

青春的延安 奋斗的时代

微观点:宝塔山下的青春光影,是千千万万奋斗在脱贫攻坚一线青年人的缩影,是亿万为实现中华民族伟大复兴中国梦挥汗如雨的奋斗者的缩影。把激昂的青春梦融入伟大的中国梦,成为有理想、有追求、有担当的时代尖兵。这是青春的延安向奋斗的时代发出的召唤。

■新华社记者沈虹冰、姜晨蓉

延河水滚滚向前,流淌着青春的旋律;宝塔山熠熠生辉,照耀着年轻的身影。

在延安,有一群这样的年轻人,他们将青春投入脱贫攻坚的时代洪流,带领村民把一个个体偏僻的“贫困村”“穷苦湾”,变成了远近闻名的“明星村”“幸福湾”……1784名第一书记,3.74万名干部在延安脱贫攻坚一线贡献

着自己的青春,助力革命圣地告别绝对贫困。

他们,如跳跃的音符谱写了新时代延安的青春之歌,似灵动的画笔点染了延安脱贫的瑰丽画卷。

青春就是拿来奋斗的!延安的城门成天开着,成天有从各个方向走过来的青年,背着行李,燃烧着希望,走进过“革命年代,延安像一块巨大的磁石,吸引着许多追求进

步、有理想有抱负的青年。80多年来,延安精神和延安精神始终保持着青春的风貌,成为中国青年的向往之地,鼓励青年投身于追求中华民族伟大复兴的壮阔斗争。

今天的延安,年轻的奋斗者们用青春践行自己的誓言——“党给群众的承诺需要人来落实,这是村干部要牢记在心的职责”“农村青年干部要牢记变与不变,不变的是初心,变的是群众的生活”“你心里一定要搁一

杆秤,把每个群众记在心里”……

在脱贫攻坚一线用汗水书写的青春故事,给一处处革命旧址、一张张历史照片、一个个感人肺腑的革命故事增添了新时代的注脚。“全心全意为人民服务”“自力更生、艰苦奋斗”的革命精神焕发出崭新的时代光彩。

新时代的青年,当然不需要再在纷飞战火、弥漫硝烟中经受意志的磨砺,但他们要承担起中

华民族伟大复兴的新重任,这是时代赋予新青年的使命,也是新青年要面对的新长征路。

宝塔山下的青春光影,是千千万万奋斗在脱贫攻坚一线青年人的缩影,是亿万为实现中华民族伟大复兴中国梦挥汗如雨的奋斗者的缩影。

把激昂的青春梦融入伟大的中国梦,成为有理想、有追求、有担当的时代尖兵。这是青春的延安向奋斗的时代发出的召唤。

文明是发自内心的

微观点:好一个“只要是经过斑马线,不管会不会抓拍,我都会主动礼让行人的”!为这种文明行车,礼让行人的自觉行为点赞。

■徐曙光

“斑马礼让,路人快走。”看似简单的城市交通参与行为,对解决道路交通安全,养成文明行车、文明过马路等问题至关重要。5月8日,《衢州日报》记者对衢城部分斑马线路段进行了走访观察,发现斑马线不礼让行为时有发生。当天上午8时50分,记者来到市区荷三路175号附近的一处斑马线旁蹲守观察,发现一名中年女士和一名老年人同时穿过斑马线,其间陆续有4辆小轿车经过时为他们礼让。但当两人走到斑马线中间的隔离带时,老年人曾试着继续往前走,但一辆飞速行驶而来的小轿车还是挡住了他们的“去路”,待到这辆车驶过,两人才穿过了斑马线。记者在此处逗留了十来分钟,发现多起斑马线前不礼让行为。

无独有偶,近日,笔者搭乘一位朋友的小车回家,在途经县城一处斑马线前时,我顺便提醒了朋友:前方斑马线前如果不礼让行人,会被电子警察抓拍的。没想到朋友却爽快地回答道:我每次开车只要经过斑马线,不管会不会抓拍,我都会主动礼让行人的。

好一个“只要是经过斑马线,不管会不会抓拍,我都会主动礼让行人的”!我的这位朋友文明行为很值得点赞。相比之下,现实生活中,我们有些司机却不一定能够做到这一点。他们在日常行车过程中,明明知道斑马线前礼让行人,是交通文明过程中的一个重要环节,但真正能够遵守规则,形成自觉礼让的司机却不是很多。所以,由于一些司机没有做到自觉礼让,导致不少行人每次过斑马线心里没有底,都会仔细看看过往车辆有没有礼让的意思,然后才敢放心经过,否则心里就是不踏实。

笔者以为,文明是发自内心的。“文明交通”不仅反映出整个城市的文明程度,更折射出广大交通参与者的文明素质。如果每一位司机都能和我朋友那样文明开车,只要是经过斑马线前,不管拍不拍都会做到自觉礼让行人的话,那么,行人过斑马线时就不用提心吊胆了。文明行车,自觉礼让应扎根在每一位司机的心中,并习惯性形成一种自觉行为,从而形成一种司机礼让、行人快走的和谐通行环境,使文明行车,主动礼让蔚然成风。

吸引回头客 还需再努力

微观点:一个地方要想增强吸引力,需要持续完善全域旅游基础设施,健全全域旅游综合执法体系,营造整个行政区域安全有序的旅游消费环境。如此,蔓延口碑效应,游客再回首,那是自然的事。

■林上军

眼下,旅游出现了一种新动向:当人们重复去某个城市、某个地方,便不想再去那些去过的热门景点,而是喜欢到一些有特色、有韵味、有个性的区域去转转、去坐坐、去住住,享受他们心目中的风景、风味、风情。

这种动向,意味着全域旅游已从理念倡导阶段进入游客行动阶段,旅游发展正面临新的考验。

大面积圈地式的封闭景区开发,正在放慢脚步,何况在一些卖门票的景区,节假日人满为患,总体经营发展的可持续性有待观察。所以,今后旅游区的开发模式,很大一部分将是与城市建设、乡村振兴融合式的开发,且是敞开式的。它可以是特色产业小镇、地方文化公园、网红打卡地,也可以是历史文化街区、乡村民宿集聚地、民族风情村落,讲究文旅融合、农旅融合、学旅融合、医旅融合。这迎合了人们原生态的体验,满足了活动者参与的意愿,有助于游客康体学养。正所谓旅游发展新格局,已到了“全域谋篇、企业融合、全时服务、全民参与”阶段。

然而,笔者发现,当下一些地方的旅游业发展思维仍局限于围着某个景区转,喊着全域旅游口号的城市,并没有真正把一个行政区当成一个旅游区来打造。乃至有的一线城

市,市民的素质尚未达到“服务员”水准;有的地方虽拿到了文明城市、优秀旅游城市等称号,但阶段性的文明度欠缺、局部接待能力不足等显而易见。一个地方,要想吸引不去景点的回头客并不容易,这也是对旅游业高质量、均衡化发展的新要求。

许多人出去旅游,如果重游某个景点,有的地方一而再可以,再而三似乎没有必要,景区创新项目没有的话,吸引回头客的可能性缩小。那么,一个地方靠什么吸引回头客?笔者以为,这要靠景区以外的元素吸引,有待全域旅游综合发力、升级。

这种元素,更多是某个城市或乡村的生活方式,或者是新发现的品味实景,又或者是独具特色的文化资源;有人喜欢现代城市的高大上,也有人向往人迹罕至的幽野深。在全域旅游格局中,到处都是风景而非到处都是景点景区,到处都有接待服务而非到处都是宾馆饭店。

因此,一个地方要想增强吸引力,需要持续完善全域旅游基础设施,健全全域旅游综合执法体系,营造整个行政区域安全有序的旅游消费环境。要让游客感觉到,无论是在哪一个角落,均能享受到宾至如归的接待;视线所及令人赏心悦目。

如此,蔓延口碑效应,游客再回首,那是自然的事。



流行风

姚月法画

“订单式培训”值得推广

微观点:订单式培训与就业之间的无缝对接,既提升了劳动者的就业技能水平,又充分满足了用人单位对专业人才的需求。

■齐振松

据媒体报道,近日,笔者从贵州省遵义市人力资源和社会保障局获悉,为切实做好就业促进工作,助推劳务协作走上台阶,该市大胆尝试打破区域界限,形成各地共享互助工作机制,在汇川区先行推动实施沪遵劳务协作订单式培训,将为沪东中华造船(集团)有限责任公司培训转移就业170余人。

近年来,各地劳动就业等部门纷纷开展就业培训,而培训往往是采取“填鸭式”“满堂灌”的旧方式。遵义市本着企业需要什么,就培训什么的原则,实行“订单式培训+定向式输出”的工作新

机制,不断扩大劳务输出规模,提高劳务输出质量。这种工作新机制值得点赞和推广。十九大报告指出,“要坚持就业优先战略和积极就业政策,实现更高质量和更充分就业。”这说明,就业数量增长与就业质量提升同等重要。而就业培训上岗,也要摒弃旧的培训方式,实施推广“订单式培训+定向式输出”的工作新机制。实现培训与就业之间的无缝对接,既能提升劳动者的技能水平,又能充分满足用人单位对专业人才需求,还能让学员无忧无虑地投入实践中,何乐而不为呢?

“订单式培训+定向式输出”还可以推进扶贫先扶智。据媒体

报道称,遵义市人力资源和社会保障局以政府购买服务的方式,委托第三方培训机构及人力资源服务机构在遵义市分批次开展订单式培训。全面提升参训人员的综合素养和技能水平,培训合格后实现100%转移就业,提升了贫困劳动力外出就业的稳定性及工资收入。这就是扶贫先扶智,实现就业扶贫的成功经验,值得点赞和推广。

从就业扶贫的角度看,以市场为导向的“订单式培训+定向式输出”工作新机制,确保了贫困人口培训后能够真正实现就业。家庭成员有了稳定的收入,摆脱家庭贫困便是自然而然的事。

“自动续费”是“耍流氓”

微观点:常言道:“君子爱财,取之有道。”靠小聪明骗来的流量或许能让你暂时变现,但终究不是长久之计,弄不好还会适得其反。

■徐振宇

近日,“新华视点”记者调查发现,不少APP在用户购买服务时,对于自动续费没有明确提示,有的甚至默认勾选,当用户想要取消自动续费时却困难重重,具有霸王条款的味道。

常言道:“君子爱财,取之有道。”但有的商家不把功夫花在服务上,却在潜移默化培养用户默认收费的习惯,来达到留住用户长期收费的目的。显然,“自动续费”侵犯了消费者的知情权和公平交易权,逾越了法律、诚信和商业道德底线,成为不知不觉吞噬消费者权益的黑洞。

消费者个人权益无论大小,都是神圣不可侵犯的,但为什么不少用户对自动续费敢怒不敢言?因为用户的维权之路很艰难,在当下快节奏的生活中,无心、无力去维权。诚信经商,这是自古以来商家的“传家宝”,而一些商家为了自身的利益,违背诚信经营的古训,擅自利用“自动续费”变相骗钱,有悖公正与公平的交易,更是违背了法律,吃没的是“良心”,丢失的是商德,除了监管部门监管,还需要消费者维护自身的利益和权益。首先,消费者自己要增强维权意识,购买服务

时要仔细阅读相关条款内容,谨防落入“自动续费”的陷阱,发现问题就要积极向有关部门举报,以防流毒扩散;其次,相关部门要加强监管力度,对APP收费乱象进行大力整治,明察秋毫及时刹住歪风;此外商家也要遵守法律法规,并把诚信经营摆在首位。

事实证明,企业诚信经营是发展的前提。1985年,海尔从德国引进了世界一流的冰箱生产线。一年后,有用户反映海尔冰箱存在质量问题。海尔公司在给用户换货后,对全厂冰箱进行了检查,发现库存的76台冰箱虽然不影响冰箱的制冷功能,但外观有划痕。时任厂长的张瑞敏决定将这些冰箱当众砸毁,并提出“有缺陷的产品就是不合格产品”的观点,在社会上引起极大的震动,也赢得了广大消费者的口碑。

俗话说:“强扭的瓜不甜。”靠小聪明骗来的流量或许能让你暂时变现,但终究不是长久之计,弄不好还会适得其反。商家不妨把眼光放得长远些,用真诚的服务来赢得更多用户。只有把选择权还给用户,让消费者明白消费,充分感觉到你的诚意,人家才能心甘情愿地把钱交到你的手里。

真实性是筹款平台的生命

微观点:慈善领域容不得反复“试错”,爱心也容不得反复践踏,社会信用包括慈善领域的信用,应该设置更高级别的“门槛”,才能保证网络慈善捐赠长久地普惠大众。慈善应通过流程完善,让参与者意识到责任边界;同时通过实质性惩罚,让参与者不敢造假。

■童其君

近日,“德云社相声演员吴鹤臣患病,家人众筹百万”的消息引发公众质疑。资产情况是否会影响众筹标准?筹款金额是否过大?网络众筹平台是否担负起了审核责任?《新京报》记者尝试在轻松筹、水滴筹、爱心筹三大网络众筹平台发起筹款申请,发现提交并通过审核十分容易,病情、医疗费用、财产状况等不会影响申请金额。三家客服告诉记者,可以先转发链接筹款,相关证明材料之后慢慢补齐。

真实性是筹款平台的生命。真实性也是筹款平台的生命,“一方有难,八方支援”的爱心尤其不能亵渎。三大筹款平

台如果不能保证发起筹款信息完全真实,那么终将伤害捐款人的爱心,那么其公益慈善行为的现实效果,就有可能跟它的宗旨渐行渐远。

前不久我写了一篇《莫让“轻松筹”变“虚假筹”》发在报纸上,开篇说道:关于“轻松筹”“水滴筹”等这样的众筹平台,很多因为疾病或者意外等陷入经济困境的家庭,也开始运用这些平台来进行筹款。涓涓细流汇成江海。当你5元,我10元的爱心捐款一次又一次汇集成为数十万医疗费时,当一声声爱心祝福传递在朋友圈时,我们感受到了爱的力量!但现在这样的平台有时也成为一些人骗钱的手段。一次次“诈捐”事件的发生,不断挑战着人们对

网络慈善的信任,“感觉不会再爱了”“想帮人但现在又本能的信人”。因此也有了“这样的平台该不该继续存在?如何监管才能让爱心不受欺骗?”等话题。

人人为我,我为人人。许多人一向菩萨心肠,见不得人受苦受难。他们的想法其实很简单得很,像巴金一样,“我愿每个人都有自己的住房,每张口都有他饭,每颗心都得到温暖。”对不少因为疾病或者意外等陷入经济困境的家庭,许多人不会袖手旁观。

忘不了发生在去年7月份的一则新闻。一位求助者因女儿重病筹款25万余元后,被网友曝光其家境殷实,“有店有房有车”。随后,求助者竟然大肆

辱骂捐款者。一则爱心故事,硬生生演绎成了“农夫与蛇”。水滴筹凝聚了善心,最终却又伤害了捐款者的善心。

笔者认为,对三大筹款平台,要像清华大学公共管理学院副教授、清华大学公益慈善研究院副院长贾西津在接受记者采访时所说的那样:发起筹款平台的家庭,应当提出证明要件的详细全面要求,明确申请流程中信息真实、信息披露、责任自担等关键信息的提示。平台如果严格做到了明确关键信息提示,就能最大限度地保证不幸罹患大病且一无所有的家庭,才有资格进入筹款平台的门槛,而让家中虽有大病患者但“瘦死的骆驼比马大”的富有家庭止步!如

此,才能让人信服,才能最大程度保护捐赠者的爱心不受伤害。

慈善领域容不得反复“试错”,爱心也容不得反复践踏,社会信用包括慈善领域的信用,应该设置更高级别的“门槛”,才能保证网络慈善捐赠长久地普惠大众。所以,真实性是筹款平台的生命线,慈善的每一个程序都应该在阳光下。

如何把筹款平台的信息真实关?一方面,筹款平台应加强审核,履行告知和信息披露责任;另一方面,整个社会要加快建立“信息由个人负责”的机制。应通过流程完善,让参与者意识到责任边界;通过实质性惩罚,让参与者不敢造假。