

■ 适老化服务不该是“特殊关照”

本报3月5日刊发《让老年人就医环境更安全友善》一文,报道参加全国政协十四届二次会议的全国政协委员丁梅建议全面提升公立医疗机构适老水平。目前一些医院缺少适老化服务设施,互联网时代老年人就医存在“数字鸿沟”,建议鼓励医疗机构加大对老年患者的智慧医疗投入,对老年患者适用的诊疗过程、应急预案等加以全程管理,探索设立老年服务中心,提供一站式服务。

点评:随着社会日渐老龄化,适老化服务不该再被“特殊关照”的标签束缚,其面对的恰恰是相当一部分患者的普遍性需求。对就医环境进行适老化改造,不该止于个别医院、个别地区,需要的是全行业以及顶层设计的推进。

■ 供需矛盾带来的压力并非无解

中国消费者协会官方网站2月26日发布《2024年春节消费维权舆情分析报告》,对相关消费维权情况进行网络大数据舆情分析。中消协收集到的136万余条消费维权吐槽类信息主要集中于交通出行、景区旅游等方面,其中三亚返程机票价格陷入争议、K225次列车多名旅客长沙站没乘上车、美甲行业隐性消费等热点被提及。中消协建议,完善多部门协同长效管理机制、于细节处提升公共服务水平、引导建立健全应对有力的处置回应机制。

点评:如果从业者和管理者继续傲慢地“视而不见”、懒惰地“原地踏步”,那么供需矛盾带来的压力永远无解,“泼天的富贵”也不可能接得住。

■ 用陪伴打赢这场“手机争夺战”

《中国青年报》3月1日发布《和孩子的“手机争夺战”如何平息》一文,报道刚刚过去的寒假里,很多孩子通过刷手机消磨时间,然而家长给出去的手机想要回来往往“鸡飞狗跳”。权威机构发布的研究成果指出,儿童每天“盯”屏幕超一小时,心理健康风险会大增。让孩子不再迷恋手机,最根本的解决办法是家长自己作出改变。家长首先要克制自己玩手机的欲望,让自己成为孩子效仿的榜样;同时要给孩子立规则并严格执行;最重要的是给孩子找到手机的“替代品”,陪孩子一起运动、游戏。

点评:“甘蔗没有两头甜”,家长不能一边指望手机充当“带娃神器”,一边责怪孩子沉迷于手机。言传不如身教,在家长的陪伴面前,手机不是对手。

本组点评 杨薇

评论版邮箱:jwbplb@126.com

发展新质生产力 推动高质量发展

陶鹏

习近平总书记在中共中央政治局第十一次集体学习时强调:“发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。”

新质生产力,是创新起主导作用,摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径,具有高科技、高效能、高质量特征,符合新发展理念的先进生产力质态。加快发展新质生产力,需要我们牢牢把科技第一生产力、创新第一动力,全面整合科技创新资源,切实推动技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级。

聚焦整合“创新资源”。新质生产力代表一种生产力的跃迁,必将影响整个人类社会进程。随着新一轮科技革命和产业革命加速推进,国际间日趋激烈的竞争逐步演变为对创新资源整合力的竞争。要不断加强科技创新特别是原创性、颠覆性科技创新,找准方向和路径,深入实施创新驱动发展战略,

坚持以科技研发、智力创新为牵引,围绕科技创新平台、创新创造支撑、创新成果转化、创新生态建设等各方面精准发力,不断增强“虹吸效应”,最大限度集聚各类创新资源,以真正的科技“自立自强”,开辟出发展新领域新赛道,塑造出发展新动能新优势,打造以新质生产力推动高质量发展的强大引擎。

聚焦布局“战略产业”。在当前时代背景下,谁引领了时代趋势,谁就掌握了发展大势;谁抓住了战略产业,谁就把握了战略主动。新质生产力涵盖培育发展新产业的各领域、各方面,要大力推动科技创新成果与具体产业和产业链深度融合,不断拓宽应用场景,进一步改造提升传统产业,培育壮大新兴产业,布局建设未来产业,加快构建现代化产业体系。要完整准确全面贯彻新发展理念,围绕“强国”建设,科学布局科技创新、产业创新,积极培育新能源、新材料、先进制造、电子信息等战

略性产业,不断强化技术策源、研发载体、转化孵化支持,着力打造一批科技领军企业和先进产业集群,以“科技新”促“产业兴”,以“先一步”换“步步先”。

聚焦培育“关键人才”。人才是企业和国家核心竞争力的第一要素,国家科技创新、发展新质生产力的根本源泉在人才。要牢固树立“人才第一资源”理念,坚持长远眼光,推动教育、科技、产业、人才布局一体落实,强化引育“双轮驱动”,既外招“精兵”,又内育“良将”,有意识地发现和培养更多具有战略科学家潜质的高层次复合型人才,形成战略科学家成长梯队,打造大批一流科技领军人才和创新团队。要建立健全适应高质量发展的人才制度体系,建优建强人才“引育用留”全链条,不断提升创新人才自主培养能力,为人才提供国际一流的创新平台,加快形成战略支点和雁阵格局,推动战略科技力量和高水平人才队伍走在前列。

家用摄像头切莫侵害邻居权益

陈庚

随着科技的发展,人们安全意识的提升,智能摄像头、智能门锁、智能猫眼等被大量运用。然而,这些设备被安装在自己家门上或门口时,拍摄范围很可能覆盖到邻居家门口,因此被质疑侵犯隐私权的情况屡有发生。

据《法治日报》报道,近日北京市民俞先生反映,隔壁邻居为了避免放在家门口的快递被偷,在门边上安装了一个摄像头,由于两家紧挨着,该摄像头同时覆盖了两家门口。出入都被摄像头拍了进去,俞先生感觉自己的隐私受到侵犯,“沟通了好多次,后来我都急眼了,对方才勉强同意撤下摄像头”。

尽管很多人在家门口安装摄像头的初衷系出于保护自身安全,并无意窥探他人隐私,但是摄像头等所具有的录像和存储视频的功能,会拍摄到他人隐私及行踪信息。不妨换位思考,如果我们每天进出家门、接待访客、拿取外卖时都被别人的摄像头

“盯着”,心里难免不舒服。

近年来我们常说一个词叫“边界感”。每个人都是独立的个体,我们都需要私人空间,空间的“打破”就意味着边界的逾越。就好比公共场所开放,打破了我们在公共场所需要的感官私人空间;好朋友无时无刻地找你抱怨,打破了你在个人关系里的私人空间。而他人对准自家门口的摄像头,则打破了家庭生活的私人空间。而且我国民法典明确规定,自然人享有隐私权,除法律另有规定或者权利人明确同意外,任何组织或者个人不得拍摄、窥视他人的住宅等私密空间。摄像头“覆盖”邻居家,显然也有



司海英画

违法之嫌。

追求家门口的安全感与维护他人隐私并不矛盾,关键在于如何把握好“边界感”。比如安装摄像头时调整角度,再比如适当对镜头予以遮挡,将拍摄范围严格限定在自家门口。懂得尊重他人隐私,保持合理的“边界感”,才会让摄像头成为守护家园的守护者,而不是侵犯隐私的窥探者。

对“上班恶心穿搭”还要轻松看待

吴坤

近日,一则有关“上班恶心穿搭”的话题冲上网络热搜榜首,引起网友的关注和热议。

事情起因是一位网友在社交媒体上传了自己穿搭视频,声称自己的穿着并不过分,却遭到了领导的批评并被指责为“穿得恶心”。视频发布后,许多年轻人也纷纷跟风,拿出“压箱底”的丑衣服、旧衣服,甚至总结出“恶心穿搭”发上网互相比拼——翠绿色马甲搭粉色毛衣、肉色的绒裤直接外穿、东北花棉袄闪亮登场……一些年轻人晒出的穿搭,因为过于不修边幅,被网友戏称为“在办公室已经没有在乎的人了”。

对于这一做法,网友的观点截然不同。有人认为,公司领导过于苛刻,应该尊重个人的自由选择;而另一些人则认为,作为一名职员,应该遵守公

司的规定,以维护职业形象。

细想起来,穿搭是不是“恶心”,其实是个非常主观的。这就像有人觉得正装配运动鞋、凉鞋配短袜等就是“恶心”,但在有些人眼里,这却是时尚的表达。可见,所谓的“恶心”,不过是审美差异的体现。其实,年轻人穿“丑衣服”上班,反映出的是一种轻松随意的职场心态。而且出现这一现象的原因有很多,比如通勤时间受限让许多年轻人顾不上花时间精致打扮;再比如有人认为早早起床化妆打扮,结果一整天对着电脑,最多和身边三五同事打交道,不如把时间放在睡觉上。

当然,不同工作场景有不同穿搭讲究,不同单位也会有不同着装要求。但总的说来,只要员工穿着得体、工作态度端正,不对他人造成影响,又不涉及原则问题,就不必上纲上线。

“恶评”被判赔敲响警钟

韩升

近日,苏州互联网法庭审理了一起因测评引发的名誉权纠纷案。

本案中,一测评博主未购买、体验带货博主的商品,却在测评视频中发表测评言论,声称“大网红卖货为什么如此没有底线”等,视频中还包含了带货博主肖像,以及侮辱性语言等否定性评价,被告上法庭。法院判决认定侵权,要求被告公开赔礼道歉并赔偿经济损失2.3万元。

随着互联网经济的发展,网络购物、评价购物体验成为常态,并衍生出了以“探店打卡”“商品测评”为卖点的博主。测评博主本应通过对产品的测试、比较、体验,向消费者说明产品性能、质量、优劣,不但能为消费者提供合理、客观的消费指引,也有助于倒逼商家诚信经营。但在“流量密码”的驱使下,部分测评博主为吸引流量或促进带货合作,发表与事实不符、过分夸大、故意贬损的评价却也屡见不鲜,由此引发

了不少纠纷。

从本质上看,此类恶意测评行为故意制造虚假评价,不仅侵害商家财产权益,也扰乱了社会经济秩序,显然属于违法行为。治理打击恶意测评行为,一方面需要平台方进一步加强对测评类内容的审核和管理,建立更为严格的监管机制,确保信息的真实性和公正性;另一方面,也要加大对恶意测评者的惩戒力度,除了追究相关法律责任,还可将其列入严重违法失信名单,斩断其不当得利的利益链条。当然,公众也应提高自身的辨别能力,审慎判断测评信息的真实性和可靠性。

此次“恶评测评”被判赔,再一次给广大博主敲响了警钟——在追求流量的同时,切莫突破底线,否则必然是“吃不了兜着走”,最终落得个搬起石头砸自己脚的下场。