



数字时代,用户信息的“坦诚”绝不应成为其权益受侵害的理由,要利用制度、技术和权益保护三方面的力量为这种“坦诚”守门。个人信息保护与产业发展之间并非此消彼长,而缺少用户权益保护的行业也注定无法长远发展。

——光明日报:《为数字时代用户的“坦诚”守好门》

从“尝试”到“常态化”,坚持这样的“换位体验”,让党员干部多一些主动性、积极性和自觉性,便于思想受到洗礼,理想信念更加坚定,也才能永葆为民初心,践行为民忠心。

——河北新闻网:《“换位体验”,葆为民初心戒履职不力》

拥有对爱的感知能力,女孩是给自己的这场高考“加分”了。高考考的不仅有知识,也有心理素质和思想品德。感恩体现了内心的良善,感恩父母、感恩家人、感恩朋友,感恩生活……内心长存一份愉悦,何愁不能积极投入学习与考试,进而取得理想的成绩?

——钱江晚报:《这张感恩字条,是高考最好的答卷》



【本期话题】

医学生转学中文

近日,杭州师范大学人文学院院长洪治纲早上刚到办公室,看到了门缝里塞着一封信,通篇文言文,约1200字,打印在一张纸上。医学院学生要转中文系,其实是很让人感叹的。洪院长表示,每年转专业的时候,其他院系来报考中文系的,少则100多人、多则200多。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

◎张目看人 清新而稀缺的“医学生转学中文”,源于兴趣与热爱。能够打破世俗、听从内心的声音,显然值得点赞。

◎春天里 这则新闻读后让人心生感慨:家长们要多些包容理解,高考志愿填报要少些“越俎代庖”;许多时候,看似为孩子好,最终伤害了孩子。

【下期话题】

摒弃婚俗陋习

自从今年4月中旬江苏省东台市被确定为全国婚俗改革实验区以来,南沈灶镇天鹅村刘明强(化名)、马静(化名)结婚时降低彩礼的故事被当地群众传为佳话。2019年,家境悬殊的两人相恋3年后准备结婚。马静的父亲向男方提出要48万元彩礼,而刘家拿不出这么多彩礼,向村里的红白理事会求助。经村红白理事会多次做工作,马父最终不仅将彩礼降至4.8万元,还将这笔钱随嫁妆一并交给女儿,作为孩子们办养猪场的创业基金。对此,你怎么看?

不妨把“高考钉子户”看作一个奋斗榜样

□刘天放

6月7日,四川眉山。高考首日,“考王”梁实前往考场参加考试,这是他第25次参考。梁实称,高考没有期限,就想考上川大。有人质疑其炒作,他表示不同人有不同看法。(据澎湃新闻)

提起四川人梁实,至少十几年期间可谓“如雷贯耳”。自从2010年因为媒体报道“出名”后,梁实就被人们冠以“高考钉子户”的称号。1983年梁实第一次参加高考,直到今天,他的最高目标都是四川大学。一次又一次抱希望,又一次次失望,就这么周而复始。其实,在往年的高考中,梁实也考出过超四川二本线的分数,但他都放弃了填报志愿。

对此,也有许多人质疑他是想通过不断参加高考来获取关注。其实,尽管现在的建材生意

做得风生水起,但梁实对高考情有独钟。可见,他参加高考,与其他人有很大不同,不是为了将来能改变命运,而是想证明自己。能考上四川大学就是他的最大目标,这种不达目的绝不罢休的执着精神确实令人敬佩。

然而,“高龄”考生如此频繁参加高考到底值不值?总会成为一个热点话题,舆论在给予了梁实们众多赞誉后,近些年开始转向,负面评价逐渐增多。有人认为,条条大路通罗马,不上大学照样学有所成,又何必在乎有没有一张文凭?况且,反复参加高考势必造成公共资源浪费。有些“高考钉子户”明知考不上还要考,这使高考变成可随意消费的“廉价消费品”。

如果从积极一面看,梁实们不只是追求文凭。参加高考没有

年龄限制,这是所有人的权利。况且,这类“高考钉子户”是绝对小众,不会占用多少公共资源。但凡参加高考,必须刻苦用功,这本身就该受到全社会推崇。像梁实这样的“高龄”考生,有了一定经济基础后,想的不是享受,而是想有更高的精神追求,把掌握文化知识作为自己的目标。从这个意义上讲,就该得到一定的包容。

正如梁实自己所言,人生的幸福一类是物质的,一类是精神的。如今,有多少人把求知作为“精神支柱”?在不侵犯他人权益,对社会也无负面的条件下,把高考作为一种精神追求,就没有理由去指责。一切有利于个人和社会发展进步的行为,都应受到推崇。由此,不妨把“高考钉子户”看作一个奋斗榜样。毫无疑问,他正是精神追求的好典型。

“吃最便宜的猪肉”未必就是好事情

□郭元鹏

面对眼下养殖效益总体下滑、养殖场户出现亏损的苗头,稳定生猪生产尤为要紧,须臾不能放松。应建立生猪生产逆周期调控机制。越是在可能亏损的时候,越要强化对生猪产能的保护与调节,确保基础产能稳定,做到早研判、早介入、早应对,防止生产大起大落。

(6月8日《经济日报》)

生猪生产持续恢复,生猪价格不断下降。当前,很多居民感到猪肉便宜了。将一定时期的价格来对比的话,用吃到了“最便宜的猪肉”来形容一点都不过分。无论是城市里的超市,还是农村里的小摊,猪肉的价格都是一路下滑。

笔者就生活在农村,身边有不少养猪的亲朋好友。我了解到的情况是,他们这个阶段不仅是“无钱可赚”的,而且还可能“血本无归”。

对于市民而言,终于吃到了“最便宜的猪肉”,当然是一件可喜可贺的事情。然而,吃“最便宜的猪肉”的极端未必就是好事情。需要知道的是,目前,生猪养殖已经进入了高成本阶段。专家分析说,2020年以来,受效益带动和政策驱动,养殖户补栏生猪的积极性高涨,带动仔猪价格大幅上涨。同时,由于玉米、豆粕价格上涨,饲料占养殖成本的最大头,生猪养殖成本总体上涨。此外,规模猪场固定资产投资大,存在新建猪舍、购买设备等刚性成本,非洲猪瘟疫情又增加了动物防疫、粪污处理等方面的成本。

因此,这个时候的“最便宜的猪肉”不是一件好事情,其不仅造成了养殖户的无钱可赚,还可能随之而来的是“最昂贵的猪肉”。由此不难看出,如何在“吃便宜猪肉”的时候,维护养殖户的利益,提升养殖户的信心,显得十分重要。

要。不能让养殖户“流了汗水”之后“流出泪水”。如果影响了养殖户的积极性,则会影响猪肉市场的稳定,导致价格“忽高忽低”的出现,甚至会因为“大起大落”而破坏市场的秩序。

一个方面是,国家有关部门应该启动“保护机制”,尽量降低养殖户的损失,开展“保护价收购”,将猪肉收购储存起来;一个方面是,需要抓紧启动“养殖保险”,让“养殖保险”发挥调节作用,激发养猪热情;一个方面是,农业部门能否考虑进一步拨付“养殖鼓励资金”。总之,“最便宜的猪肉”存在潜在的隐患,需要引起重视。

当然,猪肉价格的走势,是市场原因造成的,不是人为的。但是,我们不能坐看“最便宜的猪肉”伤了养殖户的心。“吃便宜猪肉”的时候要想想“吃最贵猪肉”的场景。

有“便宜的猪肉”吃,也要保护养殖户的信心,否则下一集就是“最贵的猪肉”了。

“助老就医”是一片亟待开发的蓝海

□罗志华

老年人有利,对医院同样有利。老年人易患病,诊疗开支大,是医院的主要服务对象。医院为老年人提供更周到的服务,是对等回馈,理所应当。医院的设备好、专家多、技术强,这属于硬实力;医院文化、服务态度、就医感受等,则属于软实力。软硬两种实力都强,医院才能立稳品牌、提高声誉。可见,医院选派更多医护人员助老就医,在软实力方面加大一些投入,很值得。

当然,助老就医不能全指望医院,社会也可发挥巨大作用。志愿者组织是否健全、民众参与志愿服务的热情高不高,是衡量社会文明程度的重要指标。近年来,志愿者数量呈指数级增长,帮助老小弱残,是志愿服务的重要内容。志愿服务可在助老就医方面倾注更大力量,帮助医院把这件事做好。此外,社区、基层医疗机构、养老机构或具有医养性质的驿站、家庭医生等,都应该在助

老就医方面各尽其职、各尽所能。

市场在这方面的潜力,也有待挖掘。最近,“医院陪诊”这个新兴职业走入公众视野,服务对象主要是异地就医人士和老人。尽管这类服务要收取一定的费用,却受到了老年人的追捧,这块市场蛋糕可以做得更大一些。“网约护士”方兴未艾,将助老就医纳入“网约护士”的服务范畴,对化解老年人看病难也很有帮助。助老就医的社会需求巨大,倘若能够培育出更多优质供给,就会形成供需两旺的局面。

社会老龄化带来了一些挑战,老年人看病难是重要挑战之一;另一方面,老年产业也带来了诸多机遇,助老就医对活跃经济、促进就业等,都很有帮助。别把养老当负担,别把助老就医当麻烦。这片亟待开发的蓝海,包含着很多机遇和益处。认识到这一点,就更应该调动各种力量,共同完善助老就医模式、丰富助老就医内涵,造福于老年人和整个社会。



影院“分区售票”

截至前5个月,全国总票房已超过了250亿,随着电影市场的逐渐升温,有些影院内的“黄金位置”也开始水涨船高——以正在上映的《速度与激情9》为例,记者发现某影院IMAX厅黄金区域的位置要比普通位置贵了20元。同一场电影却因“位置”不同而票价分区,这样的做法观众是否会接受?

(6月8日《北京青年报》)

发挥“调节器”作用

□卞广春

电影院推“黄金位置”,根据座位分区加价,引起一部分观众的不满和争议,不奇怪。因为只要一谈到价格和钱,就必然会影响到一部分观众对心仪座位的选择权。这部分观众站出来发声,对影院的做法提出质疑,无可非议,也应受到尊重。电影院可以出面回应,表达座位分区加价的初衷和理由,帮助消费者排忧解难,倾听消费者声音,力求达成共识。

影院推“黄金位置”,实行分区加价,是为了适应一部分观众的消费心理,以更优的个性化服务,满足观众观影更舒适、享受的要求。影院分区加价,不否认有提高收入的意愿,突出体现影院的“存在感”。影院推“黄金位置”,除了有一定的合理性,影院也有自主定价权,且对座位分区加价进行了充分的、透明的公示,不存在违规的情况。

影院合理运用座位定价,可发挥“调节器”的作用。在观众相对较少、上座率较低的时候,影院应大力推进分区降价,吸引观众;相反,在观众相对较多,上座率较高的时候,影院应大力推进分区加价,放弃分区降价。这符合市场经济规律的基本原理,又在不增加投入的情况下增加了收入,并为影院提供增值、个性服务打下良好基础。

有变相涨价之嫌

□何勇海

影厅正中央的位置,是多数人认为观影效果最好的区域,影院就加价售票。这种打破“同一场次、同一价格”的售票模式,很显然是为扩大营业收入。有人算过账,假设某影厅共有200个座位,“黄金座位”占10%,票价比非“黄金座位”高3元,那么每放映一场电影,该影厅单日增收60元;每天放映6场,则单厅单日增加360元收入,一年收入能多出12万多元。可见,“分区售票”对电影院来说,实现了利益最大化。

老实说,电影院实行“分区售票”,可能得不偿失。影院普遍有多厅,影厅普遍是小厅,除春节、暑期、国庆等热门档期,许多时候上座率都不高甚至很低,一场电影本就没几个观众。“分区售票”虽然增加了一定的营业收入,却会让观众觉得,连几块钱的生意都要算计,不舒服、没诚意。

在上座率低的情况下,“分区售票”也会带来管理难题。观众购买其他区域的电影票,在看到最佳观影区域无人,可能会钻空子,自己调换座位。长此以往,谁还愿意购买贵几元到二十元的电影票?

电影院不能过于倚重通过“分区加价”这个途径来增收,免得伤了与观众的维系,导致“捡了芝麻,丢了西瓜”。正确的做法应是,积极转型升级,通过经营和销售模式的多元化探索,来增强市场竞争力,吸引更多观众走进自己的影院。