

关停违法违规账号让网络空间更清朗

□吴俊

今年春节以来，国家网信办持续重拳出击，依法查处网上违法违规行为。有关网站对580余个违法违规公众账号和一批误导公众、影响恶劣的网络名人账号予以关闭、暂停更新。(详见昨日本报03版)

笔者发现，在关停的网络大V中，@罗亚蒙、@演员孙海英、@王亚军上海、@荣剑2001、@文山娃、@纪韵、@大鹏看天下等赫然在列。昔日的网络红人、意见领袖、自媒体的“引导者”，成了现今触碰法律、道德“红线”、违法乱纪、信口雌黄、遭万千网友唾弃的“反面典型”。套用网络上的一句热词，“出来混

总是要还的”。账号被依法关停，完全是其咎由自取，自食苦果。

自媒体时代，资讯发达、信息爆棚，一些“名人”“大V”动辄就有成千上万的“粉丝”，其影响力和重要性不言而喻！公正、客观表达，理性、合理发声，积极、有序引导民意，这才是一个真正的“意见领袖”之职责和根本。可是，就是这样一位深得观众、粉丝喜爱的明星，罔顾最起码的事实和道德公允，公然发布一些不实言论，混淆视听，引发争议；更为甚者，在网上多次发布反对宪法所确定的基本原则、损害国家荣誉和利益以及造谣传谣、扰乱社会秩序等违法违规信息的行为，唯恐天下不乱。

人前光鲜亮丽，人后妖言惑众。道貌岸

然，双面人格的“伪君子”，将自己内心黑暗、肮脏的本性展现得淋漓尽致。在他们的内心深处，根本就不懂“正人君子应该表里如一，人前人后一个样”的为人处世哲学，更不谙“敬人者，人恒敬之”之大义，表里不一的背后，是人性的丢失、人格的沦落，更是对于法律法规、良心道德的公然挑衅和践踏。

“网络不是法外之地，任何违法违规行为都将会受到法律的严惩”。关停网络大V，是对公平正义的呼唤，更是构筑清朗网络环境的坚实之举：在政策、法规面前，谁都没有特权，谁也没有特例，无论是谁，一旦解碰到“红线”，陪伴他们的定将是追责的“利剑”和法律的惩处。

Y 一家之言 YIJIASHIYAN

“领导力”泛滥 折射浮躁心态



□毛开云

我的最大特点在于“领导力”；在学校、班级举办的各种活动中，不断凸显本人的“领导力”……猴年首场应届生专场招聘会25日在上海人才市场举行，智联招聘等多家企业透露，新年招聘活动，他们看到简历中出现最多、最滥的词是“领导力”。(2月26日《新闻晨报》)

当下，就业难是不争的事实。而在找工作与找官当之间，找官当无疑会更加困难。一来，一个单位就只有那么几个官，咋可以人人都来当官？二来，刚刚就业就想当官，这些的人才多少单位敢要？三来，招聘当官的，这种用人单位尤其是企业少之又少，应届生想找当官显然难上加难。

其实，应届生求职简历中“领导力”泛滥，并非这些应届生真的是想找官当，而是追求一种时髦。当下时兴什么词语，他们的简历中就会出现什么词语。你看，这些应届生求职简历中出现的“领导力”“有战略眼光”“创新精神”“敢于创业”“丰富经验”等，哪一个不是当下的流行词？

客观公正地说，应届生确实具备这些特质，写在简历中也没啥问题。但是，很多学生千篇一律地这么写，一者，肯定不是事实，有虚假夸大之嫌；二者，招聘单位看到这些简历，要么敬而远之，要么嗤之以鼻、不加理睬。果真如此，这对求职者与招聘单位来说都是损失。

写求职简历重在平实、切忌失真，与其用那些高大上的时髦词语，不如叙述一些真实的事情。比如，与其说自己有“领导力”，不如说自己组织了什么活动、在活动中担任什么角色、效果如何；与其说自己“敢于创业”，不如说自己正在做什么事情、取得了哪些成效、未来规划和前景如何。求职简历越是华而不实，招聘单位越是望而生畏，取得的效果越是适得其反。

准备一份吸引人的求职简历当然必要，而更重要的是要与招聘单位产生共鸣，做到心有灵犀、一拍即合。应届生刚踏出校门，即使能力过人也未经过社会全面的鉴定，所以求职简历要尽量“低调”“朴实”，这对求职者尽快找到合适工作利多弊少。

求职简历中“领导力”泛滥，折射的是应届生的浮躁、不成熟等毛病，其实不存在找工作与找官当之争的问题。对此，招聘单位也要长一双慧眼，不要因为求职者的问题而让自己失去了招到英才的大好机会。

X 新华时评 XINHUASHIPING

救护车收费 容不得“天价”

□萧海川

近来山东的“天价救护车”事件成为网络热词。危重病患异地转诊82公里竟收取3600元车费，折合每公里43.9元。尽管事件以救护车管理单位退赔所有费用并道歉收场，但其折射出来的救护车非急救业务收费不透明、标准不统一等问题，仍让公众心中蒙上了一层阴影。(2月29日新华社)

救护车的用途大体可分为急救与非急救业务。经过长期专项整治，救护车急救项目的收费标准已经较为细化和明晰。相比之下，不少地方的救护车非急救业务收费就显得太过随意。比如，有的急救中心规定“非急救用车费”收费标准180元，计费单位却是空白。有的急救中心对“经批准运送病人到外省市”的收费标准是“双方协商”，不少地方的物价部门对此也称“用车费用由供需双方在使用前协商确定”。

应该看到，表面上“协商确定”好像很公平，其实很难避免“天价”出现。根本原因在于，双方的协商地位并不平等，患者方面有运送危重病患者的刚需，救护车属于集中调配的特种车辆，尽管患者当时处于非急救状态，但患者家属出于对病患者的担心，在用救护车转运病人上的议价能力显然偏弱。倘若缺乏配套的基础价格、收费明细与议价规范，协商定价就容易流于表面，甚至沦为事实上的“单方定价”和“漫天要价”。

公益性是救护车事业发展的前提。中央出台的《关于深化医药卫生体制改革的意见》提出，从改革方案设计、卫生制度建立到服务体系建设，都要遵循公益性的原则。这就意味着，拓展救护车的各项业务，要把公益性放在首位。

可喜的是，一些地方已经迈出重要步伐，开始考虑用制度来扎牢救护车非急救业务乱收费的“篱笆”。如江苏省2014年就出台非院前急救用车的省定指导价，限制上浮比例；上海市在院前急救机构内部，设立专门承接非急救业务的运营部门，同时探索非急救业务社会化运行。

期待山东“天价救护车”事件能成为解决当地救护车非急救业务收费问题的一个契机，并对更多地方带来启示。加快改革步伐，让救护车急救与非急救业务的收费更加科学、合理，使救护车真正以人民群众想得起、记得住的良好形象，推动救护事业健康发展。



转嫁

近年来，中国旅游市场规模不断扩大，从业者越来越多，加之在线旅游通过“烧钱”抢占市场，低价竞争在所难免。“组团用低价吸引游客，再按人头卖给地接社，地接社有‘赌团’的性质，先垫付了交通、酒店和餐饮费用，通常这笔钱就要由导游先垫付。”“不交这笔钱就领不到活，能不能挣回来、赚多少，全靠导游的‘本事’了。” 据新华社

S 生活观察 SHENGLIANGGUANCHA

“奖学肉”让奖励更有分享的味道

□堂吉伟德

发肉了，学生们排成一排领肉……这是昨天下午出现在温岭市石桥头镇中学开学典礼上的一幕。这些肉是给45名优秀学生的奖学金：一等奖2.5公斤，二等奖1.5公斤，肉装在一个红色塑料袋里。这已经是石桥头镇中学，第三年发肉奖励学生。(2月27日《钱江晚报》)

把猪肉作为奖励，在经济下行下，一些企业采取了这种方式，被称之为“奇葩奖励”，现在用于奖励学生身上，也难免会让人有些怪怪的味道。虽然礼轻情意重，对孩子的奖励不必以“现金至上”，从小培养其拜金主义的思想，不过奖励与身份并不相符的猪肉，颇有些“牛头不对马嘴”，然而从实际的效果来看，“奖学肉”的激励性作用，或许超乎了传统性想象，并让其充满着分享的味道。

猪肉不像现金或者其他学习用品，可以实行独享而更多只能分享。把猪肉拿回去后，既可以一顿丰盛的饭菜，让全家人都可以享用，又可以送给其他亲朋好友，也让他们共同分享。看到自己付出后的收获，能够给大家带来快乐，在满足口腹之欲时还得获得精神上的享受，这对未成年学生来说，无疑于其最大的精神激励和价值肯定，他们在体会到快乐之时，也看到了自己付出的应有价值。

奖励并分熟猪肉的过程，其实是对未成年人

价值观的塑造过程。其实，人的精神奖励和追求并不需要太高的标准，而方式和方法更为重要。同样是为了表彰先进，奖励孩子一百元现金和一块猪肉之间，谁收到的成效更为明显，或者从物化的层面说，奖励金更为灵活也更符合世俗的方式，不过却未必能达到奖励猪肉那种触及心底的效果。其实每个人都有过学生的时代，都经历和见证过奖学金的发放，但令自己印象最深刻的，恐怕还是幼儿园时期一块糖，一颗枣，拿出来与大家分享的那个过程。

独享的奖励，注定没有分享更让人拥有存在感，获得感，由此也让人对如何奖励未成年人，提出了一个现实性的问题。其实，奖励也是一种教育的方式，因而奖励的形式如何，也判断着其是否符合素质教育的要求。

“奖学肉”让奖励更有分享的味道，其在丰富奖励的形式之时，无形中对接了素质教育的要求，尤为值得鼓励和提倡。其实，对于学生的奖励不能教条化、僵硬化和程式化，而应结合年龄特点和实际情况，采取更为多元和丰富的方式，将激励作用发挥到极致。因而，“奖学肉”本身所具有的意义，并不仅仅在于获奖的学生，及其家人获得了分享，其形式的传统延续性和创新性，同样需要引发教育行业和整个社会的思考，从而做到以奖励为落脚点而尊重规律与内涵，在丰富形式的同时提高教育的层次和水平，并最终让全民感受一次“猪肉的味道”。

(请本版作者速与本报联系，以奉稿酬)