

→ 察者看台

“谐音节日”的燥热需要理性来降温

■马莎

“5·20”“5·21”“5·27”，仅5月下旬，就有三个与爱有关的“谐音日”。而进入6月，商家大玩“谐音梗”，血拼“6·16”“6·18”，以各种花式促销吸引消费。

近年来，众多商家借谐音打造了很多“数字节日”，衍生出了“谐音节日经济”。在火热“谐音节日”的衬托下，传统节日却显得相对平淡，值得深思。

“谐音节日”是互联网背景下诞生的产物，具有强烈的时代特点，其匹配当代年轻人的生活方式，气氛火热不言而喻。年轻人“谐音节日”的过法基本分两步：第一步购物、送礼、发红包，第二步将第一步的成果展示在社交平台上。看似简单的过“节”方式，不仅让个人心理得到满足，情感得到慰藉，同时也产生了经济效益。

然而，也有部分年轻人被越来越多凭空生造的“谐音节日”折腾得苦不堪言。有年轻人吐槽，起初时感觉“谐音节日”好玩新鲜，可随着越来越多“谐音节日”的“诞生”，购买礼物越来越频繁，腰包渐渐“空了”，日子越来越不好过了，直言“节日之痛不可承受”。

反观一些传统节日，虽然有着与生俱来的丰富节日内涵，但过节气氛不够浓郁。传统节日“百里不同风，千里不同俗”，本应有热闹的节日氛围，但现在很多年轻人却以“逃避”的姿态过节。

“谐音节日”虽然热闹，但不得不承认在商业运作下，越来越充斥着物欲金钱的味道。本应是给紧张忙碌的生活工作添一剂调味品，却变了味道。总结各类“谐音节日”，大多都与“爱”相关，体现了大家对情感寄托的迫切需求，但最终都归于花钱、消费。对此，应理性对待，不可盲目跟风。

传统节日该怎么过，也需要深刻反省。丰富的内涵及历史文化的根本不能变，但过节的形式可以根据时代的变化而有所创新。

首先，有关职能部门要加强引导和宣传。线下要在学校、社区等地适度举办弘扬传统节日的各类活动，让传统节日氛围在群众心底扎根。线上要

利用好社交平台进行宣传引导。近年来，利用网络开展的各类传统节日宣传活动此起彼伏，但也凸显出“内容平台不匹配”“不同平台内容同质化”等短板。相关部门应该加强对各类社交平台的调研，充分掌握平台调性，了解年轻人喜好，做到精准投放。改变“说教”式的宣传引导方式，创新形式，变被动宣传引导为主动参与互动。

其次，要加强市场监管，建立健全长效机制。不能让“谐音节日”成为不良商家哄抬物价、扰乱行业秩序的“良机”，也不能让不同的传统节日在线下市场被营销为相同的“购物节”。节假日打折促销无可厚非，但节日市场要建立健全长效机制，赋予传统节日新元素、新活力。各部门要形成合力规范“节日经济”，形成良性长效循环模式。

最重要的是，弘扬传统文化是每个人的使命和责任，共同营造积极、健康、向上的过节文化势在必行。传统节日的生命力要靠创新来延续，“谐音节日”的燥热要靠理性来降温。

→ 新闻漫话

监管“临期食品”该有“临期标准”

■李英锋



6月11日下午，在重庆蟠龙商圈一家超市的冷柜前，几名年轻人将该处标有“买一赠二”字样的酸奶一扫而空。他们对一旁的导购员说：“花一份钱，买两份甚至三份食品，有这样的‘捡漏’机会，肯定要把把握住。”类似的情况，如今在各大超市、商场属于常态，不少超市还专门设置了“临期食品选购区”。业界人士称，目前，临期食品市场规模已达百亿级。

“临期食品”本来属于销售过程中的“堵点、难点、痛点”，却在近年来成了市场上的“香饽饽”。这一变化有助于消化食品市场的库存，减少食品浪费，也能给消费者带来看得见摸得着的实惠。

但也应该认识到，“临期食品”也是风险食品，其剩余保质期越短，食品安全隐患风险就越大。为保护消费者的权益，针对“临期食品”的风险属性，有必要制定更加严格的监管标准——“临期标准”，有必要采取更严格的监管措施。

“临期食品”需要专门的法律概念和法律定位，明确“临期食品”的概念、性质、范围、临界分级标准、违法销售“临期食品”的法律责任等。还应赋予经营者更严格的进货查验和销售记录义务。由于“临期食品”具有易过期属性，应要求经营者承担动态检查清理责任，即每日对库存食品进行检查，每日更新提示信息，每日清理达到过期临界点的食品或变质食品。

当然，市场监管部门更应增强“临期监管”责任意识，对“临期食品”严管一层，瞄准风险点增加抽样检查和现场检查的频次，督促、倒逼经营者履行保质期内销售和品质把关义务，维护消费者合法权益。

→ 有话就说

“谢师宴”还是不摆为好

■刘天放



日前，杭州市教育局网站发布《关于严禁违规操办或参加“升学宴”“谢师宴”的通知》。

其中提出，全市教育系统党员干部、教职工要自觉遵守“五个严禁”，其中包括严禁违规操办“升学宴”“谢师宴”等庆祝宴席等，明确“坚决发现一起查处一起，对顶风违纪者一律从严处理，对典型案例一律通报曝光”。

高考结束，又是一年“谢师宴”来袭之时。每年中高考结束后，“谢师宴”总能成为一个热点话题。感谢老师的培养教育之恩，原本是人之常情，但近年来，一些“升学宴”或“谢师宴”之类已经变味儿，不仅存在铺张浪费、攀比恶习，还使“谢师宴”变成了“负担宴”，令各方不堪其扰。

虽然学生、家长、老师及全

社会都表达过对“谢师宴”的反感，但在很多地方，“谢师宴”仍照摆不误。这其中既有爱面子、讲排场的传统陈旧观念作祟，另一方面也是有些地方并没有加大力度严查所致。事实上，教育部印发的《中小学教师违反职业道德行为处理办法(2018年修订)》中就有“索要、收受学生及家长财物或参加由学生及家长付费的宴请、旅游、娱乐休闲等活动，属于应予处理的教师违反职业道德行为”。

须知，表达对老师的谢意，绝不只有“宴请”这一个选项，更文明健康的方式有很多。比如，为老师献上一束花、一幅字画、一个文艺表演等，这些都足以表达对老师的感恩之情，让人耳目一新，也让师生关系情意绵长。由此，“谢师宴”还是不摆为好，否则很容易变成“寻租宴”。

世相浅见

1.近日，讯飞输入法、搜狗输入法、QQ输入法、章鱼输入法、手心输入法等在多个应用商店被下架！它们都因“违法违规收集使用个人信息”，被点名通报。

点评：法有禁止不可为，是一道红线。此次被通报的违法违规App共33款，众多知名App都涉嫌非法获取、超范围收集、过度索权，暴露出相关经营者怀有“别人做得，我也做得”的侥幸心理。但是，侥幸心理终究难逃法律法规的制裁，必须接受现实的教训。有关部门“亮剑”，相关App下架被勒令限期整改，广大网民拍手称快。奉劝相关App抛弃歪门邪道，尽快改邪归正，勿再试探用户底线、法律红线。经营者必须明白，只有充分尊重用户的合法权益，为用户提供良好服务，在法律允许的范围内经营，探寻合法的盈利模式，企业才有可持续发展空间。

2.只靠招手打不到车，约车软件不会操作，线上支付搞不定扫码……各种眼花缭乱的操作让不少老年人感叹，外出打车太难。近日，上海“一键叫车”服务走进社区，刷脸识别让老年人打车不再难，获得好评。

点评：在家门口刷脸就能叫出租车，堪称老年人“打车神器”。这款“神器”看似解决了一个小问题，但背后却涉及各方诸多努力，需要有关部门、社区、物业公司、出租汽车公司、叫车平台等多个主体合力打通其中各个环节。也要看到，这一创新之举仍要注意预判并规避风险。比如，对于刷脸一直存在的备受争议的隐私安全问题，必须予以慎重考量；再如，要帮助老年人学习使用“一键叫车”，注重提升老年人使用体验。虽然从“养老”到“享老”，我们仍任重道远，但只要加快适老化改造步伐，建设老年友好型社会，未来可期。

3.一用户恶意给小米新机写差评，被小米科技有限责任公司诉至法庭，这一案件终于有了结果。近日，江苏省南京市雨花台区人民法院公布了消费者恶意差评小米10至尊纪念版案判决书。法院判定，消费者张某侵犯了小米公司名誉权，要求其在10日内删除所发的恶意评价，并且在《法治日报》刊登道歉声明，赔偿小米公司经济损失等30000元。

点评：法律对“恶意差评”给出处罚，有着积极价值和意义。一方面，这是在维护好差评机制的公平公正性。这本是一个好机制，不应该被负面的因素所影响、所左右，如此才能发挥出好差评机制的导向作用；另一方面，这也有利于形成必要的震慑效应。若是一些人意图通过“恶意的差评”来左右消费者的判断，扰乱相关的市场，也一定会得到法律的惩戒。此次给出恶意差评的男子，就是一个现实的案例。这名男子被处罚，也能给后来者以极大的警示，那就是：你可以给差评，但应该是客观的差评，不应该是恶意的差评。

综合新华网、人民网

→ 今日论坛

当好自己健康的“第一责任人”

■刘冉冉

国家卫生健康委近日披露，2020年全国居民健康素养水平达到23.15%。这是什么概念？平均100个人里有23个人掌握了基本的健康知识和技能。这一比例较2019年提升了3.98个百分点，增长幅度为历年最大，为疫情防控打下了坚实的群众基础。

健康是需求，健康是责任。对每个人、每个家庭来说，健康是排在幸福生活所有必需品最前面的那个“1”；从全社会来看，我国在新冠肺炎疫情防控中的实践再次证明，提升居民健康素养、做到预防在前是最经济最有效的健康策略。每个人都是自己健康的“第一责任人”。

当好自己健康的“第一责任人”，就要把健康的生活方式融入习惯。我们有个普遍感受，疫情发生以来，人们践行勤洗手、戴口罩、“公筷公勺”，为打赢疫情防控这场硬仗提供了有力支撑。接下来，我们要推进更多健康的“微行动”，比如学习健康知识，不迷信、不传播所谓的偏方、秘方；养成健康的生活方式，营养均衡、作息规律、合理运动；合理利用医疗服务，掌握常见的急救手段等。

当好自己健康的“第一责任人”，还需要借助全社会的硬核科普力量。人们寻求健康咨询最信任的是权威医疗机构和医生、专家，但最便捷途径是互联网，可网上信息良莠不齐，给健康科普带来阻碍。要让科普“迎”着群众走，就要聚合医院、媒体、社区等力量，协调资源，畅通渠道，让更多健康科普作品“轻装上阵”。这样既科学权威，又易懂好用，还能送课上门，合力打通健康科普的“最后一公里”。