

# 读书的功利性和非功利性

哲明

再过几天,4月23日,就是一年的“世界读书日”。一个读书的话题又萦绕脑海,挥之不去:读书的功利性和非功利性。

在我以往的工作经历中,经常参加一些领导班子的民主生活会。民主生活会作为党内一项十分成熟的基本制度,主要功能是剖析和查摆问题,开展批评和自我批评。在自我批评时,很多同志会谈到学习问题,有人则把学习的“实用主义”和功利性太强作为问题来讲,认为自己的学习主要着眼于满足工作需要和解决实际问题,学习的系统性和连贯性不够。我认为,这个说法后半部分是对的,前半部分不但是问题,反而是要大力倡导的。

学习首先要有明确的目标指向,强调针对性和实效性。对于领导干部来说,学习绝不仅仅是个人的兴趣爱好,想学什么就学什么、想不学什么就不学什么。这样刚性要求,是为了更好履职,提高解决实际问题的能力和水平;如果学习连“实用”也不讲了,那就会成为一种“虚无主义”,是要不得的。

应该怎么个“实用”法呢?首先是“缺什么补什么”。每个人都

有短板弱项,缺在哪里?要补什么?自己应该最清楚,只有及时补上了,才能避免“木桶效应”;其次是“带着问题去学习”。就在开展的主题教育来说,应该聚焦工作推进时的难点、群众急难愁盼的焦点、引领未来发展重点,以及长期积累的老大难问题、新近出现的苗头性问题、影响深远的趋势性问题等,以“问题导向”指引学习方向、明确调研走向、寻求治理良策。如果要求再高一点,那就是“盯牢高标去学习”。围绕“争创区域样板、打造一流城市、跻身第一方阵”这个总目标,在高质量发展、高水平开放、高能级城市建设、高效能城市治理、高标准安全保障、高品质民生服务等方面,有针对性地对标学习。通过学习,及时更新“知识库”,勇于争当变革者,摒弃“老方一帖”、杜绝墨守成规,变“此路不通”为“勇创新路”、“没有先例”为“成功案例”。

在强调学习要实用、真用、管用的同时,还必须注重学习的非功利性效应,也就是潜移默化的长期积累。这仅靠组织规定的时间和篇目学学显然是不够的,还得有足够的自觉性和拓展性。不能以“眼前

有用够了”自我满足、浅尝辄止“盲而忘学”,防止以“工学矛盾”难以处理为由“忙而忘学”,切忌因应酬过多导致“乐而忘学”。爱因斯坦说过:“人的差异性往往在于业余时间,业余时间产生着人才,也产生着懒汉、酒鬼、牌迷、赌徒。由此,不仅使工作业绩有别,也区分出高低优劣的人生境界。”陶渊明则说:“勤学如春起之苗,不见日增,日有所长;辍学如磨刀之石,不见日损,日有所亏。”知识和能力,只有靠坚持不懈的点滴积累才能不断增长,在“信息爆炸”、知识更新越来越快的今天,尤其如此。

医学上有术语叫“药物半衰期”,指的是药物进入人体血液后,其有效浓度下降到一半所需要的时间。一种药物的半衰期越短,每天需要补充它的次数就越多。每种药物的半衰期是不一样的,有些药物每天只需要服用一次,有些则需要服用三次,就是为了维持有效血药浓度。一个人的知识浓度也是这样,今天学的知识可能没几天就过时了,就像有人所说:一天不学,自己知道;两天不学,旁人知道;三天不学,大家都知道了。当今时代,知识的“半衰期”越来越

短,不勤学,真不行。

学习习惯的养成、知识储备的更新、思维能力的提高,不可能立竿见影。为什么一些干部“书到用时方恨少”,有些则能在关键时刻脱颖而出,这与他们平时的读书、思考、积累密不可分。长期的非功利性学习,必然叠加上超常的势能,在需要的时候快速释放、精准抵达、解决问题,达到王国维《人间词话》中所谓“众里寻他千百度,蓦然回首,那人却在灯火阑珊处”的自然境界。

非功利性学习的最高境界,事关人的修为。因为它是一种自觉、一种习惯、一种生活常态,学习过程本身充满愉悦和快乐。除了学以致用,还能学以怡情、励志修德,是灵魂的伴侣、精神的导师、心灵的良医,是提高个人文化品位的重要途径。有人说,读书是门槛最低的幸福生活方式,既能让人心诚、心正、心宽,更能让人心静、心怡、心安,从容睿智地面对人生,走向更高层次的精神追求和人生修炼。



# 医养结合受欢迎:是商机但有待规范

冯海宁

19日,中国消费者协会发布《2022年养老消费调查项目研究报告》显示,老年人居家养老需求重在家政清洁、餐饮、老年饭菜等“日常所需”。机构养老需求重在医养结合,特殊护理用品、辅助用品需求增加。低龄老年人消费更具活力,升级消费需求明显,高龄老年人养老亟需加大支持力度。众多模式中,医养结合更受欢迎(4月19日央视网)。

医养结合更受欢迎在意料之中,因为多数老年人体弱多病,希望在养老机构获得“养老+医疗”服务,这样可方便老年人就医,打消老年人及其家属的健康顾虑。机构养老中约80%以上为失能失智老年人,他们更需要医疗服务。另外,根据北京等地规定,被评估为失能失智的老年人床位费用,可由社保统一支付,额度可观,大大减轻老年人养老费用负担,自然更受欢迎。

国家卫健委2021年披露的数据显示,全国共有两证齐全的医养结合机构床位数为158.5万张,超过90%的养老机构能以不同形式,为入住的老年人提供医疗卫生服务。可以说,日益增长的医养结合服务,既满足了老人的需求,也做大了市场蛋糕。

医养结合受欢迎,又为养老机构、医疗机构提供了商机,对前者而言,只有自建内部医疗机构或与专业医疗机构合作提供医疗服务,才

能更受老年人欢迎,提供单一养老服务机构的则前景不妙。对后者来说,要么从医疗机构转型为医养结合机构,要么主动与养老机构合作提供医疗服务,才能从市场中分得一杯羹。

“十四五”期间,我国老年人口将超过3亿人,从轻度老龄化进入中度老龄化阶段。随着老年人基数不断变大,对医养结合服务需求自然也在不断增加。这既需要养老机构、医疗机构及各类资本看到商机后,不断扩大医养结合服务供给规模,满足老人需求,也需要政策层面进一步支持医养结合,让老年人在机构养老中更健康、生活更幸福。当然,医养结合也是经济增长点。

需要指出的是,做大医养结合服务蛋糕,不仅需要各方投入、参与和政策支持,也需要监管部门积极介入,因为部分医养结合服务尚不规范。譬如,曾有部分老年人被医养结合机构诈骗,法院为此向相关卫生健康部门发出司法建议;养老机构内部非法行医存在多种表现形式,有的内设医疗机构无行医资质或者无资质人员擅自开展诊疗活动,有的内设医疗机构超出登记或者备案范围行医等。

一旦医养结合服务不规范,入住老人合法权益就难以保障,自然影响老年人的安全感、幸福感。希望“医养结合更受欢迎”这一调查结果,能成为促进我国医养结合服务走向规范化的动力。

# 理性看待郑渊洁的“维权艰难”

木须虫

4月18日,“童话大王”郑渊洁在微博发布告别书。郑渊洁称,由于对商标维权丧失信心,已决意从此告别商标维权,每天依旧会写作,但作品将永远不再发表。根据郑渊洁的说法,这些年来,他原创的知名文学角色已被恶意注册710个侵权商标,自2002年开始,他就对侵权商标进行维权,但21年来,只维权成功了37个侵权商标(4月19日澎湃新闻)。

不可否认,郑渊洁20年的维权

路,一定程度上折射出商标保护制度、司法诉讼维权机制等方面存在的短板与不足,如法规不健全,商标侵犯著作权界线模糊,商标注册管理对著作权关联权利的保护不够等。但也要看到,郑渊洁20年的维权路,具有相当的“非典型”意义。

首先,像郑渊洁这样具有持续影响力的作家十分罕见。他从上世纪八十年代开始,持续30多年,创作了一大批优秀童话,塑造了一批知名的童话角色,深受一两代儿童的喜爱,这也使得其作品的角色具有较高的知名度,具备一定的商标推

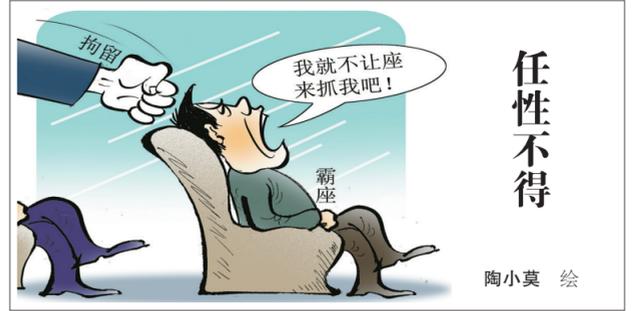
广价值,被有意或无意应用于商标,30多年的累积,涉嫌侵权的商标必然不少。从这个角度来说,他的遭遇不具“普遍性”,其追诉作品文学角色形象被恶意注册为侵权商标,远远超出了传统意义著作权保护的范畴,具有独特的个性特征,也决定了他的维权之路是没有先例可循的。

其次,文学角色被注册成商标,是否构成侵权,取决于两者之间的关联程度,需要专业的评价与认定。譬如,他在告别书中隔空喊话的苏州市燃气设备阀门制造有限公司和舒克(上海)管道设备服务有限公

司,如果只是公司仅仅以“舒克”命名,想必难以被认定为侵权。换言之,维权需要专业的视野,主张知名文学角色已被恶意注册710个侵权商标,不能仅仅只出于主观意愿的判断,否则,维权就会徒添诉累,制造不必要的“维权难”。

再次,知识产权保护不能总是走被动维权的道路,需要化被动为主动,如防止知名文学角色及关联衍生作品形象被侵权,不妨自己现将其注册为明确的商标、外观设计等,用“在先原则”筑牢反侵权的堤坝。

总之,郑渊洁的“维权艰难”需要理性看待,如此,无论是对于完善知识产权保护制度机制,还是促进知识产权自我保护与高效维权,会有所裨益。



越秀地产(华东区域) YES 越秀能安家 AT LIFE Joinc 浙江交控

VARIOUS LANDSCAPE 越秀 悦见云庭 浙江交控

单价 2 万/m<sup>2</sup>起 鄞州地铁 大四房 (8-101室)

鄞南正轴 双国企 建面约 97-133m<sup>2</sup>一站式综合体 持续热销中

3号线 直线距离约 500米 姜山站

3号线 直线距离约 700米 狮山站

约 10万方 狮山公园

双水岸 滨水正席

T 0574 8830 0888 | 项目地址:宁波市鄞州区广德湖南路与雁湖路交汇处

特别告知:本项目核准名称为“悦见云庭”,预售证号:南鄞房预许字(2022)第001号、第006号、第011号、第027号。开发公司为宁波悦秀房地产开发有限公司,本宣传资料中项目周边环境、交通、教育、商业及其他配套设施的介绍旨在提供相关信息,不代表开发商对此作出了要约承诺,本宣传资料中的图片来源于网络,具体以实际交付为准。相关内容不排除因政府相关规划、规定及开发商未能控制的原因而发生变化,开发商可能会对宣传资料进行修改,买卖双方权利义务以双方签订的《商品房买卖合同》及附件等协议为准;本宣传资料发布的信息为2023年03月前的信息,本宣传资料有效期至1个月,敬请留意最新资料。