



# 委员建议的无用之用

沈月明

明月谈



说实话,我对国内一些所谓“互联网巨头”没什么好感,因为他们对我们这些普通用户也没什么尊重。

不扯别的,你每次打开他们的App,必然要弹出一个广告链接。为了不让你轻易一键关闭,故意把“x”搞得很小,想方设法“伪装”。

有些小公司的App为了拿到广告费,恶劣到你点一下“跳过”居然直接去了电商网站,甚至伪造“网络连接异常,请点击刷新”页面,逼迫你去广告页或商业网站。这些坑人伎俩不一而足。

今年全国两会上,全国政协委员周世虹建议:利用互联网发布、发送广告,不得影响用户正常使用网络。弹窗广告应当显著标明关闭标志,确保一键关闭。这真是直击痛点,我为他点一个大大的赞。

委员反映的问题,似乎没有行业垄断、侵犯个人隐私那么严重,但它对公众的影响同样是巨大的。想想中国近十亿网民,每天遭受的侵扰频率是个天文数字。当一个问题每天侵犯到每个人时,那绝对是个大问题。在有关周世虹委员建议的微博里,有网友留言:“很难不支持!每次都不小心按下去,烦死了烦死了烦死了烦死了!!!”由此可见,网友怨念之深。

我想,如果周委员提出的建议能解决十亿老百姓每天遭遇的“小烦恼”,那么即便看似“微末”,看似“无用”,也是十分有意义的“无用之用”。

话说回来,中国网友的宽容度其实真的算很高了。经常能忍就忍了,极少有拍案而起较真上法院的。所以,周世虹委员能就这个问题在全国两会上发声,我认为很有勇气,充满民生情怀,难能可贵。如果不是全国两会这样的场合、不是他全国政协委员这样的身份,这样的“小问题”哪怕网友天天吐槽,天天骂娘,也难以引起重视。

这也是全国两会中我喜欢的一个方面,在发布重大信息、议决国家大事之外,一些老百姓带有普遍性的“小烦恼”“小期待”都有机会引起全国关注,并“意外”加速解决,也算是中国特色的社会进歩捷径吧。

# 大会堂里的“山海情”

潘高峰

峰语声



乡永远无法与外界相连,除非奇迹发生。“然而,奇迹发生了。”毛南族,这个全国人口占比不足万分之一的民族,在脱贫攻坚战中得到国家高度重视,毛南山乡发生巨变:过去翻山越岭艰难跋涉,现在驱车直达家门;家里家外,灯火明亮,果园飘香,连返乡的台湾老兵都感叹:“共产党太伟大,竟然把这么好的路修到了这里!”

韦震玲的讲述,让我想起去年采访中中共二大会址纪念馆时得到分享的一个故事。那天,参观的人群中有个身材矮小的中年汉子,穿着民族服饰,特别醒目。他是独龙族,来自云南大山里。参观时,他拿着本皱巴巴的本子,边听边记,写得密密麻麻。他告诉讲解员,大山里前些年才通了公路,山里娃娃很多事都不知道,他准备把这些党的故事带回去讲给他们听。讲解员发现,这位大叔不时用自己黝黑的手去抚摸红色的展板,一个字一个字按在上面读。他用不熟练的普通话解释:多亏党的扶贫政策,这两年家乡生活有了巨大变化,所以特别感激。“我认得的字不多,这些都不能认全,但我知道,这红板上写的,就是党。”

很多人都看过电视剧《山海情》。昨天,一个与《山海情》相似的故事,被带进了人民大会堂会场。讲述者,是全国政协委员韦震玲。她的家乡是广西环江毛南族自治县的一个小村寨。毛南族是我国28个人口较少民族之一,仅有10.7万人。在韦震玲记忆中,毛南族祖祖辈辈都生活在大石山里:

“我的阿爸12岁时去县城读初中,独自背着行囊从日出走到日落,站在山头远远望见县城时,忍不住放声大哭。”

“阿妈对用水管得很严,洗脸水要留着洗手,洗完手还有别的用处,最后还要喂猪羊。”

“人畜共居的屋里,大人就着昏暗的油灯干活,孩子在牲畜的叫声、气味中入睡。”

说实话,韦震玲不是很好的讲述者,语调平缓,很少起伏。但朴实的讲述,真实而充满力量,让人动容。韦震玲说,她曾经以为家

无论韦震玲委员,还是那位不知名的独龙族大叔,他们的故事,只是波澜壮阔脱贫攻坚战的一个缩影,但相比“9899万脱贫者”这样伟大的数字,这又是如此鲜活而生动,充满细节,更充满力量。这背后,是一个伟大政党始终不渝的初心使命,也是“千秋伟业,百年只是序章”的底气所在。

- 格莱珉银行由孟加拉国经济学家尤努斯教授创办,迄今已经在全球41个国家帮助两千多万家庭摆脱了贫困。
- 格莱珉银行以最贫困的农户(尤其是贫困家庭中的妇女)为主要目标客户,无需抵押担保,只需建立五人互助小组,进行五天培训即可申请小额贷款。
- 2019年1月起,格莱珉银行与中国建设银行开展合作,探索符合我国国情的普惠金融助推乡村振兴和社会治理的有益路径。

解冬委员建议持续增强低收入妇女群体内生能力

## 让“格莱珉模式”助力乡村振兴

作为全国政协妇女界别的委员,上海市地方金融监督管理局局长解冬此次提交了一份《关于借鉴格莱珉普惠金融经验发挥妇女在乡村振兴中作用的提案》。在她看来,格莱珉银行从提升物质创造能力和精神面貌两方面入手,持续增强低收入妇女群体内生能力,对我国乡村振兴工作具有借鉴意义。

格莱珉银行由孟加拉国经济学家尤努斯教授创办,属于扶贫金融机构,以最贫困的农户(尤其是贫困家庭中的妇女)为主要目标客户,采取“五人小组、每周会议、会员公约”运作模式,无需抵押担保,只需建立五人互助小组,进行五天培训即可申请小额贷款。

2019年1月起,格莱珉银行与建设银行在陕西安康、河南兰考等地开展合作,由格莱珉中国公司提供技术支持和日常运营管理,建设银行提供信贷资金,探索符合我国国情的普惠金融助推乡村振兴和社会治理的有益路径。

解冬委员很早就关注到格莱珉银行模式。“去年8月,我到陕西省安康市的一个村子,考察了建设银行和格莱珉合作的岚皋县‘建行格莱珉项目’。考察过后,我才敢说对‘格莱珉模式’有了真正的了解。”解冬委员说。

虽然“格莱珉模式”已在全球41个国家帮助两千多万家庭摆脱了贫困,但在我国的影响力还不够,这也是解冬委

员此次提交这份提案的原因之一。在她看来,“格莱珉模式”目前在中国覆盖面还较窄,合作机构少,覆盖区域小,发展速度慢,惠及群体不足,同时效果参差不齐。

解冬委员建议,由全国妇联牵头,对“格莱珉模式”进行实地调研和评估,推进这一模式在全面脱贫攻坚工作中有针对性地帮助女性,从而带动家庭脱贫角度,继续发挥积极作用。同时,建议国家金融管理部门积极引导国有金融机构,鼓励与格莱珉银行开展合作,聚焦妇女等低收入群体,加大信贷资金投入,帮助农村家庭创业,摆脱贫困现状,提升脱贫致富造血能力。 本报记者 方翔 江跃中



两会自拍杆



全国政协委员 王丽萍

唱响主旋律 致敬建党百年

近年来,广大文艺工作者认真贯彻落实习近平总书记指示要求,坚持以人民为中心的创作导向,把创作优秀作品作为中心环节,按照“思想精深、艺术精湛、制作精良”和“有筋骨、有道德、有温度”的标准,推出了一批电视剧精品创作,像《山海情》《跨过鸭绿江》《装台》等,无论是题材角度的创新,还是人物设定的创新,还有叙事方式的创新,都给观众带来了独特的审美体验。

现实主义创作重新成为主流,反映当代中国、描绘伟大时代,是我们每一个文艺工作者的责任。而我们在作品里反映时代新气象,彰显了中国精神、中国力量、中国价值,实现了满足人民文化需求和增强人民精神力量的统一。

坚持“思想精深、艺术精湛、制作精良”相统一,必须做到“有筋骨、有道德、有温度”。这让我体会到,我们要用更广阔的视野去抒写这个时代,投入到火热的现实生活里,真心真意,全心全意为人民写作。我创作了三年多的电视剧《我们的邻居》,正在进入剧本修改阶段,这个反映老百姓邻居关系变迁的故事,我希望可以带给观众温暖与美好。

期待新的时代孕育新的高质量作品,唱响主旋律,致敬建党百年!

(本报记者 江跃中 整理)



两会快评

## 广告代言不能想“代”就“代”

纪玉

全国人大代表刘守民拟提交《关于对“名人代言”和“专家带货”违法行为加强监管和惩治的建议》,指出直播带货监管相关标准和制度滞后,导致行业乱象丛生。他建议从带货性质和范围上约束害人“砖家”,并建立名人、专家违法代言黑名单制度。

消费者选择商品或服务时,常受广告代言人影响,对某个公众人物的好感或信赖,会使消费者倾向购买其推荐的商品或服务,可推荐的商品或服务“翻车”,为其代言的公众人物也会受质疑。去年,某网贷App涉嫌诈骗,为其作宣传的艺人就被

网友“喊话”:有没有严格履行法定义务,核实平台资质合法合规性和业务真实性?

广告代言人要承担何种责任,法律法规有规定。比如根据《广告法》,广告代言人在推荐、证明时应当依据事实,符合有关法律法规规定,不得为其未使用过的商品或未接受过的服务作推荐、证明;根据市场监管总局《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》,直播内容构成商业广告,广告代言人应按照《广告法》规定履行责任和义务。现实中,为规避法律法规,各个直播平台出现以“明星

推荐官”等为头衔的角色,但只要涉及商业推广,实质上仍是广告代言人。

法律法规规定广告代言的限制条件,还应加大执行力度。直播带货火爆,让消费者眼花缭乱,也为监管带来挑战。公众人物通过影响力获得“红利”时,应切实履行法定义务,否则要付出违法成本。刘守民称,相关部门应及时出台政策或纪律要求,限制一定身份地位以上的专家的带货行为,这值得考虑。从法律和制度上约束代言行为是一方面,公众人物更要爱惜名誉,承担社会责任,不要只想着怎么让名气“变现”。