

把初心融入为人民谋幸福中

□ 完颜平

“为中国人民谋幸福、为中华民族谋复兴,是中国共产党人的初心和使命”,习近平总书记把“不忘初心、牢记使命”主题教育工作会议上,对初心又一次作出深刻阐述。前不久,习近平总书记在江西考察时强调:“党中央想的就是千方百计让老百姓都能过上好日子。芝麻开花节节高,今后的日子会更美好。”在主题教育部署前,总书记在革命老区的重要讲话,是那样的声声入耳、拨动人们的心弦。

从今天中国共产党执政中心地北京到当年中央红军长征集结出发地江西于都,从人民大会堂到蔬菜大棚,从面向党的十九届一中全会与会者到面向正在劳作的乡亲,不同的时间、不同的地点、不同的对象,总书记反复强调,中国共产党的初心就是为人民谋幸福,使人们深切感受到“不

忘初心”正走出会议、走出讲堂,走向群众、落到大地,使初心“带上了露珠儿”,浸润了泥土的芳香和气息。

我们党的初心和理想、信念、宗旨、使命从来都是紧紧联系在一起,不是抽象的概念,不是空洞的口号,也不是虚无缥缈的幻影。总书记和干部群众围坐在一起拉家常,关切询问乡亲们收入怎么样、儿子儿媳在哪里就业、孩子在哪里上学、孩子在学校吃得好不好,家里还有什么困难和愿望……这不就是人民群众的具体幸福指数吗?又要求“各地区各部门要再加把劲,着力解决好‘两不愁三保障’突出问题,让老区人民过上幸福生活”,这不就是使命担当吗?如此,让人民群众对党的初心“看得见、摸得着”,也让广大党员干部知道“心往哪儿放,劲往哪儿使”。从中可以看到,唯有不忘初心,才能

牢记使命;唯有履行使命,才能使初心变成一件一件与人民群众幸福生活密切相关的实事好事。

回过头看,共产党人的初心不是割裂的,而是一脉相承的,一代人有一代人的使命,归根到底都是为人民谋幸福。新民主主义革命时期,幸福是什么?人民群众感受最深的是翻身解放、当家作主。改革开放时期,幸福是什么?人民群众感受最深的是改变落后的面貌,过上小康生活。今天,中国特色社会主义进入新时代,幸福是什么?人民群众感受最深的是实现伟大的中国梦,日子过得更美好。“多少事,从来急;天地转,光阴迫。一万年太久,只争朝夕。”从毛泽东的这首词中,我们读到了共产党人的使命意识。

走在开启建设社会主义现代化国家的新征程上,也是走在全面提高

全国人民幸福水平的新征程上。新的长征,征程仍然很远,甚至远不止“二万五千里”;困苦仍然很多,一样要“爬雪山、过草地”,环境治理、脱贫攻坚、结构性改革、推动经济高质量发展,上坡过坎,还有一个又一个硬仗要打;风险仍然很大,还会遇到各种各样的干扰阻挠,甚至是封堵打压。我们必须保持定力,不畏风雨、奋力向前,有的领域要绝地求生。应对挑战,更要“集中精力办好自己事情”。

幸福都是奋斗出来的。都是长征,一个是已经载入史册的伟大壮举,一个是正在谱写伟大壮举。实现今天的伟大壮举,同样需要“革命理想高于天”,同样需要“敢教日月换新天”,同样需要广大党员干部敢于奋斗、不怕牺牲、冲锋在前。回顾走过的路,我们的眼前闪现着一

个个为人民谋幸福的身影,焦裕禄、孔繁森、谷文昌、廖俊波、张福清……廖俊波曾说:“能够当一个领头人,让23万政和百姓过上更好的生活,这是一件美妙的事情。”他任职期间,牢记党的嘱托,履行职责使命,想群众之所想、急群众之所急,扑下身子苦干实干。展望未来的路,人民群众希望有更多廖俊波、黄大年式的“标兵列队”,去续写新长征的“开路故事”。

学习总书记的讲话,回顾革命的历程,对照为人民谋幸福的标兵,面向看着我们的人民,当我们投入主题教育时,我们应该敞开自己的胸怀,让人们看到“我的内心世界”,验证一下自己初心还在,并能充满底气地说:“把自己的初心永远融化到为人民谋幸福的事业中去!”

(作者系纪检监察工作者)

积极应对农民工迁移流动转型

□ 杨 舸

2018年农民工总量约2.88亿人,比上年增长0.6%。据报道,国家统计局今年4月发布的《2018年农民工监测调查报告》显示,中国农民工增速明显回落。其中进城农民工约1.35亿人,比上年下降1.5%。

人口结构变动状况是农民工增速趋缓的根本原因。根据国家统计局的数据,我国15至64岁劳动年龄人口的规模和比重分别于2013年和2010年开始下降,特别是随着农村新增劳动力数量的减少,城乡劳动力市场经历“刘易斯拐点”,农村劳动力转移速度随之减缓。根据公安系统人口数据推算,到2020年,农村户籍青年人口队列呈下降趋势。虽然我国人口政策正在积极调整和完善,生育率存在短期回升的可能性,但无法扭转人口结构变动趋势。

经济增速、产业结构也对人口

流动的趋势构成影响。当前,我国GDP增速放缓,这对非农业就业岗位的增长产生负面影响。与此同时,我国产业结构正发生深度调整。2015年起,第三产业增加值占比突破50%,且增速超过第一、二产业;人口结构变动状况是农民工增速趋缓的根本原因。根据国家统计局的数据,我国15至64岁劳动年龄人口的规模和比重分别于2013年和2010年开始下降,特别是随着农村新增劳动力数量的减少,城乡劳动力市场经历“刘易斯拐点”,农村劳动力转移速度随之减缓。根据公安系统人口数据推算,到2020年,农村户籍青年人口队列呈下降趋势。虽然我国人口政策正在积极调整和完善,生育率存在短期回升的可能性,但无法扭转人口结构变动趋势。

经济增速、产业结构也对人口

户籍制度改革全面铺开,一些有条件的外出农民工及家属在当地落户,减少了名义上农民工的数量。除规模增速下降外,农民工迁移流动的转型还体现在以下几个方面。

一是农民工年龄结构呈现老龄化趋势。农民工平均年龄不断升高,相关数据显示,从2010年到2018年,本地就业的农民工和外出农民工的平均年龄分别由36岁、31岁提高到44.9岁、35.2岁。不仅如此,50岁以上的高龄农民工越来越多。2010年至2018年,50岁以上在本地就业和外出的农民工在农民工总量中所占比重分别提高了近9%和7%。

二是农民工流动范围呈现短距离化趋势。历次人口普查数据显示,从1990年到2005年,流动人口跨省流动的比例呈现持续上升的趋势,2005年达到峰值后开始回

调,省内流动的比例逐步上升。外出农民工的流动范围也出现类似的特征。

三是农民工的流入地由东部向中西部转移。随着东南沿海地区产业结构升级不断取得进展,劳动密集型产业向中西部转移。在东部、东北地区就业的农民工减少,在中西部地区就业的农民工继续增加。2018年,东部地区就业的农民工规模和比例相较2010年的情况双双下降,而在中西部就业的农民工比例则相较于2010年上升近9个百分点。

四是农民工就业行业由第二产业向第三产业转移。从农民工大规模外出务工开始,第二产业的制造业和建筑业是吸纳农民工就业最多的行业。但近10年来,这一状况正在发生改变。统计显示,2018年,第三产业就业的农民工比重过半,主

要集中在住宿餐饮业、居民服务、修理等传统服务业。

此外,农民工人力资源质量持续升级。2018年的农民工中80后已经超过一半,农民工整体受教育程度不断提高。

改革开放40年来,农民工的辛勤劳动为我国经济发展贡献了重要力量。新时代,面对农民工迁移流动转变的新趋势,我们要进一步全面深化改革,继续深化户籍制度改革,健全和完善农民工社会保障体系,构建面向家庭的农民工公共服务体系,通过失业监测和就业培训提高他们的抗风险能力,不断满足农民工群体日益增长的对美好生活的需求和期待。

(作者系中国社科院习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心副研究员)

身份证照片自拍的前提是真实

□ 李思辉

据媒体报道,日前,安徽省公安厅居民身份证制作中心透露,该省正式推出的身份证人像智能采集系统中,公众可根据需要选择现场拍、自助拍、手机拍、提前备等多种方式,现场采集或线上上传本人满意且验证合格的人像信息,拍出“最美证件照”。身份证照片可自拍上传,迅速登上热搜。

身份证是使用非常广泛的个人身份证件,以往身份证照片采集手段较为单一,导致不少人的证件“丑得不好意思见人”。安徽推出多种照片采集方式,身份证照片可自拍上传,对准了“证件照拍得不满意”这一民生痛点,一些网民直言:“丑日子终于到头了。”更多人则表示希

望安徽的做法尽快在全国推广。公众的广泛支持反映了对证照办理更人性化的期盼,以及喜好和个性被尊重的需要。

在为这一举措点赞的同时,我们也应明确一点,那就是不论是现场拍、自拍,还是其他的照片采集方式,一个基本的前提就是所拍照片必须符合身份证照片采集的规范,不能随意乱拍、任性处理。从媒体报道看,安徽的照片采集新举措有一个原则——本人满意且验证合格。“本人满意”体现的是对人的个性、喜好的尊重;“验证合格”则是对证照规范合格的要求,二者需要统筹兼顾。

之所以强调“验证合格”,是因

为居民身份证是用于证明持有人身份的一种法定证件,它与人的财产、债权、出行、征信等有着千丝万缕的关系。很多其他证照都是以身份证为基础衍生和发散的。身份证是一个人的公民身份和附着于此的一切社会权益的最原始证明,它理应严肃、规范、可靠。现实生活中,一些爱美人士早已习惯于“无美颜不拍照”,PS处理也成为一种时尚潮流。瘦脸、扩眼、提鼻、去斑,一些人朋友圈里的自拍照,俨然面目全非。若是以这样的照片做身份证照片,无疑会导致失真,引发一系列后续问题。

广东女子谭娟(化名)登机前被挡在了安检口,理由是身份证照片与本人不符,原来该女子整过容;一位在加拿大留学的中国姑娘称,因为签证照片PS过度,被工作人员质疑不是本人,被指“欺骗”……查阅媒体近几年的报道可见,按照个人喜好修图做证件照,看起来是方便了自己,却可能导致在安检、出入境以及其他公民信息比对中遇到麻烦,增加了审核身份的时间成本,影响了社会运行效率。

更值得关注的是,5G时代的到来,将加快人脸识别技术的应用。刷脸开门、刷脸支付等,都是通过采集获取用户的面部图像,再利用核心的算法对其脸部五官的位置、脸型 and 角度进行计算分析,判断用户真实身份的。如果作为最基础证件

信息的身份证照片都不能保证真实可靠,庞杂的大数据系统也可能面临精准和安全的考验。

爱美之心,人皆有之。身份证使用频率高,而且办一次可管20年,大家都想把照片拍好看点,心情可以理解。但是,好看必须以真实为前提,颜值必须为安全让路。我们应该鼓励身份证照片可自拍之类的人性化举措,但也必须尊重法定证件的规范性,确保身份证照片的真实。

(作者系媒体评论员)

光明时评
中国新闻奖名专栏

创新号准了情感的脉

一本日历印出了60万册,一双小白鞋“踏上”国际时装周,一支圆珠笔成为“国风”的代言……从故宫文创的火爆到传统品牌的“焕新”,国货正以全新的姿态和人们重新相遇。2019年全国“双创周”于13日举行,消费市场上“国潮”涌动,背后的逻辑值得思考。

国货的火爆不是“谋打谋撞”的巧合,也并非某个品牌的个别现象。当前,买国货、用国货、晒国货,风行于很多年轻人,成为日常生活。去年,阿里巴巴平台上国货品牌线上占比高达71%,“双11”当天,天猫237个成交额破亿元品牌中,国货品牌占比过半。

国货之所以能够成为“国潮”,贵在创新,而创新之要则在于号准了消费者的情感脉搏。

日子越过越好,人们对日常消费品的需求悄然发生变化。过去主要是追求满足使用价值,现在则需要品质更高、种类更多样、体验更美好,拥有更多的文化内涵和情感共鸣等,从单纯追求“好用”到“好用、好贴心”。

智能科技为国货开拓全新空间,文创融合给国货赋予“情

感表达”,模式创新改变了国货的“玩法”……瞄准市场需求,围绕消费升级、产业升级、服务升级,改变供给质量和方式,传统的国货也能玩出新花样,成为创新的主要阵地。

国货的“复兴”,有来自理念的更迭,有聚焦供给的创新,更有根植文化的自信。它充分体现了传统行业因时而变,因变而兴所取得的成效。

国货的变迁就是我国经济高质量发展发展的缩影。紧扣消费脉搏,从市场中获得灵感,汲取力量,主动出击,勇于变革,用新理念改变传统行业,用新技术提高品质和效率,用新模式开拓新空间,即便是传统的制造领域,也能焕发巨大的活力,得到市场的热烈回应。

可以预见,随着创新氛围的浓郁、创新意识的加强、创新成果的涌现,越来越多传统行业焕发新颜,中国经济将迎来更大的发展机遇。

(原载于新华网 作者:张辛欣)

音乐类综艺节目应守住“中国味”

□ 于溪跃

文化评析

2019年高考虽已落幕,但关于高考试题的话题却热度不减。今年高考上海语文试卷的作文题也在网上引发了不少热议,该作文题材料写道:“倾听了不同国家的音乐,接触了不同风格的不同音调,我由此对音乐的‘中国味’有了更深刻的感受,从而更有意识地去寻找‘中国味’。”这一题目启迪人们,在当今世界范围内音乐领域相互碰撞、融合,乃至讲求“跨界”的背景下,要始终不忘展现“中国味”,更多地去发掘与认识中国音乐,守护与传承民族音乐。

从古至今,音乐都起着教化大众、净化心灵的重要作用。对此,孔

子曾言:“移风易俗,莫善于乐。”管子也有云:“止怒莫若诗,去忧莫若乐。”在当代,世界各地的音乐更是以多种姿态、多种形式、多种风格呈现在人们面前,遍布社会生活的各个角落,成为一种常见的艺术形式。其中,音乐类电视综艺节目作为集视觉与听觉于一体、更具传播层面优势的大众化音乐载体,能够辐射到更多年龄层的观众,尤其是能对青少年群体产生较大的影响,因而更应发挥其题中应有之义,真正带动起良好积极的宣传影响,为弘扬“中国味”的民族音乐和优秀传统文化作出一份贡献。

近来,风靡电视圈的音乐类综艺节目《歌手2019》和《声入人心》就是两个具有代表性的例子,其在兼

具商业效应、娱乐大众作用的同时,使音乐表演融入民族文化元素和传统艺术形式,反映了部分音乐人对民族文化的守正与创新。《歌手2019》总决赛上,歌手龚琳娜携手京剧艺术家王珮瑜、男高音歌唱家石倚洁,共同演唱了一首集中国传统文化、民族音乐及西方古典音乐于一体的音乐作品,其中包含《楼下歌》《六州歌头》,囊括我国古典文学、民族音乐等方面的重要内容,以专业功底和震撼的演唱为观众充分展现了“中国味”音乐。

原创新形态声乐演唱节目《声入人心》及其同名音乐会全国巡演也是今年以来的文化热点。《声入人心》以深耕古典音乐、严肃音乐人名,着重向观众展示美声、歌剧、音

乐剧等西方音乐元素。但与此同时,其中的部分演唱成员也保持着自身对民族音乐的热爱和坚守,在以西方元素占主导的音乐演绎中突出重围,构成一道独特的风景线。云南民歌《猜调》、湖南民歌《浏阳河》、江苏民歌《采红菱》、土家族民歌《龙船调》以及越剧《梁祝化蝶》等,都在节目当中有重点展现,为观众带来了不少日常生活中鲜能听到的民族调调和传统戏曲。这些都激发了观众对民歌和传统戏剧形式的兴趣,使民族音乐元素从一众美声、音乐剧演唱中脱颖而出。

歌者以自身对民族音乐和优秀传统文化的观照,将本土元素更多地带入当下大众化、娱乐化的音乐媒介,在一定程度上刷新了观众对音乐

类综艺节目的固有印象和认知。对文艺工作者而言,在文化市场越发多元化的今天,如何守住“中国味”,更好地弘扬中华优秀传统文化,应是不断思索与探究的重要问题。虽然在当下,一部分人更为看重节目制作所能带来的市场和流量,但在迎合市场需求的同时,我们不应丢掉民族的、传统的内核,应在大众化、快节奏的文化背景和传媒发展趋势下,更多地融入原汁原味的中国本土艺术元素,从而向大众普及民族音乐和传统艺术,进而扩大观众喜闻乐见、具有广泛宣传效应的音乐类综艺节目肩负起守护优秀传统文化、传承本土经典的重任。

(作者系中国艺术研究院《艺术评论》编辑)