

观点 扫描



更重要的是,“被看见”不应是终极目标。真正的自信,是在熙攘的赞誉中保持清醒。将全球的注目礼转化成继续攀登的动力,才能让“自身硬”演变为可持续的常态。

马斯克种草中国 穿透偏见滤镜

据新华社报道,美国特斯拉公司首席执行官埃隆·马斯克11日在社交媒体上写道:“中国太棒了。我强烈推荐大家去看看。”随后,他的母亲梅耶·马斯克也转发了他的帖文并写道:“(中国的)每个城市都有其独特魅力,有不同的文化景点可以参观。建筑物和街道都很干净,维护良好。同时,人们彬彬有礼、勤劳且尊重他人。我感到安全,所以很享受去中国。”

据了解,梅耶·马斯克曾透露自己“几乎每个月”都会来中国,并表示中国总是给她留下深刻印象。此前,马斯克在接受采访时,对中国人工智能产业的发展给予高度评价。他表示,中国AI公司“很有可能在未来某个时候”成为“领导者”,并指出中国的电力供应能力远超美国,而且拥有大量生产机器人的实力。这些话在国际社会反响巨大。

马斯克的一句“强烈推荐”,不是外交辞令,也不是官方推介,却胜过千言万语。如同一束光,穿透了西方媒体长期构筑的叙事滤镜,激发起许多外国友人到中国一探究竟的兴趣。马斯克这样的全球公众人物以亲身经历为中国正名,其所产生的穿透力与说服力,也远超传统外宣方式的传播效果。它并非简单的名人效应,而是人们天然更信任那些他们认为“没有宣传动机”的讲述者,超然于体制之外的第三方视角。

这正在被越来越多的实例所印证。从海外普通游客在短视频平台上分享令人惊叹的高铁印象,到全

球企业家用投资行动为中国经济投下信任票,这些越来越多来自“他者”的客观记录和真实感受,正在悄然改变世界打量中国的目光。他们镜头里的细节和口中的故事,没有宏大叙事,却充满烟火气息,构成了一个鲜活、立体、可信的中国形象。这些例子说明,让我们的这些成就被世界看见,需要善用多种传播渠道和叙事方式。也启示我们,在加强国际传播能力建设的过程中,既要重视官方渠道的权威发布,也要善于借助民间力量、名人效应和社交媒体的传播优势,用好海外名人流量,打造国际传播“轻骑兵”,形成多层次、立体化的传播格局。

但更要看到,中国发展的成就才是最大的底气。古话说得好,“桃李不言,下自成蹊”,若没有数十年来基础设施的翻天覆地、产业链的完整韧性、科技创新的加速追赶、社会秩序的安宁有序,再多的“推荐”也只是空谷回声,转瞬即逝。这些成就构成了一个庞大的“真实场”,任何有诚意、有观察力的个体,一旦踏入,都难以忽视其能量。

更重要的是,“被看见”不应是终极目标。真正的自信,是在熙攘的赞誉中保持清醒。发展的竞赛是一场没有终点的马拉松,唯有将外界的掌声转化为自我革新的压力,将全球的注目礼转化成继续攀登的动力,才能让“自身硬”演变为可持续的常态。

项向荣 来源:浙江日报



生长在路网通畅、城乡互通的新时代,不必再背负“逃离大山”的执念,这让很多山区孩子拥有了平视世界的底气和从容自信的眼界。

“坐公交就能走出大山”为何打动人心?

近日,四川绵阳一名山村少年的网络回帖刷屏全网。面对网友“好好读书走出大山”的鼓励,少年淡然回应:“坐公交车就可以出去了。”短短几个字,朴实却犀利,细品又耐人寻味。(见8月9日《人民日报》)

过去,大山是地理屏障,是发展壁垒。那时,走出大山是无数人的渴望。如今,少年云淡风轻的回答,证明大山已不是困住人生的围城。

历经数十年经济建设和基建发展,我国乡村面貌实现了历史性跨越。从悬崖村天堑变通途,到守护求学路的山区“空中校车”,一条条道路、一座座桥梁,打破了不少山区的地理隔绝。路通了,改变的不仅是出行方式,更是山里人的心态与格局。生长在路网通畅、城乡互通的新时代,不必再背负“逃离大山”的执念,不用把家乡当作需要挣脱的困境。这让很多山区孩子拥有了平视世界的底气和从容自信的眼界。

更深刻的变化是乡村发展逻辑。从前,山区年轻人一心走出大山、奔赴城市;如今,乡村振兴落地生

根,通畅路网激活了沉睡的乡土资源。乡村文旅顺势兴起、特色产业落地扎根、返乡创业蔚然成风。道路打通的是城乡距离,盘活的是乡土机遇,拓宽的是人生选择。村民不只有“走出大山”的单一路径,更有“留下来”的发展底气。

这正是乡村基建的价值所在——基建的尽头,是民生的温度,是时代的进步。

但城乡公共服务、发展机遇的差距仍需持续弥合。想要让大山真正留住人、吸引人,各地要依托通畅路网的基础优势,深耕本土特色产业,培育乡村文旅、特色种养、电商助农等新业态,让乡土资源转化为发展优势。同时持续完善乡村交通配套、教育医疗、公共服务,补齐乡村发展短板,让乡村既有山水烟火,也有发展前景。

大山依旧在,但路网四通八达、机遇流动,乡村不再是落后的代名词,而是充满希望的热土。

孔德淇 来源:工人日报

别让智能眼镜沦为偷拍工具

智能眼镜作为新兴可穿戴设备,凭借第一视角记录、实时翻译、智能交互等功能,走进大众日常生活。然而,一些别有用心之人,利用设备外观隐蔽的特点,在地铁、商场、机舱等公共场合偷拍摄像,还在网络社群传播。

这也警示我们,技术创新不能突破隐私底线,不能让智能眼镜沦为窥视他人隐私的“第三只眼”。

智能眼镜最大的隐私风险,在于极强的伪装性。部分产品摄像指示灯亮度微弱,甚至能够被贴纸遮挡、人为拆除,旁人很难判断对方是否正在录像。在公共场所、更衣室、公共交通等场景偷拍,受害者往往毫无防备。

偷拍乱象滋生,折射出产品设计、平台治理、行业规范存在多重短板。部分厂商优先追求轻薄无感的产品体验,弱化拍摄提示机制,未能从源头设置防护门槛;线上平台对用户社区监管宽松,任由偷拍视频流转传播;电商平台还存在售卖遮挡指示灯改装配件的现象,为智能眼镜伪装偷拍提供了便利。

平衡科技创新与隐私保护,应当坚持“隐私设计

前置”。设备生产企业需要优化硬件设计,强化摄像状态可视化提示,从技术层面限制遮蔽指示灯。探索设置权限管控机制,规范影像存储、导出路径,杜绝设备被恶意改造用作偷拍工具。完善说明书、开机提示中,清晰地告知用户拍摄的法律边界。

网络平台要当好中间关口,完善内容识别系统,主动筛查偷拍类影像,及时下架处置。畅通举报渠道,对持续发布偷拍内容的账号,采取封禁措施。同时严控改装配件销售,封堵灰色改造渠道,不给偷拍提供可乘之机。

监管层面需要补齐规则,细化可穿戴摄像设备管理标准。公安、网信、市场监管部门加强协同执法,严厉查处偷拍以及传播偷拍影像违法行为。公共场所经营主体,也可以因地制宜出台管理细则,在医院、客运车厢、游泳馆等敏感区域,规范智能眼镜使用要求。

智能眼镜承载着数字产业创新的期待,不能因为滥用争议阻滞发展,更不能放任其成为侵犯隐私的工具。而让智能眼镜回归便民初衷,必须先守住数字时代的隐私边界。

张西流 来源:新京报



这也警示我们,技术创新不能突破隐私底线,不能让智能眼镜沦为窥视他人隐私的“第三只眼”。