者单位:江苏省连云港市司法局)

新闻漫画



岂能让假赛事骗了真球迷

“假赛事直播”正在短视频平台滋生,旧录像摇身一变成为实时赛事,拼接画面、捏造比分、刻意制造悬念,以假直播收割流量、牟利带货。平台不能只等举报再下架,应主动识别、及时拦截;监管也要跟上,让造假者付出代价。

图/文 朱慧卿

年轻人为何爱上“访古”

王志高

在古人墓前摆一壶酒,到先贤故居留下一封手写信……近来,一股访古追迹的热潮在年轻人中间兴起。越来越多年轻人奔赴古迹遗址、古村与纪念场馆,触摸文脉跨越千年的力量。

如今年轻人面对的难处,很多时候来自社会的变化太快。学业、职业、人际关系,几乎每一样都在变化,昨天的经验或许转眼就会失效。大家渴望有一处不必反复权衡、不断重新判断的去处,而古迹恰好提供了这样的空间。班超墓、永昌陵静落在农田之间,历史里的人和事早已落定;诸葛亮的抉择、苏轼的坦荡与困顿、霍去病的少年意气,都不会跟着网上的说法来回翻转……古人的事迹与品格是已然定格的精神资源,这种确定性能为青年提供持久可靠的情绪支撑。

值得留意的,是年轻人和古人对话的姿态。带上布洛芬、辣条、车票前去看望,没有祈求庇佑的仰视,更像是把古人当成同辈,平等地对话。这种平视,不是轻慢,而是一种从容。因为如果抱着仰望的心态,很容易生出依附;平视之下得到的参照,往往更牢靠。不少年轻人翻史料、手绘路线,在社群里互相核对考据,也是在把这份参照落到实处。

更深层的原因,在于国民文化自信的提升。如今的青年发自内心认可中华文脉的价值,产生了主动溯源的精神需求。年轻人不再满足于被动接受教科书里的知识,而是主动走出课堂、亲近古迹,解读古人、传播文化。寻访、感受、分享,越来越多人在这个过程中加深对中华优秀传统文化的认同,收获精神上的丰盈与成长。

年轻人寻访古迹,是在一次次抵达中确认自己站在一条未曾中断的文脉之上。碑石静默,前路终究要自己走;可只要清楚来路不空,往后的脚步,就能走得更稳。

(作者系自由撰稿人)



国家4A级旅游景区:郴州市苏仙区高椅岭景区。

“有色”到“有景”

——郴州市苏仙区工业旅游高质量发展实践

罗徽 李涛 伍洁妮

工业铸就发展脊梁,旅游打开时代窗口。

11月5日,郴州市苏仙区711矿旧址防空洞内,游客AR扫描,AI导游“邱小姐”应声讲解矿史。关闭20余年的功勋铀矿,如今可对话、可沉浸。铀矿遗产、白银工厂、世界级矿物博物馆、煤灰堆上长出的丹霞景区,四张“工业面孔”同区县并存。

苏仙区立足“有色金属之乡”资源禀赋,抢抓第二届湖南旅发大会承办契机,坚持“以工促旅、以旅彰工、文旅融合、产业赋能”,推动工业遗产活化利用和现代工业企业开放展示,初步形成点状突破、线路培育、业态融合的发展格局。

家底之“厚”:四张工业面孔,撑起稀缺组合

工业旅游最怕“千厂一面”。苏仙区的底气,首先来自资源结构上的稀缺性。苏仙区文旅广体局党组书记李仁鸿说:“苏仙区是郴州市唯一同时集齐世界级丹霞地貌、稀缺核工业红色遗存、千年古城商贸古街、省级非遗美食的区县。红、绿、古三色资源集中连片、车程适中,可实现游客‘一日多景、一站式全品类体验’。”竞争力不在某一点,而在“组合”。

711矿是“中国核工业第一功勋铀矿”,曾为“两弹一艇”供应铀料,旧址是国保单位、省级爱国主义教育基地。2004年政策性关闭后,矿区一度房屋闲置、资产沉睡。2023年乘着旅发大会东风,苏仙区以“修旧如旧、活化利用”为原则,把这里改造成711时光小镇,苏式建筑群、矿工生活场景被完整保留。并获评中央企业工业文化遗产(核工业)、第八批全国重点文物保护单位、全国工业文化专题实践教学基地、湖南文旅消费“新生代·新场景”湖南省级工业旅游示范点。

柿竹园是另一种面孔。因矿物种类多、储量大,被地质界誉为“世界有色金属博物馆”。4400余平方米展厅里,1600余件展陈品错落陈列,1:1仿真巷道让人沉浸式体验矿工工作场景,蕴含143种矿物的标本球可亲手“找矿”。它代表科普型工业旅游——把博物馆资源变成孩子看得见、摸得着的课堂。

湖南白银又是另一种情景。透明工厂让游客近距离观摩白银深加工全流程;白银城大美银器博物馆梳理千年白银文脉;2000平方米展厅里,上万款银制品可观、可赏、可买走。年接待国内外游客8万余人次,在韩国市场已逐步打开知名度。

还有高椅岭。这片今天游人如织的丹霞胜境,曾经煤灰堆积、废水堰塞。从工业废墟到国家4A级景区,高椅岭本身就是苏仙工业转型最直观的样本——工业旅游不只有“怀旧”,还可以是“修复”与“重生”。

四类资源,四种功能:711解决“红色工矿怎么活化”,柿竹园解决“矿业科普怎么做”,湖南白银解决“现代工厂怎么开放”,高椅岭解决“生态伤疤怎么修复”。一个区凑齐这套“组合拳”,正是“点状突破”的底气。

资源禀赋是天赋,善加利用才是本事;稀缺不在单点,而在组合。

转化之“活”:让沉睡遗产开口说话

资源厚不等于产品强。苏仙区坚持以“修旧如旧、活化利用”为原则,推动工业遗产从“沉睡资源”向“文旅场景”转化。保护是利用的前提,利用是最好的保护。

一“守”一“活”,守的是真实性,活的是可能性。

在711,矿区改造没有推倒重来,苏式建筑群、职工宿舍、俱乐部、老邮局原样保留,矿工食堂、供销社、理发店、新华书店等原有生活业态重新激活。81岁的矿工家属邓玉珍回到小镇经营复古理发店,一边理发,一边讲41号信箱、1号矿井的故事。

守住了老场景,还要让老场景“开口说话”。

游客走进防空洞,用AR扫描,AI导游“邱小姐”即刻出现。“相比传统导游容易听不清或掉队,AI导游可以反复听,更能直观深入了解这段历史。”游客周瑞彪说。在矿工食堂,68岁的重庆退休铁路工人傅陆勤领过铝制饭盒、排队打饭,吃完说了一句:“这伙食,比当年可好多了。”重庆游客廖小红体验“矿长”角色后意犹未尽:“仿佛真的穿越回了那个奋斗的年代,下次我还要来。”

在柿竹园,转化的关键词是“上手”。讲解员盘婷媛把“柿竹园法”四次迭代、钨回收率大幅提升的技术史,改编成孩子们听得懂的故事。自开馆以来,博物馆已累计接待访客超2万人次。

在湖南白银,转化的关键词是“透明”。透明工厂把白银深加工全流程摊开给游客看,一块银料如何变成精美银器,现代精工制造的严谨与力量可见可感。在白银城,有游客选购银质餐具时说出了最朴素的信任逻辑:“很多旅游景区都有银制品出售,但在这里买得最放心。”

三条路径,三种语法:711用“修旧如旧+科技活化”让历史可对话,柿竹园用研学让科普可触摸,湖南白银城用透明让工业可信赖。工业旅游看的是大国制造的奋斗史,品的是生产与生活的跨界融合,探的是绿色低碳的高质量发展新路。

修旧如旧留住“形”,活化利用注入“神”;让历史可对话、科普可触摸、工业可信赖。

底盘之“实”:产业根系托举文旅风景

苏仙区工业旅游最值得细看的一层,不在景区里,在产业里。

2026年1至9月,全区有色金属产业实现产值415.3亿元,同比增长60.4%,已构建“采矿-选矿-冶炼-新材料-固废循环”全产业链条。柿竹园公司“柿竹园法”选矿技术获国家科技进步奖,黄泥坳矿业获评国家绿色矿山。

这些看似与旅游无关的数据和资质,恰恰是工业旅游最硬的“底料”:游客在柿竹园看到的矿物标本、在湖南白银看到的冶炼和精深加工工艺、在711感受到的核工业精神,背后都有一个真实运转的产业体系在托底。没有这个底盘,工业旅游就只是布景。

底盘之上,是一套“盘活逻辑”。

“文旅产业是拉动消费、激活乡村、提升城市能级的核心动力。”李仁鸿说,苏仙区推动文旅产业与城镇更新、乡村振兴、生态修复深度融合,高椅岭通过文旅开发完成废弃矿山生态修复,711时光小镇通过改造盘活老旧工矿社区……

依托旅发大会落地16个总投资近20亿元的文旅项目,引入专业运营团队市场化运营,把711废弃矿区、瓦窑坪老旧古渡、高椅废弃矿坑等闲置资产统一纳入盘活盘子,实现“废地变景区、旧厂房变文旅IP”。

再往上,是全域联动的“线路逻辑”。“红、绿、古”三色资源被串成三条线:711红色工矿研学线、飞天山—高椅岭丹霞生态线、裕后街—瓦窑坪古色民俗线,互相导流。矿博会期间,主题文旅线路把柿竹园有色金属矿与飞天山、宝山矿山公园串联起来,“观矿博、赏矿晶、游郴州”成为一站式体验。

711布局“温泉+康养”补留客短板,湖南白银与711形成“红色工矿+现代工业”双支点。从“工业锈带”到“城市秀场”,翩然转身的背后,是产业逻辑与文旅逻辑的深度咬合。

产业是根,文化是魂,旅游是桥;根深方能叶茂,底盘实方能风景长。

工业遗产最好的归宿,不是被凭吊,而是被重新使用。铀矿可以变成课堂,工厂可以变成景区,煤灰堆可以变成丹霞胜境。“看风景”也“看制造”,游目骋怀,可聆听时代进步的铿锵足音。



郴州市苏仙区711时光小镇。



湖南白银2楼展厅,游客驻足参观选购银品。

(本文图片均由苏仙区委宣传部提供)