

一周新闻点评

“心病”须找专业机构诊治

新闻摘要:刷几条短视频,做几道题目,就能“确诊”自己心理是否健康?记者调查发现,以注意缺陷多动障碍(ADHD)、自恋型人格障碍(NPD)等专业术语为标签的短视频在各大平台颇有流量,但很多内容却存在过度简化诊断标准、诱导消费等问题。(5月9日《南通日报》)

点评:人如果生理上不舒服,感到自己生病了,绝大多数都会找正规的医疗机构问诊,不敢随随便便在网上看几篇文章、做几个测试,就自我诊断。可面对情绪和心理上的问题,却容易轻信,掉入“认知陷阱”。这个陷阱说白了,就是想多捞钱。因此大家千万别擦亮眼睛,多学习专业知识、多求助正规机构。

期待更丰富的“主题专列”打动人心

新闻摘要:今年“五一”国际劳动节期间,由南通市总工会联合南通轨道交通集团共同打造的“工匠号”地铁专列正式开通,在地铁2号线全天运行。这是全市首个以“工匠”为主题的地铁专列,承载着对工匠精神的致敬与传承。(5月11日《南通日报》)

点评:地铁不仅仅是交通工具,还承载着文化熏陶、精神引领、情绪慰藉等功能。记得好几年前,网易云音乐把点赞数最高的5000条歌曲评论,印满了杭州地铁1号线,不知打动了多少人的心。南通地铁可以思路更开阔、创意更大胆,引入更丰富的主题专列,把情绪价值拉满,以吸引更多乘客群体。

城市治理的细节应包括宠物友好

新闻摘要:任港路小游园在游园的东南角,精心规划了萌宠乐园,不仅有爬梯、障碍物等多种趣味游乐设施及可爱的萌宠墙绘,还贴心配备了宠物便桶,成为宠物的新天地。据悉,这是崇川区首次在小游园中开辟萌宠专属区域,也是南通市首个萌宠主题小游园。(5月8日《江海晚报》)

点评:如今养宠物的人越来越多。不管是高飞的宠物托运,还是一些地方在餐饮、酒店、景区等环境空间进行“适宠化”改造,都在践行着宠物友好的理念。所以,崇川区任港路小游园首创萌宠专属区域,值得点赞和推广。“宠物友好”属于城市治理的细节,体现了城市的包容性和人情味。当然,市民也需要更加注重文明养宠,才能实现人与宠物的和谐共处。

小小“厨王”争霸赛意义却不小

新闻摘要:7日下午,如皋市刘海小学的食堂里热闹非凡,香气四溢,第三届校园“厨王”争霸赛正如火如荼。此次比赛面向全校一至六年级近百名学生,要求在规定时间内独立完成日常生活中的拿手菜进行PK,最终评选出各年级的“最佳菜品”并颁发“厨王”证书。(5月9日《江海晚报》)

点评:这则新闻看起来事情虽小,却读得人津津有味,因为举办这样的活动体现了劳动教育和素质教育的内涵。无论科技如何发展、教育内容如何更新,会做饭永远是硬核的技能。不仅是生活技能,也能成为谋生的本领,还能给孩子带来幸福感和成就感。希望更多的小学能像如皋的刘海小学这样,认认真真、大张旗鼓地举办这样有趣、有料又有意义的“厨王”争霸活动。

(点评人:邓渠)

深耕品牌,让“南通好玩”的名片更亮

□陈海燕

热点快评

在文旅产业蓬勃发展的当下,各地纷纷探索特色发展之路,以吸引游客、推动消费。比如杭州余杭5月1日至10月31日打造“草莓宇宙·长三角生活派对”,以180天的超长待机模式,为游客呈上了一场贯穿半年、精彩纷呈的文旅盛宴。这一长期、持续性的文旅活动策划思路,为南通文旅发展提供了可借鉴样本。

聚焦假日经济,彰显文旅市场活力。“五一”假期,南通文旅市场活力四射、成绩斐然。综合多源数据测算,全市接待游客470.1万人次,旅游总收入达24.9亿元,增幅显著;纳入监测的各类文旅场所接待游客330.4万人次,消费总额16.9亿元,均呈两位数增长。

这些数据,彰显了南通文旅的独特魅力与巨大潜力,也提醒我们:在文旅竞争白热化的当下,若想保持领先,就必须摒弃浮躁,以耐力和创新精耕细作,而打造长效文旅活动,无疑是破局的关键一步。

深耕资源优势,夯实长效发展根基。南通历史文化底蕴深厚,自然景观独具魅力,具有打造长效文旅活动的坚实基础。江海文化源远流长,张謇文化影响深远,非遗瑰宝熠熠生辉;江海岸线风光旖旎,狼山景区韵味悠长。可以依托这些特色资源,精心规划全年连贯、形式多样的文旅活动。以张謇文化为轴心,春季举办“张謇文化学术研讨会”,广邀专家学者,共探文化精髓;夏季开展“张謇实业体验营”,让游客模拟商业运作,感悟实业精神;秋季推出“张謇故里金秋民俗节”,融合民俗表演与手工艺展示,营造文化盛宴;冬季举办“张謇文化主题民宿体验月”,让游客在

仿濠南别业、大生纱厂员工宿舍等特色住宿中深度领略张謇文化独特魅力。

创新活动载体,激活互动体验动能。当前,沉浸式体验热度正盛,南通可充分利用濠河景区、唐闸古镇等场地,精心打造沉浸式历史文化场景。游客们身着古装,穿梭于古代生活场景,参与剧情演绎,感受历史脉搏。全年不同主题的沉浸式剧目轮番上演,让游客每次到访都能有全新的体验。同时,结合科技力量,举办“南通文旅数字艺术季”,借助光影秀的绚丽多彩、AR 导览的神奇便捷,让历史文化与现代科技交相辉映,不同季节推出特色数字艺术展览,让游客在享受全新视觉盛宴的同时,深入了解南通的历史文化。

拓宽营销通道,释放品牌辐射效应。长效文旅活动的持续吸引力,离不开有效的营销推广。借助新媒体平台,制作精美的短视频、图文,全方位展示活动亮点,邀请旅游博主、网红

达人亲身参与并分享体验感受,引发话题热潮。与旅行社紧密合作,推出涵盖长效文旅活动的特色旅游线路,吸引长三角及全国游客。同时,针对本市居民推出优惠政策,鼓励大家多次参与,形成口碑传播,让南通文旅品牌深入人心。

凝聚协同合力,构筑品牌服务高地。打造长效文旅活动,绝非一己之力所能完成,需政府、企业、社会携手共建,形成强大的合力。政府应加大对文旅基础设施建设的投入,提升旅游服务质量。企业应充分发挥市场主体的作用,精心策划和运营,打造具有市场竞争力的文旅产品。社会力量应积极参与志愿者服务、文化传承等工作,为游客提供贴心周到的服务,共同营造南通优质文旅环境。

“他山之石,可以攻玉”,借鉴长三角周边城市妙招,立足南通自身特色,打造长期、持续的文旅品牌活动,如此,方能让“南通好玩”的名片持久闪亮。

观点声音

近年来,伴随“文博热”,讲解服务成为文旅消费的热点板块。“五一”假期,许多游客提前预约正规讲解服务,在游目骋怀之余获取更多历史文化知识。但无论在线下旅游市场还是在线上短视频平台,都存在不少“假俗乱”讲解内容,令游客和受众颇为反感。比如,在一些文化遗产景区、博物馆,有的讲解夸张媚俗,甚至胡编乱造;在短视频平台上,有人开展猎奇低俗的野史直播,将文化遗产降格为娱乐消费品,将历史故事演绎为耸人听闻的噱头。这样的做法,非但没有阐释好历史文物和文化遗产的价值,还解答了历史的严肃性,严重误导了公众的历史观、价值观,亟待强化治理、正本清源。历史文物和文化遗产的核心价值,在于以物证史、以物叙史。以文物为基础的博物馆讲解服务,不同于其他娱乐服务,理应注重揭示其历史背景、文化内涵及美学价值,将静态景观转化为可理解的知识体系,帮助游客提升游览深度。“假俗乱”讲解既不实事求是,缺乏历史唯物主义精神,同时也低俗媚俗,让人们对历史和文化理解停留在粗浅且荒诞的虚假故事上,背离了“让文物说话”的初衷,使“文博热”掺杂进没有内涵的浮躁风气。讲解服务兼具经济属性和文化属性,以文化人、以文育人、以文聚力,以文兴业的文化属性是根基,脱离了根基,产业便难以做强。作为“把关人”,文博场馆和景区景点应强化监管主体责任。讲解员应努力转型成为“传灯人”,将过去的知识搬运模式升级为美育引领模式。让讲解为文化代言,让游客为文明驻足,“文博热”才能沉淀出文化自信,焕发出文化自强。

——人民日报《莫让“假俗乱”讲解侵蚀“文博热”》

“加班多不多,提供住宿吗?”“薪资待遇怎么样?”……眼下,2025年春季招聘正在火热进行中,除了线上投简历、线下招聘会等传统形式,“直播带岗”成为各地招聘会的“标配”,求职者与主播在直播间双向互动,效率大大提升。“直播带岗”近两年备受企业和求职者的青睐,这与直播模式自身具有的即时性、可视化、互动性等特点密不可分。对企业而言,一场直播的触达范围比线下发布招聘启事更广,匹配到适合者的可能性更大,直播间里的实时互动使企业与求职者之间的对接更直接坦诚,沟通更高效率精准。对求职者而言,他们能够借助平台还原的工作场景,“沉浸式”考察工作岗位,有意向就通过实时留言、后台咨询进行深入了解,隔着屏幕还可以弱化询问待遇等核心关切时的“难以启齿”,一键报名投简历的操作更是简单快捷。此外,“直播带岗”备受欢迎还得益于平台经济的发展。一些平台专门成立带岗主播队伍,进行专业化、系统性培训,提供技术人员和人员支持,为“直播带岗”模式日趋成熟打下基础。各地人社部门等机构组织的深度参与也为“直播带岗”模式推广注入了政策动能,增强了其可信度和权威性,使其逐渐从市场自发探索升级为公共就业服务的重要补充。“直播带岗”不是推销产品,而是为了推荐岗位,帮助求职者打破信息壁垒,下单不是目的,让每位求职者匹配到最合适的工作才是最终目标。因此,既要加快培养具备岗位分析、就业指导能力的复合型主播,增强直播的专业度、可信度,也要完善企业资质审核、用工信息溯源等监管机制,提高企业招聘和劳动者就业的成功率。人社部门应加快制定行业标准,建立主播资质认证体系,加强监管,推动公共就业服务机构与互联网平台深度合作。企业可以将“直播带岗”纳入人才战略,扩大招聘覆盖面,通过完善即时反馈、实时沟通、后端服务等机制增强求职者黏性。平台方要运用大数据等技术手段分析用户行为,实现岗位精准推送,构建从直播到入职的全流程服务体系。

——经济日报《提升直播带岗服务就业能力》

在信息时代,以校园为场景、以学校生活为内容、以未成年人为表现对象,或者由未成年人自己作为制作者的短视频、直播内容,成为一类颇具吸引力的传播形式。这类内容丰富了传播生态,为大众休闲娱乐带来更多选择,同时也为一些博主、未成年人及其家庭创造收益,让许多人的才华得以展现。这些都是信息时代正常有序社会的具体体现,也是人们对美好生活追求的直接表达,更是信息时代社会生活的鲜明符号与特征。然而,其中存在的问题不容忽视。首先,部分内容不利于未成年人健康成长,尤其是一些价值观模糊甚至错误的内容。其次,这些短视频和直播中存在诸多侵犯未成年人权益的现象。第三,在缺乏正确引导的情况下,未成年人以伤害同学、损害同学权益为目的拍摄的视频,即使基于剧本虚构,这种创作与传播现象也令人痛心。第四,拥有校园拍摄、未成年人活动拍摄便利条件的教师,无论是学校教师还是培训机构教师,若过度参与短视频拍摄或直播,不仅可能违反教师工作规范与纪律,还会干扰正常教学秩序。对于以中小学生为对象、以校园为主要场景的视频内容,从制作传播层面,必须严格遵循我国未成年人保护法确立的原则与规则。短视频平台应制定更细致的审核标准并严格把关,除关注内容质量外,还要规范账号信息与运营管理。法律虽能传播新理念、提供行为准则,但要使保护未成年人的观念深入人心并被广泛践行,还需多方努力,提升教师、家长、监护人等相关主体的媒介素养,加强未成年人保护观念与知识的普及,真正让信息时代的校园成为未成年人健康成长的沃土。

——法治日报《“校园短视频”问题不容忽视》

据报道,5月9日,重庆三峡学院发布“防火墙及DNS设备采购中标(成交)结果公告”,1台普联“TLR_473G”的设备中标价格75万元。有网友指出,该型号产品在某电商平台普联官方旗舰店售价仅299元,质疑其中标价格不合理。5月11日,涉事学院发布情况说明称,鉴于项目出现影响采购公正的违法、违规行为,已发布采购终止公告。虽然校方已经紧急终止采购,但仍有必要反思如此离谱的招标何以出炉?这一事件看似荒诞,实则暴露出政府采购中更深层的漏洞——技术标准形同虚设、监管流程流于形式、供应商资质审查沦为走过场。当一所高校连路由器和防火墙都分不清,公众质疑的已不仅是“天价采购”,而是公款究竟被谁“劫持”。这反映出采购环节的“三重失守”,技术参数审核不严、评标过程敷衍了事、验收机制形同虚设。此次重庆三峡学院的情况,则尤为典型:招标时未明确防火墙的吞吐量、并发连接数等具体技术标准,给供应商留下了偷换概念的漏洞。更值得警惕的是,类似事件曝光后,常见的处理模式仅是“终止项目”“重新招标”,而对责任人的追责、制度的修补鲜有下文。若不打破这种“违规—叫停—再违规”的循环,公款采购将“难题”将难以堵住。堵住漏洞需要三重革新。技术上,政府采购应建立专业产品数据库,明确核心参数阈值;制度上,需强化评标专家责任追溯,对连续出现重大失误的专家实行“一票否决”;监督上,应推动采购全流程公开,引入第三方审计和公众参与机制。

——新京报《75万买299元路由器,更需警惕采购漏洞》



美丽“天使”常“出手”

我市广大护理工作者在各级医疗机构为患者提供优质护理服务。在飞机和列车上遇到突发急病的乘客时,也会及时伸出援手,塑造了南通“天使”的美好形象。

朱晋画

有温度的观点
有思想的声音
本版欢迎广大读者赐稿
投稿邮箱:ntrbfocus@163.com

让流动摊贩“安家”,重燃城市烟火气

□黄宇 张裕新

种种形式,已成为我们社会生活中的一个重要部分。贩夫走卒,引车卖浆,古已有之;吆喝叫卖,熙熙攘攘,热闹非凡。流动摊贩经营的品种多,应有尽有,主要以日常生活用品、水果、蔬菜、早点、熟食为主。其根植于民间,自带天然的“烟火气”,一头连着小本经营者的生计,一头连着广大市民的生活便利。经营者对市场的需求有极强的应变性,能根据市场的变化及时调整经营内容。

虽说流动摊贩大大方便了有需求的群众,但同时带来的一些负面影响还是显而易见的。比如影响交通,摊贩主要在人流量大的地方设摊,车流、人流高峰期,极容易造成交通阻塞,甚至引发交通

事故;比如摊贩从业人员没有经过健康体格检查,售卖的商品特别是食品卫生得不到保证。商品质量也得不到保证,有时还存在短斤少两、以次充好现象;比如摊贩没有固定的经营场所,沿街叫卖,随地乱丢垃圾,严重影响城市环境。因此,过去流动摊贩一到,城管队员随之而来,他们再“转战”别的地方。这样的“游击战”不知上演过多少场。

如何平衡商业经营与城市管理之间的关系,崇川把流动摊贩请进“潮汐市场”,重燃城市的“烟火气”的做法值得各地借鉴。随着城市管理思路的转变,对流动摊贩不能“一刀切”式禁止,应出台相关的政策措施,对其经营进行规范。

在摊贩较为集中的路段,本着“不影响交通,方便群众生活”的原则,选好经营区域,引导有序、零散的流动摊贩进入固定区域合法经营。同时要下足“绣花功夫”,因地制宜、疏堵结合,优化服务。城市规划部门对于流动摊贩能在什么区域经营,规划时可以多听取市民、摊贩的建议。要实行持证经营,相关部门优化办证程序,开启绿色通道,对符合经营条件的流动摊贩业主发证。还要进行相关检查,确保食品卫生安全;实行“摊前三包”,收摊后要把自己摊位生产的垃圾清理干净。只有这样,才能堵住流动摊贩有序经营,才能让市民生活更舒适便利,让城市的“烟火气”不断升腾。

“公益海报绘长江”值得点赞

□郭红波

江文化涵盖了诗词歌赋、民俗风情、历史遗迹、传统技艺等丰富多元的内容。设计师们通过对这些元素的深入挖掘与巧妙融合,将长江文化的精髓浓缩在一张张海报之中。以长江流域的历史建筑为主,搭配传统水墨风格的笔触,再融入与之相关的诗词名句,寥寥数笔,便能勾勒出长江文化的古韵悠长,让观者仿佛穿越时空,领略到古代文人墨客笔下的长江胜景;以现代简约的设计手法,展现长江沿岸独特的民俗活动,色彩明快、构图新颖,凸显出长江文化在当代社会的蓬勃生机,使人们对长江文化的丰富性和独特性有更直观、更深刻的认识。

此外,公益海报设计为长江文化的国际传播搭建了桥梁。在全球化的背景下,文化的交流与传播至关重要。长江文化作为中华文化的重要组

成部分,具有独特的东方韵味和“普世价值”。公益海报凭借其醒目的视觉效果和简洁有力的表达方式,能够迅速吸引大众的目光。一幅幅张贴在城市街头、地铁站、学校、社区的长江文化主题公益海报,就像一扇扇通往长江文化世界的窗口。当人们在忙碌的生活中不经意间瞥见这些海报时,心中便会产生起对长江文化的好奇与向往。它打破了文化传播的壁垒,让不同年龄、不同职业、不同文化背景的人都能轻松接触到长江文化,进而引发对长江文化的兴趣,促使更多人主动去了解和学习,让长江文化在大众心中生根发芽。

此外,公益海报设计能够激发大众对长江文化的关注与热爱。在信息爆炸的时