

光明论坛  
中国新闻奖专栏

温故

近日,《求是》杂志刊发习近平总书记重要文章《把握新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局》,文中指出:“古人说:‘天地之大,黎元为本。’人民是我们党执政的最深厚基础和最大底气。为人民谋幸福、为民族谋复兴,这就是我们党领导现代化建设的出发点和落脚点,也是新发展理念的‘根’和‘魂’。”

“天地之大,黎元为本”出自唐太宗李世民所作《晋宣帝遗诏》。黎元,亦作黎玄,古代指百姓民众。句意是说,天地之大无所不包,百姓是国家的根本。民本思想在中国传统思想发展脉络中源远流长,其开端至少可追溯到虞夏商周时期,尤以《尚书》的记载最为久远。《尚书》通过记叙虞夏商周各代一部分帝王的言行以明仁君治民之道。开明君主认识到民众在权力转移、王朝更替、国之兴亡盛衰中的决定性作用和力量,告诫继任者要敬德、重民,民本思想开始萌生。《尚书·五子之歌》有云:“皇祖有训,民可近,不可下,民为邦本,本固邦宁。”大禹之孙太康遗忘了先祖大禹的训诫,骄奢淫逸,招致民怨,最终失邦失国。后又有商汤灭夏、周革殷命,周初统治者也意识到人心所向是周成功代商的关键,“天命靡常,惟德是辅”,德政可以融通天命与民意。

首先,民为邦本,顺应天道就是顺应民意。《尚书·泰誓》曰:“天矜于民,民之所兴,天必与之。”“天视听自我民,天听自我民听。”上天怜爱百姓大众,百姓想得到的,上天也一定会遵从。上天所看到的来自于百姓所看到的,上天所听到的来自于百姓所听到的。商周时期,中国古代的世界观、社会历史观由“神本位”向“人本位”过渡,由皇权天命论转向民意天命论,虽然仍有“天命观”的神本主义色彩,但在文明之初即确立“民本位”的价值立场,这是中华文化所独有的。其次,君主敬德、爱民可以实现天命的转移。周公提出“敬德保民”“以德配天”的民本思想,他认为,天命是可以转移的,天命转移的判准就是君主能否实行德政,天命属于谁就看谁拥有使人民归顺的“德”。而施政者有德行才能够配享天命,得到上天的护佑,敬德的主要标准和内容就是做到“怀保小民”,即爱民、护民。最后,敬民、爱民的道德情怀通过安民、利民的民生实践表现出来。《尚书》提出“安民则惠,黎民怀之”“德惟善政,政在养民”的观点,书中记载了大量从尧舜禹到夏商周三代执政者重视农业生产,通过设官督农、制历授时、兴修水利等推动农业发展,实现安民、养民的丰功伟绩。

《尚书》中丰富的民本思想资源为后世儒家继承发展,民本成为儒家政治思想的核心理念。孔子系统地阐述了“为政以德”的仁政思想。孔子说,“仁者爱人”“古之为政,爱人为大”。民为国之本,施仁爱于民是执政者的最高德行,也是治理国家的首要任务。孟子力诫君主“行仁政”,提出“民为贵,社稷次之,君为轻”的“民贵君轻”思想,主张得民心者得天下,“得天下有道,得其民,斯得天下矣。得其民有道,得其心,斯得民矣”。至汉代董仲舒确立儒家正统地位后,越来越多的君主笃信、笃行民本思想,对民众抱有敬畏之心,将“民为国本”“仁政爱民”的圣哲古训视为江山永保的圭臬。唐太宗引证荀子的名句,总结出“水能载舟,亦能覆舟”的警世名言,更以“若损百姓以奉其身,犹割股以啖腹,腹饱而身毙”自戒,这足以反映他对民众力量的清醒和历史自觉。

民本思想在中国古代政治思想史上星光熠熠、辉煌灿烂,然而回望其在历史上的政治实践却寥若晨星、暗淡无光。中国传统社会制度体制无法为民本思想的实践提供可能的条件,只能成为思想家们的政治理想和美好愿景,历代王朝都没有跳出“其兴也勃焉,其亡也忽焉”的历史周期率。抗战胜利前夕,毛泽东同志肃然作答:“我们已经找到新路,我们能跳出这周期率。这条新路,就是民主”。民主制度成为承载民本思想的现实接口。历史发展充分证明,中国共产党人用崭新的人民民主制度实践了古之圣贤难以企及的政治理想。

进入新时代,中国共产党人传承和发展了民本思想的精华,赋予民本思想新的时代内涵。以习近平同志为核心的党中央坚持以“民心是最大的政治”高度自觉,以“江山就是人民,人民就是江山”政治担当,坚持以人民为中心的发展思想,始终把人民利益摆在至高无上的地位,从而凝聚起亿万人民的磅礴力量,开创新的时代辉煌。  
(作者系中共山东省委党校(山东行政学院)副教授,山东省中国特色社会主义理论体系研究中心研究员)

这两天,各大高校进入了招生季,为了招生宣传不遗余力。在一张招生宣传图片中,一位女学生手持的宣传语“你想不想让我成为你的青春”,引发网友广泛讨论。日前,该校官微已经删除这篇招生宣传文案,但争论仍未平息。每年招生季也有不少高校用“这招”宣传学校,使得宣传风格更加活泼,更有利于传播,这本无不妥。但任何宣传语都应该建立在“尊重”的基础上,“貌美”女同学不该作为报考的“招牌”和“噱头”。此次风波,也提醒各大高校在接下来的招生宣传中注意,“流

量密码”虽好用,但也要把握边界,否则就会引起大众的反感。这样不仅没有起到宣传的作用,反而为学校抹了黑。只有真正体现学校培养人才理念以及学校之担当的宣传,才能打动学生,吸引莘莘学子前来报名就读。聚焦大学精神与学术品格,或许是更好的大学招生宣传方式。  
(原载于新京报网 作者:丁慧 摘编:刘朝)



# 挖掘创新潜力,提高创新质量

□ 张蕾

面对未来科技发展和国际政治经济形势演变带来的机遇与挑战,世界各国都在增加科技创新资源投入,力图增强自己的创新能力。总体来看,在发展中国家阵营中,中国进步的步伐最快,突出展现了大国创新的优势和特征,不过在科技创新质量和效益方面还有一定差距。

中国科学技术发展战略研究院日前发布的《国家创新指数报告(2020)》显示,中国国家创新指数综合排名世界第14位,比上年提升1位,是唯一进入前15位的发展中国家。

国家创新指数是反映国家综合创新能力的重要指标,该指数的发布为社会提供了一个认识和评价中国创新发展状况的窗口。从具体得分看,中国国家创新指数与英国、芬兰、法国、爱尔兰等排在第10至13位的国家的差距进一步缩小。与此同时,作为唯一一个全社会研发经费投入强度超过2%的中高收入国家,中国的创新指数得分接近人均

GDP在5万美元左右的欧洲国家。也就是说,中国的创新能力大幅超越处于同一经济发展水平的国家。

近年来,中国虽然在创新资源、知识创造和创新环境指数方面保持上升态势,但由于基础薄弱、创新资源积累不足,相比美日韩等创新强国,未来国家整体创新能力和实力仍然存在巨大的提升空间。当今世界,国家的繁荣富强和持续发展主要取决于创新能力的培养和积累。要取得于创新能力的培养和积累。要取得于创新能力的培养和积累。要取得于创新能力的培养和积累。

支撑引领作用更加凸显。面对未来科技发展和国际政治经济形势演变带来的机遇与挑战,世界各国都在增加科技创新资源投入,力图增强自己的创新能力。总体来看,在发展中国家阵营中,中国进步的步伐最快,突出展现了大国创新的优势和特征,不过在科技创新质量和效益方面还有一定差距。

党的十九大确立了到2035年跻身创新型国家前列的战略目标,党的十九届五中全会提出坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位,把科技自立自强作为国家发展的战略支撑。前不久,在中国科学院第二十次院士大会、中国工程院

第十五次院士大会和中国科协第十次全国代表大会上,习近平总书记发表重要讲话强调,必须深入实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略,完善国家创新体系,加快建设科技强国,实现高水平科技自立自强。未来,我们需要进一步挖掘创新发展潜力,通过保持研发投入持续增长、深入落实科技体制改革措施、完善科技创新治理体系、构建国际国内双循环相互促进的创新发展格局,逐步实现从低成本要素驱动向高质量创新驱动的转变,不断提升全社会的创新绩效和生产效率,以深入推进创新型国家建设,支撑未来发展。

# 药品审评制度改革亟须人才队伍建设

□ 郑山海

近日,有媒体援引国家药监局有关负责人在博鳌亚洲论坛全球健康论坛上发表演讲的内容称,中国将继续深化药品医疗器械审评审批制度改革,加快创新产品上市步伐;同时全面加强药品监管能力建设,推进治理体系和治理能力的现代化。这两项工作,一个关系中国药品发展的效率,另一个关系着广大社会公众的用药安全,不可谓不重要。

国务院于2015年就曾发布《关于改革药品医疗器械审评审批制度的意见》,指出我国药品监管领域存在注册申请材料质量不高,审评审批效率偏低,仿制药重复建设、市场恶性竞争,质量缺乏保障,有些临床急需新药,中国将继续深化药品医疗器械审评审批制度改革,加快创新产品上市步伐;同时全面加强药品监管能力建设,推进治理体系和治理能力的现代化。这两项工作,一个关系中国药品发展的效率,另一个关系着广大社会公众的用药安全,不可谓不重要。

启动检查检验的数量仍在不断提高,导致积压待办件始终无法及时清零,极大降低了相关工作的效率。

要破解此难题,除优化流程让工作更顺畅外,还需在审评人员队伍建设上下大功夫。2015年前,我国药品审评人员仅100多人,近几年增加到700多人,增速明显,不过对相关人才培养仍不能放松。此外,现在一提到体现新的治疗理念的新药,几乎都离不开国外大厂家的身影。因此,如何在政策上推动鼓励国内更多的机构参与研发注册,拿出

更多过硬的产品,任务依旧艰巨。与审评相比,如何保证我国药品的安全,与公众更是利益攸关。用药安全问题一旦发生,往往覆盖面大、影响范围广,问题背后依然与人员投入等有关。一组构成强烈对比的数字是,我国有几千家药企,十几个批准文号,却只有800余名国家级药品检查员,且大部分还都是兼职检查员。检查力量与检查需求之间存在巨大的差距,检查的盲区由此也难以避免。

药品监管面临的问题依旧严峻,药品市场领域中监管与反监

管的博弈势必长期存在。药监部门应不断研究当前药品领域新的违法违规特点,与其他部门实行联动,积极主动出击,加大对药品违法犯罪行为的打击力度,实现对药品质量的有效监管。按照《健康中国2030规划纲要》提出的奋斗目标,中国到2030年要跨入世界制药强国之列。唯有以加大专业人员投入作为改革切入点之一,不断完善和健全确保药品安全的监管体系及提高药品发展的审评体系,方能宏伟目标的实现奠定坚实的基础。  
(作者系医生)

# 互联网技术应用与内容生产当有“适老化”

□ 熊皇 梁亦昆

## 光明时评 中国新闻奖专栏

数据显示,我国60岁及以上人口为2.64亿,占总人口的18.7%,人口老龄化程度加深。与此同时,随着移动互联网等新一代信息技术日益成为当今社会生活的新型基础设施,数字社会建设正呈现出不断加快的态势。当老龄化遇上数字化,如何使处在数字社会边缘或外在于数字社会的老年人更好地融入互联网,这对促进社会积极应对老龄化、加快推动社会的数字化转型具有重要的现实意义。

伴随着社会整体数字化转型程度不断加深,老年群体面临的“数字鸿沟”问题,逐渐成为全社会关注的显性问题。为弥合老年人面前的“数字鸿沟”,工信部于2020年12月印发《互联网应用适老化及无障碍改造专项行动方案》。今年4月,又接连推出《互联网网站适老化通用设计规范》和《移动互联网应用(App)适老化通用设计规范》,明确了网站与移动应用适老化改造的规范,进一步降低了老年人使用互联网的技术门槛,使老年人学习和使用智能设备的过程更为便利。

中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第47次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,我国60岁及以上的网民群体占比提升至11.2%,同时也是过去一段时间最大的增量群体。然而,这只是老年人融入互联网面临的第一关。技术层面的改善虽能有效降低老年人出行受阻的数字障碍。此外,网上预约、在线缴费、移动支付等方便人们社会生活的数字化服务,在老年人面前,也因为不会上网而被拒之门外。

互联网不仅仅是一种新的媒介技术,同时更意味着一个全新的文化与内容生态。也就是说,除了技术壁垒外,摆在老年人面前的还有一道文化或亚文化壁垒。虽然“银发网民”的数量正在不断增长,但专门为老年人生产、适合老年人消费的优质内容在整个互联网内容生态中并不多。

在互联网环境中,伴随互联网发展成长起来的年轻一代被称为“网络原住民”,拥有着天然的主导权,同时也因此形成了一套属于他们的文化体系与叙事范式。一方面,在商业逻辑主导下,互联网中各大平台及内容生产者的服务对象,都以最具数字技术产品消费能力的年轻群体为主;另一方面,传统主流媒体在媒体融合转型中,也积极融入互联网,在内容生产上不断贴合于青年用户的需求,创新内容及输出方式,以此引领互联网舆论导向,提高传播效果。线上线下不断创新的内容生产与叙事语态,使主流文化与青年网络文化、亚文化不断交融,也逐渐在老年人与互联网内容之间竖起了一道文化高墙。因此,除技术层面的困难外,

想要使互联网真正融入老年人的生活,内容生产也同样需要进行适老化改造。

首先,互联网内容生产上,要打破对老年群体的刻板印象,不能简单地适老化内容等同于养生或戏曲,正是这种刻板印象极大制约了互联网中适老化内容的丰富程度。当前互联网环境所供给的内容与老年人日益增长的精神文化需求不相匹配。因此,互联网内容生产者要立足于老年人的真实需求进行多样化内容生产,丰富老年网络内容生态。

其次,要促进与老年人的代际沟通。在青年用户主导的互联网内容环境中,如何使老年人能够有效地理解和融入,是今天年青一代需要承担的特殊责任。互联网内容生产者要做好“文化反哺”工作,用老年人“听得懂”“喜欢看”的方式进行内容表达与文化转译,努力破除代际的文化壁垒。

最后,还要引导老年人成为内容生产的主体,发展老年人自己的内容与文化生态。技术赋能同样给老年人以内容生产与文化表达的权利,让老年人成为内容

生产主体,能够孕育出一套真正属于老年人的互联网文化。事实上,目前已经有一群“银发网红”逐渐走入人们的视野中,尽管其中存在商业因素的影响,但不可否认这种趋势背后是老年人通过新的技术进行自主内容生产与文化表达的积极尝试。

目前,老年人的互联网融入还面临诸多亟待解决的问题,但进一步数字化无疑是社会发展的大势所趋。因此,在大力解决技术层面老年人互联网融入问题的同时,也要推动网络内容生产的适老化进程,让互联网真正丰富老年人的精神生活,使其老有所乐。

(作者分别系中国传媒大学互联网信息研究院副研究员、硕士研究生)

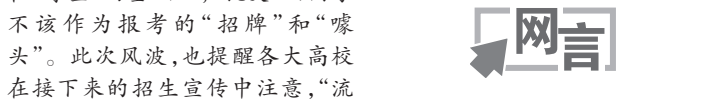


更多视频评论  
请扫描二维码

# “女同学”不应成为大学招生的“招牌”和“噱头”

这两天,各大高校进入了招生季,为了招生宣传不遗余力。在一张招生宣传图片中,一位女学生手持的宣传语“你想不想让我成为你的青春”,引发网友广泛讨论。日前,该校官微已经删除这篇招生宣传文案,但争论仍未平息。每年招生季也有不少高校用“这招”宣传学校,使得宣传风格更加活泼,更有利于传播,这本无不妥。但任何宣传语都应该建立在“尊重”的基础上,“貌美”女同学不该作为报考的“招牌”和“噱头”。此次风波,也提醒各大高校在接下来的招生宣传中注意,“流

量密码”虽好用,但也要把握边界,否则就会引起大众的反感。这样不仅没有起到宣传的作用,反而为学校抹了黑。只有真正体现学校培养人才理念以及学校之担当的宣传,才能打动学生,吸引莘莘学子前来报名就读。聚焦大学精神与学术品格,或许是更好的大学招生宣传方式。  
(原载于新京报网 作者:丁慧 摘编:刘朝)



# 影院“黄金座席”坐地涨价该不该

□ 陈城

随着国内电影市场的逐渐升温,影院按影厅座位位置不同而分价售票的现象开始出现。近日,有媒体报道了北京影院分区售票票价情况。报道称,一些影院内的所谓“黄金座席”与普通座位的票价差距从最早的几元已涨到如今的二三十元。

实际上,电影院分区售票并非新鲜事。早在2019年年底,北京的部分影院已经开始实行分区售票,全国范围内也有不少影院施行这一定价策略。如今的电影放映技术,使得人们在影厅

任何位置都能获得较好的观影效果,但不得不说,在高度、角度均合适的影院正中黄金座位,人们的观影体验显然优于其他位置。这也是部分影院分区售票的原因所在。

人们对观影体验的追求不同,使得影院在不同区域座位呈现价值差异。在影院分区售票之前,选择座位最公平的方式往往是“先到先得”。越早买票就越能买到好的座位,但同时也为要为此承担风险,比如因为临时有事无法退票等。这就如同其他消费

项目需要排队一样,人们对于这样自然时序的结果无可抱怨。先来,意味着付出了一定的时间成本,当然也意味着一定的机会成本,因此,同一影厅的座位因位置不同而具有的不同观影体验,当然具有一定价值,但是,其中的价值也正对应着购票者先后来所附着的基础性公平价值。

如今,院方将座位差异所内含的价值变现,以付出金钱多寡来决定优质观影位置使用权归属,事实上也打破了“先到先得”这种以自然时序为标志的基础性

公平。当然,获取金钱的过程,同样也要付出时间和机会。但问题在于,在人们的生活当中,并非一切内含着时间和机会成本的价值都要变现,都要最终以金钱来确定和决定价值。总共没有多少座位的影厅,却被分出三六九等的座位来,坐在上面的人们由此也“等级化”,这样的观影体验难言愉悦。

在公共场所,人们的体面是无价的。体面,是人们获得彼此尊重的基础,而尊重是人际交往的基础,也是社会关系网络的基础。为

