

光明论坛

中国新闻奖专栏

评论版投稿邮箱
gmpinglun@163.com

百年奋斗的历史意义
深刻把握中国共产党

□ 韦磊

党的十九届六中全会审议通过《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》(以下简称《决议》)从五个方面全面、系统、深刻总结了党百年奋斗的历史意义。这五条概括贯通了中国共产党百年奋斗的历史逻辑、理论逻辑、实践逻辑。在党史学习教育中,深刻把握党百年奋斗的历史意义,是实现从总结历史到开辟未来的一个重要环节。

党的百年奋斗从根本上改变了中国人民的前途命运。马克思主义认为,人民群众是历史的创造者。因此,人民群众的诉求就是历史的诉求。近代以后,中国人民深受三座大山压迫,生活在水深火热之中。中国人民的最大诉求就是能够过上幸福安康的生活。中国共产党自创建起,就把“为中国人民谋幸福”作为自己的奋斗目标之一。

一百年来,为了实现这一目标,党领导人民进行了波澜壮阔的伟大斗争。在党的领导下,中国人民被欺压、被压迫、被奴役的命运彻底扭转,成为国家、社会和命运的主人,人民民主不断发展,十四亿多人实现全面小康,中国人民对美好生活的向往不断变为现实。今天,中国人民更加自信、自立、自强,极大增强了志气、骨气、底气,在历史进程中积累的的强大能量充分爆发出来,焕发出前所未有的历史主动精神、历史创造精神,正在信心百倍地书写着新时代中国发展的伟大历史。

党的百年奋斗开辟了实现中华民族伟大复兴的正确道路。创造了绵延五千多年灿烂文明的中华民族,曾为人类文明进步作出了不可磨灭的贡献。1840年鸦片战争后,由于西方列强入侵和封建统治腐败,中华民族遭受了前所未有的劫难。从那时起,实现中华民族伟大复兴,成为近代以来中国人民和中华民族最伟大的梦想。为此,无数仁人志士前仆后继,努力探寻救亡图存的出路,但各种探索都以失败而告终。

中国历史发展亟须新的思想引领运动,迫切需要新的组织凝聚革命力量。1921年7月中国共产党应运而生。中国共产党自创建起就投身于“为中华民族谋复兴”的伟大斗争之中。一百年来,党领导人民不懈奋斗、不断进取,成功开辟了实现中华民族伟大复兴的正确道路。今天,实现中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程。

党的百年奋斗展示了马克思主义的强大生命力。马克思主义揭示了人类社会发展的规律,是认识世界、改造世界的科学真理。同时,坚持和发展马克思主义,必须坚持把马克思主义基本原理同中国具体实际相结合,同中华优秀传统文化相结合,坚持实践是检验真理的唯一标准,坚持一切从实际出发,及时回答时代之问、人民之问,不断推进马克思主义中国化时代化。

一百年来,中国共产党坚持把马克思主义写在自己的旗帜上,在实现马克思主义中国化三次飞跃中,坚持用马克思主义中国化的科学理论引领伟大实践,创造了举世瞩目的伟大成就,同时也为马克思主义注入了强大生机和活力。历史雄辩地说明了:“中国共产党为什么能,中国特色社会主义为什么好,归根到底是因为马克思主义行!”

党的百年奋斗深刻影响了世界历史进程。一百年来,以马克思主义为指导思想的中国共产党,始终胸怀天下,坚持为人类谋进步、为世界谋大同,以自强不息的奋斗深刻改变了世界发展的趋势和格局。

一百年来,党领导人民成功走出中国式现代化新道路,创造了人类文明新形态,以无可辩驳的事实证明了人类文明发展的多样性,拓展了发展中国家走向现代化的途径,给世界上那些既希望加快发展又希望保持自身独立性的国家和民族提供了全新选择。一百年来,党还致力于推动构建人类命运共同体,为解决人类重大问题,建设持久和平、普遍安全、共同繁荣、开放包容、清洁美丽的世界贡献中国智慧、中国方案、中国力量,成为推动人类发展进步的重要力量。

党的百年奋斗锻造了走在时代前列的中国共产党。“其作始也简,其将毕也必巨”。党成立时只有五十多名党员,今天已成为拥有九千五百万名党员、领导着十四亿多人人口大国、具有重大全球影响力的世界第一大执政党。

一百年来,在生死斗争和艰苦斗争中,党始终坚持科学理论为指导,坚持性质宗旨,坚持理想信念,坚守初心使命;党总是在推动社会革命的同时,勇于推动自我革命,形成了以伟大建党精神为源头的精神谱系。在百年奋斗中,党保持了先进性和纯洁性,党的执政能力和领导水平不断提高,党的坚强领导核心作用不断得以发挥。历史已经证明并将继续证明中国共产党无愧为伟大光荣正确的党。

(作者系北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员、北京市委党校党史党建教研部副主任、教授)

多管齐下拓宽制造业用工渠道

制造业是大国经济的“压舱石”,对推动经济增长和扩大就业容量至关重要。但近年来,制造业频频遭遇“招工难”,工人短缺成为不少制造业企业生产经营发展的软肋。

解决企业“招工难”、供需矛盾突出问题,需要多方面多管齐下共同努力。从企业方面来说,要让产业工人“留得住”。需要秉持“以人为本”的理念,充分了解新一代产业工人的心理需求,并作出相应改进,如改善工厂工作条件,提倡岗位技能培训教育,满足产业工人合理诉求,拓宽晋升渠道等。从教育方面来说,要让职业教育路子“走得宽”。真正培养出社会需要的技术人才,同时引导年轻人积极投身社会建设,让他们走入院校能够学有所获,走向社会能够学有所用。

(原载于新华网 作者:叶昊鸣、姜琳 摘编:刘朝)



文化自信才能传播真正的中国人文之美

□ 陈杰

文化评析

近年来,诸多弘扬中华文化的优质文艺作品次第涌现,《唐宫夜宴》《长安十二时辰》《风起洛阳》等蕴含了浪漫悠久的东方美学品格,《觉醒年代》《山海情》《功勋》等塑造了生动饱满的英雄形象……这些彰显了文化自信的影视艺术作品,有效助力了中国之美的传播。

近期,动画电影《雄狮少年》中“宽眼距、吊梢眼”的主角造型引发争议,与此相类似的,某产品广告中的“眯眯眼”造型以及部分摄影作品中模特造型等,均被置于广泛

讨论之中。一个文化群体的“美”到底由谁来定义,又应该如何定义?这一问题的出现,具有漫长的历史渊源,而对其进行厘清,则具有现实的必要性、重要性。

很长时间以来,在世界文化格局中处于强势一方的西方发达国家,对于包括中国在内的东方国家的文化的定义与描绘从未曾停止。这种定义和描绘却常常带有误解甚至扭曲,是漠视这些国家的文化本体与历史遭遇的结果。

从“傅满洲”到“陈查理”,在以好莱坞电影为代表的西方流行媒介将东方人物形象塑造造成“吊梢眼”的同时,衍生为一种“丑化”的印象,一种固定的偏见。在媒体强

大的传播能力下,泛化为西方社会对以中国为代表的东方国家的共同想象。在艺术、时尚、电影等领域的人物造型上,通过化妆、拉扯眼角等方式形成“吊梢眼”,似乎符合了西方刻板印象中的东方人形象。而对这一类造型的批评性看待,并非歧视现实中人们类似的样貌,而是对这种背后不平等的文化格局与机制的揭示。

中国形象、中国之美应该由谁来定义?它应该是怎样的、可以是怎样的?在当前世界传播格局下,尽快加强自身文化传播能力建设,不让中国形象全由西方想象、判断与决定,是破解这一问题的重要一环。而正确定义我们自己,有效传播我们自己的

前提,是真正认识我们自己。

中国的文化从业者,应加深对自身群体文化的了解,从历时性和共时性的角度,深刻理解我们的文化本源、文化本体、文化构成与文化发展脉络,真正拥有文化自觉意识,真切知晓我们美在何处,因而美,为何而美,为谁而美。从《永不消逝的电波》《高山下的花环》等在中国电影各个阶段涌现出的那些彰显着人民性光芒的优秀作品,到近年来《典籍里的中国》《故事里的中国》等塑造了一个个有血有肉的人物形象、弘扬了一部部璀璨的文化经典的电视综艺,无不对中国文化中那些震撼人心的美进行了深刻挖掘,它们向世界呈现了一个

有着历史厚重感、文化纵深感的中国形象。

我们的审美观和美学理念来自文化的传承,五千年文明史给了我们文化自信的基础。今天在中国越来越走向世界舞台中央的时候,我们更应传播真正的中国人之美。

与此同时,文化从业者还应提升传播能力,尤其是跨文化传播能力。在数字时代,跨文化、跨国际传播更具技术上的便利。《遇见工匠》《伟大诗人杜甫》等一批国际传播优秀作品,表达着人类命运共同体内涵,塑造了可亲可爱可敬的中国人形象,实现了在国际国内的有效传播。

(作者系北京交通大学副教授)

照护失能老人是社会共同的责任

□ 赵明昊

光明时评

中国新闻奖专栏

随着我国老龄化程度加深,老年人口数量逐年攀升,失能老人的长期照护问题,渐渐成为近年来养老领域备受关注的问题。

近日,有专家在采访中表示,不能把失能失智老人照护当作养老机构的责任,要满足失能失智老人照护这个刚性需求,可以考虑做辅助,直接进行IP开发植入乐园内,并开始售卖周边产品。这样操作的优势是玩偶开发的成本较低,缺点则是由于没有故事支撑,在形成爆款后生命力不易持久。所以,在短时期内,出品方肯定要尽量挖掘它的商业价值,打造一系列营

生活能力的老年人,按照国际通行标准,在吃饭、穿衣、上厕所、上下床、室内走动、洗澡六项指标中,一项指标做不了,就可以被定性为“失能”。我们往往认为,老龄化带给社会的压迫感,来自向日渐庞大的退休老年群体提供资源支持。

但实际上,现代社会的老年人是社会的重要发展力量而非负担,70岁以上身体健康的高龄老年人,在智力、体力乃至创新能力上,都对社会有着极高的价值。真正由老龄化而产生的社会问题,源自失去自理能力的老年人群体。也因此,我们看到近年来相关部门和各地已经开始进行布局并做出了一些政策倾斜。

但是,失能老人的养老问题,或已经不再局限于一个部门或行业,在分配国家、社会和家庭之间

的责任比例过程中,需要更具全局性和整体性的治理思维。国家卫健委提供的数据显示,与西方发达国家不同,我国老年人存在长寿不健康的问题,目前我国约1.9亿老年人患有慢性病,超过4000万的失能老人需要照护。预计到2030年,我国失能老人将超过7700万,失能老人经历的失能期也将增长到7.44年。与之相对的,截至2020年年底,全国共有各类养老机构设施32.9万个,养老床位合计821.0万张,每千名老年人拥有养老床位31.1张。

在这种供需严重失衡的背景下,尤其需要政府和社会力量及时介入和支持。在以家庭为养老主体的大环境中,特别是对于独生子女一代而言,普通家庭中任一老人进入失能状态后,就意味着还要再

失去一个宝贵的正常劳动力的收入。不仅如此,由于具有资质的护工存量远远小于实际需求,价格也在水涨船高,动辄数千元的月支出,让所谓的“一个失能老人压垮一个家庭”成为很多人的梦魇。由于成本和能力的问题,现阶段的养老机构实际上是不欢迎失能老人的,地方上出台的一些长期护理保险也由于不够成熟而缺乏吸引力。也就是说,若不能妥善照顾规模庞大的失能老人,其对社会经济发展、个人家庭生活以及福利保障体系都会产生深远且巨大的负面影响。

有关部门预测,“十四五”时期,我国老年人口将突破3亿人,从轻度老龄化迈入中度老龄化,“十四五”规划也提出实施积极应对人口老龄化国家战略,从财富储

备、人力资源、物质服务、科技支撑、社会环境等方面综合施策。未来,将逐步推动国家和社会资源更多向失能老人倾斜,对家庭照护者进行补助、建立更加有效的长期护理保险制度。其中的一大原则,还是要转换思路,通过政府和社会承担更多照护失能老人的责任,来缓解普通人对老无所依的不安全感,真正减轻个体和家庭压力,以此最大限度释放劳动力、推动生产力发展,从容应对“银发浪潮”。



更多视频评论
请扫描二维码

玩偶热销背后的社会心理

□ 张焱

近日,数千人凌晨排队抢购玩偶的新闻引发关注。玩偶的出品和售卖方上海迪士尼表示,“2021达菲和朋友们限定商品”售卖活动已经结束。对相关商品没能满足购买需求感到抱歉。

为了买到星黛露毛绒玩具、达菲、雪莉玫和星黛露毛绒玩具钥匙圈等商品,12月29日凌晨,游客在上海迪士尼外连夜排起长龙,凌晨3点客流量已超过5800人,凌晨5点游客排队已绕湖两边两圈有余……

半个月前,针对玲娜贝儿的三款商品难以满足购买需求的现象,上海迪士尼同样也“深表歉意”。搜

索相关网站不难发现,这些系列玩偶的价格已经数倍于原价,而买家也不是我们认为的玩具主力消费群体——儿童,而更多的是青年人。

与以往先做漫画、电影等进行宣传,等到衍生品产出后再进行IP营销不同,“达菲熊和朋友们”系列(包括玲娜贝儿在内)采取的是不做铺垫,直接将IP开发植入乐园内,并开始售卖周边产品。这样操作的优势是玩偶开发的成本较低,缺点则是由于没有故事支撑,在形成爆款后生命力不易持久。所以,在短时期内,出品方肯定要尽量挖掘它的商业价值,打造一系列营

活动,并开发其周边产品。

玲娜贝儿在上线几个月的时间里,频频挤上热搜。既有“被玲娜贝儿治愈到了”“玲娜贝儿,妈妈爱你”的正面热搜,也有“玲娜贝儿被指不尊重游客”“玲娜贝儿玩偶价格太高营销”的负面话题。但无论如何,这些隔三岔五,动辄上亿阅读量话题,撑起了这个系列IP的热度。

玩偶是人们精神、情绪和情感投射的对象。幼儿园于生理特征和情感爆发后生命力不易持久。所以,在短时期内,出品方肯定要尽量挖掘它的商业价值,打造一系列营

射各种想象的恰当对象。而对于成熟的、社会化的成年人来说,虽然在真实世界中其身边存在各类可以投射的对象,但玩偶仍然扮演着重要的作用,成为情感投射的对象或者尊重游客。“玲娜贝儿玩偶价格太高营销”的负面话题。但无论如何,这些隔三岔五,动辄上亿阅读量话题,撑起了这个系列IP的热度。

玩偶是人们精神、情绪和情感投射的对象。幼儿园于生理特征和情感爆发后生命力不易持久。所以,在短时期内,出品方肯定要尽量挖掘它的商业价值,打造一系列营

的心理。

推而广之,“玲娜贝儿现象”其实就是萌经济的又一具体表现。“可爱而治愈”的物件可以安慰人们在剧烈变动的社会中不宜表露的情感,其经济价值也由此而生。此外,“萌萌哒”不仅是情感需求,也是社交需要。在商家一系列刻意打造后,拥有或渴望拥有某种类型玩偶的粉丝们在共同的价值观、兴趣与爱好下,形成了专属圈层文化,这为在经济高速发展中的个人安全感与精神满足度都存在某种缺失的年轻人,提供了心灵的慰藉与情感的出口。

爆火的虚拟主播能走多远

□ 刘晓燕 孙理想

新闻随笔

近来,虚拟主播备受关注:某短视频平台的虚拟主播一夜圈粉超百万,全球首位数字航天员“小婷”走红。不少网友认为,虚拟主播时代即将到来。也有不少人感叹,用不了多久,科幻电影中的虚拟人也将走进人类现实。

何为虚拟主播?顾名思义,它是指结合人工智能与三维虚拟形象技术,可自主承担策划、编辑、主持、制作等一系列工作的主播。2001年,英国推出世界首位虚拟主持人“阿娜塔娃”,虚拟主播由此进入公众视野。随后,美国、日本、韩国先后推出自己的虚拟主播。在中国,虚拟主播的出现最早可以追溯到2004年,央视某频道制作推出三维的虚拟主持人“小龙”,不过因

于技术水平,该虚拟主播智能化较低,应用范围有限,当时兴起的虚拟主播热潮也仅是昙花一现。

如今,借着人工智能的东风,新一轮虚拟主播热重新席卷全国。自问世以来,虚拟主播已广泛应用于新闻、综艺、游戏、演艺、短视频直播等多元化应用场景。2018年全球首个AI合成主播在中国诞生,开启了虚拟主播在社会生活领域中的应用,也标志着虚拟主播行业进入发展快车道。

一直以来,关于机器能否取代人类的探讨从未停止。与早期人类虚拟主播相比,虚拟主播披上了人类的外衣,更成熟的人工智能技术也仿佛为虚拟主播注入了灵魂,虚拟主播是否会抢了真人主播的饭碗也成为行业讨论的焦点。尤其是近两年,虚拟主播呈爆发态势,成为热门文化产

品,引发社会各界关注。

与此同时,作为科技创新的虚拟主播在新闻、主持领域的应用也得到了有关部门的大力支持。日前,广电总局发布的《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》明确提出,推动虚拟主播广泛应用于新闻播报、天气预报、综艺科教等节目生产,创新节目形态,提高制播效率和智能化水平。此外也提到,要探索短视频主播、数字网红、直播带货等虚拟形象在节目互动环节中的应用,增加个性化和趣味性。

虚拟主播如何改变新闻传播业?首要的一点就是推动节目形态创新,抬高了智能化水平。作为科技创新的虚拟主播,基于智能语音合成技术,输入文字即可生成连贯播报的语音和画面。虚拟形象合成技术,也能有效提升节目制作效率及质量。一些新闻网站上的

虚拟主播不仅能纠正多口音、背景音乐和音效,还拥有变速、数字纠错和韵律纠错等功能。此外,虚拟主播还能实现瞬间穿越,克服时空限制。虚拟主播能够忽略特殊气候、交通、通信条件造成的困难,代替真人出镜,使采访报道更加安全可靠、成本更低。

高度拟人化形象使虚拟主播具有人格化魅力。早期的虚拟主播只是对真人进行模仿,往往以真人直播为原型。随着技术进步和艺术审美影响,虚拟主播开始拥有自己独一无二的创意外形。从2D到3D,再到超写实数字技术,虚拟主播的人物美化程度逐渐趋于完善。

虚拟主播是二次元、粉丝文化和新技术成功碰撞的产物,在短视频、综艺节目、直播带货中逐渐崭露头角,甚至成为虚拟偶像,坐拥庞大的流量热度和粉丝群体。不可否

认,虚拟主播拥有着得天独厚的优势,比如智能化、个性化、趣味化等,也不会像现实中的明星出现人设崩塌的危机。但虚拟主播行业目前仍处于探索阶段,智能化水平仍待提高,也存在情感互动不足等问题,或许也会面临道德伦理困境。

也因此,有必要加强对虚拟主播行业发展的规范和引导,放眼长远对其进行形象维护和运营,形成健康可持续的商业模式。要善于运用虚拟主播的诸多优势,为其赋予符合社会主流价值观的理想人格特质,使虚拟主播能更好地承担起“公众人物”的责任和使命。让虚拟主播不仅仅能播报新闻、直播带货,还能讲好中国故事,传播好中国声音。

(作者分别系北京交通大学语言与传播学院副教授,北京交通大学语言与传播学院研究生)