

情同与共，创造美好世界

写在东京残奥会开幕之际

8月24日晚，奥林匹克之光再次点亮东京夜空，因新冠肺炎疫情延期一年举办的第16届夏季残奥会终于拉开帷幕，开启了一场全世界残奥运动员努力拼搏、超越自我的盛会，也为人类开展全面合作、应对疫情挑战注入信心和希望。

情同与共，这是东京奥运会和残奥会的共同口号。在疫情的特殊背景下，本届残奥会被赋予更厚重的意义——通过共同努力，创造一个健全人与残疾人互帮互助、共享平等权利和和谐社会，一个属于每个人的美好世界，一个超越国籍、民族、宗教、性别、身体条件等各种差异，携手同行、共渡难关的美好世界。

情同与共，为残疾人搭建一个放飞梦想的平台。运动之于残疾人，远远超越运动本身所蕴含的意义。残奥会为全世界残疾人提供了一个公平竞技的平台，一个承载梦想的平台，一个超越自我、成就自我的平台，一个倡

导和践行“残疾人与健全人同属一个世界”理念的平台。

东京残奥会开幕式以“我们拥有翅膀”为理念，凸显的是残奥选手面对困境勇于张开翅膀、迎风飞翔的精神。在残奥会赛场上，独臂泳将奋力击水，盲人跑者努力冲刺，轮椅运动员潇洒挥拍……他们排除万难，用意志、体能和技能的较量突破生理、心理上的各种局限，用拼搏精神和乐观心态重新定义可能性。如果说奥运赛场是对人类挑战体能极限的呈现，那么残奥赛场更多的是对人类挑战精神极限的展示。命运再多坎坷，总有梦想，总有超越。

夺金是每一名残奥会运动员追求的目标，却不是终极目的。半个多世纪以来，他们通过残奥会的比赛让更多世人理解、尊重残疾人，让世界给予残疾人更多必要的支持和帮助，也让更多残疾人受到鼓舞，坚定直面人生起伏、实现自身价值的信念，寻找新的梦

想，成就更好的自己。

情同与共，为世界搭建一座希望的灯塔。面对疫情和百年未有之大变局，现今世界比以往任何时候都更需要团结，更需要奥林匹克精神的激励。尽管日本疫情形势严峻，东京奥组委仍准备欢迎大约13万名学生入场观看残奥会，旨在让年轻一代接受奥林匹克精神的熏陶。在人类社会充满挑战的发展道路上，薪火相传的奥林匹克精神将成为一盏明灯，为世界带来更加和平美好的未来。

在全球总人口中，残疾人占比约15%，他们是休戚与共的人类命运共同体的重要组成部分。不论是本国还是全球残疾人事业，中国始终加以呵护，促其发展。本届残奥会，中国派出总人数为437人的代表团，其中运动员251人。平均年龄为27.5岁的中国残奥选手们将参加20个大项、341个小项的角逐，这是我国参加境外残奥会参赛大项最多的一届。

许基仁视点

重塑中国足球良好生态

如何搞好中国足球?这是牵动社会上上下下的重要话题。为此新华社“中国足球基层行”调研组深入到大连、郑州、洛阳、成都、昆明、广州、深圳、北京、上海、天津、济南、南京、志丹等地调研采访，并形成一份共识：要搞好中国足球，首先要重塑热爱足球、重视足球、崇尚足球、支持足球的良好社会生态。

重塑中国足球良好生态，首先要在全社会营造一种尊崇足球的风气。放眼全球，足球是一项时尚运动，也有很高的社会地位。孩子们踢足球，是一种自然选择，兴趣使然；年轻球员选择职业足球，便选择了一种荣誉感强、收入高、让人心仪的职业。企业家投资足球，虽然大多数并不挣大钱甚至不挣钱，但却服务于社会，获得尊重。政府部门虽然不直接插手作为市场行为的职业足球，但却在场地提供、青少年培养、基金彩票税收方面提供支持。但在中国足坛却不完全是这样。中国足球往往是负面话题的常客，甚至常常风马牛不相及地“背锅”。

中国社会应该重构足球荣誉体系，在全社会形成一种足球崇高、投资足球产业光荣的文化氛围。

重塑中国足球良好生态，其次要准确、全面地理解足球属性。足球是什么?足球是一项让人血脉偾张的全球第一运动，是带来万千财富、提供众多就业岗位的商业平台，是一个对青少年立德树人的教育工具，是全民拥抱自然、愉悦身心、增强社交的生活方式，同时也是一种公益平台，一项公共产品，一个城市品牌。

社会组织、企业和个人利用足球的巨大影响力而进行公益活动，在造福社会、造福大众方面能取得事半功倍的功效。足球作为公共产品，全民所有，全民享用，全民受益。它的政治效能体现在为国争光、凝聚人心、鼓舞斗志、促进社会和谐，这在贫困地区、少数民族地区尤为显著，也是体育公共服务均等化的应有之义。它的文化效能体现在积极向上、团结友爱的足球竞赛为大众提供精神产品和文化享受。城市品牌则不言而喻，一个一流的城市应该有一个一流的职业足球俱乐部。足球赋予一个城市的美誉度、社交空间、文化沉淀和经济活力往往能带来惊喜。

如果对足球有公益平台、公共产品、城市品牌的定位认知，那么各级政府重视足球、帮扶足球就属于工作职责。对政府部门来说，支持足球不是一项可有可无的工作点缀，而是以人民为中心的发展思想的根本体现。中国老百姓喜欢足球，虽常常恨铁不成钢，但真心希望中国足球不断进步。老百姓关注、喜欢、期盼的东西，就一定要花力气抓好，各级政府责无旁贷!

最后，重塑中国足球良好生态，要在落实“有效市场、有为政府”方面持续发力。党的十九大报告指出：“使市场在资源配置中起决定性作用，更好发挥政府作用”，也即推动“有效市场”和“有为政府”更好结合。

《中国足球改革发展总体方案》公布6年多来，各方聚力落实方案50条要求，中国足球出现向好趋势，政府和社会对足球的重视和投入明显提升，足球体制机制改革取得成效，校园足球日新月异，踢球孩子开始增多，俱乐部名称非企业化、限薪限投等深水改革破冰前行……成绩有目共睹，成果来之不易。但是中国足球的现状依然不能让老百姓满意，各项改革和国家队成绩尚未取得标志性成果和实质性突破，职业联赛的现状堪称举步维艰。归纳起来，中国足球在践行“有效市场、有为政府”方面都还有较大的提升空间。

中国职业俱乐部大多数采取“高投入、低产出”这种极不健康、极不理想的运营模式，主要靠母公司“输血”，自身缺乏足够的“造血”能力。这跟中国职业联赛市场环境不够健全、不够成熟有关。欧洲俱乐部赖以赚钱的电视转播权、门票、衍生产品销售等到了国内则成了杯水车薪，以国内职业联赛为竞猜对象的足球彩票也迟迟未能出台。相反，俱乐部在税收、安保、场地、梯队培养等方面的开支相比国外要更大。这是中国足球市场需要改变、改进的地方。

要推进、完善中国足球“有效市场”，“有为政府”必不可少。多年来，我们片面地认为足球尤其是职业足球、职业联赛仅仅是一种商业行为，政府部门不便介入，而对足球具有公益效能、公共产品、城市品牌属性认知不够。“足改方案”发布6年来，各级政府部门逐渐加大对足球的帮扶，但离“有为政府”的目标尚存距离。足球同时也是一项社会系统工程，不仅仅是各级政府和足球管理部门的事情，更需要各级政府和社会形成合力。政策规划、财务税收、公安安保这些政府职能部门都应该按照“足改方案”要求，进一步加大对中国足球改革发展的扶持力度。

当然，讲“有为政府”不能脱离“有效市场”。在重视、支持中国足球的过程中，各级政府部门要尊重各级足协的专业化运作，尊重足球规律和足球市场规律，把握好事权边界，既不越位也不越位。

(记者许基仁)新华社北京8月24日电

别用聚光灯催熟祖国的“花朵”

每日一评

这可能是国内最致命的偶像男团。8月20日，“天府少年团”高调宣布出道，成员中年龄最小的只有7岁，最大的也只有11岁，引发各方质疑。仅仅4天过后，该团体所属公司就在深夜宣布，这个平均年龄只有8岁的团体“即日解散”。

此前，该公司曾回应称，公司不是把孩子当作赚钱的工具，而是在“孵化具有时代意义的新一代少年榜样”，“将在保证学习的前提下完成艺术训练”，“不做饭圈文化，没有资本运作”。如此回应并未平息舆论，反而将造星低龄化、养成系追星等问题再次推向公众视线。

孩子如初升的太阳，拥有无限可能。然

而，有些人从孩子们身上看到的却只有名利与商机。他们用聚光灯与摄像头为孩子们“催熟”，过早地将“嫩苗”剥离汲取营养的“土壤”，迫使孩子们脱离正常的学习与生活，失去成长路上的其他选择。这种揠苗助长的短视行为，真的好吗?

这些年，“低龄偶像”盛行，助长了“一夜成名”的畸形成功观，让更多人迷信走捷径。尤其“选秀造星”与网络直播的兴起，让许多年轻人快速收获名利，从而产生了“弄学从娘”的想法。相关专家介绍，青少年三观尚不够成熟稳定，对世界的认识不够深刻，辨别能力不强。如果轻易投身名利场，长期受走捷径思维影响，很容易迷恋一时的光鲜亮丽，陷入“读书无用论”思想，严重影响身心健康发展。

近期，国家广播电视总局开展网络综艺

节目专项排查整治，要求严格控制偶像养成类节目。北京市广电局也发布通知，各网络视听节目服务机构要严把网络综艺节目人员关，为青少年提供良好示范，并禁止未成年人参加选秀类网络综艺节目。

面对那些无底线的“造星行为”，相关部门须加强监管，严格审查参与者的年龄，严禁利用偶像经济收割粉丝、无底线敛财的行为。经纪公司网络平台应树立底线思维，摒弃唯利是图的导向，切实履行好自身的社会责任。

此外，未成年人和家长也要摒弃急功近利的浮躁风气，积极树立正确的价值观，理性选择人生道路。唯有多方共同努力，才能让祖国的花朵绽放出更多光彩。

(本报评论员田晨旭)

“饭圈”何以成为人人喊打的“烦圈”

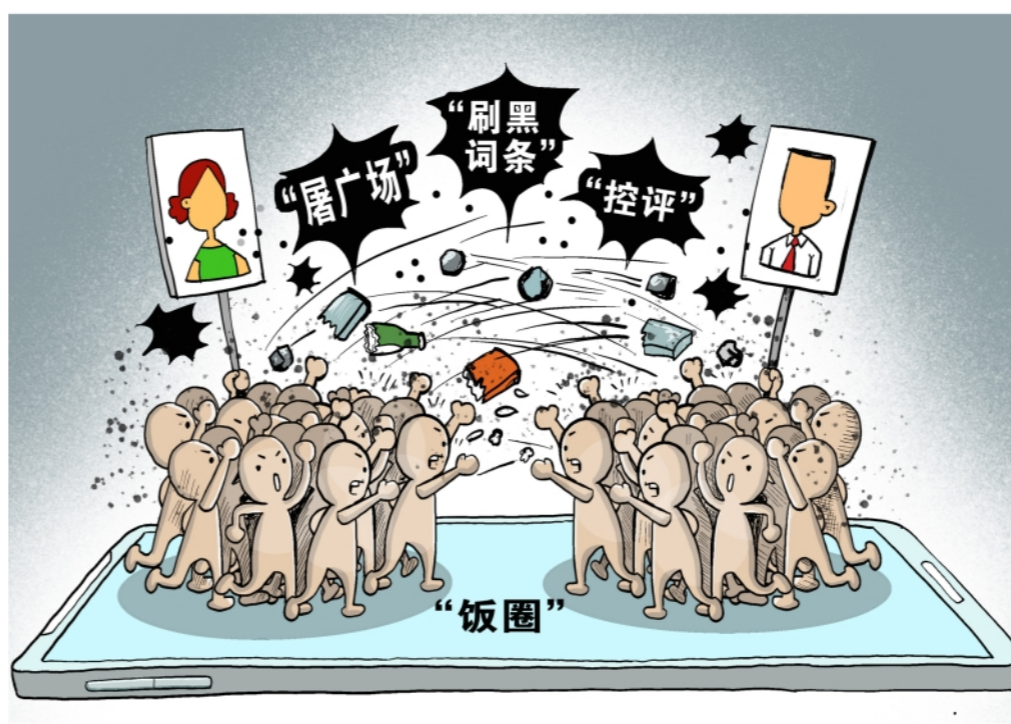
每日快评

最近一段时间，“饭圈”乱象不断，最新案例是演员赵丽颖的粉丝后援会听她可能与演员王一博合拍新戏，竟号召粉丝集体抵制，并对王一博进行语言攻击。一名赵丽颖“大粉”公然发微博宣称，“就是要越乱越好，各方混战……现在不怕乱，不怕闹……闹哄哄把事情闹大才好呢”。23日，微博官方发布公告称，已对涉事相关违规账号进行禁言、关闭等处置。

这场莫名其妙的“饭圈”风波，让很多围观者大跌眼镜。艺人参演什么影视剧、跟哪些明星搭档，是艺人自己、经纪公司考虑的问题。粉丝可以讨论、可以建议，也可以有不同意见，但有不同意见就发起集体抵制，甚至发动骂战，还美其名曰“都是为了艺人好”，显然让“饭圈”成了“烦圈”。

有媒体称，这是今年6月中央网信办决定开展“清朗·‘饭圈’乱象整治专项行动”之后，首个因“互撕”遭大规模禁言的粉丝群体。微博方面及时出重拳治乱，既显示了对非理性“饭圈”乱象的鲜明态度，也给其他“饭圈”群体敲响了警钟。

“饭圈”本是粉丝抱团支持明星的松散团体。客观来说，“饭圈”最初是一个以年轻人为主体的组织，除了支持艺人的音乐、影视剧等，还会组织线下活动，大家聊偶像、聊人生、聊理想，结交志趣相投的朋友。但不知道从什么时候起，“饭圈”变了味，应援打榜不计成本、骂战互撕不择手段、为了流量恶意营销没有下限。



失控互撕

新华社发 朱慧卿作

“饭圈”变味，“唯流量论”难辞其咎。在娱乐圈，流量代表着艺人的知名度，也代表着商业价值。与几十年前不同，在互联网时代，等待艺人推出脍炙人口的好作品带来流量，速度似乎远不如炒CP、买热搜、设置热点话题。于是，在一部分粉丝的带动下，不良“饭圈”文化开始蔓延。有不少未成年人混迹“饭

圈”，种种不良文化直接影响了他们的健康成长。

近期已经有不少“饭圈”乱象遭舆论痛批、被平台严厉打击，有关部门的态度也已经非常明确。希望粉丝们能保持基本的理性，别让“饭圈”成为人人喊打的“烦圈”。

(本报评论员陈尚营)

声名狼藉的美国情报界

新华国际时评

当前，面对新冠病毒在全球肆虐的严峻现实，美国部分政客非但不思团结抗疫，还借病毒溯源问题搞政治操演，要求情报部门开展新冠病毒溯源调查，在短短90天内拿出一份有结论的报告。

美国情报部门声名狼藉，见不得人的勾当“一箩筐”，早就被钉在了历史的耻辱柱上。

美国情报部门服务于政治。虽然嘴上说着独立运作、与政治和党派不搭界，但美国情报机构一直以来的所作所为证明，其不但服务于美国政客，更是美国维护霸权的“马前卒”。为满足美国政客的需求，美

国情报部门不惜歪曲事实，编造情报，甚至搞“有罪推定”，栽赃陷害他国。2003年，美国信誓旦旦地称有“可靠情报”显示伊拉克拥有大规模杀伤性武器，并以此为由对伊开战。然而，美国始终拿不出对伊拉克政府指控的“实锤”，最后只能“甩锅”给错误情报。这场以虚假信息为名发动的战争让伊拉克满目疮痍，数百万人破家亡人，流离失所。

美国情报部门不择手段。中央情报局人员以“反恐”为名，在海外监狱大搞刑讯逼供，水刑、剥夺睡眠、狭小空间禁闭、人身羞辱等“加强审讯方法”触目惊心。中央情报局的所作所为成为美国历史上的污点。此外，中央

情报局多次组织或参与谋划刺杀其他一些国家领导人、政治领袖；过去几十年，世界一些国家和地区的政治和社会动荡中或多或少都能看到美国情报部门的影子；中央情报局在冷战期间还启动秘密计划有偿招募记者，“投喂”假消息，利用媒体影响大众舆论。时至今日，美国情报机构和国内一些媒体依然在相互利用。

美国情报部门不讲信义。美国是监听大国和黑客大国，通过各种手段把肮脏的触手伸向全球，连盟友都不放过。今年5月，欧洲媒体调查曝光美国国家安全局曾利用丹麦互联网设施监听欧洲盟国一些领导人和高级官员，令全球舆论哗然。不少国家谴责美国言而无信，不

值得信赖。2013年，美国情报机构在国内外进行大规模监听的事实遭曝光，触发声势浩大的对美声讨，白宫一度在压力下承诺不再监听欧洲盟国领导人。面对最新曝光的“监听门”和来自欧洲盟友的质疑，美国政府闪烁其词，情报部门拒绝评论，无良媒体和专家甚至跳出来为美国“洗地”，大言不惭称监听盟友很正常，让人大跌眼镜。

让背信如此巨大“信任赤字”的情报机构来搞病毒溯源，根本就是笑话。面对愈演愈烈的疫情，不知美国情报部门又会编造出怎样荒唐走板的“剧本”。不过，谎言终究是谎言，无法取信于世，注定不得人心。

新华社北京8月24日电