

皖江评论

以文艺助力基层精神文明建设

■ 晋文婧

近日,中国文联、中央精神文明建设办公室联合印发《“强基工程”——文艺助力基层精神文明建设行动(2023—2025年)实施方案》,要求组织动员万名崇德尚艺、甘于奉献的文艺志愿者深入基层、扎根群众,广泛开展文明实践文艺志愿服务,结对子、种文化,推动乡村文化振兴,不断夯实基层精神文明建设基础。

活跃在城乡的广大文艺志愿者,常常被称为“文艺轻骑兵”。近年来,各地“文艺轻骑兵”围绕丰富基层群众文化生活,与基层群众面对面交流、手把手传艺,推动基层文艺创作和生产,培训基层文艺人才,打通了城乡文化文艺服务的“最后一公里”,把文化“种”进乡野沃土。

文化的本质是一种精神力量。精神文明是社会主义社会的重要特征和制度优越性的重要表现,也是社会主义现代化建设的

精神动力、智力支持和思想保证。随着经济社会发展与生活水平提高,广大基层群众对精神文化生活有了新期待。这就需要业内沉下心来,理解如何运用文艺更好开展基层精神文明建设,以及“文艺轻骑兵”这支队伍究竟能够在其中发挥怎样的作用。

开创精神文明建设新局面,基层是基石。在这片广阔土地上,人民对美好生活有着永恒的追求。美好生活,是物质富裕和精神富足的有机统一。大力推进基层精神文明建设对于增强人民群众的文明素养、提高人民群众的幸福感和获得感具有重要意义。

推进基层精神文明建设,应以“小切口”讲清楚“大道理”。介绍人物、描写事物,文艺是一个优质载体。经济社会发展中的重点、热点和难点,最终都要落脚于民生实事,落笔于人民群众的身边人与身边事。文艺创作只有接地气,才能通人心,文艺作品以小见大、见微知著,以情动人、以文化人,用社会主义核心价值观充实人民

群众的文化生活,调动人民群众参与基层精神文明建设的积极性,让他们慢慢从旁观者成为参与者,最终成为创造者。

加强精神文明建设是时代发展进步的需要,文艺工作者使命必达。文艺是时代前进的号角,最能代表一个时代的风貌,最能引领一个时代的风气。生动立体的文艺志愿服务和文艺惠民活动,紧扣时代之需、社会之需、人民之需,“轻骑兵”机动灵活、业态丰富、活力四射,面向基层、贴近生活、服务群众,求速度重质量,为群众送欢乐、送温暖、送服务,力求以全方位、高质量的文化供给充分满足人民多样化、高品质的精神文化需求。

一种一粒志愿种子,开一树灿烂繁花。把文明实践之所需与文艺志愿服务之所能结合起来,按需匹配文艺志愿者,精准结对、有效帮扶,让一支支“文艺轻骑兵”队伍参与基层文化建设,发挥专业优势,打造示范项目,以“驾轻就熟”方式,获得“轻舟已过万重山”的成效。

热点热评

“春风行动”应“四季如春”

■ 徐海

近日,国家税务总局发布通知,在上半年已推出四批“便民办税春风行动”措施基础上,重点围绕支持小微企业和个体工商户发展等方面,再推出和优化28条“便民办税春风行动”措施,助力民营经济健康发展壮大。

为企业减负,就是为创新和发展赋能。税收调控有利于提振企业发展信心,是优化营商环境、激发发展活力的重要手段。税费优惠政策落地后,其效果将从生产端联动到消费端,促进产销良性循环、有力扩大内需、促进民生改善。国家税务总局公布的最新数据显示,上半年,全国新增减税降费及退税缓费9279亿元。其中,民营经济纳税人缴费人新增减税降费及退税缓费7049亿元,占比76%,是政策惠及的主体。一组组不断向好的数字,背后是政策的持续发力。充满关怀的政策“活水”源源不断流向各类企业,为企业坚持研发、扩大产能、实现更好发展减轻负担。

当前,我国正处在经济恢复和产业升级的关键期,结构性问题、周期性矛盾交织叠加,广大经营主体特别是小微企业和个体工商户仍然面临不少困难。越是经营主体效益改善、回升向好的关键期,税收等宏观政策越要发挥好加油打气、纾困解难的重要作用。此次推出的第五批“便民办税春风行动”措施紧跟企业实际生产经营情况,在进一步强化税费优惠政策落实等方面明确多项内容,确保政策红利直达快享。

量身定做,增强税费政策精准度。截至2022年末,全国各类中小微企业数量超过5200万户,成为数量最大、最具活力的企业群体。各类小工厂、小商铺、小摊档,稳着经济增长“基本盘”、守着城市生活“烟火气”,关系国计民生“大账本”。此次出台的28条措施中,针对小微企业和个体工商户的涉税涉费特点和突出诉求,制定编发支持小微企业和个体工商户发展壮大的税费优惠政策清单及相关指引,让经营主体对能够享受到的税费优惠政策一目了然。近年来,越来越多的民营企业“走出国门,奔向海外”,措施中专门增加6条跨境税收服务措施,进一步提高企业出口退税便利度,更大力度帮助企业解决跨境涉税争议,满足民营企业发展过程中出现的涉税新需求。根据企业不同需求,分类梳理现行税收优惠政策,用好政策“工具箱”,为小微企业、个体工商户等

重点对象提供实打实的政策扶持。

以教治税,提高企业办税便利度。真金白银的“大礼包”成色足、分量重,只有尽快送到企业手中,才能真正享受到惠企红利。需要看到,有些税费优惠政策涉及部门多、领域广,企业想要享受优惠政策,不仅需要携带各类证明材料自行向相关部门申请,还要填写大量表格,审核、拨付流程繁杂冗杂,申报效率“大打折扣”。在减税降费方面,我省通过数据交互共享,建立16类127个标签体系,推进税费优惠政策精准推送、直达快享、免申即享,变“人找政策”为“政策找人”。落实税费优惠政策,需要数字化赋能。充分运用现代信息技术,通过大数据比对分析,获取企业基本信息与相关材料,对税费信息和纳税人缴费人进行精准匹配,精准匹配纳税人需求,真正实现“企业中坐,政策送上门”。当然,大数据的交互共享离不开各部门加强交流、资源整合的主动作为。市场监管、税务、工商、财政等部门也应密切配合、协同联动,打通系统间壁垒,让惠企政策业务和数据跨部门跨区域流动,简化办事流程,保证企业及时、便捷享受到政策红利,集中精力抓经营、促发展。

有求必应,提升服务满意度。纳税人缴费人满意度是评价税费政策落实成效的“金标准”。充分倾听诉求声音,及时回应解决难题,是提升满意度的关键。国家税务总局安徽省税务局聚焦税费诉求解决过程中的堵点难点,有效整合电子税务局、皖税通App、局长信箱、“税包公”二维码等线上、线下各类诉求反馈渠道,创建税费服务诉求“一口收办”平台。按照“同一口进、内部流转、同一口出”流程,闭环办理,限时办结,高效解决纳税人急难愁盼问题,实现“事事有着落、反馈一口径”,解纳税人之难、让纳税人满意。有求必应、接诉即办、办就办好。进一步健全税费诉求快速响应、高效办理机制,畅通纳税人缴费人诉求表达和权益保障通道,常态化开展各种形式的企业走访座谈活动,系统梳理企业反映强烈的问题,研究务实管用、切实可行的解决措施,及时回应纳税人缴费人合理诉求。同时,面向企业开展税费专业培训辅导,对不同类型企业提供个性化服务,帮助企业提升合规能力。

营商环境没有最好只有更好,“春风行动”应“四季如春”。期待出台更多税费优惠政策,以更大力度、更优服务,不断优化办税缴费流程,进一步降低企业办税缴费负担,打造让企业放心、安心、顺心的营商环境。

用匠心打造电影“新江山”

■ 韩小乔

重回“百亿时代”、创下中国影史7月票房新高。这个夏天,中国电影市场格外亮眼。“仿佛在千里江山图中上一堂国学课”“热烈的不是青春而是梦想”“用爱与勇气冲破命运之咒”……多部国产影片叫好又叫座。

蓬勃的观影需求背后,电影市场变化引人注目。过去,常常是“一家独大”或“双雄争霸”,其他影片表现平平。如今,“神仙打架”,各显神通。《八角笼中》《长安三万里》等国产类型片刷新纪录,《封神第一部》《孤注一掷》等多部“黑马”脱颖而出。今年几个节日档期,多部影片出现票房逆袭,历史罕见。虽然《碟中谍7》《芭比》等热门进口片来势汹汹,但国产片也不示弱、正面对垒,一改往日“陪跑”姿态,变为“领跑”,暑期档票房和口碑双双碾压进口片。

电影“江山”之变让人惊喜,中国电影高质量发展成果有目共睹,既满足人民群众日益增长的精神文化需求,又极大振奋了行业信心。暑期档已过半,市场热情依旧不减。在电影产业不断升级背景下,站在电影市场全面复苏新起点上,人们更需追问:如何才能站稳脚跟、巩固良好态势,把中国故事讲得更好、传得更广。

电影,是接近人类灵魂的艺术,也是容易激发情怀的文化产品之一。悬疑片、喜剧片、动画片、史诗动作片……无论什么类

型、何种题材,怀有对文化的敬畏,才能引发共鸣共情,收获口碑票房。《长安三万里》以普世的艺术形式再现传统文学世界,强化了基于汉语的文化身份认同。《封神第一部》取材于家喻户晓的古典神魔小说《封神演义》,以中国传统内核书写神话史诗。电影的情感“种子”不仅来自中华传统文化,也源于生活质感、现实力量。百姓的人生经历、集体记忆里,存着可供挖掘的文化“富矿”。《八角笼中》展现了真实的大凉山少年格斗训练,以逆境中不屈不挠的“小人物”形象,唤起大众追梦梦想的动力。正因为现实中的网络诈骗比电影残酷得多,从上千个真实案件提炼创作的《孤注一掷》才更加“掷地有声”。反观接连上映的几部好莱坞大片,票房“遇冷”和其剧情老套、人物刻板、特效雷同的风格有关。不断重启各种IP系列电影,却延续套路化的文化输出、个人英雄主义的价值观念,缺乏创新、消费情怀,观众自然审美疲劳。

文化敬畏,表现为艺术匠心。电影是情感消费,也是一个工业种类。没有匠心之艺,难铸文化之魂。曾经,无演技的流量明星“霸屏”,“天价片酬”抬高制片成本,大量资本为挣快钱涌入电影行业。现在,越来越多创作者有意识放缓节奏,把注意力投向内容创作,大部分经费用于提升剧本和制作质量。在精品意识引领下,国产电影跳出类型单一、翻拍模仿的窠臼,走出类

型多元、风格独特的“新路”。不仅内容质量较以往大幅提升,特效、美感和故事呈现也与时俱进。《长安三万里》《封神第一部》等震撼炫目的视听效果,集中体现了中国电影工业化的高阶阶段,彰显了具有国际竞争力的工艺水平和工匠气质,这背后是多个创作团队的长期准备与精心打磨。从剧本开发、拍摄到后期制作,每一个环节力求精益求精,如此诚意创造的“工业奇观”,自然激发观众深层次的文化共鸣。

国产电影向前走,既要“向内求”,也要“向外看”。以我为主,立足中华优秀传统文化,不断挖掘文化内涵,这是创作群体的责任,也是电影工业的本分。事实证明,我们讲好自己故事、形成自己的风格,就能够找到通往受众内心的传播途径。但不能忽视,如果只将本国市场视为唯一市场、只造“中国特供”,不愿“出海”远航,中华文化难以鼓风扬帆,电影发展之路只会越走越窄。争取快速扩张的国内市场,并非“缩回”安全区,而是坚定文化自信、积极融入世界的表现。每一次文化探索,都助力中国“软实力”向外投射;每一次积累沉淀,都为下一次高歌猛进做好准备。走出“吃老本”的路径依赖与“吃规模红利”的“躺赢”,跳出“自说自话”怪圈,以丰富优质的供给满足不同观众差异化观影需求,才有更多人认识并认可可信、可爱、可敬的中国,让中华优秀传统文化生生不息、发扬光大。

有话要说

人脸识别该上好“安全锁”

■ 李明杰

为规范人脸识别技术应用,国家网信办近日发布《人脸识别技术应用安全管理规定(试行)(征求意见稿)》(以下简称《规定》)。《规定》提出,只有在具有特定目的和充分的必要性,并采取严格保护措施的情形下,方可使用人脸识别技术处理人脸信息。实现相同目的或者达到同等业务要求,存在其他非生物特征识别技术方案的,应当优先选择非生物特征识别技术方案。

人脸识别是基于人面部特征数据进行身份识别的一项生物特征技术。近年来,这种技术被广泛应用于手机解锁、身份验证、上班打卡、网上购物等生活场景中,给人们生活带来便利。人脸识别不单

是涉及人的长相,还关联着个人财产信息、金融信息以及家庭成员相关信息。所以,《民法典》规定,处理个人信息的,应当遵循合法、正当、必要原则,不得过度处理。但是,在现实生活中,由于没有身体接触,抓取人脸信息时,人们难以察觉,被采集者对谁在采集、出于什么目的采集并不知情,导致利用人脸识别技术窃取个人信息、从事违法犯罪活动的行为时有发生,亟须完善监管和治理体系,规范人脸识别技术应用。

防止人脸识别被滥用,需明晰合法使用的边界。在适宜的地方运用人脸识别不仅可以提高效率,也可以方便个人生活,比如银行远程开户、机场人脸识别以及无接触识别等。此次《规定》对人脸识别的现实

运用,给出具有针对性的约束框架。比如,在应用场景层面,涵盖旅馆客房、公共浴室、更衣室、卫生间及其他可能侵害他人隐私的场景,也包括在公共场所安装图像采集、个人身份识别设备的场景等,及时回应社会公众的焦点关切,也为合规操作提供直接、明确的业务规则。坚持安全与发展并重,通过区分应用场景设定不同的法律义务、监管要求,平衡好人脸识别技术的商业价值、社会价值和个人信息保护之间的关系,促进人脸识别技术应用逐步走向规范化。

防止人脸识别被滥用,还应抓住执法监管这一关键。人脸识别技术产业虽是高新技术产业,但行业内的企业良莠不齐,影响行业健康发展。网信、公安等部门一方面完善人脸识别技术行业标准,积极引导相关企业成立行业协会,促进技术不断进步,既要让企业受益,也要把技术可能造成的潜在风险降到最低。另一方面,加大执法力度,做好人脸识别在多元应用场景中的事中监管,及时发现违法行为并依法处置,更好保护公众的信息安全。

点赞立法整治“马路低头族”

■ 班慧

今后,过斑马线时玩手机,可能要受到处罚了。

近日,宁波、厦门等地纷纷出台规定,对行人过马路时玩手机影响交通安全现象进行整治,轻则罚款五十元,重则一二百元,引发关注。

身处移动互联网时代,某种程度上说,手机已成为人体的“外置器官”,发信息、网购、刷视频、玩游戏……智能手机功能强大,让人拿得起、放不下。甚至在过马路的片刻,许多人也“两耳不闻身边事,一心只盯手机屏”,成了“马路低头族”。一项调查显示,72.2%的受访者有“步行过马路玩手机”的经历。

同时,也有研究表明,当人们低头看手机时,平均视野只有正常走路的5%,边过马路边玩手机的行人,在视觉上只能对附近3米至5米内的障碍物作出判断,平均步行速度也会因此减慢16%至33%。近年来,过马路时玩手机酿成的交通事故屡见不鲜,不少人因为过马路时玩手机发生惨剧。

“马路低头族”的危险行为,既是陋习也是顽疾。为规范人们过马路的行为,各地绞尽脑汁、花样百出。有的用大喇叭高声提醒,有的在斑马线人行横道路段设置交通劝导员,设置斑马线智能护栏……然而,从土办法到高科技,即使交通管理部门想尽办法,也有他人活生生的教训,就是唤不醒心存侥幸的“马路低头族”。一次长记性的交通处罚,或许是一剂

令人警醒的“猛药”。以立法形式纠正过马路玩手机陋习,为城市交通文明树立立法标杆,既是维护交通顺畅运行的需要,更是守护公众生命安全之必要。

有人对此质疑,此等小事,不该小题大做,行政管理权的介入应保持克制。也有人从执法操作考量,如果不是现场取证,该如何处罚?对“马路低头族”来说,低头看手机要处罚,低头看书看报纸是否也要处罚?低头多久要被罚?

笔者认为,处罚不是目的,而是手段。立法的目的在于惩戒违法者,威慑教育者,规范人们的行为。在实施约束和惩戒过程中,应既要严格依法执法,也要注意执法“尺度”和“温度”,把治理成效转化为社会安全增量。此外,还要加强宣传教育。“罚款”结合,才能让行政法规的外部规制力量内化为群众内心的约束力,增强人们文明通行意识,形成遵守交通秩序、维护公共安全的自觉行为,为自身安全和公共安全筑起一道保护屏障。

短视频新闻不能“娱乐碎片化”

■ 梅麟

报道国际形势的新闻配上搞怪声音,严肃话题变得如同过家家;普通街头纠纷,通过慢动作特效、搭配雄浑悲壮的配乐,仿佛上演动作大片……近年来,短视频新闻逐渐走入公众视野,由此带来的新闻“娱乐碎片化”倾向引发关注。

闲来无事刷刷短视频,成为许多人的生活习惯。数据显示,目前我国短视频用户规模达10.12亿人,人均单日使用时长超过2.5个小时。从传播机制看,短视频具有短平快特点,便于受众在短时间内接触海量信息,迎合当下碎片化内容消费需求,成为人们获取新闻资讯的主要途径之一。受此影响,不少传统媒体在推进融合转型过程中,主动将新闻报道的“短视频化”作为赢得受众关注、增强影响力的重要手段。

判断新闻报道是否合格,真实性、客观性、完整性不可或缺。当前,某些短视频新闻一味强调娱乐性,对事件素材添油加醋、掐头去尾,利用冲击耳膜的音乐、花里胡哨的特效“喧宾夺主”,新闻事实反而被放在次要位置。此类“新闻”无法让公众了解新闻事件真相、理性分辨孰是孰非,模糊新闻报道与虚构创作之间的边界,把受众带进“娱乐至死”的怪圈。

与电视、报章杂志等传统媒体相比,短视频天然带有泛娱乐化基因,容易导致媒体在适应短视频平台算法机制过程中迷失方向,陷入

“娱乐碎片化”误区,久而久之将损害新闻报道公信力,影响新闻舆论工作的健康发展。

无论经济社会如何发展,舆论生态发生怎样变化,新闻工作在各方面各环节都要坚持正确舆论导向。近期多地出现洪涝灾害,多家主流媒体发布关于最新灾情的短视频新闻,客观准确、及时完整,积极回应公众关切、化解负面舆情,产生良好社会反响。新闻机构在重视传播手段创新、主动适应多元化内容消费需求同时,必须牢记真实性是新闻的生命,少一点流量焦虑,强化短视频新闻报道的公信力。

短视频制作看似简单,一张图几个字就能“应付”,但如果缺乏高素质人才队伍支撑,要制作出有思想、有温度、有品质的短视频新闻作品无异于梦中花、水中月。短视频新闻出现“娱乐碎片化”倾向,说到底还是制作者缺乏打造优质作品的追求,只能盲从网络上的“流行玩法”。媒体竞争关键是人才竞争,媒体优势核心是人才优势。融媒转型不仅是生产工具、报道手段上的革新,更需要新闻舆论工作者有时不我待的紧迫感,勤学、善思考、重实践,争做短视频新闻创作领域的专家型、复合型人才。

筑牢网络舆论阵地,需要新闻舆论工作者以实际行动扭转短视频新闻“娱乐碎片化”倾向,不断提高短视频新闻的舆论传播力、引导力、影响力、公信力,持续巩固壮大网络舆论主流思想舆论,激发向上向善的精神力量。



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

ahrpbl@126.com