

白天上课,晚上约酒,他们在“忙”什么?

崔文佳

近日,湖南省纪委监委通报了湘西州11名领导干部在学习贯彻党的二十大精神集中轮训期间违规吃喝问题。

白天上课,晚上约酒,本就违反相关规定,而时任州劳动保障监察局局长、四级调研员邓万学等人更“罪加一等”,不仅让一私营企业主为酒局买了单,而且在当晚的学风检查中谎称在家住宿,在州委组织部进一步核查过程中,仍未如实说明其违规聚餐饮酒情况。

如今一千人等“官帽”纷纷掉落,是不是彻底“醒酒”了?实际上,这方面的前车之鉴并不少——

今年2月,云南省纪委监委《“剑”破局》系列专题片披露了大理州剑川县11名“一把手”在参加州委党校培训期间违规违纪聚餐饮酒、接受宴请的情况:“5天培训4天喝酒”“回到宿舍吐了一地一床”。

今年4月,安徽省纪委监委公开通报,2022年12月14日晚,参加阜阳市委党校培训班的7名学员应其他党员干部邀请,违反党校封闭管理规定和培训课程安排,未经请假外出与其他4名党员

干部一道聚餐打牌、违规接受宴请。

今年4月,中央纪委国家监委公开通报,2022年12月11日20时至23时许,6名参加青海省党政主要领导干部学习贯彻党的二十大精神培训班的学员,在宿舍聚餐饮酒。6人共饮用7瓶白酒,次日,一名干部在宿舍被发死亡。

……

党校是干部教育培训的主阵地,是党性锻炼的大熔炉,“教学活动日一律不准饮酒”是三令五申的铁规定。从过往案例看,铤而走险者无不收获了严厉处罚,但依然有人置若罔闻、我行我素,这些人的酒瘾为啥这么大?从后续检讨来看,不少人面对饮酒邀约也有过挣扎,但最终战胜理性的,还是一些歪风邪气——

圈子文化。随着全面从严治党持续深入,已经鲜有党员干部明目张胆地大吃大喝。但冰冻三尺非一日之寒,一些人开始转向“小聚”。公开场合不喝,小圈子里猛喝;跟一般人喝,与圈内人喝。

具体到党校培训,能来的都是“潜力股”,又把平日难约的校友、战友、老

旧识等聚在了一起,便被一些别有用心之人视作互相勾连的好机会。“领导干部不喝酒,一个朋友也没有;中层干部不喝酒,一点信息也没有;基层干部不喝酒,一点希望也没有。”在这些人的利益盘算上,进入圈子、建立人脉的潜在收益巨大,顶风违纪也就不在所不惜了。

唯上观念。从通报案例看,不乏酒局是上级张罗、下级陪同,一些人即便心里打鼓,但碍于领导情面不敢不去。到了酒桌上,“讲政治”“酒品好”的下级更是频频举杯,动辄“领导随意我干了”,在“忠义”的假象里寄托着未来得以青睞的期盼,而一些领导干部也十分喜爱这类“服从性测试”。

服从管理,听从指挥,是一个党员干部应有的政治素质,但忠诚服从绝不应该是唯唯诺诺、俯首帖耳。特别是在显而易见的违纪违规行为上,盲目唯上是助纣为虐、害人害己。

从众心理。一些人抱着“情大于法”的观念,认为聚在一起的都是“亲人”,总顾及及情面。甚至有人觉得,“羊随大群不挨打,人随大流不挨罚”,集体闯红灯

反例安全。“法不责众”,真的存在吗?

事实是最好的回答。看看既往那些酒局,不论级别多高、人数多少,只要违纪违规,都是“吃不了兜着走”。这背后是我们党非严不足以正风肃纪、非实不足以取信于民的决心意志。身为党员干部,必须具备独立判断的清醒、绝不盲从的定力。

对党员干部而言,喝酒绝非个人爱好那么简单,一杯两杯看似不多,但轻则耽误工务,重则滋生腐败。近些年,从中央到地方,都推出了“禁酒令”,对公职人员的饮酒行为约束愈发严格,“公务不喝酒”已成一种共识。

但上述种种案例提醒,“酒桌上好办事”等长期形成的积弊具有一定惯性,在党校培训这样敏感的当口尚且有人敢于顶风作案,平日是否酒瘾更甚?那些更为隐蔽的“圈子酒”,又该怎样治理?

这或许不是普遍问题,但值得警惕。用制度管,靠常态抓,对隐形变异新动向时刻防范,这是避免酒精玷污权力的必须,也是精准化反腐的重要体现。

击退外卖包装费“刺客”需多方“亮剑”

付彪

想吃烧烤点份外卖,付款前一看,打包费按单收取。近日,市民崔女士通过武汉城市留言板反映此事。张女士提供的截图显示,其外卖订单包括11样菜品,平台共收取16.5元打包费。以烤羊肉串为例,打包费标准0.5元/份,羊肉串每份收0.5元;甚至作为必选项、价格0元的辣度选择一项,同样每份收0.2元,这就有些过分和难以让消费者接受了。依据相关政策规定,外卖商家需要使用环保型包装材料对产品进行包装,外卖平台便设置了“打包费”这一收费项目。不过,对于外卖包装费应该收多少,平台没有统一的标准,主要基于不同地区的餐具成本与商家充分沟通,设置不同地区、不同品类的打包费收取上限,最终由商家在该区间范围内自主定价。

外卖打包费用收取随意,原因何在?有商家坦言,“现在外卖平台抽成费用比较高,一般在20%左右。如果算上店面房租、水电费,赔钱做外卖也是常事。在这种情况下,商家乱收打包费,实属无奈。”业内人士称,多数商家的包装成本能控制在二角左右。以480毫升容量的外卖塑料盒为例,50套一共11.5元,平均每个仅0.23元,如果大量采购,成本更低。这说明,一些商家依然是想用打包费的增收来弥补有关损失。

还有商家反映,平台一般都会有不少满减优惠、折扣优惠等活动,而包装费的好处就是可以抵销优惠费用。商家每卖出一单,平台抽成相应比例,商家赚的少,又不敢在菜品上加价,就只能增加包装费,最终都转嫁到消费者身上。消费者权益保护法明确,消费者享有对商品或服务的知情权与自主选择权,经营者应当诚信经营,不得设定不公平、不合理的交易条件,不得违背消费者意愿搭售商品、服务或附加其他不合理条件。

专家表示,面对激烈的市场竞争,外卖平台和商家多以低价优惠吸引消费,但是满减优惠、折扣优惠应是平台或商家给消费者的“诚意”,而不是异化成包装费“刺客”的理由。商家考虑盈利和成本无可厚非,但是不能为了降低自身的运营成本而向消费者随意收取额外费用,不公示、不合理地将经营成本转嫁给消费者。平台和商家只有确保产品、包装等费用的合理性并告知到位,才能收获消费者的信任,实现自身长远发展。

因此,击退外卖包装费“刺客”,需要多方“亮剑”。有关部门应加大对平台和商家的监管执法力度,对过度包装、强制收费等违法经营行为,坚持“零容忍”,露头就打。外卖平台应针对外卖打包费完善相关机制,对于打包费收取不合理、不透明的商家,及时予以处理。消费者更应向外卖包装费“刺客”等坚决说不。总之,唯有多方携手“亮剑”,共同营造更透明、更诚信的消费环境,外卖包装费“刺客”才能无所遁形。

“英超”加“村超”架起一座桥

姜天骄



人民热评

一个顶级足球职业联赛,一个草根足球嘉年华,“英超”“村超”达成战略合作引发社会关注。近日,在2023年服贸会·多彩之夜活动上,“村超”管理中心与英超联赛代表签署了战略合作备忘录,双方将在足球文化交流、宣传推广、人才培养、产业发展等方面携手,助力中国足球持续健康发展。

双方合作的基础是对足球运动共同的热爱。足球是英国最受欢迎的体育项目之一,英超在世界各地拥有众多球迷。村超的举办地贵州榕江也对足球爱得发狂。赛场上,他们是热血沸腾的球员;

赛场外,他们是小学校长、挖掘机工人、农民……足球是一门“世界语言”,不同国家的民众虽然肤色不同、文化不同,但爱好足球的激情和执着却是相通的。

今年以来,村超、村BA等乡村赛事火出国门,受到外媒广泛关注,外国球星频频开启“中国行”,中国球迷对体育的热情吸引着世界的目光。高涨的热情和庞大的球迷体量背后,是潜力无限的中国市场。近年来,中国体育事业高速发展,体育产业逐渐成为拉动经济的新引擎,国际赛事、体育品牌纷纷看好中国市场。借助村超的流量和热度,英超有望进一步增强与中国球迷的互动,扩大在中国市场的影响力,深挖中国体育消费的巨大潜能。

“国际大牌”有诸多值得“本土品牌”学习借鉴之处。比如,榕江县已经看到,

足球事业的长远发展不能靠政策补贴,走向市场化才是长久之计。英超在赛事运营等方面经验丰富,通过开展多层次合作,可以帮助村超进一步挖掘足球赛事独特的文化和商业价值。

与国际赛事IP牵手,还可以进一步提升城市影响力,助推当地文旅发展。听说过榕江的人也许不多,但知道村超的人却不少。通过合作,可以持续吸引世界目光聚焦多彩贵州;这里不仅有热火朝天的民间足球文化,还有“三天不吃酸,走路打蹿蹿”的美食文化、人与自然和谐共生的生态之美。从这个角度说,乡村赛事的内涵可以更丰富,“体育+旅游”的思路可以更开阔。

与顶尖赛事品牌合作,是机遇,也是挑战。大家通过村超认识了榕江,榕

江依然走在乡村振兴的道路上。足球是榕江美好蓝图的一部分,下一步,榕江还要把功夫放在村超之外。在村超这座富矿中,不只要找到乡村体育的“乐子”,还要找到乡村振兴的“法子”。以此为契机,通过体育发展促进商贸合作,带动当地经济、社会、文化繁荣,让村超变成榕江文化振兴的抓手和产业振兴的密码。

球场上是好朋友,球场外也可以成为合作伙伴。促进经贸往来,体育往往能发挥独特的桥梁纽带作用。在全国,像榕江这样热爱体育、有运动传统的地区并不少,更多有热情、有条件的城市可以通过开展体育、文旅等特色活动,不断扩大自己的“朋友圈”,让体育的“小球”推动地方发展的“大球”转得更快。

延河观澜·丹语

防诈骗,从守心不贪开始

谢丹丹

9月11日,被从缅北电信诈骗集团解救回来的中科院博士发文称已安全回国,再一次将缅北电信诈骗推到公众视野。

今年以来,我们断断续续在热搜上看到诸如走红的网络作家、身家千万的老板、传道授业解惑的老师等被电信诈骗集团骗到缅北,失去了自由,遭受了非人的虐待,让人唏嘘不已。

其实,早在2020年,我国外交部和公安部就已经发出警告:不要相信缅北的高薪招聘,去国外打工要去正规的劳动机构。但是,近年来,被骗到缅北的人仍然络绎不绝,并且不乏一些高智商、高学历、高收入人群。笔者认为,原因之一,还是因为贪念造成的。

最近几十年,我国经济快速发展,产业转型日新月异,出现了炒股、炒房、互联网、短视频等多轮红利风口,踩在时代风口的人赚得盆满钵满,烧了不少国人的眼。而一些所谓的社会导师也经常出来大放厥词:“再错过xx风口,这辈子就很难翻身。”一些意志薄弱者很容易被财富蒙蔽了双眼,总想着一夜暴富,这就让诈骗集团有了可乘之机。

俗话说,知足常乐。仔细想想,我们的生活从需要粮票、布票的计划经济时代,到现在不缺吃喝物质富足的生活,也就仅仅只过了四十来年。但是很多人仍不知足,而且大有弥补遗憾之势。看看我们的身边,餐桌上的浪费是大家有目共睹的吧;旧衣服、旧鞋子不穿,或捆成捆地丢弃;有了一套房想两套;有了十几万的车,惦记着上百万的车……老祖宗传下来的攒钱办事、攒钱养老的祖训,早就被信用卡、分期付款的超前消费抛到脑后,大家的攀比之心也一年比一年盛行、迫切,似乎只有“金装银装”才能支撑起自己行走的做人底气。殊不知,在盲目追求物质满足的同时,我们恰恰丢掉了最宝贵的精神武器,最终让自己深陷金钱和物质泥潭,与主流精神追求渐行渐远。

而防诈骗就是要守心不贪。不贪从不贪图便宜开始。古人云,天上不会掉馅饼,即使真的有馅饼,那也是有一个陷阱在那里等你。不贪也要从认清自我开始,自己有多大能力就做什么大事,有多大本事就赚多少钱。更何况一个人的价值不是看他有多少钱,而是看他对社会、对他人有多大贡献。别人看不看得起你,并不是因为你多么的锦衣玉食,很多粗茶淡饭有德行的,一生都会被人所敬仰。

非淡泊无以明志,非宁静无以致远。在这个财富暴增的时代,我们依然要擦亮自己的双眼,君子有所为而有所不为,是为守心!

网络安全为人民
网络安全靠人民

网络安全

共筑
安全
网络
屏障

9月11日至17日,以“网络安全为人民,网络安全靠人民”为主题的2023年国家网络安全宣传周将在全国范围内统一开展,通过形式多样、内容丰富的系列活动,宣传网络安全理念、普及网络安全知识、推广网络安全技能,营造全社会共筑网络安全防线的浓厚氛围。

网络安全为人民,网络安全靠人民。维护网络安全是全社会的共同责任。
新华社发 朱慧卿 作

警惕“厌童症”背后的话语陷阱

袁媛

陷阱不能准确描述事实全貌,却击中人们的情绪弱点,让本该理性讨论的议题变成了一场互相伤害的骂战。

其实,“厌童”是个伪命题。在公园里,孩子玩闹几乎不会引来侧目。作家冰心写过一篇散文《只拣儿童多处行》,讲的就是成年人在童趣中感受到的美好。现实中,大多数人看到正在游戏的儿童时,会联想到活力与生机,而不是厌烦甚至仇恨。人们真正厌恶的,是对规则的践踏,缺乏边界意识与公德心。若因为个别热点事件发生,就说社会出现“厌童症”,恐怕没有说服力。

在“厌童”的讨论中,有一个现象值得警惕——一些议题白白消耗人们注意力,却解决了实际问题。当前,许多城市正在开展儿童友好型城市建设,从适应儿童的角度改造公共空间。我们明明可以围绕这个话题展开有益讨论,在呵护儿童天性和保护公众正当权利之间找到最大公约数,可“厌童症”这个话语陷阱,却让网友们陷入情绪的非理性释放。这背后,恐怕还是“流量狂欢”在推波助澜。

“厌男”“厌女”“厌老”“厌童”……网络上,总有人喜欢创造出一些新概念,挑动神经,引发焦虑。这些概念要么用热点事件

“打头阵”,要么引用某些不严谨的研究“扯虎皮拉大旗”,加上煽情图文、视频剪辑,很能吸引眼球。这些概念以偏概全、经不起推敲,但在浅阅读、碎片化阅读时代,也极大地影响着人们的心态,甚至产生误导作用。

炒作出来的话语陷阱不得不防。当前,针对自媒体乱象的整治正在进行,从监管部门到自媒体平台,对制造焦虑、塑造对立的无良自媒体不能手软。培育积极健康、向上向善的网络文化,需要全社会共同参与,不妨就从引导所谓的“厌童”话题重回理性轨道开始,让关心爱护未成年人的良好风尚成为网络舆论主流。



社会评说

最近,一位女作家在微博上吐槽带娃出行遭遇苛待,引来不少家长“倒苦水”,“厌童症”一词也随即上了热搜。

为啥突然有人如此讨厌儿童,还发展成一种“病症”?稍作研究就能发现,“厌童症”并不是严谨的概念,它是近来被生造出来的词,用于表达情绪,是作为一种“标签”流行起来的。如果对此过分解读、提炼,很容易产生话语陷阱。话语