

【一家言】

再小的善举 都能散发耀眼光芒

◎李昱

路遇有人沼气中毒,你会怎么做?近日重庆市妇幼保健院儿童保健科住院医师李容,用最为朴素的真、发自内心的善、不加修饰的美做了回答。一切都发乎本心、源于本性、出于本能,既非刻意造作,也非别有所图。回忆起当天救人情形,她说:“当时什么来不及多想,脑子里只有救人的念头。”“每个医务人员都会这么做吧,没什么了不起的。”

沁人心脾的美往往是朴素的,正如庄子所言,“朴素而天下莫能与之争美”。在李容朴素的心里,坚守的是“悬壶济世”的信条,怀揣的是一颗金子般的心,以一种对生命不离不弃的执着情怀,把良心当作承诺,将真诚作为准则,弘扬医生“救死扶伤、不辞艰辛、执着追求”的精神品格和高尚情操,谱写出一曲最美的生命赞歌。

扶泰山以超北海,此不能也,非不为也;为老人折枝,是不为也,非不能也。行善从来就是实在的、具体的,它是面对弱者的一颗惻隐之心,是在别人需要帮助时默默伸出的援助之手。行善之心,就在一念之间。只要你拥有一颗善良的心,周围都是需要你帮助的人,到处都有值得你做的事。正因此,善行并非高不可攀,善念之花结出善举之果,得益于每个集腋成裘的凡人善举,以及坐而论道之后的起而行之。只要怀善意、行善举,再小的善举都能散发耀眼光芒。

不可否认,精致利己主义思想还在很多人头脑中扎根的当下,面对突发事件,很多人第一时间会滋生“多一事不如少一事”的逃避心理。再加上一些救人反被讹、好心没好报的个案不时被一些媒体放大,长久纠缠于这种价值的撕裂和矛盾之中,不免得出人心不古、世风日下的结论,而这种负面情绪一旦形成相互激荡的循环,很容易进一步拉低对道德水准的社会心理预期。当“道德是一种风险”的论调甚嚣尘上之际,面对危难挺身而出就显得尤为珍贵。

行善,是一种双向奔赴。每个人都可以尽情享受爱和奉献的阳光,每个人也能够尽力播撒爱和奉献的雨露。只要愿意的话,一言一行、一分一厘、一举一动,予人一份鼓励,给人一个扶助,送人一丝慰藉,在旁人看来或许只是微不足道,但在需要的人眼里,却是雪中送炭的成人之美。考量善的意义,掌握善的火候,把善意带进工作和生活中去,对于每个人而言,是一种美德,也是一份责任。让每一次善举动机中少些杂质、多些纯粹,过程中少些想当然、多些同理心,良好的社会风气才更为可期。

“赠人玫瑰,手有余香。”善念是每个人心底的珍藏,是每个人触手可及的目标。希望更多的人像李容一样,守望温暖之心,传递朴素之美,用善行去点滴浸润社会道德的厚土,做一个生活中的平凡英雄。

【街谈】

电梯广告 不是低俗“舞台”

◎韩欣

近日,笔者发现在众多住宅楼电梯间,雷人雷语的“辣眼”广告层出不穷。这些广告以简单粗暴的台词、夸张的视觉冲击、循环的高频播放“强制洗脑”,引起大量居民不适与反感。

电梯广告,作为一种新型广告媒体,集大众群体与静态广告内容近距离有机结合的优势,弥补了现有主打广告媒体形式的不足与缺憾,自市场扩大以来就成为“兵”家必争之地。在狭小、封闭的空间内,几十秒甚至几秒的广告就能收割乘梯者的注意力。在这极其宝贵的时间中,广告商采用视、听双通道方式,对乘梯者进行信息植入,很容易达到宣传目的。为此,有的广告商便不惜打“擦边球”,采取有违公序良俗的方式,在品牌植入宣传手段上再添一把“火”。

殊不知,品牌自身影响力往往与其社会责任承担程度息息相关。都知道乘电梯上下楼对于大多数人来说是一件平淡而乏味的事,短时间内能做到“不打扰”乘梯人便是一种善意,而部分企业不顾受众感受,特别是在公共空间内试图“一家独大”,其行为缺乏社会责任心,品牌创意也很难在公众内心立足,这样的品牌难以赢得公众的尊重。企业若被公众打上“假、丑、恶”的标签,多年积攒的美誉又该如何挽回?

电梯作为人们生活的刚需,广告植入审查要提升等级,为乘梯人幸福加一道“防火墙”。据了解,电梯广告的价格只相当于报纸或电视广告价格的1/3或1/4;电梯是个封闭空间,广告被人破坏的概率较小;电梯间压缩了人与人之间的情感距离,能够促使现场人群最快速度地对“电梯广告”产生共鸣。目前为止,社区内公用区域广告投放的审批主要依据“物业管理条例”等相关法律法规。未来不妨由广告商申报,相关部门携手物业公司依据法律法规,与业主委员会共同协商决策,做到你情我愿,摒弃当前存在的扭曲了的利益观、金钱观、竟标观。

美好的事物让人愉悦,丑恶则令人心生厌恶。诚然,看到、听到并不代表公众接受认同。在电梯广告植入上,理应出台具体可行的标准,有针对性地采用一些公益广告,如乘梯安全指南、防盗指示、防火防骗等。需要明确的是,仅依靠广告商行业自律显然是不够的,有关部门还需依据广告法开展专项整治活动,依法依规查处、清除违规广告,积极受理群众投诉举报并及时处理,彻底铲除城市文明“牛皮癣”,为公众创设干净、文明的小空间。

北疆观察

只争朝夕奏响项目建设“春之歌” ——千字当头抓落实④

◎安华祯

奋进新征程、建功新时代,紧紧牵住项目建设这个“牛鼻子”,把抓发展的精气神聚焦到项目上,把稳增长的着力点集中到项目上,把调结构的突破口锁定到项目上,方能以项目建设之“进”支撑经济发展之“稳”。

经济社会发展成就瞩目,各项事业奔腾向前,人民生活安居乐业,这其中,项目建设的推动作用功不可没。内蒙古的发展实践充分证明,有了项目,就有投资、有增长、有发展;有了项目建设,就有就业、有财源、有民生。奋进新征程、建功新时代,紧紧牵住项目建设这个“牛鼻子”,把抓发展的精气神聚焦到项目上,把稳增长的着力点集中到项目上,把调结构的突破口锁定到项目上,方能以项目建设之“进”支撑经济发展之“稳”。

狠抓项目建设,展示的是决心,提振的是信心,赢得的是未来。对地域辽阔、资源富集,在优

化能源结构、扩大对外开放等方面潜力十足的内蒙古而言,把重要要求转化为生动实践,把思路愿景转化为发展动力,需要一个个实实在在的項目做支撑,需要保持战略定力,持续用力攻坚,一个项目一个项目盯着抓、往下做,不断延伸链条、做大规模、提升效益;需要紧抓项目建设黄金期,争分夺秒地干,以非常之力跑出项目建设“加速度”,以非常之功打好项目保障“组合拳”,以非常之策构建项目集聚“强磁场”,以非常之为充实项目储备“资源库”,用更多大项目好项目的开工复工、建成投产稳定经济运行,提升发展质效。

一打纲领,不如一个实际行动。推动项目建

设关键在人,关键在干。没有只争朝夕、奋勇争先、务实求效的干劲儿,何谈自胜而胜人、步步有跨越?当前,正值抓项目搞建设的好时光,正是甩开膀子大干特干的好时节,紧抓机遇、乘势而上,强化时间观念、增强服务意识,切实把项目建设放在心上、扛在肩上、抓在手上、落在行动上,奋力将“规划图”变成“施工图”,将“时间表”变成“计程表”,形成热火朝天的项目建设热潮,才能用源源不断的新动能有效减轻疫情不利影响,夯实发展基础,蓄足发展后劲。

春分好时节,播种新希望。一个个项目落地开工,就像一颗颗饱满的种子播撒在发展的热土上,催人奋进、给人力量;一个个项目竞相复工,犹如一棵棵树苗,脚足了劲让春回大地,活力迸发。全区上下正锚定目标、奋力攻坚,踔厉奋发、笃行不怠,抓紧、抓细、抓实项目建设,共同奏响昂扬奋进的高质量发展“春之歌”。

共有精神家园

审大小而图之 酌缓急而布之

【出处】

冯梦龙《东周列国志·第二十六回》

【原典】

穆公曰:“诚如先生之言,遂可以霸天下乎?”蹇叔对曰:“未也。夫霸天下者有三戒:毋贪、毋忿、毋急。贪则多失,忿则多难,急则多蹶。夫审大小而图之,乌用贪?衡彼己而施之,乌用忿?酌缓急而布之,乌用急?君能戒此三者,于霸也近矣。”

【释义】

《东周列国志》是明末文学家冯梦龙改编的长篇历史小说。在《东周列国志》第二十六回中,秦穆公问大臣蹇叔:怎样才能称霸天下?蹇叔回答:要称霸天下,必须做到毋贪、毋忿、毋急这三戒。蹇叔认为:贪婪反而失去更多,气愤招致灾难,性急容易受挫。并指出正确的方法:“审大小而图之”“衡彼己而施之”“酌缓急而布之”。

“审大小而图之”意思是,审视事情和目标的大小量力而行。“衡彼己而施之”意思是,衡量敌我的力量采取行动。“酌缓急而布之”意思是,斟酌情况的缓急处理问题。

蹇叔认为:如果能审视事情和目标的大小,分别对待,量力而行,何必还要贪呢?如果能衡量敌我的力量,做出决策、采取行动,何必气愤呢?如果能斟酌情况的缓急,对症施策、处理问题,何必着急呢?做到这三戒”,离称霸天下就不远了。

习近平总书记在《摆脱贫困·从政杂谈》等文中引用“审大小而图之,酌缓急而布之;连上下而通之,衡内外而施之”,意思是:要权衡大事小事,急事缓事,抓大事不放,抓急事先办;要沟通上下内外,做到上情下达,内外有别,使各项工作有条不紊地进行。

【启悟】

今日之中国,既有举世美艳、令人惊叹的发展成就,又面临着国际形势纷繁复杂、百年变局和世纪疫情相互交织的难题;今日之使命,既有着创造历史、开创未来的无尚荣光,又面临着经济全球化遭遇逆流、国内改革发展稳定任务繁重的巨大挑战。面对前进道路上的重重险阻、种种挑战,何以劈波斩浪、乘势而上?“审大小而图之,酌缓急而布之;连上下而通之,衡内外而施之”,这正是我们应该始终坚持的方法论。

权衡大小缓急,才能分清主次。大国之大,也有大国之重。越是形势复杂、任务繁重,越要在战略上精准判断、科学谋划,越要求我们善于处理局部和全局、当前和长远、重点和非重点的关系,在权衡利弊中趋利避害,作出最为有利的战略抉择,努力做到“审大小而图之,酌缓急而布之”,而不是眉毛胡子一把抓。该闯则闯的理应立即不停蹄,该韧而不舍的理应立即不休不止。

沟通上下内外,才能有条不紊。千头万绪的事,往往有着千丝万缕的交错。任何时期任何领域的改革发展都是牵一发而动全身,单兵突进、孤军深入就会顾此失彼。要想“一子落而全盘活”,就必须统筹国内国际两个大局,立足高远、沟通上下、联系内外、协调左右,努力做到“连上下而通之,衡内外而施之”,立治有体,施治有序,才能“蹄疾而步稳”,牢牢掌握改革发展的主动权,于危机中育先机、于变局中开新局。

春晖万象,华章日新。新的“赶考”路上,更加紧密地团结在以习近平总书记为核心的党中央周围,始终牢记总书记的厚望重托,全面贯彻落实党中央决策部署,“审大小而图之,酌缓急而布之;连上下而通之,衡内外而施之”,才能催生各项事业蓬勃发展的好势头,在新征程上交出一份不负时代、不负人民的优异答卷。

(哈里琴)

■画里有话

2022年“清朗” 系列专项行动



重点整治

前不久,记者从国新办举行的新闻发布会获悉,2022年“清朗”系列专项行动将重点开展打击网络谣言,打击网络直播、短视频领域乱象,算法综合治理,暑期未成年人网络环境整治等十方面任务。

新华社发 王鹏 作

【洞见】

消费多一份安心 生活多一份美好

◎乐兵

完善的进程中,对品牌、环保、质量、物流以及售后等环节要严格把关,逐步提升消费者的购物体验感与满意度。

对于广大民众而言,购物几乎是每天都必须面对的事情,有了“买买买”的愉悦感,才能勾起消费的欲望,更加自愿地“掏腰包”。从小的方面说,规范市场秩序,是让每一个平凡的日子过得滋润惬意,从大的方面来看,保护消费者权益也是保护消费市场,公众愿消费、敢消费,才能释放消费活力,激发消费潜力,

扩大消费规模,提升消费品质,促进经济发展。毕竟,消费仍然是目前国民经济的中流砥柱。据统计,2021年,社会消费品零售总额440823亿元,消费支出拉动GDP增长5.3个百分点,对经济增长的贡献率达到65.4%,消费成为经济增长第一拉动力。

消费是终点也是新起点,加强消费者权益保护,不断改善消费环境,是加快释放内需潜力的主要着力点,也是推进高质量发展的应有之义。各相关部门要发挥好监管作

用,依法监管、公正执法、平等对待,既严厉打击制假者,也要打击售假者,以此铲除假货滋生的环境和土壤;企业要公平交易、公平竞争,摒弃投机取巧行为,在提高质量、注重品牌建设上下功夫;消费者要提高防范意识,规避购物风险,理性消费,不贪图小便宜而忽视了对生产厂家的资质等相关资料的查看询问,一旦发觉上当受骗,要积极举报,维护自身的合法权益。

安心消费不能只靠3·15,还需要推出更有力有效措施。要防止痛点问题久拖不决,演变成新的难点问题;要打通堵点、补齐短板,真心实意回应人民群众的期盼;要推行监管下沉,实现精准施治、靶向治理……当每一起侵害消费者权益的事件都能被看见、有人管,当商家、消费者、监管形成合力共同致力创造公平诚信消费的好环境,消费就会更安心,生活就会变得越来越美好。

城乡融合发展二者相辅相成不可偏废。“要想富,先修路”理念,同样适用于完善农村牧区快递物流配送体系;既要保障快递企业经济效益、让其有利可图,又要凸显电商物流的社会效应,切实让国家的政策投入投入物流短板倾斜。当农村牧区居民可以和城市居民一样地享用便捷快递服务,农村牧区的商品消费潜力、快递经济活力就能得到深度激发。

当然,让农村牧区的“土特产”跑进城、让城市生产的好东西快递进嘎查村,这些事情归根结底都需要人来完成。目前,大量的年轻人徘徊在就业与创业的“十字街头”,面对方兴未艾的农村牧区电商行业犹豫不决,尽快出台针对性强的优惠政策,就能吸引电商、快递人才蜂拥而至;培育起满足城乡消费者需求的规模产能,搭建好畅通城乡的物流“快车道”,就能快人一步抢占农村牧区电商物流行业的发展先机。

【来论】

为农村牧区“土特产” 建好“快车道”

◎朱芸铮

功。近年来全国各地相继投入建成大量的5G基站、大数据中心,从硬件上为农村牧区电商发展铺平道路。然而,从农村田间地头到城市居民餐桌,从“土特产”到消费商品,还有多个必不可缺的转换环节。比如,同一产地、相同产品应有相当的规模,形成一定的销量和利润;比如,农畜产品只有经过必需的初加工,达到相应的规格要求,才有可能满足储存、运输条件,真正“出乡进城”;再比如,依托专业的品质检测、食品健康安全保障加持,农畜产品才可能以质取胜成

近年来,直播带货风生水起,广大农村牧区也搭上“互联网快车”,利用电商和直播加快了农畜产品销售,促进了乡村振兴。今年的政府工作报告提出,要加强县域商业体系建设,发展农村电商和快递物流配送。

让农牧业强起来、农村牧区美起来、农牧民富起来,是全面推进乡村振兴的应有之义。因地制宜发展极具引领作用的乡村产业,在持续增加村民经济收入的同时逐渐转换农牧业发展方式,吸引更多优质资源服务农村牧区生态文明环境,是激活乡村振兴内生动力的关键所在。一方面要让生态环保、新鲜健康的农特产品尽快走出去,从“土特产”摇身一变成为消费者欢迎的“俏商品”;另一方面,要让农村牧区居民生产、生活所需商品,通过快递进嘎查村等便捷物流方式进村入户,助力提升高品质生活水平。

为农村牧区“土特产”建好“快车道”,需要“软硬兼施”做足基本