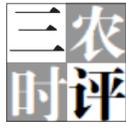


农村防溺水，要把“好钢用在刀刃上”

□□ 刘诗麟



应该认识到，防溺水要想真正起到“防”的作用，就要有效调动各方力量，结合各地基层实际，实行更为灵活高效、可行性强的工作方式，合理统筹家长、学校、社会各方责任，让各责任主体都能把“好钢用在刀刃上”，打起十二分精神做实事。

正值暑期，有关防溺水的话题再次成为公众关注热点。不久前，有学者发表文章称在乡村中小学调研时发现，有不少基层教师抱怨防溺水工作陷入形式主义。比如，一些学校为做好防溺水宣传，要求班主任做到“十个一”，包括围绕宣传进行一次家访、让学生写一篇防溺水作文、发一封防溺水告知信等；还有学校要求老师每天在线上家长群里发提醒信息，周一到周五一天两次，周末和假期每天一次，完成后还要留存截图、做好台账。文章评论区也有基层教师留言，抱怨自己大量精力被放在防溺水等非教学任务上。

学校为什么对防溺水工作提出如此细致繁琐的要求？背后的原因值得深思。暑期防溺水不是新话题，近年来各地围绕防溺水也做了不少工作，可有时意外的发生难以避免，尤其农村野外公共水域多，防溺水任务相对更重。对此，各级政府都面临不小的压力，而基层一线作为负责落实相关要求“最后一公里”，所承受的层层传导的重压可想而知。这些压力一部分就体现为上级部门分派给学校和老师的各项繁重任务，一些任务还被分解为各种宣传、考

核，并要求逐一留痕、做好台账，以证明相关部门和学校在防溺水工作上尽职尽责。于是，在重留痕、重过程的工作导向下，一些地方防溺水的工作要求越来越多、考核形式越来越多，可这些要求有哪些能起到实际作用，却鲜少有人考虑。

而从结果来看，一些“走过场”的防溺水工作形式，尽管投入大量人力、物力，有时也未必会取得预期效果。基层学校本就教学事务多、任务重，基层教师力量不足、工作时间长等问题也客观存在。再加上这些防溺水的繁重任务，教师不仅难以抽出时间精力在节假日认真巡河、值班，还可能对防溺水工作产生反感情绪，到头来反而不利于工作推进。就农村家庭实际情况来看，许多年轻父母在外地工作，在完成老师

交代的手机打卡、刷题考试等任务时，家中老人不会操作，就得交给远在外地的父母来做，这就造成了一些安排给家长的“面对面”宣教工作，变成隔着屏幕打卡交差，浪费了功夫不说，还没起到应有的效果。

应该认识到，防溺水要想真正起到“防”的作用，就要有效调动各方力量，结合各地基层实际，实行更为灵活高效、可行性强的工作方式，合理统筹家长、学校、社会各方责任，让各责任主体都能把“好钢用在刀刃上”，打起十二分精神做实事。

总的来看，除了通过常规的宣传、巡河等手段“堵”住溺水隐患，还要优化防溺水的责任机制和教育手段，筑牢“家校社”一体的安全防线。特别是对于教师目前面临的防溺水重压，有必要及时调整，构

建更加符合实际、合情合理的工作机制，给教师“松绑”。实践中，有乡村小学制定了防溺水排班制，每周轮换值班教师牵头工作，帮助教师短暂缓解压力，集中精力做好本职工作。宣教工作中，则应注重宣传质量而非数量，重宣传效果而非宣传花样，要结合农村家庭具体情况，把防溺水要求真正有效地传递给孩子和看管孩子的家长，提高孩子防溺水的自觉性和识别危险的能力。

从更大范围讲，守护暑期农村儿童安全，呼唤更广泛的社会力量参与，需要更多社会组织帮助农村孩子满足暑期玩乐需求。比如，此前就有公益组织把暑期游泳课程带到农村地区，或是通过求生技能实操培训，让孩子们科学直观地认识溺水危险，在寓教于乐中提高安全意识和求生技能；也有企业投入资金，为农村建设村级游泳池，让农村孩子拥有便利又安全的游泳环境。总之，预防农村儿童溺水，离不开学校老师的努力，需要家庭加强监管，也需要全社会的关心支持。唯有有人绷紧防溺水安全弦，方能最大程度避免溺水事故再次发生。



本期关键词
导游推销

暑期多地迎来旅游高峰。据新闻报道，有游客在景区遇到导游强行推销，引发广泛关注。有网友表示，导游变着花样引导消费者购物，会影响游客对景区的观感，长久来看也不利于景区打造品牌。也有网友认为，导游辛辛苦苦带着游客参观，过程中还帮助游客介绍当地旅游产品，反正最终是否花钱消费，取决于消费者自己。对此，你怎么看？

加强管理，避免导游变“导购”

□□ 杨雨蓉

在各大景区，导游一直是游客美好旅程的关键一环，人们在导游的专业服务中，了解各个景点背后的历史典故和文化内涵，增强对景区的了解认知。但近年来，导游群体里有不少人开始变身商家的“代言人”，以推销商品为主业，不仅影响游客对景区的观感，还损害导游行业形象。为了避免导游变“导购”，有关部门还应加强重视，想办法提高导游整体素质。

比如，对违规推销的导游及时批评教育，引导他们规范服务；集中对导游群体加强职业培训，提高其专业素养和服务能力。考虑到现实中，许多导游因为薪资低，在工作上缺乏动力，因此还有必要从长远考虑，结合地方情况规范导游薪资制度，优化导游收入模式。比如在确定底薪的基础上，将游客好评度作为提成的考虑因素，促使导游将工作重心放到做好服务上。

建议制定旅游产品“白名单”

□□ 赵成辰

实际上，游客在景区旅游不仅是赏景，还有购买特产需求，所以导游介绍旅游产品，在某程度上契合了游客消费需求，是利于双方的好事。但部分导游在推销时，没有考虑游客的实际需求，反而以拿提成为目的，使得“特色”变“特贵”、“便民”变“宰客”。如近年来被曝光的景区天价玉石、天价药材、天价首饰等，进货只需几十、几百元，进了店就卖几千、上万元，消费者花了钱，还踩了坑，

苦不堪言。对此笔者认为，制定旅游产品“白名单”不失为一个好办法。有关部门可以指导景区做好相关工作，比如制定购物点产品准入名录，对假冒伪劣产品实行禁入限入，助力当地特色农产品销售。同时要监督导游按照名录推销产品，并给游客留出自由参观选购的时间。如此，既能让消费者花钱买到实惠，也有利于地方打造特色品牌。

真诚服务方能获得好评

□□ 刘茜

导游在景区给游客推荐产品，为何会让游客有被强行推销的不适感？笔者认为，这是因为导游的眼睛只盯在了推销产品上，而忽略了要给游客带来美好体验。

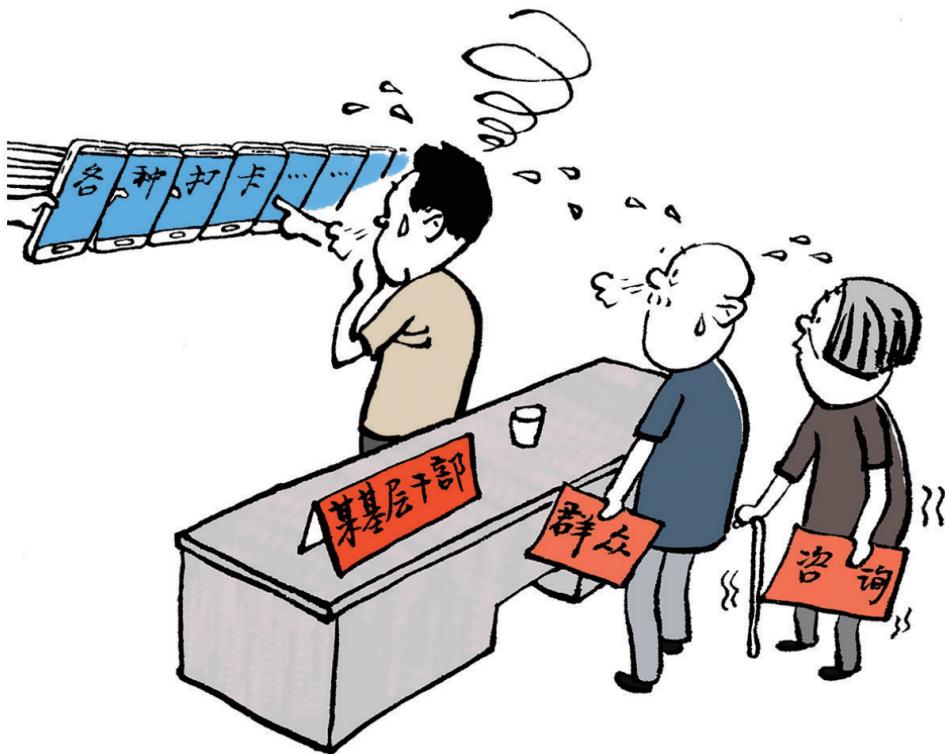
游客到一个陌生地方旅游，在衣食住行等多方面，都少不了导游发挥作用，比如根据游客喜好安排最佳旅游路线，避开人多的地方让游客更好拍照留念，帮助游客在景区更方便地吃饭购物，推荐地道又实惠的门店给有需要的游客等等。可以

说，整个旅程既是游客的体验游，也是导游的“导演秀”，可以充分展现导游的人格魅力和服务能力。如此看来，如果导游能做到真诚服务，把各项服务做精做细，想必在给游客推销产品时也不会让人感觉到不舒服。近日走红的新疆导游小祁就是个很好的例子，他因为真诚细致的服务感动了游客，受到了实名表扬，两天之内在某平台账号涨粉200多万，一时间火遍网络。这也佐证了，真诚服务才是打动人心的制胜法宝。

不同部门开发的应用软件功能雷同，同一功能软件被开发出省、市、县乃至乡镇版本……近日，人民日报刊登一则读者来信，反映了当前基层工作中“指尖”上的负担。由于工作软件功能相近、数量众多，基层干部每天光是登录使用软件就要耗费大量时间和精力。

在数字化办公趋势下，许多地方开发出各种办公软件，方便了基层干部办理公务。但一些部门却将软件数量、留痕多少当成绩效考核的标准，开发一些不必要甚至功能重合的软件，让数字化办公流于形式，造成资源浪费，也给基层干部带来新的负担。建议有关部门对此开展专项治理，对功能重合的软件进行合并，及时取消没有实用性的功能与考核。这个过程中，要多听听基层干部的意见，收集一些好建议，将其用到优化软件中，让基层干部轻装上阵。

这正是：
雷同软件功能近，基层干部负担大。
流于形式费资源，合并功能促优化。
文@双生



《“指尖”上的负担》

作者：王铎

编者按：为进一步规范食用农产品市场销售行为，保障食用农产品质量安全，市场监管总局近日发布《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》（以下简称《管理办法》），自2023年12月1日起施行。针对各地市场使用“生鲜灯”误导消费的问题，《管理办法》明确提出，销售生鲜食用农产品，不得使用对食用农产品的真实色泽等感官性状造成明显改变的照明等设施，误导消费者对商品的感官认知。如何规范生鲜市场使用照明灯具，让农产品销售市场更有序成为热议话题。

“生鲜灯”纳入执法有利于维护消费者权益

□□ 余明辉

多年来，生鲜农产品尤其是生鲜肉摊上挂“生鲜灯”已是普遍现象。有消费者抱怨，在摊位上看着新鲜的猪肉，买回家就没那么新鲜好看。但站在商家角度，他们觉得使用灯光是为了照明和美观，灯光与肉本身的质量好坏没有直接关系，只要肉品新鲜，使用“生鲜灯”无伤大雅。使用“生鲜灯”的行为到底应该如何界定，是否合理合法的边界在哪，始终饱受关注和争议。

事实上，“生鲜灯”的使用在一些

时候已经涉嫌违反法律。首先，我国广告法规定，以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的相关情形，都构成虚假广告。由此不难看出，在“生鲜灯”的照射下，个别不那么新鲜的生鲜产品被“美容”后，一些问题和瑕疵被掩盖，这种情况下诱使消费者交易就是一种变相虚假广告行为。其次，根据消费者权益保护法规定，经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当

真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。因而，如果消费者买回家发现被“美容”过的果蔬肉类不新鲜甚至变质，可认定为消费者权益受到侵害，亦可以诉诸法律维护自己的消费权，让商家进行相应赔偿。

然而现实中，因为“生鲜灯”应用的场景大都是商超市场，消费者在挂灯摊位买到的肉、菜总价都不高，如果因此走法律途径，花费更高不说，还会投入很多时间在维权上面，到头来添了不少

麻烦，因此一些消费者也就选择“认了”。一定程度上，这也放任了滥用“生鲜灯”的现象。在这种情况下，本次《管理办法》的出台，为纠偏此类行为提供了新的治理思路和方式，弥补了执法层面的制度空白，让广大消费者的权益得到更直接有效的维护。期待未来市场监管部门可以开展相关执法检查，打击违法违规行为，减少商家滥用“生鲜灯”问题，从源头上堵住可能侵犯消费者权益的漏洞。

禁用“生鲜灯”只是第一步

□□ 侯馨远

“生鲜灯”使用的一纸禁令，为消费者维护权益、监管部门提升执法力度提供了依据。禁用“生鲜灯”有助于遏制生鲜销售“李鬼变李逵”的现象，为消费者买到优质安全的农产品添一份保障。不过也要看到，要想让农产品销售市场更规范更高效，让更多优质农产品打开销路、市场价值得到充

分体现，禁用“生鲜灯”只是一个方面。加强对农产品销售市场的管理服务，让“良币驱逐劣币”，还有很长的路要走。

诚然，由于运输储存、市场销售等环节的一些不规范操作和漏洞，生鲜市场确实存在个别需要靠“生鲜灯”来“美颜”的劣质产品，给市场秩序和消费者

权益维护带来隐患，禁用“生鲜灯”可以有效避免此类问题。但禁用“生鲜灯”，归根结底是为了让消费者买到更优质的农产品，禁住了劣质产品，更重要的是要让更多优质安全有特色的农产品得到更多消费者的关注。所以，在做好农产品市场规范化监管的同时，更重要的是做好服务和引导工作，促进优质

农产品卖得好、卖好价，让好的商品成为受到消费者认可的市场“宠儿”，体现出它本有的价值。这就需要相关部门更加积极主动地为经营者搭好平台、营造环境，引导商家规范、高效地售卖优质农产品，给优质农产品更多露脸展示的机会，从而被更广泛地宣传推介到消费者面前。

征稿启事

正值毕业季，有关青年人返乡就业的新闻频频引发关注和热议。有人上了4年大学后回乡扎进田里，努力推广家乡“土特产”；有人因擅长互联网营销，回到乡村做起电商直播，吸引了一批粉丝群体。有不少网友表示，返乡就业已经成为当下青年人值得探索的就业路径，相比大城市更容易做出成绩；也有人觉得，从城市返回家乡工作，要面临许多不适应和困难，需要做好充分心理准备；还有部分人提出，回到家乡发展的机会和途径还不多，很难找到令自己满意的工作。对此，你怎么看？

欢迎各位读者围绕上述话题，踊跃投稿。稿件请发送至邮箱nmrbpinglun@163.com，邮件标题注明“大家谈投稿”。来稿500字以内为宜，论述不求面面俱到，观点鲜明、具有新意、语言简洁即可。截稿日期：8月5日。

“村民托举电缆线2小时”感动之余应反思

□□ 郭元鹏

最近，发生在某地省道上的一幕感动了許多人。据媒体报道，在暴雨之中，某地省道上的一根电线杆倒地，几位村民合力托举垂下来的电缆线，确保受阻的车辆安全通过。直至应急处置力量到达现场，他们足足坚守了2个多小时才撤离回家。笔者认为，在感动于村民善举之余，还应多一份追问和反思。

其实，面对倒地的电线杆，村民能及时将情况告知有关部门，并做好临时安全警示，已是善举。但他们不仅没有限于此，还进一步用实际行动切断了安全隐患。一条电线杆拦在路上，往小了说会导致过往车辆堵塞，影响道路交通秩序；往大了讲，电线杆暴露在大雨天，有可能触发漏电事故，给过往车辆、行人造成安全威胁。在这样的危急情况下，几位村民的自发行为尤为珍贵，这种舍己为人的精神值得我们学习。当然，这并不是说鼓励村民不顾自身安危去做这件事，在遇到类似的突发情况

时，还是应当排除安全隐患后谨慎采取行动，在确保自身安全的前提下保护他人。

另外，感动之余，我们还需要多一份思考和追问。从电线杆倒地到应急救援队伍到达现场，中间间隔了2个多小时，从应急救援的要求来看，这个时间不算短。当然，这可能是因为暴雨突至，有关部门要处理的紧急事情太多，碰到雨天路不好走，赶到事发地需要一定时间。但是，如果能再提高一些反应速度、更快出发行动，或许村民就不必在雨中托举电缆线2个多小时了。这样的追问也许略显苛责，但面对事关公共安全的应急救援问题，一定要有足够的安全意识和充分准备。就拿电力检修来说，不仅要在日常加强对电线杆的检修，确保及时发现、消除隐患，还要在发生突发事故时，真正做到第一时间到达现场，最快速度解决问题。这也是几位做出义举的村民给我们带来的深层思考与提醒。