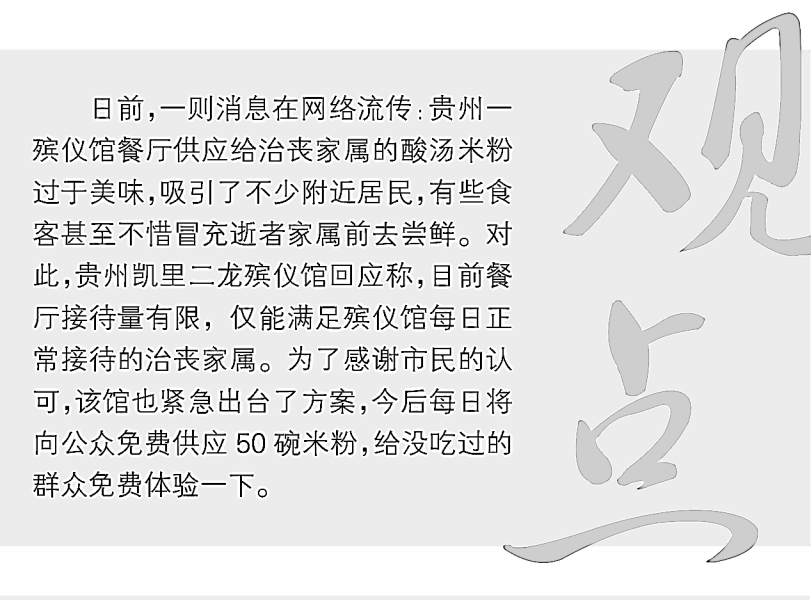


殡仪馆米粉“出圈” 用美食消解了禁忌



日前,一则消息在网络流传:贵州一殡仪馆餐厅供应给治丧家属的酸汤米粉过于美味,吸引了不少附近居民,有些食客甚至不惜冒充逝者家属前去尝鲜。对此,贵州凯里二龙殡仪馆回应称,目前餐厅接待量有限,仅能满足殡仪馆每日正常接待的治丧家属。为了感谢市民的认可,该馆也紧急出台了方案,今后每日将向公众免费供应 50 碗米粉,给没吃过的群众免费体验一下。

用美食抚慰人心,打破偏见

殡仪馆和酸汤粉,似乎绝难产生关联的事物,就这样奇妙地联系在了一起。尤其是殡仪馆,这里肃穆、令人神伤,但是陡然间,一缕飘然而来的米粉香,让这里也升腾起了烟火气。

追溯这个酸汤粉,或许是一个无心插柳的结果。据殡仪馆负责人介绍,这家餐厅最初只是为治丧的逝者家属提供餐饮服务,由家属自行采买食材,餐厅负责加工,那时就已经有酸汤粉供应,因其独特的美味,吸引了一些居民过来“蹭吃”。后来,随着食品安全法规日益严格,殡仪馆调整了经营方式,改为由餐厅统一采购食材并烹饪,不再对外销售,只有治丧家属才能凭票吃粉。但米粉的香味已经飘扬了出去,吃货们的心终究是挡不住的,再加上社交平台上的“种草效应”,才让这碗殡仪馆米粉以独特的方式出了圈。没有特意的营销,是美食自发地穿越了心灵的垣墙,打破了某些世俗的禁忌。

不过仔细想想,这背后有难以察觉却又合情合理的解释,即美食最有

抚慰人心的功用。正如一句常被引用的谚语“生命无常,先吃甜品”,在魂销肠断时,美食多少能给人一种熨平伤痛的力量。也许这就是不经意之中,殡仪馆酸汤粉出圈的原因所在。

而从另外一个层面看,美食也有助于打破人们的某些偏见与印象。就像殡仪馆,多少带点忌讳,很多人恐怕都不会认真地直视这里,但这里其实又是生命教育的一个绝佳场所。近些年也有好几部影视剧聚焦这一主题,去探讨深邃却也被人有意回避的生命议题。意外走红的美食,或许有助于人们更自然地去看待这些“禁忌之地”。这些地方看上去令人恐惧,但也终究是社会空间不可忽视的单元:这里也有美食,也有千千万万动人的故事,人们不需要总是侧目而视。

这就是美食的力量。在万千的心灵缝隙中,美食总是可以弥缝其间,构筑起彼此理解、共情的桥梁,把不同语境里的人生,拉回到一个温暖、喷香的场景之中。这也是一碗酸汤粉的额外价值——美食流进了胃里,安慰流入了人心。

映射出社会对殡葬业看法的转变

这也实在让人不得不感慨,中国饮食文化博大精深,无论食品工业化如何升级,如何链条化,餐饮行业的核心始终在于厨师的手艺,贵州本就是“嗦粉”大省,能在这里做出众人称赞,愿意排队品尝的米粉,可见师傅是有些绝活儿在身上的。中式餐饮的灵魂,依然是那一口热辣滚烫中的烟火气和人情味,即便是在殡仪馆这样特殊的场所,匠心制作的美食依然能够抚慰人心,甚至成为连接生者与逝者、精神与现实的情感纽带。

对于这一现象,网民们的看法各不相同。有人觉得在殡仪馆用餐难免有些忌讳,没必要跟风;但更多网民都表示,确实很想尝尝这碗米粉,但也要尊重逝者家属的意见和感情。这样公开的讨论,其实已经映射出社会对殡葬业看法的悄然转变。随着社会观念的进步,更多人会以更为坦然和庄重

的态度去面对生死,不必战战兢兢,也不必闻之色变,死生自然理,消散何缤纷,这种变化的背后,是人们对生命意义更深层次的思考与认识。

殡仪馆主业终究是提供丧葬服务的,但凯里二龙殡仪馆因应公众的喜爱,每日免费提供 50 碗米粉给公众品尝,也展现出从善如流的热心与温情,让殡葬服务多了抚慰人心的暖意,更具人性化和接地气,某种程度上,也是对贵州米粉这一特色美食的一次推广。

殡葬服务的本质是服务于人,让逝者安息,让生者慰藉,如果一碗米粉能够让更多人改变对殡葬业的看法,从而推动文明新风尚的树立,积极引导社会观念,哪怕只是微小的改变,些许的暖意,又何乐而不为呢?

综合自极目新闻、红星新闻等
马九月整理

看《哪吒2》景区可免门票是“双向奔赴”

□ 张连洲

据媒体报道,近期,电影《哪吒2》票房一路飙升,成为国漫的骄傲。这位脚踏风火轮、手持火尖枪的小英雄,不仅在银幕上大放异彩,还带动了各地的旅游热潮。记者梳理发现,多地景区正在通过“持电影票根免景区门票”等方式积极承接热门 IP 带来的“泼天流量”。这一创新举措不仅为景区带来了大量游客,也进一步推动了文旅融合的发展,是一种“双向奔赴”。

《哪吒2》影片的火爆带动了相关文创产品的热销,同时也让不少景区看到了其中蕴含的巨大商机。从北国边疆的黑瞎子岛,到地处湖南的张家界国家森林公园;从历史文化名城天津盘山景区,到革命老区山东沂蒙山,多个景区纷纷推出凭《哪吒2》票根免门票或优惠的政策。这些景区涵盖了自然风光、历史人文、主题乐园等多种类型,满足了不同观众的旅游需求。其中,张家界国家森林公园更是宣布,游客凭购票信息及有效身份证件,购买一次景区大门票后,可在年内免费无限次进入公园游览,这一优惠政策无疑具有极大的吸引力。

这种“电影+旅游”的新模式,是文旅融合的又一次有益尝试。电影作为一种大众文化载体,具有强大的传播力和影响力。而景区则通过与热门电影 IP 的合作,将电影中的虚拟世界与现实中的旅游体验相结合,为游

客提供了更加丰富、多元的旅游产品。这种“双向奔赴”,让观众在观影之余能亲身体验电影场景与文化,也帮助景区在淡季吸引更多游客,提升知名度和美誉度。

对于旅游企业来说,《哪吒2》的火爆,也带来了新的机遇。众信旅游等上市旅企已经开始根据市场需求,调整产品配置,推出更多以《哪吒2》为主题的旅游产品。这些产品不仅包括传统的观光旅游,还涵盖了文化体验、互动娱乐等多个方面,满足了游客的多样化需求。

当然,这种“电影+旅游”的模式,也并非一蹴而就。景区在推出优惠政策的同时,也需要做好相应的服务和管理工作,确保游客的旅游体验。例如,景区可以根据《哪吒2》的主题,开展相关的文化活动和互动体验,让游客在游览过程中能够更加深入地感受电影中的文化内涵。同时,景区也需要加强对票务管理、游客疏导等方面的管理,避免出现拥挤、安全等问题。

此外,景区还需要注重长期的品牌建设和发展。虽然“电影+旅游”的模式可以在短期内吸引大量游客,但要想实现长期的可持续发展,景区还需要不断提升自身的品质和服务水平,打造独特的品牌形象和核心竞争力。只有这样,才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

别把“严禁用AI生成处方”当耳边风

□ 贺成

据媒体报道,2月23日上午,话题“湖南严禁用AI生成处方”冲上微博热搜。近日,湖南省医保局发布《关于进一步加强基本医疗保障定点零售药店管理的通知》,该通知明确,互联网医院须按规定接入省医保电子处方中心并进行电子处方流转,处方行为须严格执行《关于印发互联网诊疗管理办法(试行)等3个文件的通知》(国卫医发[2018]25号)和《关于印发〈互联网诊疗监管细则(试行)〉的通知》(国卫医发[2022]2号)等有关规定,应与患者或患者家属进行有效、充分的沟通问诊,严禁使用人工智能等自动生成处方。

当下,AI应用无处不在。但是,对于AI生成处方,却应该格外小心,始终保持审慎态度。当官方明确提出“严禁用AI生成处方”时,更不能随便将之当成耳边风。

众所周知,处方在医疗过程中具有多重重要性。比如,医师或药学专业人员在书写或调配处方时如果出现差错,可能会引发医疗事故,从而承担法律责任,这使其具有举足轻重的法律意义;比如,处方详细列出了药品的名称、剂型、规格、数量及用法用量,为药师配发药品和指导患者用药提供了依据,具有技术意义;再如,处方是统计调剂工

作量、药品消耗数量及经济金额的原始资料,可作为报销、预算和采购的依据,具有经济意义。

然而,尽管当前AI技术被广泛应用,但AI目前尚不成熟,自动生成处方的准确性和可靠性无法保证。例如,尽管IBM的沃森医生在2011年对某些疾病的诊断正确率达到73%,但这一正确率仍然较低,且沃森医生至今也无法单独上岗。此外,AI在医疗决策中可能忽视患者的具体情况,如经济状况、家庭背景等,这可能导致不适当的医疗建议。

更值得一提的是,目前一方面AI被社会热捧,但另一方面却面临AI在医疗事故中的责任主体在法律上尚未明确的问题。进一步说,如果AI自动生成的处方导致医疗事故,责任的归属和赔偿问题将难以解决,导致患者在遭受伤害时无法得到应有的赔偿。更何况,AI系统需要处理大量患者的医疗数据,如果数据保护不当,可能导致患者信息泄露,损害患者的隐私和权益。

由是观之,目前许多地方如湖南省和北京市都明确规定严禁使用AI自动生成处方,这些政策措施旨在确保医疗服务的质量和安全,防止潜在的医疗风险,值得各方高度重视。