

文明出游亦美景

李瑞

暑期假日过半,全国各地出游热度持续不减。出游人数多,游客的文明素质参差不齐,不破坏花草树木、不在公众场合大声喧哗、不在公众场合吸烟等出游规范,正逐渐成为游客出行的自觉行为,但依然存在在景区内乱扔垃圾、随意触摸文物古迹和展品等不文明现象。这些行为不仅有失个人形象,扰乱了公共秩序,也给美好的旅途“添堵”。

从一些不文明现象来看,既有景区安排处理不当等原因,也有个别游客文明素质不高造成,这些不当行为都会给期待一次愉悦身心旅途的游客带来负面

情绪和不完美的体验。治理不文明旅游问题,需要多措并举,从小处着眼,从小事做起,积极引导和治理,让游客秉持文明出行理念,将文明规范内化于心、外化于行,让文明旅游成为新理念、新风尚,使文明意识深入人心。

舒适方便的公共环境和出行体验,少不了文明行为细节的积累,它需要社会各界的共同努力,也需要每一位游客用心维护。作为景区管理者,应通过发放旅游指引手册、开展志愿服务引导等方式,加强对游客文明旅游行为的引导,维护景区秩序,倡导游客爱护生态环境,

爱惜公共设施,遵守公共秩序,营造安全稳定、规范有序的旅游环境。旅游从业者应履职尽责、文明热情待客、诚信经营,提高产品和服务质量,尊重消费者权益,争做文明旅游的传播人。而对于游客来说,要享受文明和谐、安全有序的旅游环境,既是直接的受益者,也应该是积极的参与者。在旅途中应提高文明旅游素质,强化文明旅游意识,遵守当地的民风民俗、生态环境和文物古迹保护的相关规定,依序排队、不乱丢垃圾,保持公共卫生干净整洁,在增强自身的安全防范意识的同时,积极做文明旅游的践

行者。

路上千般景,最美是文明。文明旅游,既要靠教育引导,也要靠惩戒约束。只有将个人道德自觉和制度刚性约束结合起来,才能刹住各种不文明之风。旅途中,一步皆是风景,这些风景中应该蕴含着文明的内涵和底蕴。游客每走一步,不仅观赏到了祖国最美的自然风光,也感受到了最浓厚的文明味儿。



延河观澜

如何破题? 锚定问题去、盯着痛点改。

——有媒体报道,南昌郊区一个村的6名干部除了日常的10余类工作,还要在晚间利用休息时间完成辖区内4000多户居民的液化气安全入户排查。《广州日报》发表评论,县乡之间职责不清、权责不明是重要原因。基层是国家治理的最末端、服务群众的最前沿。只有厘清基层权责清单,健全基层减负长效机制,才能把“负”真正减下来,让基层干部“轻装”上阵。

专业本身并无绝对的“冷”“热”之分,公共讨论中所言的专业冷热,其实更接近于反映市场对专业人才的需求度的指标,更直白地说,也即就业前景。

——最近,大学陆续开始发放录取通知书。一批新工科专业则“高分出道”,表现火热,成为不少高分考生的首选。光明网发表评论,大学几年所积累的专业知识和技能固然重要,但高阶的认知能力、学习迁移能力、通融见识等可能更能决定一个人能走多远。与其焦虑专业选择,不如重新思考并设定自己的成长目标与规划。以专业为基,但又不为其所

限,在关注就业的同时更关注个人长远发展,尽可能拓展个人未来发展空间。

对发展中的社会讲解服务,不能简单“一禁了之”,更不能“听之任之”,应加强前置监管,制定相应的准入标准和行为准则,确保讲解内容的准确性与专业性。

——伴随暑期博物馆热一起被热议的,还有博物馆非官方讲解服务乱象。有报道指出,博物馆非官方讲解服务价格高昂且参差不齐,一些讲解员专业知识不足,甚至“戏说”历史,将野史、段子当作正史讲解,严重误导游客的历史认知,令人忧心。《新华每日电讯》发表评论,博物馆讲解不应成为“戏说”之地。面对居高不下的博物馆讲解需求,一方面需要有更多的“馆”方声音,增加官方讲解服务频次,提升服务质量,满足更多游客的需求。与此同时,可推广使用电子导览系统和其他科技手段,以弥补人工讲解资源的不足。



微评

为民办事就是要精细化

尹传刚

清人张潮在《幽梦影》里列出“十恨”,位列第二的是“恨夏夜有蚊”。这“恨”,今人当然也心有戚戚焉。蚊子叮咬不仅令人不堪其扰,更是传播登革热病毒的主要“凶手”。

蚊子难以彻底消灭,做好预防,避免被其叮咬,方为“正解”。生活在深圳的你我,可以按“图”避其锋芒,远离“蚊子窝”,做到“躲得起”了。

这“图”,即是“蚊子地图”。近年来,深圳市疾控中心定期发布“蚊子地图”,将伊蚊在全市公园、居民区等“窝点”全部公之于众,精确到密度多少只,并列出风险等级,督促各方迅速灭杀,让市民一目了然。

可以说,这既是一份“蚊子地图”,也是一份登革热“预防地图”。无论是对市民身体健康,还是公共卫生安全,都有积极意义。

在全市设置463个监测点“数

蚊子”,需要精细的监测,需要绣花功夫,还要有高度的责任感。有人称其为贴心的民生地图,也有人夸赞这是把实事办精办细的典范。“蚊子地图”虽小,个中蕴含的精细化治理理念,值得一些部门思考和借鉴。

为民服务,就是要精细化。在我们身边,类似的“民生地图”并不少见,比如深圳就有“积水地图”“公厕地图”等,得到市民好评。我们还可以扩展思维,比如高温天气频发,能否绘制“乘凉地图”? 停车难令人“头痛”,能否精准推出“停车地图”?

破解一个个民生顽疾,需要的正是精细化的服务思维。这是把民生实事办到百姓心坎上的题中之义。



社会观察

农村人居环境整治不能无视农民意愿

新华网记者 陈席元 赵久龙 陆华东

记者在基层调研时发现,部分农村人居环境整治后更加“城市化”,行走在村内听不见鸡鸣,池塘里也看不到鸭。有村民不解,每家养几只鸡,能有多大污染?

这一“灵魂拷问”振聋发聩。整治农村人居环境是好事,一些地方却把好事办不好,惹来群众抱怨。有干部也犯嘀咕,给农民办好事,农民怎么还不情愿呢? 农民的这个反问或许就是答案——征求大伙儿的意见没有?

办好村里的“关键小事”,要体现农民的关切。农村人居环境整治,得先问问村民喜欢什么。没有村民的参与,推进过程中没有听取农民的意见,就会带来这样或那样的问题。农村厕所革命、畜禽粪污废弃物处理、小型水利工程建设,点点滴滴,都是如此。

比如,个别地方在人居环境整治中“一刀切”禁养鸡鸭,村民就表示不情愿、不满意。一位受访村民说得很具体,以前剩菜剩饭用来喂鸡,母鸡下蛋还可以吃,逢年过节,儿女从城里回来可以吃“土鸡”,现在不给养鸡,想吃鸡蛋还要去超市花钱买。有的地方不反思自己的工作方式是否出了问题,反而用停发村级养老金等手段“吓唬”村民,激化与村民的矛盾。

无论是“一刀切”禁养鸡鸭,还是越位的“吓唬”式手段,都充分暴露出部分镇村人居环境整治脱离生产生活实际。无视村民意愿,实际是履职能力不足和脱离群众的表现。

人居环境事关村民生活品质,决策必须多问计于民、问需于民、问效于民。让群众参与环境整治决策、施工、评价全过程,既是对村民自治治理效果“有感”,更是引导共建共治的关键之举,不仅可以减少阻力,还能降低运营成本,形成可持续的长效机制。

从“人民期盼”出发,以“人民满意”落脚。农村人居环境整治,村民说好才是真的好。千群“通和气”、标准“接地气”,整治成效方能“聚人气”。

这样“带货”,可能会“带祸”

新华网记者 熊嘉艺 杨淑馨

“宝宝们,这件衣服是今年新款,官方价近千元。今天我们直播间给大家破价,只要200就能带走……”直播间里,名牌服装卖出“骨折价”,很难让人不动心。近日,浙江德清警方打掉这样一个低价售卖假冒名牌服装的网络直播售假团伙,案值超500万元。

“一个月就能变美丽”“行业内唯一的专利”“跟大牌成分完全一样”……打开带货直播,夸张渲染的广告词屡见不鲜。

而现实却是,某些博主口中有着“神奇功效”的产品频频暴雷,虚假宣传、假冒伪劣商品频频出现。建立在网络诚信基础上的推荐分享,演变成了无底线的“恰烂饭”,消费者成了“冤大头”,为带货广告里的表演“买单”。

一些虚假带货广告泛滥的背后,是一个由商家、博主组成的产业链:商家利用虚假广告迅速捕捉消费者眼球,不惜夸大其词,玩弄“文字陷阱”,实现流量变现。博主“一股脑”只管卖出,售前不“试用”,售后不负责,对着镜头“博出位”“使劲夸”。

如此带货,不仅损害消费者的合法权益,也破坏了直播经济生态。

我国相关法律法规明确规定,发布虚假宣传广告需承担行政责任,情节严重者需承担刑事责任。多个部门联合印发方案,督促平台企业强化平台销售和直播带货产品的质量管控和追溯,依法承担商品和服务质量保证、食品安全保障等责任。

无视法律法规、无视消费者权益,不是带货,而是“带祸”。

近年来已经有不少带货主播为此口碑尽毁,甚至吃了官司。这样的教训值得汲取。

这一刻,“更团结”

王志艳

最近在巴黎奥运会上,中国羽毛球选手何冰娇的一个举动刷屏了!

颁奖仪式上,她手持西班牙奥委会徽章致敬因伤退赛的对手马林。何冰娇说,希望用这种方式让马林和她们一起站在领奖台上,分享荣誉。

场上是对手,场下是朋友。何冰娇的温暖举动,获得国际奥委会官方点赞。西班牙奥委会专门发文,称赞她展现出了“奥林匹克精神”,并特地用中文写下“谢谢你”。马林也回应称“我将永远感激她”。在海内外媒体和网络上,何冰娇同样收到无数赞誉。有外国网友说,“何冰娇不仅赢得了奖牌,还因为她的体育精神赢得了众多尊重”。

2021年,国际奥委会决定,在大家熟悉的奥林匹克格言“更快、更高、更强”之外,增加了“更团结”。它表达了奥林匹克运动的终极目的,是让全人类成为一个更加团结的命运共同体。

在这个全世界相聚的盛会上,体育的意义不止于竞技,还有超越胜负的友谊与尊重、胸怀与格局。中朝韩乒球运动员自拍合影,中国摔跤选手冯泳欣获胜后拥抱受伤的对手,阿塞拜疆柔道选手夺冠后与精疲力尽的对手紧紧相拥……这些瞬间让奥林匹克“更团结”的精神具象化。

友谊第一,比赛第二,这是中国人常说的一句话。奥运会这样的场合,不应成为污名化、妖魔化、无底线打压对方的地方。

“更团结”让奥运更精彩。这是奥林匹克的魅力,也是体育为共创美好世界所贡献的力量。



历史性超越! 新能源车国内月度零售销量,首次超过传统燃油乘用车,标志着新能源车正成为市场主流。

8月8日,中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会公布最新数据显示,7月份,新能源乘用车国内零售渗透率达51.1%;常规燃油乘用车零售84万辆,新能源乘用车零售87.8万辆。

新华社发 徐骏 作

宝贵的遗产 永恒的经典

孟扬

一处工业遗产,一段发展历程。

承载着工业文明的工业遗产,为社会发展提供了物质基石,也孕育出技能技艺、精神现象等无形资源,为社会生活注入文化能量。保护工业遗产,不仅要活化利用丰富多彩的物质景观,也不能忽视它所拥有的无形的文化价值。对于工业遗产中非物质部分,“传播与传承”,既是保护的也是手段。对此,长春电影制片厂提供了一个富有启发的行动方案。

长春电影制片厂是新中国电影工业的“开山之作”,在这个电影工厂里诞生了“人民电影”的7个“第一”。建厂以来,弘扬爱国主义的革命题材影片,一直是长影的“拿手好戏”。这些在不同的年代脍炙人口的主旋律影片,用电影这种富有感染力的艺术形式,传递时代精神,影响社会审美、涵养生活气质,在“人”的

现代化过程中发挥着独特的作用。那些走上银幕的英雄形象,在观众的心中树立起一座座精神丰碑。

如今,历经岁月风霜的厂房设备、道具胶片,已成为博物馆中的热门展品,讲述着昔日年华,让回忆可触可感仍有温度。而那些记录在胶片上的,体现着长影文化理想与精神追求的影像和故事,如果说有形的遗存是“根”,无形的文化则是“魂”。宝贵的遗产如何成为永恒的经典?长影人认为,破题的关键在于“传播与传承”。

今年“五一”假期,在长影旧址博物馆第三摄影棚里,舞台剧《长歌影魂》成为一件不同寻常的“展品”。《长歌影魂》以长影拍摄的经典影片《董存瑞》《赵一曼》《英雄儿女》为蓝本,采用现场表演“真人秀”叠加电影片段放映的方式重温

经典,让银幕上的英雄形象再次映入观众眼帘,走进观众心中。虽然没有精美的修饰品,没有炫目的灯影幻彩,没有震撼的特效制作,但鲜活的表现方式融合了台上台下、银幕内外,在情感互动、心灵共鸣中,革命英雄主义、家国情怀,不朽的精神力量震撼人心。

特别是,参加现场演出的演员,是平均年龄不到20岁的大学生,来自吉林艺术学院。这让演出也成为以青春致敬英雄的跨越时空对话。同学们说,“我们扮演的英雄,很多都是我们的同龄人,在心理上能够产生共鸣”。《长歌影魂》的导演、指导教师庄承豫介绍,“这部舞台剧已经演出了50场,很受欢迎。每次演出既是实践课,又是思政课,同学们不仅在专业学习上有所收获,更重要的是,在与英雄同行中感受到了正能量量的激荡。”

留住“根”与“魂”,方有精气神。一

部部经典老片,一段段电影胶片,一帧帧银幕形象,构成了长影工业遗产中富有特色的文化符号和精神象征,它们见证着长影的发展,更记录着新中国电影事业奋力前行的足迹。长影的实践再一次说明,工业遗产的保护利用,不仅仅是外观维护“修旧如旧”,更不能简单而随意的商业开发来解读。工业遗产凝结着工业文明与城市文化,关注其内涵、挖掘蕴藏其中的文化价值、艺术价值,讲好工业故事,弘扬积淀于其中的时代精神,工业遗产才能真正地“活”起来,发挥出多元化的经济社会效应。

对于工业遗产,管好用好才能保护好。



人民热评