

以六大场域提升高校育人之“美”

□ 卢国强

变革中交流交融交锋。以习近平同志为核心的党中央深刻把握人类文明发展规律,深刻洞察中国和世界关系的历史性变化,既在世界文化激荡中坚守中华文化立场和文化主体性,又积极促进人类文明之间的交流互鉴,在新的起点上持续推动文化繁荣、建设文化强国。高校是人才培养的摇篮和传承创新的前沿,肩负着培育时代新人、传承中华优秀传统文化、增强文化自信的重要使命。在全面建设社会主义现代化国家的新征程中,高校的美育绝非简单的“艺术技能培养”,而是承载着“以文化人、以美塑魂”的战略使命,是连接文化基因与时代精神、培育文化主体性与创造力的关键枢纽。因此,高校应坚持“以文化人、以美育人”,在源远流长的中华优秀传统文化、熠熠生辉的革命文化、蓬勃进取的社会主义先进文化以及世界文明瑰宝中,充分发掘和利用蕴藏其中的丰富美育元素,通过培养学生对美的感知力、创造力,培育“有根的传播者”“有魂的创新者”“有光的传播者”,为文化强国建设厚植精神沃土,汇聚青春力量。

美育是高校培养新时代拔尖创新人才的重要途径。拔尖创新人才培养是建设创新型国家的战略需求,是培育和发展新质生产力的重要支撑。拔尖创新人才的本质特征,不仅在于专业知识的深厚积淀,更在于突破常规的想象力、跨学科整合的创造力以及直面复杂问题的解构性思维。而美育作为“审美教育、情操教育、心灵教育”的统一体,除了提升审美素养、涵养道德情操、温润健康心灵之外,还有一个非常重要的功能,就是激发人的想象力和创造力。从认知规律看,审美活动具有“非功利性”与“超越性”特质,当学生沉浸于诗词意境的留白、书画笔墨的虚实或音乐韵律的流动时,思维会突破逻辑推理的线性束缚,进入自由联想的“非确定状态”,这种状态下,旧经验的重组与新意象的生成更容易发生,进而催生“打破常规”的创新灵感。因此,美育激活的不仅是学生的艺术素养,更是“发现问题—感知需求—创造价值”的完整创新链。当学生会用审美的眼光观察和评价世界、用审美的思维重构与解决问题时,便真正实现了从“知识接收者”到“创新引领者”的身份跃升。

构建全环境美育生态系统

高校是一个多元育人场域交织融合的

综合体,大学生的成长发展不限于课堂、不囿于校园、不止于学习,高校所处的社会空间和地域文化中,也蕴含着丰富的育人元素和资源,甚至随着网络信息技术的发展,网络空间也成为影响学生成长发展的关键场域。因此,高校加强和改进新时代美育,应树立全环境育人理念,深刻把握美育在各主要育人场域之间的有机联系、价值功能及实施路径,从系统观念出发,着力在以下六个主要育人场域发力,构建相互促进、良性生长、协同发展的全环境美育生态系统。

一是以美培元,在教学育人场域深化美育教学改革。课程教学是学生成长发展的主渠道。学校应根据不同专业人才培养特点和专业能力素质要求,构建以审美和人文素养培养为核心,以中华优秀传统文化传承发展和艺术经典教育为主要内容、以在地传统艺术为特色的公共艺术课程体系。同时应大力鼓励各学科专任教师加强美育教学改革创新,积极探索将美育元素融入专业课的有效途径,开展“课程美育”教学改革,提升课堂教学效果的同时,培养学生的学科审美能力与创新创造能力。

二是以美化人,在文化育人场域厚植美育文化沃土。校园文化是学生成长发展的营养剂。学校要开展面向人人、人人参与的高雅艺术进校园等丰富多彩的艺术文化活动,营造浓厚的浸润式艺术美育文化氛围。各学院应深入挖掘各学科专业中蕴含的美育元素,以“一院一品”方式,打造体现专业特色之美的、覆盖全体学生的专业文化育人品牌。此外,每所高校的办学历史和发展历程中,都蕴含着丰富的人文精神和时代精神,应注重深刻提炼其中的精神文化之美,凝练形成精神文化谱系,并以视觉传达、文艺创作等形式生动传播,为学校事业发展 and 人才培养提供深沉且富有美感的精神力量。

三是以美润心,在环境育人场域精耕美丽校园建设。校园环境是学生日常生活和成长发展的生长田。学校应注重发挥优美且富有文化底蕴的校园环境对立德树人的浸润作用,将学校的历史文化基因、中华优秀传统文化的底蕴、地方性大学的气质风貌有机融合到校园布局、建筑风格、景观设计之中,打造充满艺术气息和体现人文精神之美的美育浸润场所,并持续加强校园绿化美化和学习生活设施升级改造,让学生在处处充满自然与人文美

感的校园环境中启迪思想、温润心灵、陶冶情操。

四是以美铸魂,在网络育人场域营造美好网络家园。网络空间是学生成长发展的精神家园。学校应立足新时代网络文明建设要求,在网络育人中坚持以美铸魂,以美育德,持续开展以“共育网络文明,同筑清朗家园”为主题的大学生网络文明教育活动,大力营造网络空间的“清朗”之美。通过举办“网络文明教育大讲堂”,教育学生在网上知美丑、辨善恶、守底线;开展“寻找网络正能量榜样”和“校园正能量网络作品创作征集”等活动,引导学生在网络上积极发现美、传播美、创造美,培育积极健康、向上向善的网络文化。学校还应持续加强网络新媒体矩阵建设,壮大主流舆论,做强正面宣传,广泛开展师生中的最美人物、青春榜样、先进事迹、美好时刻的网上宣传,强化网上道德示范引领,推动形成崇德向善、见贤思齐的网络文明环境,营造正能量充沛、主旋律高昂的美好网络精神家园。

五是以美践行,在实践育人场域丰富艺术实践载体。实习实践是学生成长发展的必由之路。应持续加强学校音乐厅、展览馆、多功能剧院、艺术教室等艺术实践体验场所建设,积极打造丰富多彩的艺术实践体验平台。大力鼓励和支持学生艺术社团发展,举办面向人人、人人参与的艺术展演等活动,提升广大学生艺术实践的参与度与覆盖面。深入扎根地方文化沃土,推进文化“双创”艺术实践,在艺术创作与实践中提升广大学生的艺术体验和创造力。

六是美美与共,在社会育人场域推动资源互利共享。社会环境是学生成长发展的广阔天地,尤其是学校所在地域,蕴含着丰富的美育资源。学校注重所在城市美育资源的挖掘整合与互利共享。积极推动所在城市开展美育建设,构建以校城互利共享为核心内容之一的城市美育建设体系,与所在地公共文化艺术场所、文艺院团密切交流合作与双向互动,建设社会美育实践基地。与此同时,还应积极与兄弟高校之间开展美育交流合作,推进校际间美育课程、美育文化、艺术实践等方面的合作,共同奏响“美美与共,以美育人”的交响曲。

(作者系烟台大学党委书记)

●山东具有“大农业、大工业、强县域”的发展特征和产业布局,决定了山东建设现代农业强省应紧抓全球农业科技创新和产业创新发展最新趋势。为此,山东要加快推动“田间”向“实验室”前移,加快推动“田间”向“指尖”转型,加快推动“田间”向“空间”拓展,加快推动“田间”向“餐桌”延伸,加快推动“田间”向“场景”挖掘

建设农业强国,利器在科技。2025年中央一号文件提出,以科技创新引领先进生产要素集聚,因地制宜发展农业新质生产力。以发展农业新质生产力推进农业强国建设,必须把农业科技创新与产业创新深度融合放在更加突出的位置,不断塑造农业农村发展新动能新优势。

山东是农业大省、粮食大省,素有“全国农业看山东”之说。近年来,山东在农业科技创新和产业创新深度融合方面取得显著成效。农业科技进步贡献率超过67%,农作物耕种收综合机械化率达到91%,农业科技创新与产业创新的基础越来越厚实。但必须看到,同国内外先进水平相比,还存在一定差距和挑战。比如,涉农企业研发能力不足,部分关键领域和基础研究“卡脖子”问题依然突出,单项技术突破多、创新要素整合能力弱,产学研转化效率不高等。

山东具有“大农业、大工业、强县域”的发展特征和产业布局,决定了山东建设现代农业强省应紧抓全球农业科技创新和产业创新发展最新趋势,充分发挥市场、产业、开放等诸多优势,加快构建以农业新质生产力推动农业高质量发展的新路径。

第一,加快推动“田间”向“实验室”前移。当今世界,农业关键核心技术特别是颠覆性技术的产生,越来越依赖于创新平台、创新团队。从源头上打好农业关键核心技术攻坚战,提升山东农业科技创新策源能力和整体效能,必须提升各类实验室平台创新能力。为此,要强化农业企业科技创新和产业创新主体地位,加大培育农业科技领军企业力度,引导其牵头承担国家重大科技项目。推动实验室创新与田间需求深度融合,建立从生产一线到科研机构的常态化对接渠道,将农业生产过程中遇到的问题和需求,及时反馈到创新链、引导科研方向。一体打造包含重大创新平台、战略科学家和企业等在内的农业科技战略力量,开展前沿核心技术攻关和关键共性技术创新。构建完善农业科技领域多元化投入格局,深入实行“揭榜挂帅”“赛马”制度,利用市场优势推动农业科技成果转化落地应用。

第二,加快推动“田间”向“指尖”转型。农业数字化转型是培育发展农业新质生产力、实现农业农村现代化的必由之路。当前,数字技术正在加速促进田间管理、机械装备和市场流通等产业链各环节的变革,国内外都在加紧布局数字技术在现代农业的应用。为此,要抢抓战略机遇期,优化农业数字化转型生态圈,对分子育种、动植物生长模型、专用传感器、智能农机等基础前沿与共性关键技术进行全产业链攻关,全要素支持。强化生成式人工智能技术在现代农业领域的应用,将人工智能与大数据分析结合,实现农业生产智能化管理,提高生产效率和作业精度。提升“齐鲁农超”“齐鲁农云”平台能级,提高农村电商产业化发展水平,开辟农产品销售新路径、带动农民增收致富。

第三,加快推动“田间”向“空间”拓展。发展农业新质生产力需要实现农业生产空间和农业功能的有效拓展,推动单一的、平面的传统农业改造为多功能、综合性发展的立体农业,催生农业新领域新业态。设施农业、海洋牧场、森林食品和盐碱地综合开发利用等都是拓展农业生产空间的典型代表,实现了农业科技创新和产业创新的深度融合。为此,要树立大农业观、大食物观,农林牧渔并举,构建多元化食物供给体系,保障粮食和重要农产品稳定安全供给。大力发展现代设施农业,推进老旧设施改造和提档升级,加快培育开发特色、专用新品种和新设备,持续塑强现代设施农业优势。扎实推进国家盐碱地综合利用试点,深挖盐碱地潜力空间,打造沾化冬枣、黄河口大闸蟹等一批盐碱地特色产业集群。提高现代畜牧业规模化率和养殖效率,陆海统筹推进深远海养殖全链条发展,稳妥开发森林食物资源。挖掘生物制造潜力,突破合成生物技术,开发新型功能食品。

第四,加快推动“田间”向“餐桌”延伸。当前,我国居民食物消费结构正逐渐向吃得健康转变,营养与健康需求不断迭代升级,亟须进一步增强我国农业科技创新支撑能力。国际上,重视食品安全与新型营养农产品的开发技术得到迅速发展,正在革新农业消费图景。为此,要加快推进农产品精深加工,推动农产品向产业链价值链中高端发展,构建高标准、高附加值的加工链条,通过产品创新有效提升农产品外观、口感和品质风味。要完善农产品流通体系,优化基础设施布局,加大冷链物流关键技术和先进装备研发力度,推动冷链配送和即时零售向乡镇延伸,确保农产品从田间到餐桌的品质与新鲜度。要创新农产品及农业投入品质量安全监测技术新业态,建立品质指标数据库、膳食营养健康大数据,优化安全营养农产品组合膳食方案。

第五,加快推动“田间”向“场景”挖掘。场景是市场需求和科技供给端的综合集成,是创新范式背景下科技创新和产业创新融合发展的有效载体。场景需求在推动农业科技创新与产业创新中发挥的作用尤为重要。拓展农业多种功能、挖掘乡村多元价值,在一定程度上讲都是场景牵引下的农业农村创新发展路径。为此,要用好用足文化、自然、地理等要素资源,着力打造农文旅新产品新业态,因地制宜发展乡村旅游、休闲农业,丰富沉浸式农文旅场景。抢占宠物经济、宠物食品新赛道,发挥物流、原料和产业综合优势,构建具有竞争力的产业体系。加快推进农业全面绿色转型,创新集成减肥减药、废弃物循环利用等绿色生产关键技术,发展生态循环农业,拓展绿色、生态农产品的价值实现路径。

总之,山东应在全面推进乡村振兴上再加力,要坚持藏粮于地、藏粮于技,遵循农业科技创新规律,围绕农业产业链部署创新链、资金链、人才链,把“田间主场”转化为“创新主场”,推动农业创新从单一生产环节向科创策源、数字化转型、空间拓展、链条延伸、业态创新的全维度升级,实现农业科技创新和产业创新的有机结合、协同互动,建设更高水平的“齐鲁粮仓”。

(作者系山东省人民政府发展研究中心副研究员)

把『田间主场』转化为『创新主场』

□ 周志鹏

悦己经济：“Z世代”“银发族”消费新潮流

□ 郑红娥

新经济系列观察

近期,有研究报告指出,新一代年轻人,用买盲盒代替了买房,用喝奶茶代替了喝白酒,用国货美妆代替了海外大牌,中国Z世代的消费需求出现了新变化。不仅是年轻人,随着老龄人口规模的不断扩大,“银发族”也在追求消费新生活。从旅游到健身,从电影院到网红打卡地,“银发族”的身影越来越多,“悦己消费”已成为老年人追求晚年幸福感和价值感的重要途径。

可以说,“悦己消费”(也称悦己经济)是新型消费的重要代表,反映了当下消费新趋势。悦己消费背后折射了哪些新观念?又会给人们的生活带来哪些新变化?

“悦己消费”的“前世今生”

“悦己”一词首次出现在《战国策》中。《战国策》有言“士为知己者死,女为悦己者容”。这句话的意思是,仁人志士可以为了了解自己的人而牺牲,女子会为了让自己快乐的人而装扮。悦己这个词便出自于此,意为愉悦自己。

悦己消费的提法首次应用于对单身男女的消费行为描述。悦己消费的前身为“她”经济,肇始于2001年12月发表在《经济学人》上的一篇文章。“她”经济意味着世界上最富有的城市中的人口结构的变化,如伦敦、纽约和东京,其中越来越多二十岁末或三十几岁的单身女性,以职业为导向,受过良好的教育(通常是经济富裕),仍在寻找结婚对象。这些女性是围绕着广告、出版、娱乐和媒体的创意经济的主要消费者和生产者。

与其他社会群体不同的是,她们是单身,比已婚人士承担的家庭责任少,因此,她们倾向于把时间、金钱和精力花在“任何时尚、琐碎和有趣的事情上”。对于这种“她”经济,国内较早回应的当数2007年《悦己self》杂志的诞生,该杂志的宗旨在于引领白领女性解冻内心的快乐诉求,倡导自我愉悦的时代精神,是帮助女性追求自身最佳状态的快乐读本。后来随着单身群体规模的扩大,悦己消费便成为展示单身人群消费行为特征的专业术语。

现在悦己消费的内涵历经了两次转

●核心观点:在悦己消费的定义上,有的将其定义为以获得主观幸福感为目标的消费行为类型,有的将其界定为满足自己情绪价值的情绪消费,还有的则将其定义为满足精神需要的消费,总之,悦己消费包括获取主观幸福、自我愉悦和价值实现等方面

型,具体说来,已经从依附于男权社会结构、为愉悦男性而悦己转变为实现男女平等和女性自主等社会价值而取悦自己的消费现象,继而渗透蔓延到整个社会,成为一种跨越性别、年龄、阶层,象征消费升级的普遍消费现象。

在悦己消费的定义上,有的将其定义为以获得主观幸福感为目标的消费行为类型,有的将其界定为满足自己情绪价值的情绪消费,还有的则将其定义为满足精神需要的消费,总之,悦己消费包括获取主观幸福、自我愉悦和价值实现等方面。

基于此,我国学者周长城进一步将悦己消费分为“即时型悦己消费”与“发展型悦己消费”——“即时型悦己消费”是指购买快速消费品,拓宽视野,实现短期享乐(如按摩、美容等);“发展型悦己消费”则是指购买耐用消费品,学习新技能,为健康投资,充实精神世界。

在笔者看来,不论即时型悦己消费,还是发展型悦己消费,其本质上都是一种消费自目的性行为,即将消费品付诸自身,以此进行自我探索,丰富自身生命体验和生活动力的行为。

从“消费”到“创费”的变化

“自目的”是由“自身”和“目的”组合而成的词,其意思是说“自身就是目的”。所谓“自目的性”指的是行动的目标就是行动自身。一个人主要不是为了金钱、赞扬或某种成就感来做某种事情,而是因为做这件事情本身对自己很重要,因此愿意持续做下去。换言之,自目的性的活动指的是那种主要是追求内在回报而非外在回报的活动。

“自目的性”消费概念的提出跟日本学者山崎正和提出的“消费本质”有异曲同工之妙。

山崎正和认为,与极力压缩时间,以追求最大效率率为圭臬的生产相反,消费本质上是对时间的充分消耗。具体说来,

在效率最大化的目的指导下,生产本位的消费追求功效性消费,以此作为实现社会性目标(如权力、名声、地位或金钱)的手段或工具。与之相反,为实施目的或自我探究,消费不注重时间合理化管理与运用,而是通过时间的消耗与他人交往或与物品对话(如雕刻艺术品),在与他人或物品的作用和反作用中,探究自身的同时,发展和完善自身。

山崎正和见解的最大助益在于破除一味从生产逻辑或物质消耗的视角看待消费,确立从消费本身的逻辑出发,注重自我探索和生活意义探寻这一新的消费态度。总之,山崎正和区分了两种消费类型:生产性物质消耗和非生产性时间消耗或自目的性消费。悦己消费无疑便是自目的性消费的体现。

现有的消费升级不论是耐用消费品导致的升级到由信息消费、旅游消费、文体消费等服务型消费带动的升级,还是在追求更多更好的消费品到追求自我愉悦和自我发展的消费升级等,都意味着从功利性消费到自目的性消费的转变或升级。这从目前流行的中国游客从“购物”转为“体验”以及“让消费者活出自我”的品牌理念中可以窥见一斑。

这种消费升级一再响应了三浦展在《第4消费时代》一书中提及的从“消费”到“创费”的变化,即消费者不仅是单纯的消费,而是为创造自己的生活方式而消费,比如购买最适合自己的、自己认为好看的商品,因此“这就不是消费,而是创费。”

具体而言,商品首先得是“生存所需的必要商品”(最低限度是衣食住),其次是“参与社会生活所需的必要商品”(收音机、电视机、车等),第三是“差别化、表现自我的商品”(流行、名牌、皮草等),第四是“自我启蒙及充实内心的商品”(兴趣、读书、艺术等),创费则是购买第四类商品。

无疑,悦己消费主要表现为对第四类商品的购买,也标志着社会进入三浦展提

出的注重社会交往和自我发展的第四消费阶段。

“悦己消费”的两大特征

当前,尽管我国地区之间的差异短时间内很难消除,但随着网络社会的来临,信息与物资的流动已经极大地克服了地理或地区的界限和障碍,让满足每个个体的个性需要和全面发展得以可能。

悦己消费的核心和宗旨便是平等原则,让每个个体得以平等、全面发展。由此,悦己消费具有两大特征:首先,注重时间消耗。通过充分时间消耗与他人交往或与物品对话(如雕刻艺术品),在与他人或物品的作用和反作用中,不断自我探究,满足个体对自我探究、自我实现及过充实生活的需要。基于此,克服一味注重效率而浪费资源的功利性消费的弊端,促进人与人、人与社会、人与自然之间的和谐发展。其次,在家国同构的社会结构下,悦己从自己出发,推己及人,反求诸己,给自己注入全新内涵。

悦己消费关注的是个体的自我认同和自我定义,即“我是一个什么样的人,我想成为一个什么样的人,如何让自己开心,以及如何促进自我发展和自我完善”等。有学者提出,自我定义要遵循三个方面的原则:自我连续性、自我独特性与自我提升。

第一个自我定义的需求是连续性。在努力了解自己和周围世界的过程中,人们被激励着在不同的情况下,随着时间的推移,保持自我的某种稳定性和一致性。

第二个自我定义的需求是独特性。个体需要强调他们与其他个体之间的人际差异,以此作为保证自我完整性的一种方式。

第三个自我定义的需求是自我提升与自我尊重,体现为自我发展与自我完善,实现个人的价值。对自我价值的崇尚不是孤芳自赏,而在于与他人分享与互动,从而在体现自我认同和自我定义之外,也体现出社会认同和圈层隶属。

总之,通过悦己消费,个体不仅愉悦自己,呈现自己的个性和特有的生活风格,更好地发展和完善自己,还能以此结交志同道合的朋友,一同创制和打造一个更好的世界。

(作者系中国农业大学人文与发展学院教授、博士生导师)