

今日评论

文/张培胜

把主题教育成果落在解决问题上

目前,第一批主题教育已经收官,第二批主题教育全面启动。

中央“不忘初心、牢记使命”主题教育领导小组印发通知,要求全力以赴把第二批主题教育抓紧抓实抓好,而在第二批主题教育期间,第一批单位也要注重抓好巩固和深化主题教育成果工作。为此,各单位要紧盯问题不放,深入推进主题教育。

聚焦问题抓整改,切实解决群众的操心事、烦心事、揪心事,是高标准高质量开展主题教育的重要方法,也是确保主题教育善始善终、善作善成、赢得群众满意的实践路径。主题教育的成果,就应该落在解决问题上。如果一个单位或部门把找出的问题写在纸上、说在嘴上,不落在行动上,就不能真正体现主题教育成果,“守初心、担使命,找差距、抓落实”的总要求也就没有贯彻到位。

紧盯问题不放,就要在思想上见提高。

主题教育开展以来,各单位坚持“要求严、标准高、成效实”标准,按既定的步骤和节奏,强化问题整改,取得了看得见、摸得到的实效,得到群众的广泛好评,树立了党员队伍形象。但还要树立长期整改思想,把各个问题整改在当前,谋在长远,既要防止问题反弹,又要防止新问题出现。始终紧盯问题不放,思想境界提高了,行动就有了方向。结合各地各单位实际,不折不扣落实整改工作,群众才会真正满意。

紧盯问题不放,就要在行动上见成果。主题教育开展以来,各单位都列出了“问题清单”,并结合实际进行了整改。但是,整改是一项长期工作,要结合群众心声,抓好整改工作的优化处理和成效提升,同时,举一反三就存在深挖内扩,把更多的问题找出来,把更多的整改措施拿出来,在行动上下功夫,在成果上做文章,持之以恒抓好整改落实,真正做到群众满意、组织放心。

做到群众满意、组织放心。

紧盯问题不放,就要在制度上见真章。制度是最有效的解决问题办法。在深入推进问题整改过程中,各地各单位要仔细梳理现有规章制度,根据新时代发展要求,结合本地本部门实际,建立健全有关规章制度,并在制度落实、监督管理、奖惩机制上花大力气,力求各项规章制度接地气、有力量,成为杜绝问题再次发生的有力武器。

紧盯问题不放,就要在“回头看”上见信心。服务群众无止境。我们要巩固深化第一批主题教育成果,就要依据本地本单位的整改方案,紧盯问题不放,一项一项“回头看”,看整改答卷做得怎么样,主动接受群众测评,对群众提出的意见建议,要立马整改,明确责任,跟踪推进;对效果不理想、群众不满意的,要“回炉”“补课”,限期整改。这样,才能增强群众对整改工作的信心。

新闻内外

文/封寿炎

大学生外卖骑手体现新择业观

近日,某外卖平台发布的《2019大学生外卖骑手群体洞察报告》显示,今年暑假全国共有9896名大学生成为该平台的兼职骑手。这些大学生骑手并非都是生计所迫,其中38%的人出于体验生活的动机选择了这份兼职。

早在2000多年前,孔子倡导“有教无类”,打破了贵族阶层对文化和教育的垄断。但是,传统教育始终是奢侈品。老百姓信奉“万般皆下品,唯有读书高”,读书人哪怕落魄如孔乙己,也不愿脱下那象征身份的长衫,跟“短衣帮”混在一处。但是,今天的大学生,如果还抱着“目无下尘、宁缺毋滥”的择业意识,就有些不合时宜。一位“未出茅庐”的大学生兼职送外卖都能实现“月入过万”,当然会让“啃老族”脸红。事实上,在今天的就业市场,脑力劳动和体力劳动之

间的界线越来越模糊。办公室里普通文员的薪酬收入、社会声望和职业成就感,未必比建筑工人和育儿月嫂高;建筑工人和育儿月嫂所掌握的理论知识和实际技术,也不比办公室文员少。

在一些高等教育普及的发达国家,高学历者投身各行各业已成为择业常态,售货员、水管工、汽车司机甚至农民,很多普通劳动者都是大学毕业生。这一现象同样也将在中国大学生的择业就业中出现。随着越来越多高学历者加入,带动知识、智力、新思想、新观念注入,传统的体力劳动行业也有望得到系统更新,成为更具知识和技术含量、具有高附加值的新业态。

人才、知识、技术和经营管理理念的更新,对传统行业具有“点石成金”的效应。譬如,餐馆外卖送餐并不新鲜,但在传统业态

下,它只是餐馆的一项附属业务,小打小闹、难成气候。当它成为大学生创业领域后,高知群体带来了互联网技术运用,加上规模化、组织化运营,外卖送餐很快成为一个庞大行业。这种“点石成金”的魔力,不局限于外卖行业。

大学生兼职骑手让人钦佩。在他们身上,体现了新一代青年活跃的思维和开阔的视野和敢于行动的勇气。大学不应该“筑起围墙办学”,围墙不只是物理隔离,更是一道文化隔离,容易造成学生与实践脱节。如果学生有大量机会接触社会,在社会实践中发现问题、研究问题、解决问题,他们就能一边获得知识,一边增长才干。在这个过程中,学生可以更加了解自己、了解职场,找准自己的定位,明确发展方向,在未来人生发展过程中,他们将更加游刃有余。

特别关注

文/许晓芳

“孤独经济”更应助人走出孤独

当前,中国的单身成年人已经超过2亿,其中有超过7700万的成年人过着独居生活。围绕这一庞大消费群体,市场上衍生出了很多“一人份”产品:迷你KTV、单人小火锅、小户型公寓……为一个人提供个性化产品和服务的“单身经济”消费方兴未艾。

如果说一开始,“单身经济”的目标,是为了满足单身人士对于“小”这一商品规格的物质需求,追求的是“一个人过,也要满足渴望,过得精彩”。如今部分“单身经济”,则渐渐附着上了情感寄托和精神诉求等更多属性。随着购置智能音箱的理由越来越多地成了“没事可以和它聊聊天,排解一下寂寞”;随着越来越多人养宠物是为了寻求陪伴,填补空巢带来的冷清;“单身经济”似乎渐渐衍生出一个分支,出现了为单身人士排解孤独、寻找消遣的“孤独经济”。

前段时间,网络上不是流传着一份“孤独

等级表”吗?从“一个人逛超市、一个人去餐厅吃饭”到“一个人搬家、一个人去做手术”,层层递进,向我们展示了单身人群在参与各类活动时,心中所感受到的不同级别的孤独感。

虽说有很多单身人士是为了满足高品质生活的需求,享受高度的个人生活自由而“主动选择单身”,但根据调研数据,大多数单身成年人并非真正喜欢单身状态。一个人去餐厅吃饭,隔壁桌的热闹,越发衬托出自己形单影只的孤单,这时候,“孤独经济”就会贴心地将你的座位与邻桌“隔离”开,缓解你的尴尬和失落;一个人看电影,在邻座压低的话声的烘托下,自己越发感到无从倾诉的孤独,这时候,“孤独经济”就会贴心地为你安排“私人电影院”,享受完全属于自己的观影空间。

但难道“孤独经济”只有照顾单身人士们情绪的作用吗?要知道,人具有群居性和社会性,离开这两点,可能会出现一些生理和心理

上的问题。如果“孤独经济”仅仅做到了发现孤独、任其孤独乃至迎合孤独,就很难为改变孤独状态提供助益,不过是在一定程度上缓解了这一群体的焦虑,并无法拔除他们心中负面情绪的根源,实现疗愈功效。相反的,若是长此以往,他们习惯了“孤独经济”的舒适圈,反而更有可能失去向外拓展的社交动力,陷入“心中有所求”而“行动不欲求”的矛盾境地。

因此,即便“孤独经济”是顺应市场需求出现的客观存在,商家也更应该提供有效供给,而非一味炒作。真正有益的“孤独经济”,应该将重点放在促进他们所向往的“团圆经济”上,比如,开展一些让素不相识的人能互相接触的团体活动,推出一些具有关怀疏导意义的专门项目,举办一些丰富精神世界、促进身心健康的有益培训,等等。只有这样的“孤独经济”,才能够让这些“孤独症患者”获得不再孤独的机会。

文/扶青

ETC“四舍五入”太精明

原本为了便捷而推广的ETC出行,竟然也暗藏陷阱。国务院督查组最近在江西调查发现,ETC用户的30元通行费打完九五折后应收28.5元,但却被收费系统“四舍五入”了,实收29元;最奇葩的是10元通行费打完九五折后,本应为9.5元,被“四舍五入”的结果还是10元。江西省高速公路联网中心客服人员对此答复称,计费是按“元”取整收费,有些优惠无法体现出来。

“四舍五入法”,是交易用现金结算时不方便找零的情况下,经交易双方同意后,相互约定俗成的一种费用结算办法。其根本原因是现金找零的边际成本较高,“四舍五入”则可以减少收款和找零成本。但在非现金支付的语境下,这个找零成本就不存在了,银行可以在毫秒内精确地划到小数位。随着微信、支付

宝等第三方交易的推行,现在街头的小卖部都可以做到“精准扣款”了,江西的这个收费系统却依然“四舍五入”,显然是说不过去的。

而且仔细想想,所谓的“四舍五入”没有“舍”,只有“入”。今年5月,交通运输部印发的《关于大力推动高速公路ETC发展应用工作的通知》中,明确要求对ETC用户实行不少于5%的基本优惠政策,打九五折的做法正好卡在门槛上。因为,任何数字乘以0.95,末尾要么是0,要么是5,因此,每次采用“四舍五入”,结果必然是“只入不舍”。按照该算法,1元以上的通行费,收费每次净赚五分钱或五角钱。可见,这是相当“鸡贼”的做法。

把“让利于民”的善意,曲解成“与民争利”的行动,高速公路可以说有相当多的先例了。最典型的就是对救灾车辆“雁过拔毛”,相关部

门不知下发过多少通知,要求对救灾车辆一律免费通行,但具体在收费站,总是有这样那样的理由把人拦下来。还有一些到期的收费站,不仅不按时间撤除,还以种种理由要求延长收费期限。这些做法,与“四舍五入”的逻辑是一样的,根本原因是公路大都背负着沉重债务,对收费有着若渴饮血式的冲动。

尽管每年高速公路企业都喊着收支缺口增大,但算细账的话,不少高速公路企业还是挺赚钱的,如A股上市公司高速公路板块,一直以收益稳健而著称。有些收费公路一直喊亏但又不公布账本,谁知道是不是真的亏呢?而且需要强调的是,ETC打折是交通运输部推出的普惠性措施,跟高速公路亏不亏根本没关系,基层部门需要做的,就是把政策落实到位,不要“口惠而实不至”。

画说画说画说画说

爬出自动续费的坑,只能“自求多福”?

近年来,一些APP或网站玩起“套路式”自动续费,消费者被扣款却毫不知情,开通付费会员时只需动动手指,取消时却被搞得晕头转向。在某搜索引擎上,以“会员自动续费”为关键词搜索,相关结果约167万个,基本为网友提问和支招“如何取消自动续费”,程序颇为繁琐。(见9月9日《工人日报》)

权威媒体多次揭露自动续费问题,同时,“套路式”自动续费也违反了消费者权益保护法、电子商务法等法律法规。对此,似乎只有两个选项,要么用户被逼成“解套”专家,要么有关部门采取有效治理措施。显然,后者才是理想选项。

“套路式”自动续费大行其道,一个重要原因就是没有受到任何惩治,相反还因侵权获得收益,这既违反法律,也损害了用户合法权益,本质上是一种失信行为。如果能把这些违规APP或网站纳入失信黑名单,对失信者也是一种惩戒。

总之,爬出自动续费的坑,不能只让消费者“自求多福”。

文/张海英 图/王鹏



炫富“私人定制”面临道德法律双风险

当你在朋友圈看到有人晒各种炫富短视频和照片、满世界旅游时,你是否曾发出感慨:有钱人真多呀!其实,你看到的不一定是真相。各种“金光闪闪”的小视频,可能只是花几块钱买来的。记者调查发现,与炫富相关的买卖短视频产业链已悄然形成。

然而很多网友不知道的是,这些炫富照片和视频也是有真有假。通过网络平台,网友可以轻易地以几十元上百元的低廉价格“私人定制”炫富照片和短视频,内容足以以假乱真、欺骗朋友圈的网友。至于照片和短视频的内容,则可以根据客户的要求随意选择,只要你提供自己的照片、声音,然后价格出得到位,就是让某位名人明星陪你吃饭也不在话下。

其次从法律角度来看,这种行为同样存在法律风险。“私人定制”的各种炫富照片、视频,都是从网络上下载而来,有些甚至就是影视剧中的片段,这就涉及知识产权的问题,包括肖像权、隐私权等。这种虚假的视频如果传播范围广泛,传播者会承担相应的法律责任。由此可见,这样的“私人定制”炫富做法,需要承担道德与法律的双重风险,实在不值得倡导。

文/天歌 图/王毅潮



聚焦聚焦聚焦聚焦

解决“翻包门”,需要更大善意

从今年初华东政法大学一位大三学生因自带零食在上海迪士尼乐园遭遇翻包检查至今,时间已经过去七个多月。在这七个月中,上海迪士尼乐园被告上法庭,身陷“翻包门”。从起初表态不会更改相关政策,到日前松口表示会推出入园安检和外带食物政策等多项举措,整个事件可谓一波三折。

回顾“翻包门”前后经过,有媒体形容上海迪士尼的整改好像“挤牙膏”。那么,针对翻包检查的问题,整改究竟有没有打折扣?从法律层面来说,上海迪士尼“不让带食物入园”的做法限制了消费者权利,与有关法律规定存在抵触。8月14日,中消协更是明确表示支持大学生对上海迪士尼的诉讼。根据我国《消费者权益保护法》,经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式,做出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。

更进一步讲,翻包检查不涉及“霸王条款”的问题,上海迪士尼乐园工作人员在人工包检的过程中,不可避免地有侵犯个人隐私之嫌。现在,上海迪士尼乐园的入园安检政策还处在过渡期。此刻仍要注意,游客在乐园中,并不是被动接受管理的对象。整改不仅要有尺度,而且要周全考虑游客的需求。我们期待,上海迪士尼乐园拿出解决问题的勇气,从以人为本的角度出发,充分释放规则的善意。

文/杨博