

察者看台

“打工人”自嘲背后也有坚韧与奋斗

■针未尖

最近,“打工人”这个词火了,不仅有各种段子和表情包在网上流传,就连朋友之间聊天,可能都会先问候一句,“你好,打工人!”在这里,“打工人”是对所有从事体力劳动或者技术劳动的人的统称。无论是在工地搬砖的工人,还是坐在办公室“996”的白领,抑或是中层领导、创业者,都可以自称“打工人”。

“累吗?累就对了。早安,打工人!”“在天愿做比翼鸟,在地愿为打工人!”“没有困难的工作,只有勇敢的打工人!”……网友热传或自创的这些关于“打工人”的段子和表情包,充满自嘲与宽慰,道出许多人的心声,很容易让人产生强烈的共鸣。特别是最初满怀梦想,最终受困于现实或只能接受现实的年轻人。

“打工人”段子和表情包流行背后,是年轻人对某些职场现实的“吐槽”,对生活重担的调侃。想当初,刚入社会,年轻人普

遍想“干一番事业”“拼一份前程”。然而,随着时间一步步往前推移,才发现现实总是沉重的,“干事业”“拼前程”从来就不是一件容易的事。工作不一定是干事业,但一定是打工——本质上仍是赚钱生活生存、结婚生子、子女的教育等。正因如此,“打工人”段子和表情包,能成功跨越各行各业的职业身份,形成一种共识,其实大家都是“打工人”。

对某些职场现实“吐槽”,对生活重担的调侃,从某种意义上讲,表明不少年轻人在自我认知上实现了觉醒,这未尝不是一件好事。一方面,年轻人最终要学会务实地工作与生活,多务实、少务虚才是年轻人常态化的前进方向。有人说,年轻人至少要将70%的精力用于务实,最多将30%的精力用于务虚。而多务实、少务虚的前提就是认清自己,构建一种实际的身份认同。不把时间与精力,过多地浪费在不切实际的憧憬与幻想上,从而对未来充满迷茫。

另一方面,在自我认知上觉醒,认识到大家都是“打工人”,有助于消除“职业鄙视链”,至少可减轻职业鄙视程度。正如网友所说,长期以来人们喜欢把职业分为三六九等,工资低下,待遇不好,干苦活重活的群体才叫“打工者”。而每天坐办公室、写代码、谈生意、开会议等群体才叫“为梦想奋斗”,甚至于金融从业者看不起程序员,程序员看不起门店导购。然而,“打工人”一词风行,不管是高管、码农还是建筑工,大家不分职业不分薪水,坦坦荡荡都是“打工人”,没有谁比谁更高贵。

我们也要看到,“打工人”段子和表情包也透露出“打工人”在沉重中的坚韧、在不甘中的奋斗、在平凡中的追求。比如,“老天爷不会辜负你每一滴汗水,它们都会体现在你老板的账户余额里。早安,打工人!”这些段子传递出,虽然人在打工却不卑不亢,透露出一种自嘲式的坚韧,相比于佛系、丧文化,它带有更积极的乐观主义色彩。

有话就说

应当灵活接收现金支付

■益 言

目前,因为拒收实体人民币支付的服务窗口越来越多,给客户特别是上了年岁的老人客户带来不便,笔者不仅听到不少有关这方面的社会反映,而且还亲身经历过。为此,笔者不得不有话要说。

几年前,一位乡下老师来县城税务局交税款,往窗口递过钱去,工作人员坚拒不收,说只能刷卡收取。老师急出了一头汗,进趟城几十公里不容易,他立马想到找人,结果想到了笔者。笔者接到电话后带卡匆匆赶去,才为老师解了难。前不久,笔者去电信部门交宽带费,掏出钱包时,收款员却连连摆手:“我们不收现金,客户只能用微

信、支付宝转账。”笔者庆幸微信钱包余额够支付了,不然,又得另想办法。

不可否认,服务窗口拒收现金,只刷卡交费,或用微信、支付宝转账,是有一定道理的,至少是方便了服务窗口单位的收费管理。然而,凡事都要考虑周到些,不能只顾本单位的方便而让群众不方便吧。况且,服务窗口的不,就是替客户着想、为客户服务的吗?当然,笔者也遇上过较好的例子,即在某乡镇的电网营业厅里,按客户要求交电费,应扫码电网微信公众号进行转账支付。但乡村多数老年人不会,甚或没有智能手机,但这个窗口的收费人员体贴,在接收了客户的现金后,再点开自己手机

里的电网微信公众号,输入客户的电表号码进行交费。如此灵活接收现金支付的做法,无疑是值得肯定的。希望各服务窗口向其看齐,把方便让给客户,为人民服好务。

最后还得讲一点,拒收现金支付当否?答案是否定的。根据金融相关法律法规的有关规定:中华人民共和国的法定货币是人民币,以人民币支付中华人民共和国境内的一切公共的和私人的债务,任何单位和个人不得拒收,禁止妨害人民币的流通。大家从这规定可以看出,拒收现金支付,实际是一种违法行为,这就应当引起高度重视了。至于与时俱进,搞数字货币,等等,则另当别论。

热点漫评

防控“小胖墩”需多方合力

■郑桂灵

国家卫健委、教育部、体育总局等六部门制定的《儿童青少年肥胖防控实施方案》近日印发。方案提出,以2002—2017年超重率和肥胖率年均增幅为基线,2020—2030年0—18岁儿童青少年超重率和肥胖率年均增幅要在基线基础上下降70%,为实现儿童青少年超重肥胖零增长奠定基础。

近年来,我国儿童青少年的超重肥胖率呈快速上升趋势,已成为威胁儿童身心健康的重大公共卫生问题。家长作为孩子的抚养者和监护人,负有第一责任,履行好职责就

当走出认知误区,充分认识超重肥胖的危害。肥胖婴儿和儿童在成年期可能会继续肥胖,而且更可能在成年时形成各种健康问题。

有效防控“小胖墩”,需要改善膳食结构和告别不良生活习惯。家长要为孩子合理选择、搭配和烹调食物,保证其营养均衡和食物多样性,减少煎、炸等烹调方式,控制油、盐、糖的使用量。教育儿童不挑食、不偏食,学会合理搭配食物和选择零食,不喝或少喝含糖饮料等。

学校作为少年儿童的学习、成长乐园,防控“小胖墩”责无旁贷。这就需要充分关注学生



的膳食结构和体育锻炼,严格落实国家体育与健康课程标准,确保每周至少3小时的高强度身体活动,保证学生课间休息和适当活动。

政府部门和医疗卫生机构也当从自身职能和职责出发,为减肥降重“从娃娃抓起”做好引领与服务工作。期待防控“小胖墩”,早日成为社会共识和全民自觉行为。

说道说道

1.全国信息安全标准化技术委员会等机构成立的App专项治理工作组近日发布《人脸识别应用公众调研报告(2020)》。报告显示,有九成以上的受访者都使用过人脸识别,具体用途当中“刷脸支付”最为普及。不过有六成受访者认为人脸识别技术有滥用趋势,还有三成受访者表示,已经因为人脸信息泄露、滥用而遭受到隐私或财产损失。

大数据时代,人脸也是非常关键的数据信息。个人数据信息保护工作看似是技术问题,其实是法律问题,也是社会问题,过度采集或者滥用、泄露个人生物特征信息,都可能造成不小的风险。特别是围绕用户数据信息衍生出来的黑灰产业链,侵

犯了消费者隐私,给人们的生命、财产安全带来严重隐患,危害社会稳定。相关部门要坚持问题导向,紧跟科技发展的脚步,正确认识到科技发展的两面性,建立健全公民个人信息保护法规,完善抵御风险的政策与措施;建立更严格的人脸数据存储标准和使用规范,消弭技术开发方、App运营方各自为战的数据孤岛;严厉打击相关违法犯罪行为,破除人脸识别领域的风险,用严格的监管来筑牢信息安全的基础。

——评论员 斯涵涵

2.最近,网上突然兴起一种妆容——“家暴妆”。在一些社交平台上,美妆博主们“秀”出了各式各样的“家暴妆”,并得意洋洋地以为“很美”“很可爱”。

家暴给受害者的身体和心理带来巨大的伤害,让许多家庭坠入深渊。这些让人痛心的悲剧,却成了一些人妆容的灵感来源,并引发了一群人的猎奇狂欢。这样的“秀”无异于在别人伤口上撒盐,残忍又愚蠢!不是所有东西都可以拿来娱乐消费的,不是什么玩笑都能乱开而没有后果。用戏谑的态度,对待极其恶劣严肃的事情,会给受害者造成更深的伤害,也会降低违法犯罪者的畏惧心。家暴从未停止,而毫无下限的娱乐消遣,无疑是在助纣为虐。“家暴妆”一点都不美、不可爱,相反那踩在别人伤口上娱乐嬉戏的样子丑陋至极。不要把无知当好玩。不论什么秀,请守住那份底线!

——评论员 王 平

热点发声

“八成大学生支持”的国货要再接再厉



近日,《中国青年报》的一项调查显示,目前90后、00后对于国货非常支持,近八成受访大学生愿意支持国货,对国产品牌发展怀有期待,9.36%热衷于购买国货,10.81%认为相较国外产品,国货质量有待提高。在使用体验上,质量优秀(52.60%)、性价比高(48.65%)、性能好(45.74%)以及颜值高(31.7%)是消费者选择国货的几大原因。

1.在过去的较长时间里,不少消费者心目中的国货是“价廉物不美”的“低端货”代名词,没能占据国内的高端市场,一些消费者更青睐于进口产品。而近年来,国货的品质、性能与价值都有显著提升,越来越多的中国品牌开始占据高端市场,受到消费者的欢迎。国内消费者越来越喜欢国货,不仅是“支持国货”的情感流露,更多在于一种理性选择。是国货崛起了,国货在质量、性能、性价比等各方面越来越能与进口产品相“抗衡”,甚至优于对方,让消费者用脚投票,成了国货的拥趸。

不过既要看到国产品牌取得的成绩,也要看到中国品牌在一些领域仍然与国际知名品牌的差距较大。在高端市场,一些进口品牌仍然地位牢固,为国产品牌所难以撼动。一方面,“已自强”的国货还要变得更强大,百尺竿头,更进一步;另一方面,国产品牌更要看到自身存在的短板,再接再厉,继续砥砺前行。

——评论员 戴先任

2. 在国产品牌与国外品牌的PK赛道中,更多国产商品正通过“沉淀品质、提升性价比”“占领电商平台沃土”等方式,获得以80后、90后为代表的消费主力青睐,逐步实现弯道超车。经过多年努力,“国货之光”愈发闪耀,这无疑足令人欣慰的。特别是在促进国内经济大循环的当下,国货崛起的意义更是不可小觑。

国货崛起正当时,消费者支持国货是荣耀更是动力。当然,即便国人支持国货,在情感和文化上偏爱国货,也并不意味着愿意在质量上放松要求。站在全球市场竞争的新起点上,国货要自强,还是要立足质量加强创新,以强化产品质量和打造知名品牌为抓手,发力“中国智造”,让国货不断焕发出新的生命力。在强大的内需驱动与国人日渐强大的自信下,期待更多国货成为全球好货。

——评论员 张冬梅