

一线观察

蔡襄雅望 桂峰流芳

□郑志忠

近期,莆田县文艺志愿服务总队杂文分队的志愿者们前往三明市尤溪县桂峰村交流学习。作为“中国历史文化名村”“中国特色旅游名镇名村”,桂峰村山门刻有一副精雕石刻对联——“三谏风高,勋业在苏黄以上;九峰派衍,渊源从朱李而来”——点明蔡襄成就不在苏东坡、黄庭坚之下,蔡元定的学渊源自于朱熹、李侗。这得天独厚的文化资源,显然是做大做强乡村文化产业的条件和基础。

桂峰村建立至今已有一千多年的历史,现存有明、清典型古建筑39座,是福建省古建筑保存最完好的古村落之一,具有独特的历史文化景观。自古以来,桂峰村的名人数不胜数,在蔡氏祖庙、蔡氏宗祠里,门联上联为“绳其祖武唯耕读”,下联为“貽厥孙谋在俭勤”;门内柱联为“兰水家声远,西山世泽长”;堂上高悬“九峰毓秀”“进士”“兄弟举人”“父子翰林”“文魁”“武魁”“五代同堂”等匾额。

桂峰村又以耕读传家,尤其崇尚理学,历代儒风不衰,形成了独特的“蔡襄文化、理学文化、耕读文化”,为当地留下了丰厚的文化积淀。此外,“闹闹戏剧社”等保留传统技艺的做法也令人印象深刻。据称,桂峰全村千余人,有近五分之一的人曾上过戏台。村里流传着这样一种说法:“宁可一日无食,不得一日无文化。”

文化遗产的活化利用,已经成为桂峰村首要工作,近年来始终秉承“保护性开发”“修旧如故”等原则,最大程度还原保持传统古村落历史环境、建筑风貌、文化韵味,并在此基础上做好文化和旅游的开发。当地一边进行村容村貌提升、房屋修缮等基础设施建设,一边打造蔡襄家风家训馆、研学教育基地、民宿等新业态,推动农文旅深度融合,让人深切体会到,文化产业发展要在保护和传承优秀传统文化的基础上创新。优秀传统文化保存得越好,文化产业发展的路径就越宽。

考察桂峰村文化产业现状,最令人感到高兴的是,当地在充分挖掘本地文化的过程中,激发了村民的自豪感,以及将一些原来趋于消亡的特色传统传承发扬的动力,对乡村文化的保护起到了积极作用。从导游蔡华理那活灵活现的解说中可见一斑——他能够从不同的角度去发掘桂峰文化内涵,是文旅在客观上使村民文化素质得以提高的一个典型代表,也是促进农民增强参与乡村旅游产业发展的责任感的一个缩影。

当然,桂峰村开发特色文化产品的市场空间较大,有待发掘的空间也更为宽广。就此而言,当地必须加大文化产品开发设计和推广营销力度,进一步完善健全公共文化服务体系,因地制宜加工整合文化资源,打造出更多可供参与体验的文化产品或服务,提高其文化产业的竞争力。

工伤保险扩容 为特定群体保驾护航

□龙敏飞

近日,安徽省、海南省、湖北省等地发布相关通知和意见,明确进一步扩大工伤保险覆盖范围,拟将超过法定退休年龄就业人员等群体纳入工伤保险,使工伤保险惠及更多特定群体。这意味着“超龄”农民工的劳动权益有了新保障。

数据显示,截至2022年末,我国60岁及以上人口达2.8亿。其中,60到69岁的低龄老人约占一半,有1.5亿左右。随着老龄人口的不断增多,尤其是低龄老年人的快速增长,再加上人均寿命的不断提升,“老有所为”成为很多人的朴素期待。对低龄老年人来说,他们有继续发光发热的基础条件。鉴于此,中共中央、国务院印发的《关于加强新时代老龄工作的意见》明确提出,全面清理阻碍老年人继续发挥作用的的不合理规定。在顶层设计的指导下,“银发族”回归劳动市场的现象不断增多,老年人再就业也成为迫切需要保障的现实问题。

老年人再就业从技术上来说,没有难度;但从保障上来说,则缺少兜底政策。目前,根据我国的相关法律,劳动合同的签订有合同主体适格的要求,其中之一就是劳动者年龄适格。这对“银发族”来说很不友好。按照劳动法规定,劳动者开始依法享受基本养老保险待遇的,劳动合同终止。就此来说,超出法定退休年龄的人只能与用人单位签订劳务合同,不构成劳动关系。这就是说,这一部分的职场“银发族”被排除在法律保障之外了。当法律不能进行保障,低龄老年人在“老有所为”的事情上就难免会有所顾虑,这不利于劳动力资源的充分释放。

在此背景下,多地发布相关通知和意见,明确对工伤保险的覆盖范围进行扩容。虽然各地情况不一,有些是到65岁,有些是到70岁,但这些都释放出制度的善意与暖意,是对老龄化社会的一种积极应对。实际上,此前各地就曾将出租车驾驶员的从业资格年龄从60周岁延长至65周岁,如今的工伤保险扩容与其初衷一脉相承,都是在改进不合理规定,都是为了更好地让老年人继续发挥作用。

这种进步无论大小,都值得肯定。而且,全面清理阻碍老年人继续发挥作用的的不合理规定,更好地确保“老有所为”是一揽子工程,不可能一蹴而就,如今的改进,只是很小一部分的内容。要想让低龄老年人真正实现“老有所为”,改进与完善仍需与时代俱进。各地要摸清具体情况,用制度消除老年劳动者保障的法治真空,让各类制度保障、法律定规都能跟上时代发展的步伐,跟上老龄化社会到来的速度。各地也应当以工伤保险扩容为契机,持续加大对“银发族”权益保障的力度,让“老有所为”更无后顾之忧。

“老有所为”是大势所趋,那么加强对劳动者合法权益的保障,积极补短板强弱项,就应该成为自觉的举动。唯此,才能更好地应对老龄化社会的到来。

媒体新论

从人民群众中汲取力量智慧

人民群众在实践中产生的需求、经验和智慧,许多是书本上读不到、会场上听不到的。人民群众是我们力量的源泉,以主题教育为契机,广大党员、干部要真正走到群众中间,将理论学习与人民群众生产生活实践紧密结合,自觉问计于民、问需于民,把人民群众中蕴藏着的智慧和力量充分激发出来,从人民群众的真知灼见中汲取理论创新和实践创新灵感。

是不是假唱不该沉默以对

公众对此次涉嫌假唱事件如此关注,自然是无法接受歌手在演唱会现场公然假唱。在个人演唱会上假唱,无疑是最严重的掺假,既伤害歌迷感情,对不起付钱买票的观众,也涉嫌违反法律法规。实际上,到底是真唱还是假唱,通过技术手段不难判断。与其让舆论纷纷,不如自己出来说实话,真诚的回应比什么都强。真实是艺术最宝贵的生命力,只有把观众放在心上,歌曲才能传得更远,声音也才能更动人。

让患者在医院外也能买到“灵魂砍价药”

□潘抒捷

屏山时评

为更好落实国家谈判药品“双通道”管理机制,国家医保局、人社部要求今年12月31日前,各省要依托全国统一的医保信息平台电子处方中心,建立健全全省统一、高效运转、标准规范的处方流转机制,实现省内“双通道”处方流转电子化。近期,多家中央媒体集中报道了我省建成省级医保电子处方中心,打通电子处方流转通道,提高了群众购药的便捷性与可及性。

药品是防病治病的重要武器,其价格高低直接关系到群众看病贵与不贵的切身感受。近几年来,有关部门先后采取国家组织药品集中采购和国家医保谈判等举

措,促使药品价格回归合理水平,并保障患者以比较低廉的价格用上质量同等的药品。一些医保谈判专家与药企代表“灵魂砍价”的视频走红网络,专家们在谈判中发自肺腑地说出“每一个小群体都不应该被放弃”等真切的话语,也令许多人动容。

国家医保谈判和国家组织药品集中采购的目标一致,都是降低药价以惠及更多患者。不过,相比于“国采”成功意味着销量有了保障,“国谈”成功只代表药品能够进入医保目录,由医保基金支付,但采购量并未确定,只有通过商业化团队的推广才能确保销量。由此,对于中选企业来说,药品可能面临“入院难”等难题,而在医院之外的零售药店另外开辟供应通道,则面临“处方从何处来”以及“医保无法报销”的困扰。对于患者来说,处方上的药在医院药房购买可享受医保报销政策,但由于部分医院

存在药品储备不足的情况,急需用药时也不能马上取到药品;零售药店有药,却享受不了医保报销政策。他们有两种选择,一是等,等到医院有药用医保结算;二是到医院以外的药店以原价购药。如此,选择前者意味着要在等待期间忍受病痛,选择后者则要多付几十元甚至几百元费用。

为破解这一民生痛点,福建在两年率先落地实施国谈药品“双通道”管理机制。所谓“双通道”,是指通过定点医疗机构和定点零售药店两个渠道,满足谈判药品供应保障、临床使用等方面的合理需求,并同步纳入医保支付的机制。从实践来看,我省抓住电子处方流转这一关键环节,通过信息技术支持,破解“双通道”购药难题,确保患者有更多购药渠道选择,实现“药能买到,钱能报销”。同时,针对药店是否能够保障患者用药安全的问题,每家入选定点药

店必须按规定配备至少2名执业药师,保证“用药安全、基金安全”。更重要的是,普及电子处方流转,医生无需考虑药品库存,只需开最合适的药,为患者把病治好。大医院的接诊压力将明显减轻,患者全流程就医满意度有所提升。药店的收入有所增加,患者则得到了更多方便和实惠。

应该说,作为“双通道”管理机制的“牛鼻子”,电子处方流转是发展所需,也是必然趋势。但要注意到,一些医院的信息基础设施薄弱,导致医保电子处方中心等信息平台连接与运行不畅。一些药店缺乏药师,一旦在处方审核与药事服务方面“偷工减料”,就会埋下药品安全隐患。各地要继续加快医疗信息基础设施建设步伐,为电子处方流转扫除技术障碍,确保医院“转得出”、药店“接得住”,让患者在医院外也能买到“灵魂砍价药”。

世相图点

盲道建设 来不得半点马虎

近日,河南濮阳一名网友发视频称,当地的盲道采用“贴纸样式”,竟然还能拿起来。有关部门则回应,盲道砖材质合规,施工质量不行,目前正在整改。对于视障人士来说,盲道就是他们出行的“眼睛”。盲道建设,来不得半点马虎。各地在盲道建设中要多从视障人群的利益出发,确保盲道的建设质量。同时,也要加强盲道的维护和管理,让盲道真正成为视障人群的“指南针”,能够真正无障碍出行。

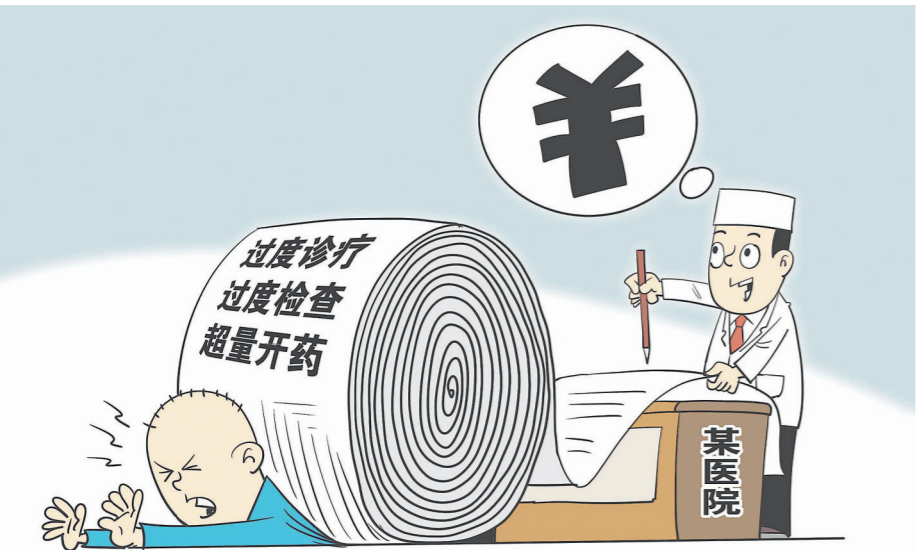
徐刚/文 王铎/图



★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★

每一分“救命钱”都该严管善用

□唐传艳/文 朱慧卿/图



近日,一则“安徽一名患者家属查出三甲医院超收10万元医疗费 调查显示超收21万元”的新闻引发关注。这家家属对其父亲住院资料进行统计模型分析,发现医院涉嫌存在虚构医药服务项目、超量开药、重复收费、串换药品等行为。

经安徽省医保局核查,该举报涉及的15个问题中有10个问题基本属实,涉事医院被全额追回违规使用的医保基金、顶格扣罚违约金,相关线索还移交公安等部门进一步处理。但个案处理得再漂亮,也难以打消群众对医疗费用监管的质疑。这家家属建模之后才坐实医院违规收费,可并不是每个人都有建模监管的能力。另外,医

保部门工作人员更专业,对医院违规收费的套路也更熟悉,为何没有发现这么明显的问题?

对于此事,更应该跳出个案看现象。面对每日海量的收费明细,靠人力审核等传统方式已力不从心,智能监控是必经之路。但一些医院因信息基础设施薄弱和观念守旧,尚难做到医疗信息联通。普及智能监控并构建多种监控协作并进的新型监管方式,还有很长的路要走,医保部门要“抓紧赶路”。站在全局的高度反思医疗费用监管方式改进等问题,各种监督力量都应该从中有所领悟,从而推出更科学严密的监督模式,让每一分“救命钱”都能得到严管和善用。

这样的课程创新多多益善

□刘天放

北京一所学校的教学楼前有一排柿子树。每到柿子成熟时,常常有学生会问老师一些问题,比如柿子的种子在哪个部位、柿子不熟的时候为什么是涩的、如何去涩涩味等。面对孩子们的疑惑,该校开发了综合实践课程,涉及美术、语文、生物、地理等几个门类的学科。

如今,有些家长过于强调智育,存在过度教育等倾向。一些学校片面追求升学率,以至于升学率成为衡量教师业务能力的一根指标,忽视了学生的全面发展,偏离了正确的育人观。相比之下,这所学校从劳动课上介绍摘

柿子的工具、美术课上绘出美丽的柿子图,到语文课上欣赏相关诗文、地理课上追寻柿子的原产地,再到生物课上解剖柿子、探究柿子的内部结构,学习制作“果丹皮”“果脯”等,让学生从表象认识到动手实践,激发其学习兴趣和求知欲望,也使学习变得加有趣、实用。

打造育人新平台,就要像“一排柿子树变五门课”这样,满足个性化学习需求,也使育人方式和内容更丰富,成效更显著。我们可以从中得到很多启示,比如学校如何进行课程创新,教师如何发挥作用等,有些不一样的新方法,才能助力实现全员育人、全过程育人、全方位育人。

摆拍抹黑外卖骑手于法难容

□木须虫

日前,美团外卖对4名冒充骑手进行虚假摆拍、恶意造谣的“网红”提起诉讼,要求对方向外卖员群体道歉,并赔偿损失。

外卖员群体有统一的制式服装,具有鲜明辨识度。“网红”穿上马甲假冒,所拍视频容易让人有代入感,话题性十足。这类摆拍行为,既为获取流量,变现牟利,也存在骗取钱财、诋毁商誉等目的。美团通过司法手段维护自身权益,是对虚假摆拍的有力制约。

不过,治理假扮骑手的摆拍行为,更需要短视频平台承担自身责任。今年7月,中央网信办发布通知,要求对制作发布谣言、蹭炒社会热点事件或矩阵式发布传播违法

和不良信息造成恶劣影响的自媒体,一律予以关闭,纳入平台黑名单账号数据库并上报网信部门。相关平台应对违法违规营利的自媒体予以清空粉丝数量,暂停或关闭直播、用户打赏、知识付费、收益提现等权限,下架商品链接,取消广告收益、流量分成等限制措施,从源头阻断虚假信息。

监管部门应健全对各类自媒体平台的日常监管机制,倒逼平台履行对自媒体运营、内容审查等管理责任,指导引入经济管理手段,设置流量利益节制阀,建立自媒体违规行为、虚假内容的监测、投诉举报联动处理机制,装起过滤网,让披着马甲的摆拍造谣无处遁形。

特种作业操作证岂容作假

□李英锋

按照国家有关规定,特种作业人员必须经过专门的安全作业培训,取得相应资格,方可上岗作业。然而,一些不法培训机构为了获取利益,或提供虚假的培训教材,或直接提供替考服务,以吸引学员并追求经济利益。一些中介机构则承诺交钱就能包过,不考试也能拿证,甚至制假假证。

特种作业容易发生事故,特种作业操作证不仅是职工安全作业的合格证明,也是安全生产的基本保障,容不得半点弄虚作假。这些造假行为违反相关法律,也埋下了安全隐患。一旦有人以这种方式持证上岗,就极有可能对操作者本人和

他人的安全健康及设备、设施的安全造成重大损害,甚至会对整个工程造成难以挽回的损失。

考证乱象层出不穷,必须依法整治。有关方面应加强特种作业操作证的宣传,向公众提供及时、准确的证书获取和考试流程信息,消除信息差。同时,要建设全流程监管平台,将注册、报名、培训等程序纳入监管范围,加强对特种作业操作证考试和颁发过程的监管,建立严格的考试纪律和防作弊措施,确保考试的公平性和真实性。要加强对培训机构的审核,建立信誉评估机制,对违规机构进行处罚和曝光,并依法严惩贿赂、替考等违规行为,形成威慑效应。

假玩具越逼真风险就越大

□吴学安

近期,市场上出现一种叫“假水”的玩具,广受低年级学生的追捧。这些“假水”玩具的瓶身标签上,产品名称一栏写着“水晶泥套装”,但外形很像饮料瓶,瓶身上通常印着乳酸菌、气泡水等字样,瓶内液体呈透明或者半透明状,有一定的流动性。

“假水”之所以得名,是因为这种玩具看似是液体,实际是一种液态胶状物质。但它无论是外观还是色彩,都和市面的饮料相似,有些还散发着清香,看起来很像一瓶香甜可口的小饮料。厂家想吸引孩子们的注意力是可以理解的,但把不是食品的玩具做得像食品,极有可能造成意外。就拿

“假水”玩具来说,虽然其外包装上有“不可食用”的标识,但因其产品外观具有迷惑性,且儿童的认知能力较弱,仍有被孩子们当成饮料而误食的风险。

某种程度上说,“假水”玩具做得越逼真,对孩子们的潜在危害就越大。市场营销要有底线,售卖儿童玩具,必须要维护儿童安全健康放在首位,不能为了赚钱而不管不顾。对于儿童玩具用品的投诉反馈,市场监督管理部门要及时跟进调查,进一步规范市场,对违法商家依法查处。作为监护人,家长也应做好日常教育引导,让孩子们切勿购买无中文名称、无生产厂家和厂址的“三无”玩具,远离危险。