

在更高水平上服务国家大局

时事聚焦

我国正在进入新发展阶段,辩证看待新的形势和任务、机遇和挑战,是把握发展主动权的关键。新发展阶段,有变数,也有不变的因素。对上海而言,在加快构建新发展格局的过程中,以辩证思维冷静分析当前面临的“变与不变”,显得尤为必要。

习近平总书记明确要求我们把上海发展放在中央对上海发展的战略定位上、放在经济全球化的大背景下、放在全国发展的大格局中、放在国家对长江三角洲区域发展的总体部署中来思考和谋划。这“四个放在”是上海一切工作的基点,也是把握新特征、考虑新问题的一套重要坐标。首要的,是更深刻地理解上海承担的战略使命,在更深层次、更高水平上服务大局。

放在中央对上海发展的战略定位上看,上海服务全国改革发展大局的使命没有变,但具体指向发生变化,确切地说是进一步深化——新中国成立以来,上海在不同阶段的共同历史使命,都是服务全国大局,辐射带动周边乃至全国发展,并为全国的创新率先探路、提供经验。今

天,这依然是上海的使命,但内涵在拓展、任务更艰巨、责任更重大。

勇于挑最重的担子、啃最硬的骨头,发挥开路先锋、示范引领、突破攻坚的作用,是习近平总书记对上海的期望。今天,上海作为全国改革开放排头兵、创新发展先行者的成色,也推动着上海打造国内大循环的中心节点、国内国际双循环的战略链接。我们尤其需要更多聚焦“牵一发而动全身”的关键环节,在具有“极点”性质的领域积极开展探索,力争代表国家占据新一轮竞争合作制高点。

与此同时,今天的全球竞争,更是综合实力的竞争。作为超大城市,上海不仅要在经济力上不断跃升,更应秉持“人民城市人民建,人民城市为人民”重要理念,立足城市市场,全面探索具有中国特色、体现时代特征的超大城市治理模式。上海的城市建设、发展与治理,不是过去的再版、不是别人的翻版,而是党领导下人民城市建设的新版。在全面建成小康社会冲刺收官、即将迎来建党百年的特殊时刻,我们当以更加现代、更加精准、更具品质、更能彰显人本价值的城市治理,向世界提供一个社会主义现代化国际大都市的样板,充分证明社会主义制度的独特优势。(来源:解放日报)

优势、人才优势,不断做大扇面、提升能级、畅通循环,带动长三角乃至更大范围共同握指成拳、形成合力。

沧海横流,方显英雄本色。正是这样迎难而上、顶风前行的过程,检验着上海作为全国改革开放排头兵、创新发展先行者的成色,也推动着上海打造国内大循环的中心节点、国内国际双循环的战略链接。我们尤其需要更多聚焦“牵一发而动全身”的关键环节,在具有“极点”性质的领域积极开展探索,力争代表国家占据新一轮竞争合作制高点。

与此同时,今天的全球竞争,更是综合实力的竞争。作为超大城市,上海不仅要在经济力上不断跃升,更应秉持“人民城市人民建,人民城市为人民”重要理念,立足城市市场,全面探索具有中国特色、体现时代特征的超大城市治理模式。

上海的城市建设、发展与治理,不是过去的再版、不是别人的翻版,而是党领导下人民城市建设的新版。在全面建成小康社会冲刺收官、即将迎来建党百年的特殊时刻,我们当以更加现代、更加精准、更具品质、更能彰显人本价值的城市治理,向世界提供一个社会主义现代化国际大都市的样板,充分证明社会主义制度的独特优势。(来源:解放日报)

对“大数据杀熟”坚决说不

■ 纪玉

近日,文化和旅游部发布《在线旅游经营服务管理暂行规定》,将于今年10月1日起施行。《规定》第十五条要求,在线旅游经营者不得滥用大数据分析等技术手段,基于旅游者消费记录、旅游偏好等设置不公平的交易条件,侵犯旅游者合法权益。不少分析认为,这是在给“大数据杀熟”行为画下禁止的红线。

这两年,“大数据杀熟”不时引发关注,而且成为一个具有争议的话题。在线旅游平台在这个话题中,成为“主角”的频率不低。一方面,不时有消费者反映,自己遭遇“大数据杀熟”,购买同样的产品或服务,作为老客户,需要面对比新客户更高的价格;另一方面,相关平台往往否认存在“大数据杀熟”,以技术原因、系统漏洞、享受套餐优惠等不同来解释价格差异。

对于一个疑似个案,“大数据杀熟”是否成立,需要具体情况具体分析,但从整体来说,对“大数据杀熟”坚决说不,是有必要确立的原则。消费者在使用网络平台的过程中,往往会留下个人信息,根据消费者的消费行为、浏览记录等数据,平台

可以通过分析,获得相应的用户画像。画下针对“大数据杀熟”的红线,就是要防止平台“多走一步”,利用消费者个人信息牟取不当利益,侵犯消费者合法权益。而且,“大数据杀熟”已经引起消费者的广泛关注,相关部门出台规定回应社会关切,也是题中应有之义。

平台有定价的权利,但消费者的知情权、公平交易权等合法权益不容侵犯。消费者之所以对“大数据杀熟”如此敏感,是因为这种方式具有隐蔽性,让人防不胜防。如果定价规则明确,即使要面对不同价格,消费者也能在知情前提下作出选择。这说明,在线交易中的信息不对称、不透明问题亟待进一步解决,以缓解消费者对于被蒙骗的焦虑,优化在线交易环境。

画下红线的同时,怎样完善判定标准和监管手段,也是需要进一步细化的问题。大数据等技术发展迅猛,也是一柄双刃剑,用得好能促进市场发展、增强消费体验,用不好就成了侵权的帮凶。对此,立法和监管要及时跟上,维护市场秩序,让消费者放心花钱。(来源:新民晚报)



能否管住

9月1日起,《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》正式施行,新固废法明确固体废物污染环境防治坚持减量化、资源化和无害化原则。各地近来也相继推出了新版“限塑令”。“新华视点”记者调查发现,从2008年6月1日开始实施“限塑令”至今,一段时间内,不可降解塑料袋的使用有所减少。但近一两年来,在一些农贸市场,一次性塑料袋的使用出现反弹。同时,外卖、生鲜电商成为塑料制品使用大户。 (来源:新华社 王鹏)

“光盘”,需要新的“生活美学”

■ 谢飞君

周末,一位朋友很开心地协助孩子一起做学校布置的光盘行动手抄报,另一位朋友接到学校围绕光盘主题写诗歌朗诵的要求,也与平时的“勉强为之”不同,干得不亦乐乎。细问缘由,原来是因为孩子最近有了“光盘”意识,吃饭时终于能把饭粒都吃干净了,家长们很欣慰。

这一代城市孩子是比较特殊的存在,他们的父母一辈就没过过严格意义上的“苦日子”。所以即使从小把“谁知盘中餐,粒粒皆辛苦”背得响亮,勤俭节约之于他们而言是抽象的,对“一粥一饭,当思来之不易;半丝半缕,恒念物力维艰”的感悟也相对淡薄。

这也不能怪孩子。这些年,物质生活的丰富让大家有了底气,也在不知不觉中出现了“浪费点没关系”的观念。日常生活中,但凡请客吃饭,不少人认为“有吃有剩”方显诚意;在城郊或是农村,整鸡整鸭的叠罗汉式酒席、流水席,也是婚丧嫁娶、做寿满月的标配。这个时候,吃已经被排场、脸面等与吃本身毫不相关的要素裹挟了。

可以说,在目前的环境中,不管是大人践行节约理念,还是让孩子建立节约意识,需要与很多陈规陋习去对抗。然而,在内心深处,节俭依旧是一种美德,令人向往之。否则,我们不会不厌其烦地向孩子强调,也不会看到孩子光盘时满心欢喜。

大道至简,大音希声,是中国人精神哲学,饮食亦然。爱惜粮食、反对浪费,是优良传统,也是一种精神美学。走过物质匮乏的人们,挥霍浪费或许可以生发一时的富足感,但更高层次的追求必然是对食物建立更有节制的占有,从占有食物引发快感,转变为愿意为身体口服作出“留白”。而要做到这点,要点也不仅仅在吃的环节——

一位长期在国外生活的小朋友,回国后面对亲友的盛情感到无奈,他习惯一人一个盘子,自取食物,精简足量,也容易光盘。但亲友的盛情,总是让过多的食物占据了他们的餐盘,光盘成了奢望。我们是不是就是这样一位热情的亲友?

有一位妈妈,她每次带孩子到超市,都会特意挑即将到期的牛奶买回家,因为这样一来,可以把更新鲜的日期留给别人,避免浪费。花费相同的钱,我们能不能生发出这样的利人思维?

还有一群“爱丑”的主妇,她们去买菜时,会特意挑选大小不一、甚至略微有点畸形的蔬果,避免这些食物因为外观,影响人们对它们的接受度,而造成浪费。确实,在超市里,每天都有大量瓜果蔬菜因为长相不佳被剩下,进而被扔进垃圾桶。我们是否可以为了践行节约稍稍忽略食物的颜值?

这些个体体验,或许细微,但却刻着更深层的“光盘”行动的密码。

从公开的报道数据可见,我国每年被损耗和浪费的粮食约3500万吨,接近于中国粮食总产量的6%;我国餐饮业人均食物浪费量为每人每餐93克,浪费率为11.7%;大型聚会浪费达38%,学生盒饭有1/3被扔掉……这些食物是如何被浪费了?年长一辈把饭吃干净的要求,固然可以看作是浪费的直观行动,但在更深的层面,是要有一种以“适”为美,而不是以“多”为美、以“新”为美、以“光鲜亮丽”为美的生活美学。

最近这轮提倡节俭、避免浪费的全民行动中,已经有了“将盘中的食物吃光或者打包带走”倡议,有的餐厅还推出了半碗饭、半份菜活动,这些都是很有现实意义的进步。但“半份理念”不能仅仅是商家在推行,我们更要想办法使之成为日常秉持的生活观念,需要前移到食品选择、制作、分配的环节去发生作用,从源头上建立对食物的尊重和节制。

回到教育,家长在日常生活中所做的选择,是孩子们最生动的课堂。如何让孩子养成勤俭节约的习惯,我们不能仅仅把“光盘”当作一个要求耳提面命,而应该和他们一起,在生活中去建立食物的生活美学,倡导之,践行之,让孩子们从“光盘”中形成习惯,建立规则,体悟到美。(来源:解放日报)

用优质内容塑形铸魂

■ 武楠

推动媒体融合向纵深发展,建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系,是党中央交给主流媒体的一项重要任务。当前,随着媒体融合发展向纵深推进,传统媒体应当加强传播手段建设和创新,坚持移动优先策略,不断加强内容建设,牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点。

借助移动传播,能够让主流价值更加入脑入心。近年来,群众在享受信息传播便捷性的同时,对虚假信息和低俗内容产生强烈反感,需要持续以正面宣传成风化人、凝心聚力,培育积极健康、向上向善的网络舆论生态。主流媒体在强化舆论引导、同受众形成持续同频共振等方面,不妨多一些创新内容,实现高产出、高传播的良性互动。为此,在开展移动传播内容建设时,主流媒体应当立足于群众的多维度需求,多从社交互动心理、新媒体接触习惯和使用行为等特征出发,丰富社会文化产品供给,提升传播内容品质。

当下,新技术显著影响了主流媒体的内容生产,特别是随着5G、大数据、云计算、人工智能等技术不断发展,多终端智能化的“万物皆媒”时代正在到来。对此,主流媒体应深刻认识新技术的核心特征及其发展趋势,使互联网这个最大变量成为有利于推动事业发展的最大增量。需要看到,内容消费的主入口将逐步通过跨屏、跨终端无缝衔接,VR影像技术的实质性应用推广将带来更多媒体变革,推动传播内容的高质量发展。主流媒体应充分运用革新力量引领技术发展趋势,带动行业机构、商业平台和个体用户等生产主体的融合与创新,更要把握技术前沿和运行规律,认识到主流接收渠道在哪里,内容生产主战场就在哪里。

在媒体融合发展的潮流中,主流媒体需要推出更多好作品,讲述更多好故事,以社会主义核心价值观激发人民群众创造美好生活的奋斗热情。随着互联网创作主体多元化,移动内容产品在实现极大丰富的同时,部分低质化现象也令人困扰,以量取胜亟

待转为以质图强。在这方面,主流媒体大有可为。例如,在新冠肺炎疫情防控中,主流媒体在移动传播内容生产方面加大融合效能,强化技术驱动,精品爆款迭出,强化了主流声音的全媒传播;以图解、动漫、H5、短视频等方式推出各类健康科普报道,及时有效安定人心、消除恐慌;“共同战‘疫’”等移动端专题利用不间断直播、慢直播、全景VR等,助力社会凝结成团结一心的整体。这些融合式、沉浸式、社交化、场景化的战“疫”报道精品凝聚了抗疫的合力,营造出强信心、聚民心、暖人心、筑同心的舆论氛围。

在主动利用新技术形态开展内容建设的同时,主流媒体要始终将正确的导向作为内容建设重要遵循,充分发挥好技术创新与价值引领的双轮驱动,要“塑形”更要“铸魂”。牢牢掌握内容建设主动权,稳妥运用移动传播,方能持续优化舆论格局,以更加积极向上的舆论环境服务国家治理体系和治理能力现代化的提升。(来源:人民日报)