

吸取规划失误的教训,避免民生工程“建而不用”

本报评论员 韩轲超

站始终未能启用。当地民众在人民网领导留言板咨询开站事宜,海南省发改委近日回复,“海头站日客流量不足百人,开通运营后铁路部门亏损严重”,是当前制约海头站启用的主要原因。

类似情况并非孤例,上述报道还梳理出20余家媒体公开报道过的国内建成未用、短暂无用后停用的高铁站。闲置原因多为缺乏客流支撑,周边市政配套设施尚未完善,距主要客运枢纽里程短、经停会影响运行效率,运营补贴资金缺口较大等。

面对这些闲置高铁站,不少网友追问,对其中一些地方而言,在高铁站规划和建设之初,相关不利因素已然存在,带着这些问题,相关项目是如何通过审批的?是否经过了可行性评估和科学论证?

这些问号的背后,其实有着错综复杂的原因。一些地方没有更好的拉动经济增长的路子,便寄望于在区域交通一体化过程中获得发展机遇;一些地方认为交通类基建的社会效益比经济效益更重要,于是在交通类基建的投资上不惜血本;一些地方明知建成的

高铁站难以达到开通的门槛客流,却在攀比心理下“打肿脸充胖子”“先建起来再说”;一些地方相关规划和决策缺乏连续性,“领导上任、重新布任”“领导调动,规划变动”……这些问题的背后,是一些城市发展思路不清晰、资源利用效率低下,是个别地方盲目规划投资建设、靠大项目来装点政绩,是个别决策者对经济发展规律的认识和研究不足,将大笔资金交了“学费”。

建高铁、建机场、修地铁,近年来,一些地方的基础设施建设迅速推进。不可否认,类似交通基建是重要的民生工程,也是城市现代化的重要体现,然而,一些欠发达地区打出“市市通高铁、县县建机场”的口号,斥巨资建成高铁、机场后,却因使用频率低而无法开通或陷入运营困境。其中,一些地方的规划可能确实有着美好的初衷和动机,但从结果看,相关规划和投资无疑是糟糕的、失败的,不仅让宝贵的资金资源打了水漂,使当地政府面临债务压力,而且损害了相关地方政府的形象。

重大公共基础设施项目的决策要十分谨

慎,对其建成后的利用效率要有清醒的预判。现实中,有些问题可能是难以完全预见的,但更多的情况下,我们可以剔除人为决策的失误,杜绝“生米做成熟饭”“先上车后买票”等做法,实现规划协调、布局合理、量力而行、有序建设。

“规划科学是最大的效益,规划失误是最大的浪费,规划折腾是最大的忌讳”。近年来,曝光在公众面前的规划失误的案例越来越少了,但并没有绝迹。看着每一个“建而不用”的高铁、机场,实在令人心疼。希望它们成为科学规划建设的“反面教材”,倒逼更多地方“吃他人堑、长自己智”,绷紧科学规划建设的弦。

近来,国家相关部门对高铁、地铁建设的审批不断收紧,一些地方政府也积极运作,创造条件盘活基建闲置资源。与此同时,我们更需要从源头上吸取个别地方规划失误的教训,提高城市规划建设的科学性、预见性,真正树立起“一张蓝图绘到底”的理念,把劲使到关键处,把钱花在刀刃上,让百姓能真正享受到民生工程带来的便捷与福利。

网评

让网络烂梗离孩子们远一点

龚先生

前几日,南京一位小学老师把“网络烂梗”这个事拎到台面上,和班里热衷“玩梗”的孩子们好好掰扯了一番。

“大风可以吹起一张白纸,却无法吹走一只蝴蝶”,这位老师引导孩子面对网络热词时不要盲从,要有自己的判断。这场特殊的班会引来全网点赞。

只有对语言之美有更执着的追求、对语言之雅正有着更高的要求,我们才能让“网络烂梗”失去市场。教孩子们判断“好”与“烂”的前提,我们这些成年人不要被某些恶趣味带跑偏,不要去制造和跟风“烂梗”。

网友跟帖——

@晨晨:真的不能让“网络烂梗”放飞自我!

@鲁夫:成年人应该在日常生活环境中以身作则。

阅读全文请扫码“工人日报e网评”

让食用农产品回归真实“颜值”

张淳艺

据7月23日新华社报道,近日,市场监管总局公布《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》,自2023年12月1日起施行。针对群众反映的“生鲜灯”误导消费者问题,该办法明确销售生鲜食用农产品,不得使用对食用农产品的真实色泽等感官性状造成明显改变的照明等设施误导消费者对商品的感官认知。

“从农田到餐桌”,食用农产品安全与公众身体健康和生命安全息息相关。今年1月1日,新修订的农产品质量安全法正式实施,对食用农产品市场销售提出了新的要求。为了做好法律法规的衔接落实,市场监管总局组织对原《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》进行了修订。此番发布的修订后的办法,进一步强化了市场开办者和农产品销售者的食品安全责任,其中禁用“生鲜灯”成为一大亮点。

生活中,不少消费者都有这样的体会:在超市、菜市场灯光下看着光鲜的肉食、水灵的蔬菜,买回家后却发现并不那么“养眼”。其实,东西还是那些东西,只是灯光不同了。在店里,经营者可能使用了特殊灯具,通过调整光照颜色或在光源外加不同颜色的灯罩,使得所销售的生鲜农产品看起来色泽亮丽美观。这种专门用来给生鲜农产品提色增亮的灯具,被形象地称为“生鲜灯”。眼下,“生鲜灯”在各地超市、菜市场中

均被使用,甚至形成了一种“光学营销”套路——红灯搭配冷白光用于鲜肉区,增强肉的新鲜感;绿光搭配正白光用于蔬菜区,让蔬菜看上去更新鲜;冷白光用于海鲜区,让水产看起来更鲜活……

尽管“生鲜灯”让不少消费者大呼上当,但此前相关法律法规中对此并未作出明确的禁止性规定。不仅商家对此不以为意,一些地方市场监管部门也认为,只要商品质量合格,是否利用“生鲜灯”作为营销手段并不重要。

事实上,无论农产品质量如何,使用“生鲜灯”本身都容易误导消费者,也涉嫌违法。我国消费者权益保护法明确规定:消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。经营者向消费者提供的有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。按照通常理解,商品的真实色泽,同样在消费者知情权的范畴内,经营者有义务予以真实呈现。而使用“生鲜灯”,更多的是为了提高农产品的“颜值”,进而容易影响消费者的感官判断。

禁用“生鲜灯”,既是重要的纠偏,也是必要的制度堵漏。上述新办法施行前设置了五个月的过渡期,有关部门应加大宣传力度,引导经营者认识到“生鲜灯”的违法性,远离这种“美颜神器”。同时,应加强监管执法,维护正常市场秩序,保障消费者合法权益。

图说

惠民游泳馆

禁

据7月22日上观新闻报道,上海一些游泳馆对泳客设置年龄门槛,70岁及以上老人不允许单独进入也不能享受相关优惠。有游泳馆工作人员表示,此举是为了顾客安全着想。当地体育主管部门表示,游泳属于高危危险性体育项目,虽然国家未对泳客年龄作出限制,但是老年人在参加游泳运动时要注意自身安全。

年纪较大或较小的人在身体条件、自我保护等方面相对存在劣势,单独下水的安全风险较高,一些游泳馆对顾客年龄进行限制不乏善意。但“一刀切”地将七旬以上老人拒之门外,并不合适,比如,有些老人已经有几十年的泳龄,泳技丝毫不逊年轻人。而且,一些地方已经开始探索对健身场馆进行适老化改造,推出了在场馆内设置防滑警示标识、为老人发放易于辨识的泳帽、开辟老年人专用泳道等举措。全民健身一直是国家和社会所倡导的,让更多人有机会畅享体育乐趣、感受运动魅力,是各方应该努力的方向。当然,量力而行、科学适度运动,也应成为个人运动素养的重要一环。

李法明/图 弓长/文

以安居促乐业,企业引才留人的关键一招

木兮

据界面新闻报道,近日,特卖电商“唯品会”将位于广东广州市中心的公寓以300元每月的价格租给员工的新闻引发关注,该企业投资1.2亿元在广州市中心核心地段改造672套公寓,以市价1折的租金租给员工。入住员工中,“95后”占比六成以上,刚入职的高校毕业生以抽签方式取得入住资格。

住房问题是异地求职的年轻人尤其是刚毕业大学生的基本生存问题。解决员工在房价高企的一线城市住房负担,是不少企业提升吸引力的重要举措。之前,一些国内头部民营企业为员工提供福利房或购房补贴的举措,也曾引发很多人的点赞与羡慕。

安居才能乐业。大城市房价高,刚毕业的年轻人往往只能“望房兴叹”,不仅每月收入的很大一部分都被用来支付房租,而且租住的房子不是位置偏远、交通不便,通勤成本高,就是空间逼仄、设施简陋,居住体验较差。妥善解决员工住宿问题,尤其是应届高校毕业生租房、租房贵等问题,不仅能够切实减轻新入职员工的经济负担,也能助其尽快适应工作、融入社会,提升他们的幸福感、获得感、归属感。

从打造青年友好型城市的角度来看,宜居是十分重要的参照标准之一。打造宜居城市,城市管理者要充分考虑青年学习、生活、工作的需求,努力补齐基本公共服务短板,帮助青年解决好住房、婚恋、子女教育、社会融入、职业发展等方面的急难愁盼问题。在住房方面,完善以公租房、保障性租赁住房 and 共有产权房为主体的住房保障体系,完善长租房政策,规范住房租赁中介服务,都是现下打造宜居城市的重要举措。对企业来说,为员工提供便捷、舒适、实惠的住房条件,既是履行社会责任、关心员工的体现,也是企业提升自身吸引力、引才留才的关键一招。

企业和员工可谓命运共同体。企业在不断发展的基础上,着力提高员工权益保障水平,让广大员工共享企业发展的红利,企业才能基业长青,员工也才能少些后顾之忧,以更好的状态与企业共同成长与发展。

聚焦

“博物馆热”不能被戏说历史带偏

杨朝清

在物质生活日益丰盈的当下,人们对传统文化的兴趣和对精神生活的渴望与追求,正在成为一种新的社会风尚。然而,这股热潮中也夹杂着一些不严肃、不专业的行为,在博物馆里戏说历史便是其中一个典型方面。

在当下的网络生活中,一些人凭借幽默风趣、夸张搞笑等表达方式迅速“出圈”。比如,很多人都在网上做古诗解读,“网红教授”戴建业却能脱颖而出,这恐怕还是因为其讲解别出心裁、不落俗套,采取了年轻人

喜闻乐见的方式,容易带给观众耳目一新的感觉。

让传统文化“活”起来是好事,但不能靠迎合观众的猎奇心理和不良心态;在博物馆里戏说历史虽然可能收割到流量,但其负面效应不小——不仅让博物馆的教育功能大打折扣,也会让观众形成偏差乃至错误的认知和价值观;观众不仅难以从历史中汲取有益的精神养分,反而可能在精神层面受到一些干扰和侵蚀。

著名历史学家章开沅先生有言,“历史是已经画上句号的过去,史学是永无止境的远航”。要让历史讲解生动有趣,需在尊重历史的基础上找到与普通人有共鸣的视角、

发掘文物背后的故事、展现有深度的思考。在历史讲解中大谈秘闻、传说、野史,显然与此背道而驰。

“让收藏在禁宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。”这里的“活起来”,不是自说自话的胡编乱造,而是在尊重历史的基础上探索个性化的表达方式。

博物馆是文化的“存储卡”和历史的“解码器”。许多对历史的尊重和敬畏,许多优质内容生产与创新表达,讲解历史才能打动人心。时下,公众权利意识高涨,但规则意识和公共精神似乎慢了半拍,这中间的差距需要被正视、重视,有关的问题也有待破解。

消除“戏说式讲解”,博物馆应有更多作为

木须虫

针对时下讲解乱象丛生,国内一些博物馆不约而同陆续出台管理办法,对导游、社会教育机构进馆讲解进行约束和限制。比如,前不久故宫实施新规,禁止在展厅内开展自媒体直播、录播活动。类似要求必要且及时,也应该成为博物馆普遍适用的准则。

一些讲解“戏说化”“娱乐化”,很大程度上源于博物馆服务与运营的“两个不足”:一是讲解服务能力跟不上开放的步伐。一方

面,文物历史具有较强的专业性,专业讲解如果缺失或不足,社会讲解必然会乘虚而入,进而出现“禁而难止”的局面。另一方面,文物历史知识通常较枯燥,甚至有些生僻,过于专业、严肃的讲解并不受游客欢迎,一些讲解“戏说历史”的存在,其实也向博物馆讲解提出了如何在保持知识性、维护历史严肃性的同时增加趣味性、贴近性的新要求。

二是文化文物资源传播推介跟不上网络时代的发展。短视频传播在当下的“博物馆热”中发挥了重要的助推作用,文博是流量题材,甚至是流量竞争的新热点,这对所有博物

馆来说既是机遇也是挑战,如果运用得当,既有助于防止无序社会直播盲目“蹭热点”,也有利于提升博物馆自身的社会影响力。

破解讲解“戏说历史”,博物馆还须疏堵并举,在规范开放秩序、严格管理的同时,不断改进自身服务。一方面,要提升专业讲解的覆盖面,推进讲解服务的多元化,让以不同形式参观的游客都有获得正规讲解的便利;另一方面,要增强网络传播的主动性,引导和规范各种网络媒体有序开展直播、文创等活动,善于策划、加强合作,共同讲好博物馆故事、中国文化故事,充分展现主流文化的权威性与影响力。

媒体声音

◇ 弄虚作假的“满意度”,群众怎么会满意

近期,西南某县,当地政府部门张贴传单引导群众在接到全国统计系统社情民意调查电话时,按传单上提示回答,否则会影响当地评比排名,损坏形象,不利于发展。

《新华每日电讯》评论说,社情民意调查是准确了解和掌握人民群众利益关切、有效汇集和汲取人民群众智慧的重要手段。政府部门引导群众按“标准”答案回答,是因为部分干部缺少直面问题、承认不足的勇气和魄力。存在问题不可怕,回避和掩盖问题才可怕。如此“引导”实为“误导”,靠弄虚作假提高“满意度”,危害不容小觑,应当坚决抵制和查处。

◇ 岂能如此捆绑消费

辽宁沈阳有家长反映,一些小学在暑假期间要求全班学生购买指定书目,并在统一配发的稿纸上写读后感、绘制思维导图。这种作业方式让家长倍感压力,感觉被捆绑到了商业消费中。

东方网评论说,相关部门组织活动的本意是希望学生们养成阅读习惯,但具体做法不仅不是“自愿参加”,甚至还消费捆绑,这显然有悖教育的本义。此事引发了舆论对教育资源合理利用和家庭经济负担的讨论,无论从哪个角度,任何时候,让教育更加符合学生和家长的实际需求,进而真正促进学生的全面发展和健康成长,都应是教育最基本的遵循。

◇ 避免保安和骑手的冲突需要多些规则

近日,网传一名外卖骑手在北京某大厦门口被保安抱摔的视频,二人系因电动自行车停放问题发生冲突。目前案件正在调查中。

光明网评论说,保安和外卖,一个是为了维护秩序,一个追求效率,确实容易形成矛盾。在围观冲突时,要看到背后的规则缺失。一方面,外卖行业与每个人息息相关,但社会对于该行业或外卖骑手的接纳意识,并未匹配他们在社会中的作用;另一方面,平台对于骑手派送时间的考核也有必要综合考虑目的地的管理情况。人与人之间,多些相互体谅的善意是必要的。保安和外卖小哥之间如何友善沟通,各方有必要加强针对性培训。

(嘉湖整理)