

得众则得国，失众则失国

□ 杨朝明

习近平总书记在庆祝中国共产党成立95周年大会上发表重要讲话,其中指出:“人民立场是中国共产党的根本政治立场,是马克思主义政党区别于其他政党的显著标志。党与人民风雨同舟、生死与共,始终保持血肉联系,是党战胜一切困难和风险的根本保证,正所谓‘得众则得国,失众则失国’。”

“得众则得国,失众则失国”一语,出自儒家经典“四书”之一的《大学》。《大学》作为一篇篇尾完整、逻辑清晰严密的论说之文,展示了儒家文化对于个体在社会中如何发展的整体构想:“大学”即是“大人之学”,以“明明德”“亲民”“止于至善”三大纲领为追求,而以八个条目为具体抓手与层级顺序——自格物、致知,而正心、诚意,进而修身、齐家,最终至于治国、平天下的理想境界。《大学》一篇,以短小精悍的篇幅尤为集中而突出地反映了中华民族文化中家国一体、内圣外王等重要思想命题。“得众则得国,失众则失国”一语,在《大学》讲论治国、平天下之章节中,原文言:“道得众则得国,失众则失国。是故君子慎乎德。有德此有人,有人此有土,有土此有财,有财此有用。德者本也,财者末也。外本内末,争民施夺。是故财聚则民散,财散则民聚。”有德者以民为本,得众人之心,方才能够有土、有财、有国。《大学》此语,体现了我国先民对于政治哲学的成熟认识:国家由人民组成,国家属于人民,民心的向背在根本上决定着国家的命运与归属。

这一思想并非某一儒家学者的个人天才发明,而是根植于中华民族自身漫长历史经验的积淀与总结,根植于一代代先贤智慧结晶与传承。中国早在夏朝时,就已认识到“民惟邦本,本固邦宁”之理。而周朝取代商朝,最重要的一条历史经验便是坚持以民为本的民本思想。周文王在临终之际仍不忘告诫众人,当年大舜所以能够成为一代“明王”,重要的一点在于他长期生活在民间,始终不曾脱离民众,能够做到“不违于庶万姓之多欲”;周武王所言“天视自我民视,天听自我民听”,与姜太公所言的“天下非一人之天下也,天下之天下也”,共同成为民本思想最早的振聋发聩的宣言。周取代商之前,“天下三分有其二”;周武王伐纣,前徒倒戈。即使在最为残酷的王朝更替过程中,仍然期待将暴力的使用压至最低的程度。在现实的统治秩序中,凡民似乎处于社会的下层。然而从自然天理与理想信念的角度而言,人民而非统治者,才是一个国家的基石。人民的好恶、人民的利益,才是国家的方向。

至于春秋末年的孔子之时,民本思想更成为以儒家思想为代表的中华优秀传统文化明确的思想主张与精神内涵之一。孔子对此的论述可以说系统而完备。孔子主张管理国家的人要“敬事而信,节用而爱人,使民以时”,要有敬畏,有爱心,关心百姓;要关注民众的利益,要“养民也惠”“使民也义”“因民之所利而利之”。为政者不但要“富民”“足民”,更要“教民”“取信于民”。《孔子家语》中记孔子说:“君子莅民,不可以不知民之性而达诸民之情。既知其性,又习其情,然后民乃从命矣。”在孔子看来,为政治国要知民情、懂民心,从民众的实际出发,想民所想,急民所急,制定的政策才能得到民众的拥护支持。孟子所言“得天下有道,得其民,斯得天下矣”,与荀子“君者,舟也;庶人者,水也”的比喻,在后世化为“得民心者得天下”“水能载舟,亦能覆舟”的俗语,并广为流传,融入每一个中国人的血液之中。

中国共产党诞生于近代民族危亡之际,一方面即以挽救民族、复兴中华为己任,以实现一切人的自由发展的共产主义为终极目标;另一方面,中国共产党是中华优秀传统文化的忠实传承者和弘扬者。无论是当时现实,还是历史传统,民本思想在中国共产党成立之初便开始融入中国化了的马克思主义之中,融入中国共产党人的理想之中。中国共产党的百年历史,既是中华民族走向复兴,从“站起来”“富起来”到“强起来”的历史,也是党坚持人民立场,与人民风雨同舟、生死与共的历史。

去年以来,面对突如其来的新冠肺炎疫情,党中央及时决断,以人民利益为重,在严重挑战面前,仍然朝着全面建成小康社会的目标稳步迈进,也正因为这是我们党对人民的庄严承诺。如今建党百年之期将至,中国共产党也将在新的历史起点上,继续坚持人民立场,带领中华民族走向复兴。

(作者系中国孔子研究院院长)

国内旅游消费理性化将成“新常态”

□ 陈强远

新闻随笔

端午假期已过。多个旅游服务平台的数据显示,端午假期国内旅游产品、酒店、机票的订单量与价格均有所增长。与火爆的“五一”假期旅游情况结合起来看,不少专家认为,国内出游消费需求不减反增,旅游业国内大循环呈现良好态势。

上半年旅游黄金期的重现,常被解释为“报复性消费”。持这一观点的人认为,疫情限制了人们正常的旅游消费需求,疫情稳定后人们选择释放欲望、疯狂消费。打个比方,旅游需求如流水,疫情对旅游消费的限制如大坝拦水,当大坝开闸泄洪,水流量远超无大坝时的正常排放量,那么超出的水流量就属“报复性消费”。从疫情前后两年的旅游消费数据看来,笔者认为无法有力支撑“报复性消费”的论断。疫情前国内旅游市场本就处于高速增长状态,如果考虑到这一正常增长值,那么“报复性消费”对旅游经济的贡献度将会小于目前的估计。因此,虽然旅游市场火热,但我们不能因“报复性消费”而过于乐观。

另一个舆论普遍关心的问题是,旅游爆发式增长是否具有可持续性。与“五一”假期火爆的旅游市场相比,端午假期显得平淡。就此有人得出结论,认为旅游市场只是暂时性反弹,国内旅游消费需求受到抑制的情况将长期存在。不过笔者认为,对于国内旅游产业不能盲目乐观,但也不可过于悲观。

“五一”黄金周的火热,是多重因素叠加的结果。随着国内疫情趋稳,消费者国内旅游需求实现正常释放,国外旅游需求的回流、春节旅游需求的补偿性消费以及出于对

(作者系中国人民大学国家发展与战略研究院副教授)

光明论坛
中国新闻奖名专栏更多内容请扫码
关注“学习短评”专栏

温故

“儿童主任”开创未成年人保护工作新格局

□ 田丰

光明时评

中国新闻奖名专栏

近日,《国务院未成年人保护工作领导小组关于加强未成年人保护工作的意见》出台,明确要求每个村(社区)至少设立一名儿童主任,这是为了从社区治理层面破解城市化过程中的流动儿童、留守儿童和困境儿童家庭支持不足、社区保护不够的问题。

当下,工业化和城市化正推动着中国从熟人社会走向陌生人社会,城市冷漠化和农村空心化使得人们对社区的归属感越来越弱,一些未成年人面临着家庭支持不足、社区保护不够的问题,这不仅影响了他们的身心健康,而且有可能变成难以融入社会的“问题青年”。

儿童主任并不是一个新鲜的词。在很

多地方的试点和实践中,都设立过儿童福利主任、儿童福利督导员等岗位,虽然名称不尽相同,但实质上都是在家庭和校外距离未成年人最近的地方,设立一个可以连接家庭、学校和社会,保护未成年人身心健康成长的角色。从一些地方的实践来看,儿童主任需要扮演的是3种不同的角色。

儿童主任的第一个角色是未成年人与家庭关爱之间的桥梁。家庭是未成年人的第一课堂,家长是未成年人的第一任老师,家庭教育对未成年人健康成长的作用是不言而喻的。现实生活中,流动儿童和留守儿童的家长外出务工,终日忙碌,缺少足够的时间和精力来照顾和保护未成年人。甚至一些长期分离的父母与孩子之间缺少沟通 and 情感培养,亲情淡漠、关系僵化,更谈不上温情的保护。困境儿童由于父母缺少监护能力,多与祖辈共同生活,缺少足够的家庭教育和保护。社区儿童主任能够部分扮演家长角色,在生活上帮助他们解决家

庭困难,重拾家庭温情。

儿童主任的第二个角色是未成年人健康成长的守护者。留守儿童比其他未成年人更容易成为校园欺凌和网络暴力的施暴者和受害者,他们之所以成为未成年人中的“易感”人群,根本原因是缺乏家庭的支持、保护和家长的监督,他们社会规范的习得和内化不够,成为社会发展的边缘人和社会规则的叛逆者。儿童主任的守护者角色,不只要承担未成年人保护的职责,更重要的是帮助他们在家庭、学校和社区中习得社会规范,遵守社会规则,成为能够融入社会生活的有用之人。

儿童主任的第三个角色是国家政策的传递者。长期以来国家高度重视未成年人成长和保护环境,但很多需要政策帮扶的家庭和未成年人政策知晓度不高,不具备独立申请的能力,国家优惠政策存在落地慢、落地难的问题。社区儿童主任是国家优惠政策的传递者,能够整合辖区内的各

种资源和政策,帮助有需求的未成年人和家庭真正享受到政策实惠,让未成年人成长和保护的执行和监管有了制度保证,让国家和社会对未成年人的爱心和关心落到实处。

未成年人是国家的未来、民族的希望,是需要呵护的嫩苗,照料、教育、保护和监督未成年人是全社会的责任,也是现代社会文明进步的标志。中国社会转型变迁过程中,传统以家庭为主的教养、保护模式难以满足未成年人健康成长的需求,成为未成年人成长和保护的短板。社区儿童主任的全面推行,不仅明确了社区在未成年人成长和保护的能动性定位,把社区与家庭紧密联系在一起,而且打通了基层未成年人成长和保护的制度建设的“最后一公里”,助推新时代未成年人保护形成新格局。

(作者系中国社会科学院习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员、中国社会科学院当代中国研究所研究员)

中国互联网医院建设如何走得更远

□ 陈秋霖

国家远程医疗与互联网医学中心、健康界联合发布的一份最新中国互联网医院发展报告显示,截至2020年年底,中国互联网医院数量累计超过1000家,大部分由公立医院自建和运营。尤其是在疫情的催化下,互联网医院发展加速趋势明显。不过,报告也指出,其中近9成的互联网医院未能有效运营,不少处于建而不用或浅尝辄止的“僵尸状态”,还有不少入不敷出。

随着互联网在人们生活中植入的深度和广度提高,互联网与医疗健康融合发展不可避免。我国适时出台一系列政策,鼓励发展包括互联网医院在内的互联网医疗,以满足人们在信息革命时代的新需要。此外,医疗是直接关系公众生命健康的特殊行业,必然要求全行业监管、全流程监管、综合协同监管。这是医疗卫生监管的基本原则,也自然是互联网医院监管的基本原则。也因此,中国互联网医院建设要求必须依托实体医院,如此方能在尚未建立新的监管体系前,有效实现全程监管、责任倒逼。

中国互联网医院的建设发展,正是

尊重和顺应了社会信息化深入发展及医疗领域监管规律的结果。不过客观地说,相较于电子商务、共享经济等领域,互联网在医疗领域的发展相对滞后,最明显的标志就是标准化规范化的产品还不多。不过,这个问题并非中国独有。发达国家的互联网医疗也还在探索中,互联网医疗政策环境也仍处于起步阶段。中国作为互联网大国、平台经济大国,在互联网医疗发展方面的探索可以说走在前列,政策也更具包容性。

无论是直接建设互联网医院,还是技术服务医疗机构,互联网医院建设都离不开互联网企业的参与,也需要遵循医疗规律。一是要推动互联网医疗服务产品标准化、规范化。当前,互联网医疗服务标准规范的产品体系尚未建立,因而真正能够执行的并不多。二是顺应医改方向,防止线下存在的问题线上化。随着医改进入深水区,发展互联网医院应成为深化医改的助推器,而非绕开医改的避风港。比如,药品销售是目前不少互联网医院的重要业务和盈利点,必须避免带金销售、处方药处方、过度用药

等问题线上化,否则有损互联网医疗发展环境。此外,医药企业开办互联网医院和医药分开的改革方向是否有冲突,也应引起关注。三是要充分认识医疗投资回报周期长的特点,医疗卫生事业要坚持公益性,互联网医疗同样要坚持。

值得指出的是,互联网医院并不是简单地把医疗服务从线下搬到线上,而是对包括医生和患者在内的用户行为的改变,涉及专业、伦理、文化习惯等多种因素,并非易事。医生的互联网服务能力和服务习惯均需要培训和培育。将分散的资源汇集到平台并实现互联互通,并通过规模效应和范围效应提高效率降低成本、优化资源配置,这是平台经济的重要机制,现在还鲜有医疗机构自建平台互联网转型成功的先例。公立医院建设互联网医院,要避免重复建设导致公共资源浪费,这也是倒逼医疗健康信息互联互通的一次重要机遇。

互联网医院是新生事物,没有成熟的国际经验可以借鉴,唯有在实践中持续创

新。具体来说,一是持续模式创新。互联网医院除将线下医疗服务线上化,还可以延伸医疗服务,让原来开展不足的术前术后服务更好实现,同时还可以增加医患沟通的渠道和延续性,推动医患长期互信建设。我们不仅要更全面认识互联网医疗的价值,更重要的是通过多种方式鼓励、调动医院及医生提供互联网医疗服务的积极性。二是持续制度创新。新生事物的发展,不可避免会具有或大或小的“颠覆性”,也难免带来一些风险。我们既要勇于探索,推动关键性政策实现突破,如在“互联网+医疗健康”示范区等特定区域,对一些风险相对较低、国外已有探索实践的特定专科开展首诊试点。此外还要加强规范化管理,推动政府监管创新,如更好利用大数据开展数字治理,更好发挥行业组织的作用等。相信新一代信息技术在医药卫生领域的应用,将重塑医药卫生管理和服务模式。

(作者系中国社会科学院习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员、中国社会科学院当代中国研究所研究员)

深圳新规是对“大数据杀熟”亮剑

□ 朱巍

近日,深圳正在对《深圳经济特区数据条例(征求意见稿)》公开征求意见,该草案拟对“大数据杀熟”行为,作出上限为5000万元或上年度营业额百分之五以下的罚款。条文如果通过,或将成为世界范围内对“大数据杀熟”处罚金额最高的法规。

“大数据杀熟”就是利用大数据技术,在行为数据和消费者身份信息分析基础上,通过人工智能、个性化展示和消费能力预测,对最终末端市场进行价格差异化对待,在经济语境下,又被形象地称为价格歧视。

从表象特征看,存在“大数据杀熟”应有3个重要前提。一是数据前提,差异化的基础是数据的采集与分析,既包括本平台数据,也包括通过开放程序接口等方式获取的其他平台数据。二是技术前提,人工智能以数据分析为基础,进行个性化展现、预测消费、分类引流等方式,结合消费品价格分类,进行差别化市场营销。三是信息前提,获取最终消费者剩余是实现“大数据杀熟”的最大前提之一,信息获取可能通过用户行为数据,也可能通过消费记录、财务状况等身份信息。按照大数据的数据前提、技术前提和信息前提的逻辑分析,映射在法

律方面,也相应包括三大块法律规定。按照民法典人格权编规定,用户有对自己个人信息的自我决定权,特别是平台等信息处理者合理使用个人信息,应符合合法性、正当性和必要性基本原则,不应超范围采集、分析和使用数据。同时,个人信息保护法规草案二审稿更明确了开放平台中,对个人信息数据互通的法定义务。平台对用户数据的攫取,除了法律明确的个人信息受到相关强制性要求和合同约定之外,对于产生于用户行为的非个人信息,对采集行为本身就应有商业道德与法律规定的双重约束。

从技术实现角度看,任何的算法、人工智能都有着事先设定的既定逻辑,数学化程序的展现,仅改变的是表现模式,而非其性质要素。从法律性质角度看,包括个性化展现、推荐、引流、标签化等方式,都应被认定为平台的自主行为,尤其是这种技术行为目的在于纯粹商业利益的情况下。目前,技术中立作为确保技术侵权的抗辩理由,在司法实践和监督执法中,实现起来已经越来越困难。

“大数据杀熟”对消费者的侵害,集中体现在侵害知情权、自主选择权、公平交易权等基本权利。其中,消费者知情

权是其他几乎所有权利的基础,“大数据杀熟”正是建立在对消费者知情权损害的前提下。个别App的数据搜集范围,往往将用户移动端按照所有其他App类型纳入搜集范围。从法律角度看,除了消保法之外,包括电商法、市场监管总局37号令在内的相关法律法规,都明确了平台搜集数据的范围,特别是国家网信办等4部门联合出台的《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》,将多款常见App以立法的方式明确了搜集信息的具体类别,从源头断绝了“大数据杀熟”的可行性。

除了以上特征之外,“大数据杀熟”在实践中,还存在一个不可忽视的因素,那就是市场份额寡头会直接影响到技术实现可行性。存在激烈市场竞争的情况下,用户能相对容易进行比较询价,除了平台间存在协议或同盟的个别情形下,很难大范围实施“大数据杀熟”。只有在市场中存在绝对垄断或相对垄断的前提下,这种数据才会在平台间流动,“大数据杀熟”的情况才会广泛存在。

从以上分析,我们可以得出结论。深圳的数据新规之所以能够对“大数据杀熟”下狠手,并非仅是维护用户权益

和市场竞争秩序,更在于对一些基础性服务平台滥用垄断地位攫取高额利润的治理,也在于未来个人信息保护法出台后,对滥用数据权利、数据垄断进行严惩。

必须指出,再高的处罚份额,也不影响消费者在受到平台“大数据杀熟”后,依据消保法、电商法和民法典,提起相关民事诉讼的权利。若深圳新规正式实施,未来对“大数据杀熟”平台的惩戒将是多层次、多角度的。可能先由个体消费者或省级消协提起民事诉讼,再转化成行政处罚;也可能先由行政机关进行处罚后,消费者的群体性诉讼直接跟上。希望深圳经验能够得到进一步的推广,越来越多的省市能够出台自己的数据保护条例。

(作者系中国政法大学传播法研究中心副主任)

更多视频评论
请扫描二维码

品一品端午里的英雄气

说到端午节由来,人们就会想到屈原。他的气节品格得到百姓尊崇,激励着后人。

中华民族有丰富的传统节日,有的为了团聚,有的铭记别离,有的孕育新生,有的伤感年华。端午节则是纪念一种抉择,一种为了道义敢于牺牲的抉

择。

从“亦余心之所善兮,虽九死其犹未悔”到“唯有烈士心,不随水俱逝”,为了大我选择牺牲小我,为了国家选择牺牲自己,千百年来,这种人生抉择被人称道。在扭转民族命运的硝烟战场,在打赢脱贫攻坚战的前沿阵地,在与病魔争

夺每一位病人的红区病房,都镌刻着这种牺牲精神。

在建党百年华诞即将到来的日子里,我们更要铭记这种牺牲奉献精神。百年牺牲苦,沧桑举世知。中国能够迎来从站起来、富起来到强起来的跨越,靠的是奋斗,靠的也是精气神。

过端午,不仅可以观山水、品美食、聚亲朋,更可以传承一份精神,抒发一种情怀,激越一腔壮志。对个人而言,端午节是休息,也是提醒,提醒自己这个节日蕴藏着一种天地英雄气。

(原载于新华网 作者:冯源、萧海川 摘编:项锋、杨心悦)

