

砥砺奋进的五年 历史性成就和变革

人民日报评论员

权威声音

“解决了许多长期想解决而没有解决的难题，办成了许多过去想办而没有办成的大事。”习近平总书记在省部级主要领导干部专题研讨班上发表的重要讲话，系统总结了党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就，深刻阐述了五年来党和国家事业发生的历史性变革，鼓舞和激励全党全国各族人民坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，继续把党和国家事业推向前进。

党的十八大以来五年，是党和国家发展进程中很不平凡的五年。五年来，以习近平同志为核心的党中央科学把握当今世界和当代中国发展大势，顺应实践要求和人民愿望，以

巨大的政治勇气和强烈的责任担当，举旗定向、谋篇布局、迎难而上、开拓进取，统揽伟大斗争、伟大工程、伟大事业、伟大梦想，统筹推进“五位一体”总体布局、协调推进“四个全面”战略布局，推出一系列重大战略举措，出台一系列重大方针政策，推进一系列重大工作，取得了改革开放和社会主义现代化建设新的重大成就。

这是砥砺奋进的五年。我们全面加强党的领导，发挥党总揽全局、协调各方的领导核心作用，党的凝聚力、战斗力和领导力、号召力大大增强。我们坚定不移贯彻新发展理念，不断适应、把握、引领经济发展新常态，深入推进供给侧结构性改革，有力推动我国发展不断朝着更高质量、更有效率、更加公平、更可持续的方向前进。我们坚定不移全面深化改革，国家治理体系中具有

四梁八柱性质的改革主体框架已经基本确立，重要领域和关键环节大批改革举措密集出台，改革落实力度持续加大，改革呈现全面发力、多点突破、纵深推进的崭新局面。我们坚定不移全面推进依法治国，科学立法、严格执法、公正司法、全民守法进程统筹推进，我们党运用法律手段领导和治理国家的能力显著增强。我们加强党对意识形态工作的领导，旗帜鲜明巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，意识形态领域方向性、根本性、全局性问题得到明确，全党全社会思想上的团结统一更加巩固。我们坚定不移推进生态文明建设，把推动形成绿色发展方式和生活方式摆在更加突出的位置，“绿水青山就是金山银山”的发展理念深入人心，美丽中国建设迈出重要步伐。我们坚定不移推

进国防和军队现代化，以党在新形势下的强军目标为引领，深入推进政治建军、改革强军、科技兴军、依法治军，国防和军队改革取得历史性突破。我们坚定不移推进中国特色大国外交，推动构建以合作共赢为核心的新型国际关系，致力于打造人类命运共同体，赢得了国际社会广泛认同，营造了我国发展的和平国际环境和良好周边环境。我们坚定不移推进全面从严治党，着力解决群众反映最强烈、对党的执政基础威胁最大的突出问题，形成了反腐败斗争压倒性态势，党内政治生活气象更新，全党理想信念更加坚定、党性更加坚强，党自我净化、自我完善、自我革新、自我提高能力显著提高，党的执政基础和群众基础更加巩固，为党和国家各项事业发展提供了坚强政治保证。

五年来党和国家事业取得的历史性成就和发生的历史性变革，在新中国成立特别是改革开放以来我国发展取得重大成就基础上，把中国特色社会主义推进到新的发展阶段。五年来我们之所以能取得历史性成就、发生历史性变革，最根本的是我们党有以习近平同志为核心的党中央的坚强领导，有习近平总书记系列重要讲话精神和治国理政新理念新思想新战略的科学指引。学习贯彻习近平总书记“7·26”重要讲话精神，要紧密联系实际，对过去五年砥砺奋进的伟大实践，加深对历史性成就和变革的理解，进一步增强政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识，增强维护核心、保持一致的思想自觉和行动自觉，确保党和国家事业始终沿着正确方向胜利前进。（刊今日人民日报）

新民随笔

网红

易蓉

这两天微博上演了一场荒诞剧——一个90后浙江理发店吹头小哥被一名博主拍照发到网络而迅速走红，小哥开通微博才三四天，粉丝就突破了一百万，这一切只因为小哥颜值高。迅速蹿红，快得匪夷所思，而更令人啼笑皆非的剧情是，小哥自拍了一个视频上传，结果听到这一口金华口音，昨天还尖叫“转粉”的网友瞬间扭头表示已经“转黑”，一切就在眨眼间。

这世界到底发生了什么？艺术家安迪·沃霍尔几十年前就说过，每个人都能在15分钟里成为明星。安迪认为媒介将无处不在，只要有足够的曝光就能让每个人都成为名人。社交网络似乎成了最好的造星土壤，一个个网红横空出世，无论是审美还是审丑，无论是夸还是骂，关注即是点击即是流量即是变现的可能。行业数据分析平台易观智库预测，2016年中国网红产业规模将达到528亿元，2018年将超过1000亿元。上月，阿里巴巴投资者日活动为350多名全球机构投资者和分析师安排了网红直播来展示当下中国疯狂的网红经济，网红之一是一位能够在2小时直播中带来2000万流水的服装公司首席营销官。外国投资人惊讶于网红的力量，看不懂，却忍不住为这份辉煌的成绩蠢蠢欲动。

蠢蠢欲动的何止逐利的投资人。去年某网络平台发布的一项毕业季调查称，95后最向往的新兴职业排行榜榜首就是网络主播、网红；也有媒体报道，在问小学生的未来理想时，“想要当网红”的回答令人瞠目结舌。网红有草根逆袭、快速成名的意味，但这并不意味着走红等于搭上一劳永逸的成功直通车，如果无法保证持续关注度，网红的热度难以“保温”，甚至会“降温”。

或许是时候担忧，最依赖互联网的年轻一代如何在这样的环境中学会健康审美、判断价值、权衡轻重。要知道，真正成功的网红并不像看上去那样云淡风轻地光顾着享受生活，背后的努力才是成功在任何时代不变的真理。



盛夏漫笔

郑辛遥

日报观点

官微传谣！政府新媒体不是自媒体

7月31日，南京市公安局官方微博“@平安南京”发布消息称，人民日报客户端开发的“穿上军装”照片自动生成应用是钓鱼链接，提醒粉丝“小心被境外势力采集信息”。随后，该消息被证实为谣言，“@平安南京”更正：“以此为鉴，大家好，我是新的小编，之前那个小编已经拜拜了。”

“之前那个小编已经拜拜了”，似乎告诉人们对传谣负责直接责任者已受处分。“@平安南京”公开承认错误，对公众表达歉意，不失为一次成功的危机公关。但是，政府部门官方微博、微信发布未经证实的消息和谣言，已非个案，对此应该加以反思。

现在，很多政府官微为了打造亲民形象，吸引粉丝关注，努力将自己变得人格化，传播大量与普通群众切身利益相关的内容。一些政府官微很像一家自媒体，柴米油盐，无所不包。与专业媒体相比，官微小编没有多少信息核实能力，只能一键转发。“@平安南京”此次传播的谣言，显然不是它的自创，只是转发自网上未经核实的信息。

尽管打击网络钓鱼是公安机关的职责，但是“穿上军装”照片自动生成应

用是不是钓鱼链接，南京警方并没有经过调查。而且，也没有任何警方调查。未经调查核实就草率发布相关消息，逾越了自身的权力界限。这也提醒所有的政府官微，不能将自己当成自媒体，置权力边界和社会责任于不顾。

每当重大事件发生，事关民生的政策发布，人们都期待从政府部门口中第一时间获取信息。官微无疑是架通群众与政府、消除信息不对称的一条捷径。然而，政府信息发布的范围和权责是有限的，政府官微不能替代媒体，更不能按自媒体的套路运营。有的政府官微把吸粉多少视为运营成果，为了吸引粉丝而发布小道消息，甚至不惜炒作，本身就是一种本末倒置。

政府部门官微还远远没到无话可说的时候，与其转发大量未经证实、不相干的信息，不如多发布一点分内事。政府信息发布者都应该自省：来自群众的疑问有没有及时回应？理应公开的信息有没有彻底公开？本部门管理的事项有没有表达清楚？把这些内容传播好了，就算是把政府官微给玩透了。至于吸粉多少、有没有人格化，倒在其次。（王钟的刊今日中国青年报 本报有删节）

网视舆情

自媒体爱关注什么，哪些素材容易受到关注和传播，这是一个很有意思的话题。回顾最近出现在自媒体上的爆款文章，这几天“北京2000万人假装生活”热点颇有影响，类似的爆款文章还包括“月薪3万，还撑不起孩子的暑假”，至于前段时间几乎受到全民吐槽的“相亲鄙视链”则更为典型。这些文章涉及教育、婚恋等关键词，其新闻主角主要是中产阶层，难怪有媒体评论说，自媒体喜欢通过放大中产阶层的焦虑来吸引眼球。

这看似是一个有些想当然的结论，但稍作思考似乎还是有一些依据，起码它符合日常的观感。为何自媒体如此热衷以中产阶层作为叙事主体，一种自然而然的解释是炒热点，即如今社会处于转型期，中产阶

爆款文章和中产阶层精准营销

何小手

层的焦虑是社会热点，拿它说事能获得比较好的传播效果。这是一种较为抽象化的解释，它将现象归结为时代背景的产物，其实，除此之外还有更深层次的逻辑值得思考。

自媒体主要依靠个体传播，一篇文章发出后，粉丝乐意转发就意味着会得到二次传播，这种病毒式传播方式意味着，传播者的号召力在很大程度上决定了文章的后续影响力。按照这种传播逻辑，自媒体当然希望获得有传播号召力的粉丝，而中产阶层无疑属于高号召力的传播群体，而且事实也证明，中产阶层的话语权客观上也有助于将一般话题转化为公共话题。从这个角度看，自媒体为何热

衷关注中产阶层焦虑——不仅因为话题热，而且因为关注这些话题的人可以影响更多的人，他们在传播中的中介优势更为明显。

还有一个重要因素在于，中产有着相对较高的消费能力。在这个越来越讲究细分领域的时代，更强调营销的到达率。写作者们以及自媒体的投资人，固然看中有多少人阅读了文章，但更看中有谁阅读了文章。一定程度上说，关注中产焦虑的文章和养生类文章一样都属于精准营销，文章热度背后意味着实实在在的收益。可能并不是所有自媒体都有这样的待遇，但投资的逻辑正是如此——当你的文章吸引了中产阶层粉丝，那么你

的自媒体就有了对中产阶层进行营销并获得较高回报的潜质。

但是，中产阶层往往也是一群苛刻的读者，他们的网络感觉，对营销本能反感，都意味着要写出让其产生共鸣的爆款文章并非易事。所以你会发现，如今描写中产阶层焦虑的文章，从标题拟定到角度选择，都可见出非同一般的功力——如果缺乏对社会心理的理解，对网络生态感到隔阂，没有一定的网感，恐怕很难写出这种“接地气”的文章。有的人经常能看出其中的炒作痕迹，但却找不到确切的证据，更多的人会觉得，一切似乎是水到渠成，这大概是自媒体时代传播行为新的进化。