



故宫文物医院走红在意料之中,魅力就在其提供了附加值。当文物工作者具有文物范儿,让人们感受到岁月静好时,才会真正迎来文化遗产传播与传承的大时代,这同样适用于整个大文化。

——毛建国。6月9日是“文化和自然遗产日”,其主题是“文化遗产的传播与传承”。为更好地向公众展示和宣传文物保护与修复技艺,故宫文物医院将于近期向社会公众预约开放。当天故宫文物医院迎来第一批40名预约观众,首次试行开放;同时,面向社会公开招聘的文物医院志愿者,也经过层层筛选和专业培训后正式上岗。

(罗山县)发出“株连式追逃”公告背离了法治精神:现代刑法坚持的是“罪及个人原则(也叫罪责自负原则)”,正所谓“刑止于一身”,这就要求,办案和进行刑事责任归属时不能随意搞扩大化。而对几名嫌疑人家人进行“老赖”式处理,还直接挂“飞天大盗之家”的牌子,明显已越了界:一人违法,不能全家连坐。用诚信系统作为工具惩戒可能无辜的嫌疑人家属,或是直接给他们扣帽子,涉嫌滥用信用系统,涉及公然侮辱或损害他人名誉。

——光明网:《法治社会,当有“摒弃株连思维”的共识》



【今日话题】

后高考经济

每年高考结束后,数量庞大的考生和家长在毕业季推动的一波考后消费,形成了规模同样不小的“后高考经济”产业链。重庆高考生出国游人均花费将达到6300元;餐饮一周营业额能顶平时一个月,去KTV是不少高考毕业生的选择;报名学车的一半都是高中毕业生;大数据之下出现了“大数据指导人生规划”服务。你怎么看“后高考经济”?

【议论纷纷】

◎郭元鹏:关注“后高考经济”,商家有的是财富慧眼。不过,由于心里只想赚钱,却遗落了商业道德。就像出国旅游,很多此类旅游很不正规,过度宣传了出国旅游的好处,让很多家庭难以承受这样的费用,而又拗不过孩子的诉求。这就需要监管部门积极监管出国旅游公司,不能用虚假宣传诱导学生。

◎付奇:“后高考经济”一方面让部分商家赚得盆满钵满,另一方面,也让部分家庭叫苦不迭。旅游、娱乐、购物,乃至美容、整形等,既是考生消费方式,也是宣泄心情、放松心情的方式。不过,巨大压力释放之后的消费或狂欢,往往会带来非理性的冲动。“后高考经济”在很多时候演变成“浪费经济”,过犹不及的无节制消费、过度消费不仅增加了家庭的负担,也不利于孩子消费观念的形成。我们期待孩子们能够通过审慎而自觉的消费学习,开启一个张弛有度的人生。

进口抗癌药降价 别让患者等太久

□冯海宁

对于癌症病人来说,昂贵的进口药费,常常困扰着他们。近期新的政策牵动了癌症患者的心,那就是,自5月1日起28类进口药关税降至零,其中包含了治疗癌症的常用药;对进口抗癌药品,减按3%征收进口环节增值税。但是,记者近日在走访中发现,这些进口抗癌药并未降价。对此,陕西省卫计委药政处一名工作人员表示,在等国家卫生健康委员会的通知,因为“涉及国税等多个部门,可能会联合发文。”

(据《华商报》)

此前,曾有媒体根据所降低的税率算账,认为进口抗癌药的价格成本能降近20%。这对于广大癌症患者来说,会显著降低治疗负担。但是,降税政策明确后,进口抗癌药究竟什么时候降价,则是癌症患者最为期待和关心的事情,毕竟,早降价早受益,而晚降价可能会让部分患者“等不起”。

其实,目前进口抗癌药仍按原价出售,是可以理解的。因为现在市场上销售的进口抗癌药是5月1日之前进口的,并没有享受降税优惠,自然难以降价。毕竟,降税起始日并不直接等同于药品降价的开始。至于癌症患者什么时候才能享受到降税“利好”,从程序上看比较复杂。以陕西为例,进入医疗机构的药品,要进行招标采购,采购机构要等省卫计委的政策。而省卫计委则在等国家有关部门的联合发文,然后,降价药才能逐步进入地方医疗及医药机构。

难怪有关专家认为,抗癌药真正降价估计需等半年到一年。坦率说,这个周期有点长,笔者以为,能否“急患者之所急”,对进口抗癌药降价采取“特事特办”,以便提高降价效率,缩短政策落地时间?这需要从上到下明确工作时间表以及有关部门的任务和责任,让进口抗癌药通过“绿色通道”早日实现降价。

“电商定制”不能在“唯低价”中迷失

□木须虫

下周“买买买”一族将迎接电商6·18大促。不过,在电商平台上消费者正接触越来越多的“电商定制版”“线上专供款”“网络专供版”,那么到底什么是电商定制版,除了价格的差别,“电商定制版”跟“线下实体店版”有什么区别?记者调查显示,家电商上便宜但偷工减料、食品电商定制外包装不同、服装网络同款质量差很多,诸如此类,往往价廉并不物美。

(6月11日《北京青年报》)

电商平台出现“电商定制版”,一定程度上是线上销售与线下生产融合的产物,并且是线上开始拥有了对商品营销更充分的话语权,要求生产环节迎合电商销售的需要。

电商平台出现“电商定制版”,并不必然意味着这些商品一定满足消费者的需求,等同于“消费者定制”。记者的调

查也证实,线上诸多标记“定制”、“专供”版本的商品,虽然价格很低,但质量都很差,性价比之同类产品更低。毫无疑问,“电商定制”似乎正走上“缩水版”的路线。电商自诞生以来,除了提供了近乎极致丰富的选择之外,最为消费者所青睐的还是相对于实体店的价格优势。建立在价廉基础上发展起来的电商,始终维系着低价的竞争模式,而随着电子商务取代了传统商务,价格竞争从模式竞争的手段开始变成了平台内部竞争的手段。

然而,价格竞争不是没有极限的,平台商家既想用低价赢得市场,还想从低价中获得利润,那么牺牲的只能是品质。相对于过去平台商家对企业资源的依赖,如今的企业则反过来依赖电商的销售渠道,平台电商利用这一优势来倒逼企业,“电商定制”就会出现“因价订制”削足适履的问

微信对骂群,一场畸形的发泄狂欢

□罗萌

这两天,“对骂群”在朋友圈和微信群里火得一塌糊涂。对骂群的兴起源自NBA总决赛中总决赛骑士对勇士两队的粉丝因对比赛的判罚存在争议,有人在微信上建立了“骑士勇士球迷对骂群”,让双方粉丝在群里怼个痛快。后来随着围观群众的不断增加,事件迅速升级,各种各样的“对骂群”如雨后春笋纷纷冒出来,例如“香菜好吃vs香菜难吃对骂群”“摩拜单车vs对骂群”以及“鸡鸭猪对骂群”等等,主题丰富多彩。

(据《成都商报》)

这种所谓的情感发泄狂欢实际上是一种群体化的网络语言暴力。这样的网络暴力没有明确攻击对象,只有纯粹的发泄,在虚拟

的社交群里大家不用顾忌身份,谁也不认识谁,顶着“对骂群”的名头肆无忌惮地开骂。而把现实中的负面情绪带到虚拟世界中去,对网民来说几乎是零成本的,这也成为了网民们发泄的最佳途径。那些在对骂群里活跃的网民们,他们或许在现实生活中兢兢业业安分守己,一到虚拟的网络群里便开始骂人发泄,他们通过这样的方式消解心中的焦虑。这样戴着面具的发泄狂欢对他们来说是最自在最低成本的。

其实仔细研究,我们不难发现,“对骂群”里网民的行为与网络上我们所谓的“杠精”“喷子”动辄叫骂抬杠的行为是十分相似的,都是戴着面具发泄情绪,当“杠精”“喷子”聚集到一定量时就发展成为“对骂群”了。虽然当初

大家对“对骂群”感兴趣是因为里面有一些幽默高明的骂法,但是随着“对骂群”的不断发展,已经逐渐开始走偏,群里越来越多的爆粗口、地域歧视等等,这样的“对骂”实际上就是一种网络语言暴力,在这样的“群体情绪”渲染之下,谁也说不会自己是否会演变成暴力事件。

现实中会有烦恼、有矛盾、有焦虑的存在,但是逞一时的口舌之快解决不了矛盾冲突,而且也无法真正地排解你的负面情绪,只会加重身上的戾气,这种戴着面具无底线的发泄狂欢是畸形的。情感的发泄应选取健康的方式,可以通过运动、倾诉等方式进行合理调节,一味地狂喷只会让你陷入无止境的焦躁当中。



大数据相亲

大数据可以为你推荐“可能喜欢的商品”,那会不会为你推荐“可能喜欢的人”?“大数据相亲”你大概需要了解一下。所谓“大数据相亲”,就是相亲平台借助用户的互联网足迹和设置的开放性问题进行分析,通过“负面清单”和“正向清单”筛选,帮助匹配相亲对象。严女士告诉中国青年报记者,科技给她相亲助力了至少三四成。

(据《中国青年报》)

真爱是算不出来的

□范娜娜

科技加持为我们带来的或许并不全是完美新世界,有时也可能是让人细思极恐的囚笼。先不说这其中关涉的数据收集、个人隐私问题,就单单凭借着在珍爱网、百合网等相亲网站上填个问卷,弄个调查,然后直接对个体进行分类匹配,就让人怀疑其真正的效果到底如何。

大数据相亲乐此不疲地为单身男女打上鲜明的标签,理所当然认为一个人过往的数据就可以代表他,充斥着机械性,或许给机器人如此配对可以,但人不是机器。恋爱过程的摸索,感情困境中抉择,虽然带着原始的粗糙,却也有着纯粹的真挚。然而大数据相亲直接将量化的数据放到你眼前,带着不容置疑的权威,容易让人放弃自主的选择,乖乖缴械投降。

当爱情也变得算法化,恋爱中多了这么多的计算,会不会最后演化为彼此的算计?上来就先看头像,看收入,用职业、学历、外貌等诸多硬性数据来衡量一切,不仅肤浅,而且是对自己的不负责任。单纯的数据累积铸造的不一定是完美的爱情,所以指望算法给你分配一个完美对象,为你寻得个天赐良缘的单身青年还是醒醒吧,真爱不是算出来的。

推荐而非指定对象

□李涵

真爱是算不出来的,认同吗?当然认同。但是,现在讨论的是相亲问题。以往这件事情交给媒婆来做,或者靠亲朋好友口耳相传。现在搬到线上来,注入了互联网的基因。“可能喜欢的商品”你不一定会买,“可能喜欢的人”也不是强行给你指定爱人。

再者,互联网足迹缺乏真实性,可能存在一种刻意的表演,这样的情况确实存在,也不可避免。但是,把它放入相亲这个特定的情景来看,表演的假象并不是大数据分析特有的。朋友圈口耳相传的就是真实的吗?媒婆夸上天的话语就是真实的吗?生活中处处存在表演,于婚姻是否合适,还需沟通相处后的自我判断,这点至少目前大数据并没有介入。

自然相识到相知再到相爱,固然很美。但大数据筛选后的相识,并不一定意味着功利化和利益化。你可以将收入水平设置为硬性指标,也可以将“是否读过拜伦、雪莱的诗”作为硬性指标,不必臆想出一个拜金的形象。接触以后如何仔细分辨,这是生活的乐趣,大数据不能帮你,也没想过替代你完成。

爱情不难,总得有个开始,大数据分析匹配,减少交往中可能存在的冲突点,让这个开始不再是Hard模式,不好吗?