

“共享单车”: 在共治中规范前行

朱昌俊

今日论语

“共享单车”实名制后怎样保障用户信息安全、是否会进行总量控制、如何更好地引导车辆规范停放?在交通运输部23日举行的例行新闻发布会上,有关负责人对《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见(征求意见稿)》的一些热点问题予以回应。

相关负责人介绍,目前全国共有互联网租赁自行车运营企业30多家,累计投放车辆超过1000万辆,注册用户超1亿人次,累计服务超过10亿人次。如此大的市场投放量、用户数量及服务人次,足以证明“共享单车”的市场活力,和其在民众绿色出行与“打通

最后一公里”上的助力。

规模越大,对民众的生活介入越深,就越需要通过明确的管理来加以规范。“共享单车”运行一年多,与社会的磨合更加顺畅,但一些问题也逐渐暴露出来。此时出台《指导意见》规范管理,可谓正当其时。比如押金问题,意见要求企业对用户收取押金、预付资金的,应实施专款专用,接受监管,建立完善用户押金退还制度,积极推行“即租即押、即还即退”等模式。这实质与指导意见将“共享单车”改名为“互联网租赁自行车”是契合的,因为按照常识与社会经验,租赁中的押金一般都是“即租即押即还即退”。这既是对押金安全的保障,也是与人们生活习惯的一种对接。

“共享单车”如何投放?意见

给了各城市自行定位的权力:根据城市特点、公众出行需求和互联网租赁自行车发展自行定位。相较于一些地方实行的总量限制,这一规定无疑更为灵活,展现了一种开放式的科学管理的态度。要知道,“共享单车”数量到底多少合适,硬性标准不合适,采取灵活的数量管理而非一刀切,显然更契合市场的实际。

“共享单车”规范运行,不只是公司单方面的事。这次指导意见也呈现出鲜明的共治理念。如要求各城市合理布局自行车交通网络和停车设施,推进自行车道建设,规范停车点位设置,对不适宜停放区域和路段可制定负面清单实行禁停管理,对城市重点场所应当施划配套的自行车停车点位。长期以

来,我们的路网规划中,并未给自行车留出应有的空间。在“共享单车”时代,随着人们出行习惯的改变,给予“共享单车”更多的路权,是保障安全、鼓励人们绿色出行的必要配套。而“共享单车”的停车点设置,也应该跟上现实的需要。这些都有赖地方公共部门及时跟进,为“共享单车”的安全、便利行驶,创造必要的外部条件。

当然,指导意见仍只是一种指导性的管理框架,具体的“共享单车”管理措施,还有待各地政府根据城市的实际情况制定。无规矩不成方圆,不共治难以行远。从企业到地方政府,再到使用者个人,都应该肩负起应有的责任,扮演好各自的角色,如此才能让“共享单车”在共治中规范前行。

新民随笔

共享还是搞笑

吴强

我用双字母打词组,“GX”两个字母键入,本来想写的是“共享”,先跳出来的却是“搞笑”。我不禁搁笔,其实是停下手指,觉得这真是一个不错的隐喻!

写这个话题,是因为所谓共享洗衣机出街了。支付一定费用,就可以使用放在公共场所的洗衣机烘干机。

看到这消息,我很激动,我儿子也很激动。儿子激动,是因为他坚称自己从小就开始享受共享经济、参与共享经济了。当然不是骑车,他还没到12岁。说的是超市门口,投一元硬币,他就可以优哉游哉的摇摇车;还有超市里面,投一元硬币,他就可以全神贯注玩的抓娃娃机。他坚称,那就是共享摇摇车、共享抓娃娃机——“你又不会买一个电动马、抓娃娃机放在家里。”他说。

我竟无法反驳,因为我发现我竟然也从小就开始“共享”了。水桥下那个老头家,房间里拉几根绳子,挂上一溜连环画,交几分钱就能坐下看半天,我的《三国演义》《说岳全传》启蒙,就是在那里刷出来的,包括我的许多小伙伴。所以,“有啥了不起,爸爸几十年前就开始‘共享’了。”

既然如此,“共享”怎么就忽然火起来了呢?照我看,现在“火”的这些共享,都是“伪共享”。共享第一要义,是利用存量。闲置不用的物品或者时段,拿出来为人所用,才是共享。你额外添置一套,以收费为手段、以营利为目的。没有所有权,只有使用权;不求所有,只求所用。营销做得再好,那也就是出租。这倒非我一家之言,交通运输部颁发的国家级指导意见就明确说是“互联网租赁自行车”,而非共享单车。啥共享啊,还真别嫌low,你那个,就叫出租!

即便是存量,也不能瞎动用。比如前几天报道的,抱迪士尼大腿的所谓民宿,收几套普通小区民居,啥证照资质都没有,就在网上招徕生意了。扰民又违法。不该动用的存量,不该赚的钱,动了、赚了,对不起,那叫违法。

一窝蜂共享,只是蹭热点,不是真创新。说是做共享、以为用共享,你真的想清楚了么?

“课上不讲课下讲”岂止是师德败坏

日报观点

从现在起到年底,河北将在全省开展中小学校和在职教师有偿补课集中专项治理,并重点查办在课堂故意不完成教育教学任务、课上不讲课下讲并收取补课费,以及打击报复不参与有偿补课学生等严重违纪、败坏师德的行为。

课上不讲课下讲,不仅是师

德缺陷,还是教师未能履行基本职责的表现。尤其对作为公职人员的公办学校教师,应把这种行为纳入教纪和校纪的约束范畴。本质上说,教师故意不完成教学任务,通过“开小灶”的方式私相授受,跟公务员明面上不给群众办事,私下以寻租的方式给人办事没有什么区别。

传统上认为,公办学校教师端的是铁饭碗,因为并不直接掌

握公权力,所以他们也离针对公务员的反腐较远。其实,教师掌握的教育权,同样是公共权力的一部分。教师主要收入来源于财政拨款,传授知识是在履行公共职责,传授的知识可以说是一种非物质公共资源。从事课外有偿补课,就是变卖公共教育资源,滥用公共教育权力,属于一种变相的以权谋私。(王钟的 刊今日中国青年报 本报有删节)



借镜头

——不要数据,不要实验室,不要开夜车,论文马上就出版!
天呈画

自由谭

每到五六月,大考临近,各种冲刺补习班的消息总是不绝于耳,“贵”是集中吐槽的焦点。近日就有媒体称,北京不少初三毕业生都报了辅导班,普通级别的班要花费一万多元,而有些“一对一辅导”、“中考冲刺班”课程的费用则要超过十万元。

一时间,“人傻钱多”的指责甚嚣尘上,家长急功近利、应试教育贻害无穷的反思也紧跟其后,似乎他们犯了天大的错,活该被拿来批判。这其中,总是缺少了家长的声音,作为埋单者,作为最心疼孩子的人,他们难道不知其中的利害?为何又纷纷执意错下去?

一个简单的解释是,贵是贵了点,却未必不值。天赋异禀又自律刻苦的孩子只是极少数,但追求优秀却是绝

“但求心安”的成本与代价

宋鹏伟

大多数人的目标。就这一个孩子,在关键时刻为他加把劲不行吗?其实贵也是相对的,对于一线城市的家长而言,十万元也就是很多家庭两三个月的收入,如果能换来孩子分数的大幅提高,顺利进入一所心仪的高中,实在是一笔超值的投资——既省了更多的钱,又为将来高考成功奠定了扎实基础。

退一步说,即使没有多大作用,很多家长同样认为值得去试试看。一方面,当辅导班几乎已成为毕业班孩子的标配,拒绝课外辅导的成本就会越来越高,即使孩子成绩不错,家长也难免会自责——如果他报上辅导班,也许就成了年级前十名。另一方面,“有劲使不上”的焦

虑总是困扰着家长,给孩子报班几乎是他们唯一能做的事,就算没多大效果,花几万元买个心安不值吗?这样的人,也许是大多数。

为了不留遗憾、保持希望,人们总是愿意付出一定的代价,尤其是事关未来和健康的事情。譬如有人选择婴儿奶粉,务必是洋品牌,甚至还必须是海外代购,殊不知营养成分未必适合国人,很多渠道也存在安全风险。还有微信上流传的各种食品安全的谣言,这个秘方流出,那个食品致癌,转发者未必不怀疑真假,但还是反复转发给亲友,就是想“万一是真的呢”?反正搞错了也没什么实际危害。更艰难的选择,

发生在重症晚期病人的家属身上,是缓和医疗,让亲人有尊严地离开,还是穷尽一切手段,即使明知希望渺茫,病人痛苦,也要尽可能延长其生命?很多人选择了后者,虽无所谓对错,但“无法面对一个悲伤结果”事实上成为决定因素。

所谓心安即是归处,追求心安是人的本能,也是很多美德、良俗的来处。在此意义上说,凡事尽心尽力以求最好的结果,就是心安的本意,而那些掩耳盗铃、不辨是非的做法,至多只会延缓不安。至于两者的界限在哪里,哪些又是必要的代价,实在是一道难解的人生课题,除了诚实面对内心,没有任何捷径可走。

新民新语

无非套路

孙佳音

“终于去把《摔跤吧!爸爸》看了,很燃很好看。不过,也就是一部完成度非常高的宝莱坞电影。唉。”走出电影院,我迫不及待地,在社交媒体上表了态。实在是因为,这部印度电影被太多人褒奖、激赏和推荐,连挑剔的豆瓣网友都打出了9.2分,好于98%运动片、99%传记片。

要知道,传记片和体育片,按照惯例,涉及其中任何一种,在票房上都是“必死无疑”。但《摔跤吧!爸爸》却在票房上也逆袭、完胜。截至目前,上映已四周,排片仍超过30%,累计票房8亿多,自5月10日起就连续“霸占”单日票房排名第一,远远甩开在卡司、视听冲击力和画面美感上都更胜一筹的《银河护卫队2》。

但我还是要说,印度神迹,不过是套路,而已。严苛一点讲,《摔跤吧!爸爸》展现的是如何用最常规的叙事手法,达成最大的情感效果。也就是说,这部电影的完成度远大于创意,程式化的类型元素和情节设计,在一众演员出类拔萃的配合下,焕发出了美好莱坞但又新鲜生动的气息。

回家后,我又认真琢磨了下。如此口碑和票房,总有道理。比如,影片的运动镜头,真的有点厉害,得益于演员超过半年的专业摔跤训练,动作场面甚少借用剪辑,很多用大镜头展现动作空间和演员表演,凌厉、紧凑、动人。比如,它所讲述的在女性社会地位低下语境中的励志传奇,虽是印度故事,但因为同为东方国家,其中女孩的困境和父亲的方式,都能轻易唤起国人的理解和感动。

还是隐隐觉得,无非是套路够深够全。但也更疑惑,为何大多数的华语电影,连这套路也没能依样画葫芦地学会?

其实《摔跤吧!爸爸》之所以好看,就是因为这些在剧本中看起来可能无用的、废话的、多余的、俗套的,至少不惊艳的“套路”。电影140分钟,铺垫超级充分,交代过于体贴,但当一股股细流慢慢汇聚,最终却凝成巨大的力量,冲击并打动了观众。

我们的演员、编剧和导演,不是看不会,也不是学不会。只是很多人已经不习惯,认认真真讲故事,扎扎实实拍片子了。

唉。