

寒冬最是问暖时

■塔元培

“鲁甸的这个冬天不会冷”。寒冬时节，习近平总书记来到云南鲁甸地震灾区。走进帐篷，他摸了摸棉被，问受灾群众“暖和不暖和”。温暖细节背后，牵挂的是灾区父老冷暖、谋划的是乌蒙山区扶贫开发。“大寒节令送大爱，龙头喜降丰年雪。千家万户彤彤日，十万乌蒙尽开颜”，大伙写的诗，写出了党心民意的共鸣，也诠释了干部的责任与情怀。

“让农村贫困人口、城市困难群众等所有需要帮助的人们都能生活得到保障、心灵充满温暖”，实实在在的新年贺词，为民情怀感动了无数人。太行踏雪访真贫、定西跋山思脱贫、湘西调研话扶贫……坚实的足印中，为政理念一以贯之：一心一意为老百姓做事，心里总是装着困难群众。这是一种示范，更是一种倡导。

俗话说，锦上添花易，雪中送炭难。对干部而言，难就难在真正把群众放在心上，设身处地为他们着想，真心实意为他们解难。很多时候，对困难群众的态度，就是一枚试金石，检验着干部的成色。

一枝一叶总关情，寒冬最是问暖时。当年，在大雪封门的日子，焦裕禄强忍病痛，去看望农村孤寡老人、五保户。漫天风雪中，一个声音穿越时空——“共产党员应该在群众最困难的时候，出现在群众的面前；在群众最需要帮助的时候，去关心群众、帮助群众”。心中有民，脚下才有动力；心中有责，肩上才有担当。时刻牵挂百姓的安危冷暖，多想想困难群众，多想想贫困地区，就会多做雪中送炭、急人之困的暖心事。

现实中，也有一些干部，把个人利

益看得重，把群众利益看得轻。有的人总想着自己能拿多少福利，而不问百姓能分享多少红利；总惦记自己能有多大进步，而不管事业能有多少进展。这样的干部，干工作涛声依旧、患民生乏善可陈，甚至罔顾民生疾苦，大做花上垒花、华而不实的虚功。冷漠如刀，扎伤的是民心；私心如墙，隔开的是党和人民群众。正因如此，拧紧思想上的“总开关”更显得关键。分清了公与私，明确了权与责，才能掂出轻与重、排好先与后，做到“民之所好之，民之所恶之”。

一位基层干部蹲点一段时间后，感慨地说：原来以为自己干得不错了，下乡后才发现，还有许多工作不扎实，老百姓不满意的地方还不少，要做的事情还很多。关心群众、排忧解困，没有完成时，更没有“限定时”；既着急时，更看平时。

民生大于天，民心重如山。做好这道考题，一则以“情”，一则以“实”。常常去贫困地区走一走，常到贫困户家里坐一坐，常同困难群众聊一聊，民情民意自会了然于胸；扶贫扶到点上、根上，济困济在生计、出路，惠民惠出实效、长效，各项工作就会做到百姓心坎上。

“四面湖山归眼底，万家忧乐到心头”，悬挂在岳阳楼上的这副名联，标举着千百年来仁人志士的政治抱负与追求。此时此刻的中国，茫茫雪原上，“暖心煤”惠及上百万农牧民；南疆大地上，“短平快”项目解决了数以万计少数民族群众就业；贫困山乡里，中央专项资金让孩子们有了崭新课桌椅……“与人民心心相印、与人民同甘共苦、与人民团结奋斗”，实在而又深沉的宣示，是当代共产党人的信念，更是每一个干部肩上沉甸甸的担子。

画中有话

意外之财



■文/言者 图/春鸣

从农村到南京打工的武学德，日前在街上意外捡到一个皮包，里面竟有13万元现金！这让他蒙了。随后几天，他不敢声张，吃不好睡不香，拉着装有巨款的行李箱四处转悠，心里总在纠结该把巨款怎样处理。最终，他和同伴来到派出所，将钱当面交还失主。这时，武学德的脸色才舒展开来。

面对捡到的意外之财，昧还是不昧，有

时可能就是一念之间。尤其是一笔巨款，一般的人可能都会犹豫、纠结，这并不奇怪。正如这位农民工，家中缺钱，打工收入有限，十几万元对其贫困的家庭真是“雪中送炭”。但最终，良善的本性还是战胜了贪欲。面对失主，他承认曾经纠结过，但“自己不是坏人”，所以不会拿这笔钱。其实，好人坏人，有时真不是那样泾渭分明，关键在于你能否守住那细细的一道底线。无论如何，还是为农民工大哥点个赞吧。

“暖医”与“暖患”

■白剑峰

最近，一位麻醉医生的手绘漫画在网上走红。湖南荣军医院为一名聋哑孕妇做剖宫产手术。术前，因孕妇无法交流，麻醉师姚翔急中生智，把手术流程绘成漫画，孕妇心领神会，手术顺利进行。这位“漫画哥”的妙手仁心，引来网友纷纷点赞。

这让笔者想起另一个故事。在上海瑞金医院附近的黄金地段，有一套两居室房子，瑞金医院的多名外地进修医生免费在此居住。原来，在国外工作的王先生的妻子患乳腺癌，前来瑞金医院治疗。化疗期间，王先生租下了这套房。一年半后，妻子离开人世。为了表达对医护人员的感激，王先生把房子留给医院无偿使用，并表示把租金一直付下去。这位“租房哥”的善举，令很多医生动容。

一位“漫画哥”，一位“租房哥”；一位“暖医”，一位“暖患”。二者看似毫无关系，实则有着内在联系。医生善待患者，患者感恩医生，医患共情，互相温暖，构成了一个正能量“循环圈”，这应是医患关系的常态。

其实，医患关系并不复杂。但是，由于医患之间长期存在误解，缺乏足够信任，导致双方互相猜疑，可谓“如临深渊，如履薄冰”。在博弈论中，有一个经典模型叫“囚徒困境”。大意是，两名共同作案的嫌疑犯被隔离审讯，彼此无法知道对方的态度。如果一方招供，一方抵赖，招供方无罪释放，抵赖方判刑10年；如果双方都招供，各判5年；如果都抵赖，两人都无罪释放。结果，双方都选择了招供。本来可以“双赢”，最终成了“双输”，根本原因在于双方缺乏信任。眼下，医患关系也陷入“囚徒困境”。患者看病时偷偷录音录像，随时搜集证据，以备不时之需，医生防不

胜防；医生为了避免吃官司，采取防御性措施，该冒的风险不冒了，该做的手术不做了，患者利益受损。可见，医患对立，没有赢家。

近年来，由于恶性伤医事件时有发生，很多医生产生了过度防卫心理。有的提出建立“黑名单”制度，有的要求配备“防身武器”，有的主张以暴制暴、以牙还牙。这些做法都是不理性的，有可能激发更大的对立情绪，导致更激烈的冲突。以怨报怨，终非良策；以心换心，才是出路。

医学不能掺杂仇恨，也不能掺杂猜疑，这是由医学的本质决定的。纵观医学史，就是一部爱的历史。在远古时代，当人类看见同胞流血、呻吟、痛苦、受难，于是想去帮助、救治、抚慰，这就产生了最初的医疗。可以说，医学是爱的产物，人类心底的善良是医学之根。没有慈悲，就没有医学。

重建医患信任，如何才能打破僵局？毫无疑问，医方先行。因为在医疗行为中，医生占据主导地位，患者处于相对劣势。所以，医方应该迈出第一步。事实上，患者的求医行为，本身就包含着对医生的信任。当患者生病时，向医生倾诉痛苦甚至隐私，这是出于信任；当患者赤裸裸地躺在手术台上时，把生命交给一群陌生人，这也是出于信任。面对如此重托，医生理应深怀敬畏之心。一名“暖医”，未必是“神医”，但必须是一个有温度的人。“暖医”未必能治愈百病，但可以抚慰百心。医学是最人文的科学，也是最科学的人文。医生有温度，医学才温暖。

作为患者，谁都希望遇到“暖医”；作为医生，谁都希望遇到“暖患”。其实，温暖既来自外界，更来自内心。与其寄希望于别人给予温暖，不如让自己先温暖起来。当人人都有温度时，世界就不会冰冷。

旅游纪念品不该“撞脸”

■王珂

不久前我到内蒙古旅游，帮朋友带了一条手工围巾作为纪念品。朋友看到围巾却哭笑不得：被商家标榜为内蒙古特产的手工围巾，跟他在云南旅游时买回的围巾“撞了脸”，不仅颜色、质地相近，连围巾中间的绣花样式都一样！

为了搞清围巾的“出身”，我和朋友尝试上网搜索，却更加困惑：售卖类似围巾的商家不止来自内蒙古和云南，全国各地都有商家在售卖相同款式的围巾。朋友无奈地打趣说：看来，这条围巾只能说是“中国特产”了。

旅游纪念品遭遇“大众脸”，恐怕不是我独有的经历：一块绣着几朵花的手绢，印上“湘绣”是湖南特产，印上“蜀绣”就成了四川特产；长得一模一样的折纸扇，可以被当作“峨眉山旅游纪念”，也可以摇身一变成为“泰山旅游纪念”；更不用说，手工玛瑙项链、天然玉石手链、民族遮阳帽，成为散布在各大景区、堪称“万金油”的旅游纪念品……如此纪念品，怎能提起游客的兴趣？

反观国外景区，大多有特色鲜明、做工精致的纪念品。在日本北海道，蕴含“紫色薰衣草”意义的纪念品，包括薰衣草香皂、紫色围巾、薰衣草果酱等受到游客欢迎。在英国伦敦，印有英国威斯敏斯特大教堂、议会大厦、白金汉宫等

等图案的工艺品销量可观。在澳洲堪培拉，做工精良又有当地特色的羊毛靴很抢手……

“没有任性的购物，堪称精彩的旅游。”旅游消费新阶段，旅游购物成为很多游客的刚性需求。对于游客来说，逛逛当地商店，买些旅游纪念品，不仅为旅途增添色彩，也能和更多人分享旅游的快乐。对于景区，纪念品不仅是发挥旅游带动作用的一大抓手，也是体现景区软实力和吸引力的关键所在。

国外旅游纪念品销售火爆，其中道理并不复杂：让纪念品回归最原始的味道，多一些当地特色，少一些生硬模仿，添一些文化味，减一些商业味。纪念品是文化的载体，文化是纪念品的灵魂。散发着文化醇香的纪念品，对游客才有纪念价值。

说起文化，国内景区本应有足够的自信。然而，相当长一段时间，景区更多被看作是经济资源，忽略了其文化资源的属性。景区忙着上项目、建景点、收门票，却忘了发掘背后的文化宝藏。事实上，经历初期发展阶段的景区，将来的核心竞争力还要体现在文化上。

文化是一坛埋得很深的美酒，深挖文化，离不开完整的产业链。应从特色文化到创新创意，再到形成产品、市场营销，打造一个有效运行的纪念品产业链条，充分发挥市场的作用，让纪念品成为游客有口皆碑、景区最为靓丽的一张名片。