

# 为领导让“位”点赞

——评《周口日报》2月10日《市领导会见第二届“感动周口”十大人物或其亲属》

《周口日报》2月10日刊登了一篇标题为《市领导会见第二届“感动周口”十大人物或其亲属》的新闻报道(如图),并配发了新闻图片。图片中“感动周口”十大人物披红挂彩端坐在前排坐椅上,而市领导却一字排开站在他们身后,充分体现了领导干部对英模群体和先进典型的关心和尊重。这篇报道图文并茂,立意清新,相得益彰,很好地表现了主题。

“接见”与“会见”的一字之差体现尊重敬慕。长期以来,人们形成了这样的思维定式:开会领导坐台上,合影领导坐中间,视察领导走前边,领导讲话叫指示,领导会面叫接见。而《周口日报》2月10日的报道,却“反其道而行之”,标题不是“接见”而是“会见”。“接见”,一般是上级领导与下级部属见面,或者领导与许多人的见面;“会见”一般是指同级别,或与之大致相同级别的见面前。报道不用“接见”用“会见”,充分体现了市领导对“感动周口”十大人物的尊重与敬慕。

“坐着”与“站着”的位置调换彰显公仆情怀。通常的新闻图片报道,领导与英模代表合影,大都是领导坐前面,英模代表站后面。而《周口日报》刊登的图片中让“感动周口”十大人物坐前面,而市领导却站在他们身后。这一坐一站,突出了主题,找准了位置,明确了关系:“感动周口”十大人物是领导干部水乳交融的亲人、相濡以沫的同志、朝夕相处的朋友、尊重学习的榜样。“坐着”与“站着”的位置调换体现的是市领导将自己自觉置于群众之间的一种习惯,是心中时刻装着人民群众的公仆情怀。

“图片”与“文字”的相得益彰强化视觉冲击。如今,报纸已进入读图、读题时

代。精致而有个性的标题和有视觉冲击力的图片对于表现主题起到了至关重要的作用。图片是无声的诗,文字是立体的画。文字无法表达的意思,图片给予了直观的展示;而图片无法交代的背景,文字给予了精练的叙述。这篇图文并茂的报道,给我们传递了四个方面的信息:一是“感动周口”十大人物是经过人民群众层层筛选推荐而来,代表了人民群众的意志和心愿,应该得到社会的尊重、赞扬和学习。二是他们的事迹感人,在他们身上集中诠释了周口人助人为乐、见义勇为、勇于担当、守信践诺、孝老爱亲、敬业奉献的高尚品质,彰显了人间大爱,展示了人性大美,感动了全社会,温暖了全周口。三是实现周口崛起、富民强市、全面建成小康社会,不仅需要物质力量,更需要强大的精神力量。四是领导干部真正转变作风,践行群众路线,树立群众观点,就要从现在做起,从一点一滴的小事做起,在思想上重视、在行动上落实。弄清楚相信谁,始终把人民群众放在心中最高位置;弄清楚依靠谁,自觉摆正与群众的关系;弄清楚为了谁,始终牢记领导就是服务、干部就是公仆。

新闻阅评员认为,《周口日报》大力宣传“感动周口”十大人物的先进事迹,形成强大的舆论氛围,既是积极践行社会主义核心价值观的有力抓手,更是讲好周口故事、树立周口形象、建设“文明周口”的有效载体。这样的报道有利于引领带动全社会崇尚先进、尊重英模,形成知荣辱、讲道德、促和谐的社会新风,带动全社会唱响文明周口建设的主旋律,凝聚实现周口崛起的正能量。

(新闻阅评员)

## 医保跨省漫游还可以再快点



■燕明

跨省就医时可使用参合地的医疗保险即时报销,免去了往返的麻烦,减少了医疗费用的支出,这样的地区未来将继续增加。据国家卫计委官网消息,国家卫生计生委、财政部近日联合印发意见,今年将依托国家新农合信息平台,选择部分统筹地区和定点医疗机构,开展跨省就医费用核查和即时结报试点。到2020年,全国大部分省区要在具备条件的定点医疗机构开展跨省就医直接结报。

对医保跨省漫游,坊间的说法很多,专家的建议不少,政府部门的表态也有一些,但相关部门的实际行动,如试点、推进等,似乎还是不多,导致“异地就医报销”成为一大难题。医保的公信力也被现实消解不少。倘若医保只局限于一个小区内使用,其结果只能做到“只医难保”。

医保跨省漫游的共识早已达成,其实施难点主要有两方面原因:一则,各地医保政策各行其是,在对接过程中难以操作,即便在一省之内,保障水平和缴费水平都有差别,更遑论省与省之间的差别

了;二则,异地就医在监管上也存在极大难度,如费用不易控制,而且还可能发生伪造病历骗保的事情。因此医保跨省漫游的推进,不能令人满意。

如今,医保跨省漫游出台了时间表,这意味着,推进医保跨省漫游,今后将有路径可循,与此同时,这样的规定出台,也让人看到了异地就医可以享受社会保障的曙光。

只是从时间表来看,推进医保跨省漫游的节奏似乎有点慢了。如今医保对接而言,有了明确的路线图——跨省就医异地报销比例,执行参合地报销政策。这意味着推进医保跨省漫游并不存在利益上的大障碍了,只需要突破技术上的瓶颈就可以了。就这样并不复杂的问题,何须等到5年之后呢?如此漫长的时间段,的确很难让人看到相关部门推进医保跨省漫游的决心与诚意。

医保难以跨省已经是存在多年的老问题了,理应早就研究解决方案。因而,推进医保跨省漫游不能慢悠悠,应有只争朝夕的魄力。可以说,任何改革都会触碰既得利益的蛋糕,也必然会受到一些干扰,但这不是医保跨省漫游慢悠悠的理由与借口。医保跨省漫游的时间表给人们带来了信心与希望,但在具体的推进过程中,理应果断一些,多一些快刀斩乱麻的决心,如此,推进医保跨省漫游才不至于成为一场持久战,才会在最短的时间内照进现实,以便最大限度地惠民、利民。

## 日本马桶盖杭州造不是黑色幽默

■剑一

海外购物是很多中国人出境旅游时的重头戏,不过,最近爆出的两则新闻,可能会让一些买家心情复杂:其一,春节期间在日本被中国游客抢到断货的“智能马桶盖”,部分品牌其实是杭州某企业生产的;其二,备受中国游客追捧的每斤150元的日本“一日惚”大米,实为辽宁盘锦出口,国内售价仅每斤6元到15元。

大费周章地从海外“抢购”洋货,回家仔细一研究才知道,原来是兜着圈子买回了“中国制造”,这样的情节确实有些黑色幽默。不过,在一些大型批发市场“一处货源供全球”的模式下,估计很多人都有在海外买“中国货”的经历。因此,这并不能成为嘲笑中国游客“钱多人傻”的证据,反而应引发我们思考。

仔细研读相关新闻可知,这些在海外镀金的“中国货”与普通的“中国制造”其实略有区别。生产“智能马桶盖”的杭州企业的客服表示,在日本销售的马桶盖在国内没有同型号出售,完全依据日本的相关标准生产,从质量上讲要优于国内的同品牌产品;盘锦市有关部门也表示,出口日本的“一日惚”大米是按日本标准进行种植和管理的,有机栽培、人工灭虫、不会喷洒对人体有害的化学农药。

这两个案例证明了一个并不新鲜的判断——“中国制造”并不一定是廉价的、山寨的,而是完全有可能达到国际一

流水准。只不过,一些企业在面对国内外客户时,采取了双重标准。究其因,出现“好的卖给洋人,坏的留给同胞”的局面,是因为中国在质量检测标准、安全风险标准等方面的要求原本就偏低。

有报道称,中国游客今年春节一周仅在日本的消费额就高达60亿元;同时,春节期间中国国内零售额增幅逐渐降低,2015年零售额同比增长仅11%,创下自2005年有统计以来的最低水平。两相对比不难看出,部分中国人“钱多”不假,但却未必“人傻”——在消费选择方面,大多数中国人都是比较理性、审慎的。

随着中国民众出境旅游呈爆发式增长,越来越多的中国民众开始走出国门,再加上海外代购等消费方式日渐兴盛,未来必将有更多中国人在海外解决购物需求。如何将中国人巨大的消费潜在境内释放出来,如何让“中国制造”真正赢得国内民众的信任,无论是对中国政府还是对中国企业,都是一个艰巨的课题。

消费习惯的养成并非一日之功,但如今越来越多中国人宁愿憋着劲等出国时再“买买买”;消费者信任的流失也不是一夜之间发生的,但如今很多中国人都已经形成“国外产品比国内质优价廉”的印象。如果仍像过去那样用“钱多人傻”来调侃这些新变化、新趋势,在未来的消费格局中,我们或许会失掉更多城池。

画中有话



■文/言者 图/春鸣

因长假结束来往车辆多,四川毕家坝高速公路收费站日前严重拥堵,车辆排长队超8公里。有车主不满长时间塞车,堵住收费站口,提出免费放行要求,双方僵持数小时。直到半夜时,一位醉汉突然跑上前,将一个个栏杆强制打开,赢得一片欢呼声,饱受堵车之苦的旅客这才陆续离开。

收费站的职责是收费,否则便是失职,但高速公路的本质是要提供快速通行之便,当收费与交通畅行矛盾时,是恪守死规定,还是以客户利益为重?双方僵持之下,一个醉汉的酒后之举,竟让问题迎刃而解,这看似笑话的结局,既令人错愕又给人几分启迪。醉酒者的疯言妄行当然不宜提倡,但当人们为现实中盘根错节的矛盾或争论不休,或迷失方向,或深陷泥潭不能自拔时,其实也是醉了。