

新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115

总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582
Email admin@scxb.com.cn

零售价 1元/份
全年定价 240元

法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师

承印单位 安徽新华印刷
股份有限公司

安徽财经网
www.ahcaijing.com

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信 scxb123



掌中安徽
微信二维码



掌中安徽
APP客户端



星报官方微博



安徽24小时

非常道

李彦宏:害怕万一出事 减慢中国自动驾驶速度

日前,百度董事长李彦宏在世界智能网联汽车大会上介绍,百度阿波龙运营1万公里零事故,他表示,“自动驾驶汽车不出事才是硬道理,担心万一因为我们的一个小错误导致整个中国的自动驾驶技术发展速度减缓。”

@梨视频

微声音

挖鼻孔增加肺炎风险 快收回你罪恶的手指

英国科学家最近发现,挖鼻孔可能导致肺炎。参试者用沾上了肺炎细菌的手指挖鼻孔,或者将鼻子凑近闻被肺炎细菌污染的手指后,研究者发现挖鼻孔或揉鼻子时,肺炎细菌传播数量最多,传播速度最快。

@生命时报

热点冷评

“零用钱协议” 更是一种财商教育

□汪昌莲

近日,广东东莞一名律师妈妈与10岁儿子五年间签署的四份协议引发网友和媒体的关注,有人认为签协议有利于孩子法律意识的建立,也有人认为协议缺少了人情味。律师妈妈对记者表示,五年间,孩子对协议从被动签署到主动参与与成长了不少,习惯了在协议中充当“乙方”的儿子,也越来越意识到了规则和凭证的重要性。(10月21日《北京青年报》)

在笔者看来,家长同未成年孩子签订“零用钱协议”,利大于弊,从小处讲,是对孩子的一种财商教育;从大处讲,从小培养了孩子的规则意识和契约精神。

不可否认,现今一些孩子在零用钱使用上,可以说是毫无规则意识。比如,此前有报道称,一名11岁男孩瞒着父母,用压岁钱买了一部手机,父母发现后找商家要求退款,双方发生纠纷。《民法通则》规定,十周岁以上未成年人属于限制民事行为能力人,只能进行与其年龄、智力相适应的民事活动,其他行为须征得法定代理人同意。11岁男孩属于未成年人,购买手机这种大宗商品,显然已经超出了其民事行为能力,属于“无效交易”。

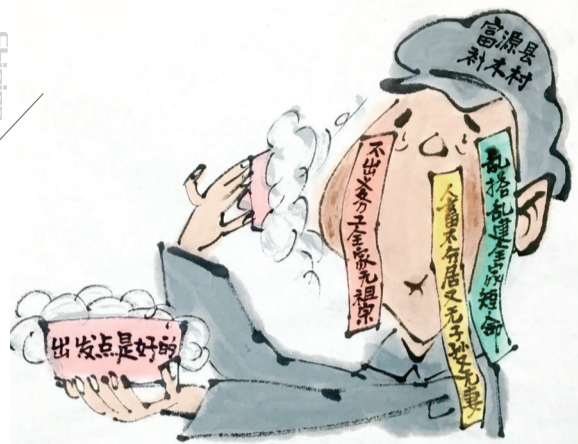
特别是,在现实生活中,一些孩子在花钱时,养成了一些不良习惯,甚至形成道德上的缺失。比如,有些孩子一旦有了零用钱,就去泡网吧、打游戏、买零食和有害玩具;更有甚者,花钱买一些自己不该买的“东西”:让同学代写作业,在评比、选班干部时“拉选票”,等等。出现这种情况,表明学校和家长在对孩子的教育管理上,存在一定弊端。

可见,家长与孩子签订“零用钱协议”,更是一种财商教育。事实上,让孩子学会理财和理性消费,是教育孩子的一种手段。许多家长没有认识到,给孩子零用钱,其实是孩子的一种“成长需要”。比如,让孩子自己乘车、买文具、买图书,其积极意义在于,通过“购买”这种最基本的社会生活方式,培养孩子的劳动意识、合理的消费观念和独立生活能力。因此,针对孩子使用零用钱,家长也不能一味地“堵”,而是配合学校,通过零用钱的发放、管理和使用,给孩子以正面的引导,使正确理财和理性消费,伴随着孩子健康成长。

诅咒式宣传标语不应出现

□张国栋

时评
Shipt



越涂越丑

王恒漫画

“乱搭乱建全家短命”、“不出义务工全家无祖宗”、“人畜不分居又无子孙又无妻”……日前有网友爆料,云南省曲靖市富源县墨红镇补木村出现数十条诅咒式标语。就此,墨红镇政府和补木村村委会向记者表示,这些标语虽用词不妥,但出发点是好的,贴出不久即已撕掉,并向村民作了解释。(10月21日《北京时间》)

“标语虽用词不妥,但出发点是好的”,往往是出了诅咒式标语问题后,官方应对舆论的“标准”说辞,但必须明确的是,任何工作都不能只讲出发点,而是得讲过程和实际效果,宣传标语更是这样。否则,出发点再好,结果也可能很糟。

诅咒式标语在公共场合出现,折射出相关管理者责任意识、文明意识的不对等,即要求别人讲文明,却忽视自己同样有讲文明的责任。也就是说,那些明眼人都能看得出来的不雅甚至是恶搞,在不少官员那里,却只是无关大局的“用词不妥”,权力至上思维认识,由此可见一斑。

这也正是问题之所在,说明在部

分官员眼里,对一些“下三烂”的无限推崇,轻易地将此赋予代表公权力的宣传标语之中,丝毫不顾及受众感。这至少说明他们是缺乏对权力的谦抑,罔顾了权力所应恪守的文明、理性、法治。投射到具体的执法行动中,难免就是简单和粗暴。

可以认为,由权力部门拉出宣传标语,其实是官民沟通互动的过程。在此过程中,既需要情商,也需要智商。对此,习近平总书记曾讲过,做实际工作情商很重要,更多需要做群众工作和解决问题的能力,也就是适应社会的能力。当一条标语充满诅咒意境而引起民众严重不适和反感时,这显然也是情商严重缺失的表现。由此而来,实际宣传效果,也就不可能是“好的”了。

无论如何,宣传标语的作用,本质上都是在倡导文明,首先需要以文明的心态、文明的方式去促成,而不是靠谩骂和诅咒。也因此,除了要“撕掉”已贴出的诅咒式标语,更需要“撕掉”心目中固有的权力至上、只讲“出发点”而不顾后果的思维定势。

时事乱炖

私家车车身贴广告被罚需警醒

□杨玉龙

因在自己的私家车车身上张贴广告,车主张阳(化名)近日受到交警部门处罚:除了缴纳200元罚款,还被勒令清除车身广告。(10月21日《法制日报》)

事实上,伴随着私家车越来越多,车身上贴广告由于具有价格便宜、画面抢眼、传播广泛和宣传持久的长处,越来越引起人们的追捧。这些在移动的车辆上制作张贴各种广告产品,包括房地产、日用品、通讯、物流等等。殊不知,私家车车身贴广告看似是小事,但或许会触犯法律规定,难逃相应的法律责任。

首先,车身广告从本质上而言就是户外广告,也就意味着私家车车身贴广告应符合《广告法》等相关规定。比如,利用交通工具绘制、张贴、悬挂的广告应向工商行政管理机关申请户外广告登记,领取《户外广告登记证》。也就意味着,即便是私家车车身贴广告也不能任性,也须履行相关手续,且接受相应监管。

其次,从交通安全来看,车身贴广告须以不影响安全驾驶为前提。《道路交通安全法实施条例》就规定,机动车

喷涂、粘贴标识或者车身广告的,不得影响安全驾驶。所以,即便被批准做广告的私家车也要遵守交管规定。比如,汽车的前后风挡、前引擎盖和后备箱盖不允许粘贴广告,而且不能改变车的主体颜色,所有广告面积不得超过车体的2/3。上述车主之所以被罚,是因为该车左右后面及玻璃上贴满广告字,整个车体处处布满广告字体。

其实,因私自在私家车车身上贴广告被罚的案例不在少数。除去被挨罚的风险,司机更应该注重的是安全,比如,后挡风玻璃被广告覆盖,司机在开车时,尤其是倒车时,广告会遮挡视线,从而给行驶带来安全隐患。

总而言之,“车是自家的,在车后挡风玻璃上贴广告不会影响驾驶”这样的认识是错误的。更何况,这些广告内容也须把好关,涉嫌虚假宣传,不仅会误导消费者,同样也难逃法律制裁。当然,对于这些私家车车身贴广告行为,不能仅仅依赖于交警处罚,工商行政部门也应做好相关知识的普及。而尤为重要的是,驾驶员个人当增强守法自觉。