

声音

家里出了奥运冠军,对于全红婵家人乃至家乡父老来说,当然是天大的喜事。冠军家庭得到奖励、资助乃至全网关注,也在情理之中。但应付这么多为流量而来的“不速之客”,也确实有点棘手。难道就没有相关法律来管管吗?有的。根据我国民法典第1032条,私人生活安宁属于个人隐私。除非征得权利人同意或者法律另有规定,侵扰他人私人生活安宁,属于侵犯隐私权的行为。

——检察日报:《祛除“流量病”,线上线下要联动》。

从开始内部反映,到登上热搜,公司高层几乎是最后才知晓,也侧面印证了这个问题。作为公司管理的直接责任人,张勇也当为此“震惊、气愤、羞愧”。所以,只有认识到自己的义务,制定相应规则,并通过组织架构去加强价值观、公共性、社会责任的意识建设,才能建立更好的公司价值观,做正确的事。

说到底,员工犯错、犯罪,不可能完全杜绝,但公司系统性的迟钝与冷漠,却可以从制度上杜绝。

——新京报:《阿里女员工被侵害事件:大公司该如何摆脱系统性麻木迟钝》。

微话题

【本期话题】

身高焦虑

为了让孩子长高,一些家长开始为孩子注射用于治疗矮小症的生长激素,睡前在孩子腹部打一针,一天一针或一周一针,一针几百,一年下来花费上十万并不少见。家长们的身高焦虑,助推了生长激素市场的发展。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

@橙baby:市场上的“增高针”其实就是生长激素,从医学的角度来看,它只能用于治疗生长激素缺乏症、特发性矮身材等等,不能擅自扩大治疗范畴。这种生长激素一旦被滥用,将给使用者带来诸多的健康问题,包括内分泌紊乱、股骨头滑脱、脊柱侧弯等健康风险。而所有这些健康风险,都已经得到了临床上的验证,家长们不得不防。

@紫月:陷入“身高焦虑”无法自拔的,往往都是孩子的父母,孩子们倒没有觉得自己的身高是个问题。所以家长需要做的,不是通过让孩子注射生长激素来增高,而是培养孩子正确的人生观、价值观,即便无法长得更高,也要通过知识、能力来武装自己,来成就人生。

@乌冬面面:如此的“身高焦虑”,是因为背后有着“身高歧视”。因为身高,被拒之招聘的门外,类似的新闻几乎已经不再成为新闻了。尽管取消身高限制的呼声持续不断,许多规定也在作相应的修改,但设置身高限制的新闻,在招聘中仍时有所闻。

本期话题下期继续

“红色作业”走心 育人者更要用心

□刘天放

这个假期,独特的“红色作业”,让学生走出校门,跳出书本,行走在红色热土上,在文化中成长、在实践中锻炼,在感受、理解红色文化的基础上提升自己的综合素质,成为明德尚学、能群力行的社会栋梁。

(8月10日《光明日报》)

今年暑假,一个全新的度假模式,被称为“官方带娃”的暑期托管服务登场。7月24日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》,“双减”正式落地,而多地多校在“双减”后布置了暑期“红色作业”,这是暑期教育的一项特别内容,无疑具有重要意义。

可喜的是,在暑期“红色作业”实践中,形式丰富、内容广

泛、生动有趣,既有书面作业,又有红色之旅;既有围绕建党100周年主题的绘画、书法、剪纸等作品,又有心得体会。有些是足不出户,而有些是亲自前往红色基地参观。而无论以何种方式完成“红色作业”,都使孩子们切身感受到理想信念的重要性,进一步抒发了爱党爱国爱家的情怀。

不过,要想让“红色作业”更见成效,结出更多成果,使其入脑入心,即让“红色教育”如何走心又走“新”,并不能仅靠“一味输出”,更要提高学生的学习能力,激发其主动性、自觉性,这需要做更多工作。尤其是,作为育人者,要在此项工作中更用心。不同年龄、不同层次的“红色作业”,就需要不同的引导和教育方式。

可见,如何走心又走“新”,

更需要育人者拿出创新的气魄来。毫无疑问,只有设计出一套高质量的“红色作业”,才能达到育人效果。这就需要“红色作业”更贴近孩子们,以他们能够理解的方式去引导和教育,而不是只讲大道理。总之,就是要结合校情和学情,将红色资源合理运用,将革命教育优势成功转化为新的德育价值培育。

红色教育意义重大,为学生布置“红色作业”,就是让学生采取各种方式,思考感悟,学习党史以及新中国史等,使学生认识到从小听党话、跟党走,激发民族自豪感的重要性,从而树立正确的人生观、价值观,这必将有利于健康成长。由此,让“红色作业”走心,育人者更要用心。不断总结“红色作业”经验,更好地育人,方能体现出育人的责任和情怀。

城市要为“小修小补”留足生存空间

□苑广阔

前不久,商务部、住建部等12部门联合印发《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》,提出要在居民步行15分钟左右的范围内,建设可以满足日常生活基本消费和品质消费的多业态集聚的社区商圈。一刻钟便民生活圈不仅包括一日三餐所涉及的菜市场、早餐店、便利店等,也包括不起眼的维修点,满足居民修鞋、修自行车、配钥匙、改衣服等“小修小补”的便民服务。(8月9日《人民日报》)

“15分钟生活圈”是近年来比较流行的一个概念,意思是居民在步行15分钟的距离内,能够到达菜市场、早餐店、便利店、药店等社区商圈。但是长期以来,不管是开发商的楼盘选址规划,还是地方政府以及有关职能部门的社区规划,都有意无意地忽略了修鞋、修自行车、配钥匙、改衣服等“小修小补”的便民服务。

然而,各方的忽略,并不代

表居民不需要。实际情况恰恰相反,居民的日常生活,完全离不开这样的“小修小补”便民服务。如果没有了这样的便民服务,不但造成居民生活的不便,而且还会造成资源的大量浪费,同时也提升了生活成本。因为居民很多本来可以修修补补继续使用的衣服、鞋子、小家电、小家具,因为找不到地方可以修补,自己又缺乏修补的工具、技能,最后只能扔掉买新的。

与此同时,不要小看了隐藏在城市街头巷尾等不起眼角落的“小修小补”,一个小小的摊位背后,可能就撑起了一家人的生计,也撑起了一家人能够扎根城市的梦想。由于从事“小修小补”、街头理发等行业的从业者,以农村进城人员为主,他们所掌握的一技之长,就是他们得以在城市安身立命的根本,同时又为城市居民的日常生活提供了极大的便利,提升了居民生活的获得感、幸福感,城市理应为他们

留住生存的空间。

然而现实情况却比较复杂,很多城市管理者把“小修小补”从业者视为市容市貌的对立面,不允许他们摆摊设点,对他们的日常经营带来了严重的干扰,但是微薄的利润又不允许他们租赁店面经营。这正是城市居民难以在自己的“15分钟生活圈”找到“小修小补”摊点的原因。

值得欣慰的是,城市的管理者也注意到了问题所在,并且采取具体的措施,推动当前情况向着积极的方向发生改变。今年1月,有着60多年历史的南京科巷菜场经过改造,以“科巷新市集”的面貌重新开业。“新市集”一楼设立“社区工坊”,吸纳了配钥匙、修锁、干洗缝补、理发等一小众服务。这样一来,菜市场为这些“小修小补”带来了客流和生意,而附近居民也可以利用买菜的机会解决“小修小补”的问题,同时还实现了便利生活与优美环境的兼得。

见义勇为需要最大程度的激励

□杨朝清

近日,三名河北唐山女子在秦皇岛旅游期间陷入海沟,17岁男孩韩兴博和朋友进行施救,三名女子获救,但韩兴博不幸遇难。网传三名女子被救后,态度冷漠,称不认识救人男孩。三名被救女子和家人事后过殡仪馆致哀并参加韩兴博追悼会,表示愿意尽力提供帮助。

(8月10日《楚天都市报》)

在传统的熟人社会,见义勇为者的不求回报和获救者的知恩图报成为一种约定俗成、心照不宣的“社会契约”,从而避免了直接言利的庸俗与乏味。施救者通常不会主动要求报酬和感谢,而是把回报的决定权留给被救者。在现代的陌生人社会,人口流动的加速以

及价值观念多元化,让一些人拒绝履行回报义务,甚至一句表扬和感谢的话都没有,麻木、冷漠地转身离场。

不论是受到惊吓需要心理缓冲,还是担心承担赔偿责任选择了逃避,抑或得了便宜还卖乖的“求他救了”,被救女孩心理不够强大、精神世界苍白和荒芜,挑战了公众“好人有好报”的道德认知;当隐性的见义勇为回报机制得不到应有的尊重与敬畏,难免会让人们义愤填膺,甚至会引发他们见义勇为是否值得的疑问。

在花样年华见义勇为的救人男孩,还没有来得及见证和经历这个世界的诸多美好,就过早地离开了,让原本经济上并不富裕的农村家庭的希望之灯变得黯淡了。正是有了他的

挺身而出,才有了划破黑夜的光;当奋不顾身遭遇被救女子及其家属的功利与算计,当舍生忘死遭遇患得患失,强烈的角色对比,难免会让围观者产生情绪问题。不知是出于舆论压力还是良心发现,被救女子和家属后面的“悔改”,给予了见义勇为的平民英雄以应有的尊重与认同。

对见义勇为的麻木与冷漠,或许让少数人实现了利益最大化,可这种将得失利弊的算盘打得清清楚楚的言行,会让整个社会都失去安全感——下一次如果有人落水,还有没有人愿意不计后果、不管代价挺身而出?只有通过各种渠道让见义勇为得到最大程度的激励与认同,才会让更多的人有见义勇为的信心和勇敢。

观点
1+1

动物园声明“出圈”

8月8日,北京野生动物园发布声明,提示游客莫打架,会引发动物模仿。武汉动物园管理人员表示,动物打架是本能。国家动物博物馆策划总监张劲硕称这是好营销,也是伪科学。(8月9日澎湃新闻)

新语态赢得优效果

□王昭馨

生动的表述、幽默的风格是声明出圈的首要原因。这则通报国内纠纷的声明分为三段,前两段与通常声明并无较大差别。但第三段则聚焦园内野生动物的后续表现,用风趣的方式折射游客国内打球的不良影响。实际上,平实严肃的语言被认为是声明的应有之义。然而这则声明打破常规,另辟蹊径的表达方式却让人眼前一亮,收获了意想不到的效果。

随着当前互联网文化日益渗透到人们的生活中,“生动化”和“趣味性”的表达方式更能够贴合大众心理。“动物们第一次看到人类打架”“令它们印象深刻”“纷纷效仿”“饲养员的耐心教育”等说法生动描述了人类打斗对国内动物的影响,有趣地模糊了人类与野生动物间的边界。如此绵里藏针的表达起到了鲜明的反讽效果,令读者忍俊不禁的同时发人深省。

批评的立场、警示的价值是声明出圈的根本原因。尽管语言风趣幽默,但声明发布的出发点还是对国内打斗这种不文明行为的谴责。不文明行为被动物效仿后,饲养员耐心劝导才得以化解,“可见”园内打斗负面影响之大。而动物家庭认识到的“打架不好,特别不好”也正是国内工作人员对于涉事游客这一行为的批评。这一“人类举动教坏野生动物”的声明将动物园的立场鲜明亮出,并警示了广大游客:言行举止要文明,否则将与未受过教育的野生动物并无差异。

新时代的声明要有新语态、新风格,才能更好地引起公众共鸣、传播社会公德,真正实现社会同频共振。

远离伪科学的营销

□维扬书生

游客打架,即使有野生动物亲眼看见打斗过程,也不会让他们“印象深刻”并“纷纷模仿”。动物有可能晚上“打架”,但不可能“被教育”。所谓“游客打斗场面失控,动物们印象深刻纷纷效仿”就是一则假新闻。

游客打架,野生动物根本不会模仿,饲养员更不会给动物劝架拉架。野生动物园应该把心思花在中规中矩的科普工作上,提高游客参观的获得感和满意度,而不是动歪脑子搞吸人眼球的营销策划。诚如中科院动物研究所博士、国家动物博物馆策划总监张劲硕在个人认证微博上所说:“动物园应好好搞科学普及及宣传,不应该搞这些误导观众的伪科学。”园方借动物来间接批评人类打架,教育游客文明游览,这确实是一次幽默出圈的宣传,但是,好的营销不是去借助游客打架而博眼球,更不是把网友当傻子似的随便一说,动物园的管理,动物的行为管理,都是特别重要的。

动物科普应远离伪科学的营销段子,套用北京野生动物园声明中的话说:“伪科学不好,特别不好”。