

G学原文 悟原理

构建共建共治共享的社会治理模式和格局

□ 金成波

十九大报告指出,要“提高社会治理社会化、法治化、智能化、专业化水平”。构建“共建共治共享”的社会治理模式,必须提高“三共”治理的“四化”水平。

第一,推进社会治理社会化。新时代社会治理必须走出传统的“国家—社会”的对立管制思维误区,否则通过单向约束性、维稳式管控不仅会遗漏大量矛盾,还可能制造新的社会隐患。因此,“三共”治理必须推进社会治理的社会化水平。概言之,社会治理社会化就是要充分调动社会各方力量参与社会治理,统筹社会各种资源支持社会治理,激发社会治理活力,推动形成矛盾自我化解机制,发挥最大限度的社会治理效益,从而实现社会治理共识统一、行动协同、结果共享的社会化治理。

第二,推进社会治理法治化。“法律是治国之重器,良法是善治之前提”,厉行法治是促进、保障“善治”的

前提。因此,“三共”治理必须推进社会治理的法治化水平。要以法治作为社会治理的基本方式,善于运用法治思维和法治方式谋划和推进社会治理。需要注意的是,社会治理法治化中的“法”并不仅仅指国家法律,其范围还包括党内法规、行业自律规范、组织自治规范等大量“软法”规则。换言之,社会治理的法治化并不强调“制裁”,而是重在“制约”“治理”。

第三,推进社会治理智能化。随着互联网的进一步普及和发展,智能化信息网络等社会变革将进一步改变社会生活的方方面面。习近平总书记深刻指出,“没有信息化就没有现代化”“过不了互联网这一关,就过不了长期执政这一关”。因此,社会治理现代化的前提必然是器物技术层面的现代化、智能化。在社会治理实践中,不仅要人工智能大数据、云计算等新兴技术工具运用到社会治理中,还要善于将互联

网新理念、新思维融入想问题、做决策、办事情等社会治理具体过程中。总之,推进社会治理智能化,主动适应智能化新时代发展已是刻不容缓、迫在眉睫。

第四,推进社会治理专业化。随着现代社会矛盾的复杂化、社会问题的专业化,社会治理必然要求通过专业化分类施策、精准治理的方式提高“三共”治理的现代化水平。一方面,要推进社会治理方式方法专业化,丰富并提高风险预警防范、突发事件应对、矛盾调解处理、利益疏导调整等多种治理方式方法及其专业化能力。另一方面,要培养社会治理的专业人才队伍,要善于针对社会矛盾进行调查研究并能提出专业性建设意见,要引导社会用法律途径、通过合法方式解决各类纠纷等,为社会治理专业化提供人才支撑。

打造共建共治共享的社会治理

格局,必须协同推进“国家政府顶层设计—社会组织中间层媒介—人民群众基层共治”三方面主体在“三共”治理格局中互动共通、协同推进的作用。

首先,国家政府应当侧重于“三共”治理的顶层设计,加强共建体制安排、共治制度供给和共享机制支撑。在中央推行“放管服”改革的背景下打造“三共”治理格局,并不意味着要减少政府职责或责任,而是要求坚持在党委领导下,政府负责主体推进,组织协调包括政府机构、社会组织、社会公众在内的多方主体共同参与社会共治,寻求“最大公约数”,协调统一推进社会治理。因此,政府最重要的是加强顶层设计、构建制度平台,充分调动社会治理的积极因素。

其次,社会组织作为政府和公众沟通、互动的媒介,在“三共”治理体系中发挥着承上启下的作用。首

以人为本,人工智能让生活更美好

□ 江德斌

人工智能可以做什么?不久前,央视播出的科技挑战节目《机智过人》第二季里,观众们看到了人工智能战胜各种“不可能”,看到了“以人为本,惠及民生”的大国智慧。无论是外骨骼机器人帮助高位截瘫女警站起来,还是脑控智能义肢助力断臂乡村教师圆“握手梦”,抑或是唇语识别等技术帮助聋哑儿童表达心愿,都让人感到人工智能解决痛点、提升生活品质的力量。

曾经,很多人认为人工智能是高精尖科技,与自己的生活关系不大。还有一些人对人工智能不屑一

顾,认为人工智能技术尚在初级阶段,与人类的灵巧、智慧没法比,还需要很长时间才能达到媲美人类智慧的水平。

但是,随着“人机大战”轰动世界,阿尔法围棋(AlphaGo)战胜人类棋手,人们意识到,人工智能时代已经到来。《机智过人》第二季展示的项别等技术帮助聋哑儿童表达心愿,都让人感到人工智能解决痛点、提升生活品质的力量。

以人为本,也是国务院《新一代人工智能发展规划》(以下简称《规

划》)的主题词之一:通过壮大智能产业、培育智能经济,落实以人民为中心的发展思想。

从农业时代到工业时代、信息时代,人类社会不断发展,持续用各种工具提高生产力、解放人力。人工智能时代亦是如此。可以预见,随着人工智能服务更精准化、更丰富多样,人们能够更便捷地享受到高质量的智能服务和个性化生活。一方面,当简单性、重复性、危险性任务越来越多地由人工智能完成,既能大幅提高生产效率、节省经营成本,助力产业转型升级,又能把人们

从繁重的劳动中解放出来,去从事质量更高、创造性更强的工作,使个体创造力得到更大发挥。另一方面,人工智能的创新应用,将为公众提供更多个性化、多元化、高品质的服务。人们看到的、感触到的不再是冷冰冰的高科技物件,而是充满人性化的设计、极致安全的产品。比如,在医疗领域,人机协同的手术机器人、智能诊疗助手,人机协同临床智能诊疗方案,将使医疗更智慧、更惠民。再如养老领域,视听辅助、物理辅助等智能家居设备,将大大拓展老年人的活动空间;移动社交

和服务平台、情感陪护助手等,将有效满足老年人的社交需求。人工智能让“以人为本”有了更多实现方式,“以人为本”则是人工智能良性发展的基础所在。人工智能可能带来安全风险挑战,因此,人工智能法律法规、伦理规范和政策体系仍待完善。只有坚持以人为本,调动全社会参与支持人工智能发展的积极性,我们才能最大限度降低风险,确保人工智能安全、可靠、可控发展。特别是对人工智能产品研发设计人员而言,需要明晰道德规范和行为守则,设置好防火墙,应对人工智能的潜在危害。

既促进人工智能研发应用、最大限度发挥人工智能潜力,又聚合全社会之力,使人工智能健康发展——以《机智过人》为代表的科技类节目,大有可为,也责任在肩。

(作者系媒体评论员)

透过土味直播的镜头,我们重新看到乡村

□ 张焱

直播平台上各种“土味”直播,让我们看到了一个个不同的乡村,一个个有山有水,有生机有活力,有矛盾有问题,却天然去雕饰,鲜活不做作的乡村。

媒体报道,随着直播平台与短视频等自媒体平台的兴起,互联网带来了一大批来自乡镇农村的创作者。他们拿起手机,记录着自己乡野生活的日常——复古式抓皮龙虾、田螺肉这样炒才好吃、唱着歌插着秧、农民的一天、我和我家猪的日常……没有经典的构图、没有精致的妆容、没有刻意的台词,这些“土

味”的视频利用极低的成本制作成视频和图文后,通过各大算法平台分发,获得大众异乎寻常的欢迎。

日常生活被镜头化,对乡村直播者来说,被赋予了一种特殊的意义。中国的乡土生活,往往被认为是平凡的、底层的、微不足道的,然而通过互联网的手段被直播且拥有大量观众后,就会对直播者的心理产生巨大影响。“我是一个表演者”“我是一个示范者”“我被观众需要”,这样心理上的暗示重新建构了直播者的价值,更建构了生活的意义。

这样的例子在重庆云阳三名患

脆骨症、自称“瓷娃娃”的姐妹身上表现得特别明显。三姐妹用“梅香尽”的名字在快手上开直播,5个月拥有26万多粉丝,每天6小时,不仅直播自己的生活日常,也推销当地土特产。直播让她们们的生活发生改变;从没上过一天学、只能白天黑夜躺在床上的残疾孩子,现在能通过直播自力更生,还有粉丝登门看望,她们经历的变化岂是翻天覆地的。可以说,“土味直播”正契合了四个字能形容的。

土味直播面对的,是大量生活于城市的中青年观看者。对他们来说,这是一个审美标准、价值体系和

生活节奏完全不一样的平行世界。这样的平行世界与现有生活构成了巨大的反差,不管其间展现的是多么平淡的细节,这个反差构成了对目前生活的文化暗示。我们惯有的“桃花源”的文化情结,使得时刻遭受着经济与生存压力的城市人总在幻想有这样一个好的乡村所在可以向往,可以短暂停留,即使是精神上的。可以说,“土味直播”正契合了四个字能形容的。

这就是直播时代如何改变了我们的生活逻辑,从乡村到城市概莫能外。生活在互联网时代,文化的传播

在向扁平化发展,自娱自乐成为一种可能。移动互联网时代的土味,通过微博、快手、抖音等APP,实现了生产者与消费者的一次隔空对话。

不管观看者的初衷是好奇还是怀旧,都是一次宝贵的乡村被发现、被重视的机会。透过土味直播的镜头,乡村又一次被“看见”,这或许能为乡村的未来发展带来更多机遇。用不断更新的内容持续吸引观众,将是乡村直播者需要思考的问题。

文化评析

长假过后说长假

今年国庆假期,文化旅游成为旅游市场的一匹黑马:在全国接待国内游客和国内旅游收入同比增长9.43%和9.04%的大背景下,文化类景区订票同比增长超过36%。超过90%的游客参加了文化活动,前往博物馆、美术馆、图书馆和科技馆的游客高达40%以上。

长期以来,国内旅游市场都以景区景点观光游为主体。与此相对应,自然风光成为最受青睐的旅游对象。当大大小小的旅游风景区、风景点都人满为患的时候,一些展览类场馆却冷冷清清,乏人问津。风景的火爆和文化的冷清,一度形成鲜明对比。

风景观光游和文化体验游反映了游客不同的偏好和取向,二者之间没有本质的高低之分。但如果风景观光游一元独大,文化成为旅游市场上无足轻重的点缀,那么这样的旅游市场难言成熟。一个成熟的旅游市场应该具有更加丰富的市场细分,具有多层次、立体式的产品结构。深度文化体验游,一直都是成熟旅游市场中的重要内容。

旅游在很大程度上是人们在物质生活水平提高之后所产生的,为满足精神和文化的需求,是对于文化和文明的一种探索和体验。当超过90%的游客都参加了文化活动,超过40%的游客走进纯文化场馆的时候,它所揭示的变化和预示的趋势足以引起重视。

问题在于,旅游市场的现状能否充分满足游客对体验文化的意愿和需求呢?在“十一”长假期间,河南伊川县的4A景区“二程”文化园游客稀少。此园耗资3.5亿元建成,国庆期间门票仅收1元。它为何无法吸引游客?原因在于缺乏文化。程颢、程颐是北宋著名思想家、宋明理学奠基人,以他们墓园为基础扩建的“二程”文化园,核心资源应该是宋明理学。如果该园能够依托“二程”墓园,建成宋明理学甚至中国传统哲学思想研究和教育重镇,何愁没有影响力和吸引力?相反,如果对宋明理学研究和教育付诸阙如,只耗资巨资打造旅游休闲、拓展培训的场所设备,堆砌一批华而不实的建筑物和人造景观,“二程”旗号名不副实,怎能奢望那些“文化游客”纷至沓来?

面对游客日益凸显的文化体验需求,文化旅游供给方多少有点跟不上节奏。放眼全国,像“二程”文化园这样的主题文化公园并不少见。部分统计显示,中国现有主题公园超过2500家,其中投资在5000万元以上的超过300家,不少都主打文化牌。然而,有一定品牌知名度、有良好经营业绩的主题公园仅占10%,70%的主题公园亏损,20%持平。有行业研究机构发布报告指出,近10年来涌现的本土主题公园中,已倒闭的约占80%,给国内旅游业造成高达3000亿元经济损失。重硬件、轻软件,有实物、无文化,是不少文化主题公园的通病。

当“文化”成为旅游市场的热词,有关各方应把握契机,努力推动旅游市场领域拓展和层次提升。在文化博览院、博物馆、图书馆、档案馆这篇大文章上都仍有广阔空间可供开拓。文化旅游绝不限于走马观花,或看一遍文物、拍几张合影的层面。游客亲眼看到文物,仅仅是走进了文化的门槛。文化场馆还应延伸服务,引领、帮助游客了解与文物相关的历史、文化、思想和典故,指导挖掘文化宝库里的无尽宝藏,最终通过文化旅游,提高国民综合素质和社会文明程度。

(作者系媒体评论员)

“靓号”不能成为侵害消费者权益的遮羞布

今日,广东省电信用户兰某发身权益的重要条款,更应显著标明,自己使用多年的普通号码却在

一夜之间被运营商认定为“靓号”,并被实行最低消费限制,服务商给出的理由是其号码以8结尾。有类似遭遇的消费者不在少数。运营商对“靓号”收费,其实并不符合法律正当性,是潜规则。“靓号”侵犯消费者权益的背后,是运营商通过各种方式榨取“靓号”的市场价值,甚至利用信息不对称以及对用户心理的诱导。运营商与消费者签订的任何契约,都应确保

公开、透明,尤其是事关消费者切

身权益的重要条款,更应显著标明,自己使用多年的普通号码却在一夜之间被运营商认定为“靓号”,并被实行最低消费限制,服务商给出的理由是其号码以8结尾。有类似遭遇的消费者不在少数。运营商对“靓号”收费,其实并不符合法律正当性,是潜规则。“靓号”侵犯消费者权益的背后,是运营商通过各种方式榨取“靓号”的市场价值,甚至利用信息不对称以及对用户心理的诱导。运营商与消费者签订的任何契约,都应确保公开、透明,尤其是事关消费者切

治理校外培训还需从校内入手

□ 胡印斌

光明时评
中国新闻奖专栏

据央视报道,针对校外培训机构收费高、加重学生负担等突出问题,日前,国务院大督查第一督查组进行了重点暗访,从暗访情况看,虽然经过多轮整治,校外培训依然乱象丛生,管理亟待加强。有培训机构明确表示,他们会请人大附中、北大附中、清华附中、北京四中等名校名师前来培

聘用中小学在职教师;培训结束时间不得晚于20:30,不得留作业;不得一次性收取时间跨度超过3个月的费用等。然而,话音刚落,国务院大督查第一督查组就发现,这些要求并没有得到有效约束,校外培训机构。这些机构仍我行我素,以前怎么干,现在还怎么干。若非督查组暗访,很多地方或许还沉浸在治理取得显著成效的自慰安慰中。

校外培训由来已久,相关的整治行动也来回折腾了许多轮次。不能说完全没有效果,但公众的不满意,则是真实的。个中原因当然很复杂,既有机构逐利、家长盲从等因素,也与当下教育环境难以满足社会需求有一定关系。

一方面,当下的校园教育并不能完全满足社会对于高质量教育的需要。孩子们本来已经很辛苦,家长并非不知道、不体谅,但眼下的学校,班额较大,孩子很难得到老师的注意。当下的中小学,尤其是一些名校,属于稀缺资源,能够挤进去已属不易,若想提升成绩,或者跟不上教学进程,只能从校外找价格昂贵的“一对一”培训。而一些教师也乐于从这个市场上获得超额回报。事实上,很多校外培训机构,本身就与当下的中小学有着扯不清的关联。二者相互依存,互为补充。此前有媒体报道,一些校外机构往往把名师作为招生的招牌。

再者,教育改革推进迟缓,也加剧了家长和学生对未来的不确

定性。既然高考仍是最权威的指挥棒,家长和学生就依旧会对考试分数斤斤计较。在分数竞争仍属刚性需求的语境下,校外培训当然有着广阔的市场。可见,某种程度上讲,校外培训热火朝天,仍需从校园内查找原因。若想从根本上解决校外培训乱象,还是应该从强化学校教育着手。唯有筑牢学校教育的堤坝,才能切实抵御来自外部的诱惑。

事实上,此前发布的《关于规范校外培训机构发展的意见》中就高度重视学校教育,《意见》要求,“对中小学教师‘课上不讲课后到校外培训机构讲’、诱导或逼迫学生参加校外培训机构培训等行为,要严肃处理。”“坚决查处将校外培训机构培训结果与中小

校招生入学挂钩的行为。”“强化中小学校在课后服务中的主渠道作用,普遍建立弹性离校制度”等。这些规定很具体,也有着极强的针对性,当然,能否内化为各地的自觉行动,仍有待观察。动辄数万元的培训费,不仅加重了学生家庭的经济负担,也推高了社会成本,制造了教育不公。无论如何,这一现象不能继续肆虐下去了。当前,必须下大力气提升课堂教学质量,均衡优质教育资源,让校园成为教育的主渠道,承载起家长和学生的梦想。同时,也要加快教育改革的探索,下决心破除不利于学生身心健康的制度羁绊,还学生以快乐的青春时光。

(作者系媒体评论员)

网红不能触“红线”

近日,有网友反映,虎牙主播@莉荷ovo(真名杨凯莉)在直播中公然篡改国歌曲谱,并将国歌作为自己所谓“网络音乐会”的“开幕曲”。目前,该主播直播间已被虎牙封禁,其全部相关影像作品也被下架。杨凯莉深夜致歉,承认自己行为低级且愚蠢。

国歌庄严神圣,不容亵渎。根据《国歌法》规定,奏唱国歌时,在场人员应当肃立,举止庄重,不得有不尊重国歌的行为;国歌不得用于或者变相用于商标、商业广告。杨凯莉依赖粉丝经济赢利,在自己的直播间唱国歌已涉嫌触犯上述法规。如不追究法律责任,一是难以保证其是否换个平台重操旧业,二是无法对社会起到有效的公

示及警示作用。此次舆情发酵对普通民众来说是一堂普法课,对目前良莠不齐的网红现象也是警醒:不能为了博眼球而去触碰红线,无论从事什么娱乐活动都应该知法懂法守法,网红作为公众人物,更应该具备社会责任感。另外,网络直播问题频出,作为管理方,直播平台必须承担起内容审核、监督职责。

(原载于央视网 作者:拙言 摘编:孙晓)

网言