

思想周刊

时评

第185期

皖江评论

以制度创新引领人才创新

刘振

在近日召开的中央人才工作会议上，习近平总书记强调，要下大力气全方位培养、引进、用好人才。对待急需紧缺的特殊人才，要有特殊政策，不要求全责备，不要论资排辈，不要都用一把尺子衡量，让有真才实学的人才英雄有用武之地。

创新是第一动力，人才是第一资源。当前，世界百年未有之大变局加速演进，新一轮科技革命和产业革命突飞猛进，国内外人才竞争日趋激烈。实践证明，一名领军人物可以引领一个新兴产业，一个领军团队可以引领世界潮流。谁拥有潜能无限的人才队伍，谁就拥有成就大业的显著优势。下大力气全方位培养、引进、用好人才，形成人人渴望成才、人人努力成才、人人皆可成才、人人尽展其才的良好局面，才能实现2035年跻身创新型国家前列、建成人才强国的战略目标。

体制顺、机制活，则人才聚、事业兴。吸引人才、留住人才、用好人才，最好的环境是良好体制机制。这些年来，我国人才发展体制机制改革不断深入，人才创新创业活力充分迸发，但仍存在一些阻碍人才发展的“玻璃门”“肠梗阻”。比如，用一把尺子量人才，评价标准陈旧单一，无法适应互联网时代选拔使用新兴人才需要。人才选拔急功近利，要求科研人员每年出成果、发论文，谁还能静下心来“十年磨一剑”。有的选人用人不是看能力、实绩和贡献，而是唯学历、唯职称、唯论文、唯奖项，导致应用型人才发展受到抑制。解决这些问题，必须深化体制机制改革，以制度创新引领人才创新，培植好人才成长的沃土，让人才根系更加

发达，各方人才一茬接一茬茁壮成长。

练就“伯乐相马”识才慧眼。面对前所未有的发展机遇和发展挑战，精准识才辨才，是争取主动、抢占先机的关键。树立强烈的人才意识，大兴识才爱才敬才之风，寻觅人才求贤若渴，识别人才如获至宝。选才要练就“慧眼”，善于“伯乐”，用才应立足长远、着力培养。善于从不同角度看待人才，本着百花齐放的开放理念，不拘一格吸纳人才。坚持实践辨才，听其言更重观其行，把默默无闻、脚踏实地、兢兢业业、值得信赖的人才识别出来。坚持德才兼备、以德为先，从事业出发、从岗位出发、从人民需求出发，大力选拔政治意识强、道德水平高、综合素质硬的人才。

筑就“凤栖梧桐”人才舞台。引人是前提，用人是关键。留住人才最好的办法就是用好人，让其找到自己的舞台、实现自身的价值。遵循人才成长规律，把注意力聚焦到“栽好梧桐树、搭好黄金台”上来，想方设法为各类人才搭建成长进步施展才华的舞台。按事找人、因事用人、对号入座，把事业需要、岗位需要与人才的脾气秉性、兴趣爱好、特长优势有机结合，把人才放到最合适的地方、最关键的岗位，确保人岗相宜、人尽其才。以“风物长宜放眼量”的远见，在资金、项目、信息等人为人才铺路搭桥，让他们放心选择落地。把园区集聚和项目建设作为各类人才发挥作用的主战场，使各类人才创业有目标、发展有机会、付出有回报，在干事创业中实现自身价值。

激发“不拘一格”用才胆识。庭院里跑不出千里马，花盆里长不出参天松。优秀人才正如“千里马”“参天松”，赛场越宽

阔、“马力”越强劲，舞台越宽广、成就越非凡。积极给人才放权，为人才松绑，赋予人才更大决定权、支配权、调度权，让人才从不必要的迎来送往活动中解脱出来，把时间和精力更多投入到做学问、搞研究上，多出成果、出好成果。建立以信任为基础的用人机制，大刀阔斧推动双容错免责机制有效运行，打破人才“不敢与不能”的顾虑，在制度允许范围内给人足够空间和权力，允许试错、包容犯错、大胆容错，鼓励创新、宽容失败，最大程度激发人才潜力和创新动力。

用好“多把尺子”评价体系。人才是丰富多样的，有学术型也有应用型，有创新型也有守规型，不同行业的特点不尽相同。多一把评价的尺子，就多出一批人才。最近热议的职称制度改革，把一批发展态势好、从业规模大的新兴职业纳入职称评价范围，受到欢迎。进一步突破评价藩篱，打破“四唯”的“清规戒律”，健全人才分类评价体系。坚持德才兼备、以德为先，突出创新价值、能力、贡献导向，注重引入同行评价、市场评价和社会评价。加快推进简政放权，让企业在人才评价上掌握更多话语权 and 主动权，充分激发企业引才育才积极性主动性。加强关心关爱，对干得好的人才真激励、真兑现，让“多把尺子”真正成为引领各类人才成长的风向标。

创新之道，唯在得人。济多士，乃成大业。广开进贤之路，广纳天下英才，让各类人才各得其所，让各路高贤大展其长，形成天下英才聚神州的良好局面，“中国号”巨轮就一定能够向着中华民族伟大复兴的航程直挂云帆济沧海。

议论风生

文化旅游应提升文化韵味

韩小乔

今年国庆假期，文化旅游成为旅游市场的亮点和热点。四川省文化和旅游厅发布的数据显示，国庆首日三星堆共接待游客1.24万人次，实现门票收入69.54万元，分别较2020年同期增长588%、378%。根据中国旅游研究院统计，假日期间选择参观博物馆、主题公园的受访者超过半数，达51.1%。各大旅游平台数据显示，国庆假期，博物馆、非遗及文旅融合类商品订单量环比涨幅超过10倍。

“文化旅游热”与游客需求的转变密切相关。长期以来，国内旅游市场以景区景点观光游为主体，旅游风景区的火爆和文化场馆的冷清，一度形成鲜明对比。但随着我国已转向高质量发展阶段，人们的精神需求不断增加，旅行时不再满足于打卡、拍照和到此一游，更希望探索和体验文化、文明，使旅行更有意义、更有收获。文化旅游走热毫无悬念，文化旅游景点接连出现，但目前旅游市场还未能充分满足游客对体验文化的意愿和需求。中国青年报调查显示，61.9%的受访者认为文化旅游市场形式单调重复、千篇一律。中国现有主题公园中不少都主打文化牌，但重硬件、轻软件，有实物、无文化是其通病。个别地方耗巨资打造文化景点，实则堆砌一批华而不实的建筑物和没有灵魂的人造景观，更不用奢谈景点的文化体验度。甚至有的古镇把原住民全部迁出，重新打造一个缺乏生气的地产化商业街。不解决结构性矛盾、不摆脱瓶颈制约，文化旅游难以长远发展。

满足需求而不是迎合欲望。文化旅游的法宝在于展现精神气质。三星堆、故宫之所以成为热门旅游目的地，无不因其文化浓度高、充满特色魅力，能够满足人们获取知识、接受教育、深度体验的情感需求。而一些所谓的文化景点遭到“冷遇”和反感，要么因为文化元素单一、同质化严重、主题不鲜明，游客觉得索然无味，要么因为打着文化幌子，过度商业化、缺乏精神气，与文化传承背道而驰。事实上，无

论是造文旅景点，还是做文创产品，只有把握并挖掘文化之源的内核，始终围绕文化做文章，才能增加含金量，提升文化景点的吸引力、影响力。

引领价值而不是浅尝辄止。游客走进博物馆，亲眼看到文物，仅仅是踏进了文化的门槛。一个成熟的旅游市场应具有多元的市场细分，具有多层次、立体式的产品结构，带给人们更丰富、更生动的文化体验。这意味着要抛弃过去一味做大的思维惯性，转向做细、做深、做透、做精，如北京汽车博物馆、上海八音盒博物馆、杭州中国伞博物馆，各有侧重、百花齐放、多元共生。文化旅游景点还可以通过延伸服务，引领游客了解相关历史、典故，挖掘中华文化宝库里的无尽宝藏，加强游客的自我身份认同和本土文化认识，提高国民综合素质和社会文明程度。

不断创新而不是原地踏步。自然景观是有限的，人文创造是无限的，文化资源为旅游产业发展提供了丰富且深厚的元素，但传统文化古老与厚重的一面，有时会令游客产生距离感。如果抱着传统文化资源裹足不前，又缺乏亮眼的创新表现和高水平的公共服务，文化旅游景点很难吸引人们。要充分运用先进技术挖掘、保护、传承、开发有形文化资源和非物质文化遗产，打通资源壁垒，把资源优势转化为经济社会发展新动能。重庆忠州老街、南京夫子庙等街区，融合非遗手工、文创产品、动漫卡通、快闪、汉服表演等文化元素，打造生活化的文创消费场景。西安大唐不夜城、游客同“李白”对唐诗，让人们踏上梦回大唐的时光隧道。依托历史文化资源合理开发，在传统中注入现代元素，就能创造新的文化体验。

文化不是迎合旅游的一张皮。对文化的敬畏、对历史的尊重、对城市的探索、对生活的热爱，诸多因素都蕴含在文化旅游过程中。当文化成为旅游市场的热词，各方更应把握契机、用心经营、细致规划，努力提升文化景点和市场的文化韵味，让游客真正领略文化之美。

有话要说

短视频中的“伪科学”亟须整治

梅麟

“这些育儿方式，让孩子少长10厘米”“我们每天吃的肉蛋奶，关乎巴西热带雨林存亡”“这几个手势在关键时刻能救命”……近来，泛知识类短视频在网上颇受欢迎，但是，有些内容看似科学实则缺乏科学性。有人称这是前些年来层出不穷的网络谣言的可视化呈现，也有媒体呼吁不能放任泛知识类内容跑偏。

泛知识类短视频满足了人们快速、直观进行知识学习的新需求，其中社科人文、情感、美食和科学科普等内容备受青睐。日益增长的市场需求，让众多优秀内容创作者脱颖而出，也吸引了一些缺乏必要资质的所谓创作者“浑水摸鱼”。他们打着“科普”旗号，视频中采用夸张的标题、刺激的音乐和“言之凿凿”的解说吸引眼球，实际上内容本身缺乏科学依据，经不起推敲。有些“科普”内容甚至违背社会公序良俗，诱发网民恐慌情绪。网络谣言视频化，因其可视化而更具迷惑性，是网络中新出现的一股浊流。整治泛知识类短视频中的“伪科学”乱象，是维护网络环境风清气正、助力网民享受高质量内容的应有之义。

互联网不是法外之地。“伪科学”视频误导受众混淆视听，应强化监管。职能部门应定期开展专项整治行动，重点关注用户基数大的内容平台，审核平台在首页头条、App弹窗等流量集中位置是否存在“伪科学”视频，要求平台及时清理不当内容。应平台纵容“伪科学”视频传播，清理违规信息责任落实不到位，应及时对其违规行为进行处罚。“伪科学”所涉内容领域广、种类多，监管力量可能无法面面俱到，不妨邀请各行业专家共同参与，对真假难辨的内容进行准确性。广开言路，鼓励网民举报“伪科学”视频，积极听取网民就

泛知识类内容市场治理的建议，引导社会力量共治共管。

B站负责人曾指出：“泛知识类内容占B站全平台视频总播放量的45%。过去1年，有1.13亿用户在B站学习，这个数字是中国在校大学生数量的3倍多。”得泛知识内容者得天下，成为不少平台的共识。以重噱头轻实质的特征，“伪科学”视频可为平台带来一定流量，但绝非长久之计。一旦平台主推的内容多次被证实是“伪科学”，将加深公众对其负面印象，造成用户大量流失，最终失去竞争力。平台应持续改进算法机制，向用户呈现高质量内容，为优秀创作者提供更多展示机会。完善账号认证机制，建立黑名单制度，禁止不具备资质的创作者发布专业知识内容。加大审核力度，自觉过滤“伪科学”内容，对存有争议的信息明确标记，提醒用户谨慎判断，防范不良信息传播。

“伪科学”视频的存在，固然有监管不严、平台盲目追求变现等原因，但也应认识到，当前一些领域缺乏专业解读，给“李鬼”们留下可乘之机。实现泛知识类内容市场良性驱逐劣币，应积极吸引专业人士参与，增强内容“含金量”。例如，中科院院士汪品先入驻B站向年轻人普及海洋科学，复旦大学教授沈逸在线解读中美关系让扑朔迷离的国际问题“拨云见日”，这些案例表明，专业人才填补空白，不仅能大大提高内容可信性，有效满足用户求知欲，也使投机取巧者失去生存空间。应鼓励内容创作者与高校、科研院所、知名企业等机构深度融合，发掘具有潜质的专业人才，打造素质过硬的内容创作梯队。更多专业力量加入，将推动全行业内容创作水平提升，助力优质内容引领正确价值导向。

热点评

文艺评论应坚持“真善美”

方川

近日，中宣部等五部门联合印发《关于加强新时代文艺评论工作的指导意见》(以下简称《意见》)强调，加强新时代文艺评论工作，要全面贯彻“二为”方向和“双百”方针，坚持创造性转化、创新性发展，弘扬中华美学精神，进行科学的、全面的文艺评论，发挥价值引导、精神引领、审美启迪作用，推动社会主义文艺健康繁荣发展。

习近平总书记在文艺座谈会上的讲话指出：“追求真善美是文艺的永恒价值。”同理，坚持“真善美”也是文艺评论的永恒价值。“把好评文艺评论方向盘”，要注重文艺评论的社会效果，弘扬真善美、批驳假恶丑，不为低俗、庸俗、媚俗作品和泛娱乐化等推波助澜。发扬艺术民主、学术民主，尊重艺术规律，尊重审美差异，建设性地开展文艺评论，推动形成创作共识、评价共识、审美共识，不套用西方理论剪裁中国人的审美，改进评论文风，多出文质兼美的文艺评论，构建中国特色评论话语。

文艺评论应在“真”字上练“内功”。文艺评论工作者追求“真”，要真学真懂，活学活用马克思主义文艺理论、学深学透习近平总书记关于文艺工作的重要讲话精神，练好“内功”和开展文艺评论的底盘功夫、看家本领，借鉴古今中外各类文艺实践和作品，观照文艺作品的思想价值、社会价值、艺术价值，从纷繁复杂的文艺表象中，把握住文艺发展的历史规律和发展趋势，坚持真理、捍卫真理，面对波云诡谲的文艺乱象出手要硬气，面对不正确的批评评驳要有底气，面对同行的真知灼见虚心学习要有静气，在同声同气中发出好声音、传播正能量。真诚评论、真情评论，

“披文入情”之时，认真研读文艺作品，以平等民主的态度对待文艺创作，与艺术家真诚交朋友，既不居高临下、颐指气使、妄自尊大，也不一味吹捧、无原则、无底线，敢讲真话、善于评论。“情动辞发”之际，不论书评、随笔、论文等书面方式，还是采访、沙龙、对话等口头方式开展评论，都应尊重艺术发展规律、尊重审美差异性多样性，实事求是、开诚布公，建设性开展文艺评论。

文艺评论应在“善”字上做“深功”。文艺评论，“评”即评鉴，评其长短优劣；“论”即理论，论其优劣原因与缘由，引领导向与风尚。马克思指出，人的生存是朝向合“目的性”进行的。目的性就是“善”，对人类有益有用。习近平总书记指出，文艺批评褒贬甄别功能弱化，缺乏战斗力、说服力，不利于文艺健康发展。《意见》强调，提高文艺评论的专业性和说服力，把更多有筋骨、有道德、有温度的优秀作品推荐给读者观众。以专业性为“矢”，以说服力为“的”，文艺评论要在“善”字上做“深功”。创作“有筋骨”的文艺评论，要立足文艺作品实际，发扬“批评精神”“斗争精神”，以朝气与锐气，充分用好批评这个利器，坚持以理立论、以理服人，对不良文艺现象敢于说“不”，在“褒贬甄别”中展现“战斗力、说服力”。创作“有道德”的文艺评论，要坚守高尚的职业道德，针对文艺作品号脉开方、对症下药，既不能写表扬稿“捧杀”，也不能吹毛求疵“骂杀”，更不能一知半解甚至不懂装懂“误杀”。创作“有温度”的文艺评论，要坚持专业性、客观性，也要兼具包容性、尊重多样性，以“政治性、艺术性、社会反映、市场认可”为准，以善意建言，批评作品不足，让作者心服口服、

读者如饮甘怡，如沐春风。

文艺评论应在“美”字上展“底蕴”。文艺评论通过文字、语音或视频等形式传达给受众，既不能板着脸孔、拿着腔调，更不能胡言乱语，应以美文美篇、美言美语表达真知灼见。《意见》要求“不套用西方理论剪裁中国人的审美，改进评论文风，多出文质兼美的文艺评论。”“文质兼美的文艺评论”，说起来容易，做起来难。“文”是表达，是形式，应深入浅出，贴近实际、贴近生活、贴近大众，真情表达、真情析理，不能装腔作势、空洞无物、晦涩难懂。“质”是内容、是本质，应有内涵、有底蕴，有启示、有警醒，或引导读者进行欣赏，提高审美境界，或让作者与读者产生共鸣、形成共识，或对作者对读者醍醐灌顶、理性引导。

法国哲学家狄德罗说：“真、美、善是紧密结合在一起的。在真或善之上再加上一种稀有的光辉灿烂的情境，真或善就变成美了。”文艺评论坚持“真善美”、传播“真善美”，使之成为广大群众的主流价值并遵行之，低俗庸俗媚俗的“假恶丑”就没有容身之地。

构建中国特色文艺评论，要建设具有中国特色的文艺理论与评论学科体系、学术体系和话语体系，建立线上线下文艺评论引导协同工作机制，建强文艺评论阵地，营造健康评论生态，推动创作与评论有效互动，增强文艺评论的战斗力、说服力和影响力，提高文艺作品的精神高度、文化内涵和艺术价值，为人民提供更好更多的精神食粮。

(作者系安徽省中国特色社会主义理论体系研究中心淮南师范学院基地研究员、安徽省文艺评论家协会副主席)

取消“超前点播”，回归“内容为王”

徐海

近日，多家视频网站宣布取消“超前点播”服务，网友纷纷表示“大快人心”。

所谓“超前点播”，是视频网站专门针对VIP会员推出的一项付费服务，消费者通过额外支付费用获得视频的“提前观看权”，从而提前解锁更多剧情内容。对用户，只要多花点钱，便可以提前观看剧集。对视频网站，带来更多收入，有利于加速变现。此举看似是你情我愿的正常交易，实则套路满满。超前点播是按集收费，但不允许消费者跳集购买，必须逐集解锁内容，相当于打包出售。《消费者权益保护法》明确规定“消费者享有公平交易的权利”，超前点播涉嫌捆绑销售，是对消费者选择权、公平交易权的漠视。因此，超前点播为视频网站带来收入的同时也引发争议，不少消费者认为超前点播损害他们的合法权益，有悖契约精神和商业道德。

取消“超前点播”，让网友实现“追剧自由”，是视频网站知错能改的表现，也是获得用户信任、优化用户体验的新起点。视频网站应“多一些真诚，少一些套路”，充分保障消费者权益，努力提高作品质量，不断丰富用户体验，才能开拓更广阔的市场。

加强制度保障，维护消费者权益。我国视频平台起步较晚，近年来才逐步形成内容付费模式。视频网站崛起后，凭借技术与资源优势不断压缩会员权益，直接影响用户体验，但相关法律法规相对滞后。目前，针对视频网站存在的问题，只能用《合同法》《消费者权益保护法》约束和规范，造成“视频网站套路多，会员权益难保障”。立法部门应制定专门管理规定，规范平台服务标准，逐步健全制度体系，以法治力营造安全健康的视频网站消费环境。视频网站应尊重广大消费者，恪守诚信原则，依法承担应尽义务和责任，切实保障消费者合法权益。

提供优质内容，提高用户体验。视频网站采取“超前点播”的原因之一是弥补平台亏损。一方面，视频网站内容制作、版权采购等成本居高不下，另一方面，会员人数增长已趋饱和，只能向存量用户“下手”。平台通过“超前点播”可以在短期内增加收入，但最终透支消费者信任，不利于行业长期发展。平台应认识到会员人数而非市场无法拓展，而是因为平台还无法提供消费者所需要的优质内容，优质内容的持续输出和良好的用户体验才是吸引用户的关键所在。平台要树立“内容为王”理念，通过引进和制作优质内容实现会员数量的增长。比如，利用大数据有效挖掘市场需求，提供多元化个性化服务，创作更多符合各类消费群体口味的优质作品。以技术创新赋能内容创作和流程管理，提高平台运营效率与管理水平，多管齐下才能实现视频网站高质量发展。



“手偷” 王真/绘



安徽日报微博



安徽日报微信



安徽日报客户端

联系电话 0551-65179148 投稿邮箱 ahrbpl@126.com