



抵制违规医美广告,既靠制度,也靠观念。爱美之心,人皆有之;何以为美,见仁见智。但可以肯定的是,美绝不应该是千篇一律、千人一面,更不应该以健康为代价。建立健康的审美观、理性的消费观,需要全社会一起努力。

——人民日报:《依法规范医美广告》

心怀理想并为之奋斗总是好的,但更重要的是脚踏实地。大学毕业10年能否年入百万,并不是衡量一个人成功的唯一标准。在工作中得到历练,感受到成长和收获,内心充满力量和愉悦,才是值得骄傲的。

——钱江晚报:《“小目标”可以有,但不要幻想“躺赢”》



【本期话题】

“签收确认”加钱

近日,浙江省消保委发称,有消费者反映,在使用“顺丰速运+”微信公众号寄快递时,发现顺丰公司提供了一项名称为“签收确认”的收费增值服务,收费金额为1元,购买该项增值服务后,收件人需凭顺丰发送的签收码或本人身份证件后6位签收,消费者认为顺丰提供该项增值服务的行为侵害了其合法权益。你怎么看?

【议论纷纷】

@王丽美 顺丰速运推出的“签收确认”增值服务,实则是快递公司应尽的法定义务。顺丰速运擅自把“签收确认”从应尽的法定服务内容中拆分出来,涉嫌巧立名目收费,侵害消费者合法权益。

@漠北风景 目前,“签收确认”有偿化引起了消费者的质疑及消保委的批评,顺丰公司就要重新、认真考虑这项收费增值服务是否合规,是否给消费者带来良好的消费体验,而不能借推出信息化“签收确认”服务之际,让消费者在必选项与勾选项中犹疑,也使得消费者的权益及企业的形象受损,长远来看,得不偿失。

本期话题下期继续

作为“塑料演员”怎可能有长久的芬芳?

□郝冬梅

“他们不是文艺界的,他们是流量界的,他们是被包装炒作出来的塑料演员”,近日,中国电影家协会主席陈道明在一次座谈会上的犀利发言刷屏,引发广泛评论。

(9月14日《北京日报》客户端)

拍戏靠抠图、对白念数字,这样的演员就是我们说的“塑料演员”。“塑料演员”就是劣质产品,但是让人奇怪的是恰恰是这些“塑料演员”却活得有滋有味。让他们有滋有味的不是演技而是流量,因此在业内就有这样的调侃:他们不是文艺界的,他们是流量界的。

我们需要文艺界的百花齐放,我们需要文艺界的百家争鸣,我们需要文艺界的文化包容。但是,这都不是让“劣质的花朵”在文艺界怒放的理由。文化繁荣需要健康的繁荣,需要鲜艳的繁荣,不需要“塑料演员”的“杂草丛生”。混乱的“饭圈文化”只会毁了文化、害了文化。

因此,不能让“塑料演员”虚假的怒放、虚假的馨香。说到底,“塑料演员”也不该有一丝一毫的馨香。必须倡导正确的价值观,引导观众,尤其是青少年远离这些“塑料演员”。“塑料演员”是被流量支撑起来的,其实就是被观众支撑起来的。不追捧“塑料演员”,对我们普通民众而言责无旁贷。

有关部门则需要进一步“限流”,除了要用“法律的标尺”“道德的标尺”量一量他们之外,还需要责令各种平台进行“限流”。我们的流量需要支持优秀的文化、优秀的演员,而不能是浪费在“塑料演员”的身上。

“好演员”是规范出来的,“孬演员”是娇惯出来的。决定因素在于管理,在于治理,在于约束,在于不让“塑料演员”优哉游哉。

“塑料演员”早晚都是文艺圈的“塑料颗粒”,就应该回炉再造。文艺圈不要虚假的芬芳!

用“滚”字回复群众

9月13日上午,一张“河北平山政法委书记回复群众来信只有一个‘滚’字”的消息,引发众多网友关注。网传截屏显示,平山县一名市民发短信给县委书记尹惠强反映情况,得到的回复,却是一个“滚”字。(9月14日《每日经济新闻》)

暴露了几多官风

□余明辉

可以说,群众手机短信反映问题,被官员一个“滚”字回怼,而理由是“误会是电信诈骗”,彰显的是当事官员在有关为民等事项上该细致的不细致、该深入的不深入、该敏感的不敏感,但不该敏感的却过分敏感,以至于做事重重失误,深层次暴露的则是其履职尽责意识不足、能力欠缺的问题。

一个“滚”字出手,几多官风暴露。针对此次事件,当地就事论事对当事官员进行严肃批评教育、责令深刻检查,对群众反映的问题立即着手调查核实和处理,当然非常必要。但更关键的是要看到此事背后凸显的多重官风不正问题,并采取针对性措施进一步深入处理。比如对相关官员进行及时必要的为民意识教育、履职能力建设等,避免类似现象再次轻易发生。

作风建设仍在路上

□卞广春

群众发来的短信,是有电话号码的,这是与诈骗短信有本质区别的地方。即使担心自己被诈骗,不想点开对方发来的网址链接、不回复短信,可以拨通这个电话,就能知道对方是谁、为了什么事。

遗憾的是,这个群众反映问题的热情,轻易地被尹某强的一个“滚”字浇灭了,想要说的话也被挡在了千里之外。一个本可以体现群众与干部密切联系的故事,一个本可以体现干部积极处理群众疑难问题的佳话,就此戛然中止。

目前,尹某强已被严肃批评。这对尹某强是一次教训,对其他干部也是受教育的机会。相关部门应该举一反三,希望有类似工作态度和工作方法的干部,通过提高工作能力、增强群众观念,满足群众及时反映问题、提出建议的要求,尽职尽力,让政府形象和干部作风都得到进一步提升。

年轻人成了“萌宠”主力军让人忧

□钱夙伟

《2020年中国宠物行业白皮书》数据显示,2020年全国城镇犬猫数量超过1亿只,比2019年增长1.7%。在养宠人群里,80后、90后占比分别为36.2%、38.1%,年轻人依旧是目前和未来消费市场的主力人群。作为养宠人群的主力军,年轻人带动了宠物经济的蓬勃发展:一沾“宠”字,什么都贵。

(9月14日《中国青年报》)

年轻人萌宠,据称是因为“空巢青年”“单身主义”“丁克一族”……越来越多的青年情感缺口开始由萌宠来弥补。但这也并不尽然,比

如不少年轻人喜爱饲养“另类”宠物,而且越是具有攻击性、不易驯养、容易伤人的“另类”宠物,越“萌宠”。这种冷血的攻击性的宠物,如何“寄托”感情?实际上,如此萌宠,只是作为凸显自己所谓“个性”的标志。

萌宠也可以说是动物保护意识的“觉醒”。但如果这是善待乃至关爱动物,那么带动宠物经济“蓬勃发展”到了“一沾‘宠’字,什么都贵”的程度,显然并不正常。

现在,人们与宠物的过于亲密,乃至当成全部感情的寄托,其实并不能全部理解成关爱动物。很大程度

上,不过是一种对现实和人生的逃避。实际上,于不少人,这种强加的娇宠,让动物成了其消极人生的替罪羊。

显然,如今不少年轻人与猫狗等宠物之间的关系,已然到了畸形的地步,乃至把宠物置于自己生活中不恰当的位置,这值得引起关注。

且不说年轻人应该有自己远大的追求,而精力时间总是有限的。实际上,即便“萌宠”,其终极意义也在于对人类自身给予更多的人文关怀。现在“一沾‘宠’字,什么都贵”的“萌宠”,显然已是病态,也尤其让人担忧。

别让占车位“神器”成城市的伤疤

□王恩奎

废弃的自行车、三轮车、摩托车……甚至超市中的购物车,在被一头钉在地面的铁链锁住后,就成为“盯”住车位为己所用的“神器”。近日,北京市东城区安定门街道综合行政执法队联合公安、交通、社区等部门对北锣鼓巷内的各类“花式”地桩、地锁进行地毯式清理。

(9月14日《劳动午报》)

占车位“神器”可谓五花八门,奇葩怪招迭出。废

旧物品、宠物、鸡鸣、马桶、甚至将骨灰盒也搬出来占车位,公共停车位被“据为私有”,公共停车泊位、小区道路被“霸占”,这是不少司机朋友经常遇到的场景,这样一来,本就不宽的道路更加狭窄,开车都要小心翼翼,一方面避免车辆刮擦,另一方面还要防止损害他人不是东西的“东西”。占车位“神器”已经成为城市难看的伤疤,不仅损害城市形象,成为影响道路安全的“绊脚石”,而且影响邻里团

结,破坏了社会关系,成为不和谐的因素。

占车位“神器”如韭菜,“割”了一茬又一茬,是防不胜防、烦不胜烦、管不胜管,因为违法成本低、取证难,所以管理起来真难。对于占车位“神器”当然要发现一次清理一次,但只是治标不治本,因此一方面要加大执法力度,提高违法成本。另一方面,交警、城管、社区应综合执法等部门进行常态化清理,释放公共停车资源、维护良好城市形象。