



地方形象维护是一个系统工程

□本报评论员 韩韞超

据6月6日《新京报》报道,近日,山西卫视一档名为《人说山西好风光》的旅游推介综艺节目开播。这是一档汇集了山西11个地市的市委书记、市长或副市长的“真人秀”节目。参加节目的官员要为自己的城市做推介演讲,还要正面PK,最终获胜城市将获得2016年山西旅游发展大会的主办权。

亲自出马为当地旅游作“代言人”,市委书记和市长们也是“蛮拼的”。这一展示地方旅游文化的节目在某些媒体的解读中,被寄予了扭转山西形象的期望——尝试以节目为突破口,借力旅游发展,撕去“塌方式腐败”和经济“断崖式下滑”的标签。

时下,不少地方越来越意识到当地形象的重要性。为提升地方形象,或者改变公众认知、打撘地方声誉,很多地方都下足了功夫。

有的地方借当地重大改革举措,先进人物的新闻报道,凝聚当地民心,提升当地知名度。有的地方制作精美的形象宣传片,请明星做地方形象代言人,创作推介地方形象的歌曲、戏剧等文艺作品。这些常规套路,各地都积累了丰富的经验,做得顺风顺水,在改善、提升地方形象上,也显示出了各自的成效。

最考验人的是遭遇突发事件后各地的反应,是应对有序,还是方寸大乱,往往直接影响到当地的整体形象。面对突发事件,或是洪水、暴雨等自然灾害,或是火灾、爆炸、翻船、矿难等安全生产事故,或是“天价鱼虾”、“黑导游”坑游客之类的负面新闻,有的地方职能部门能第一时间启动应急预案,迅速协调相关力量处置突发事件,及时公开权威信息回应公众质疑,妥善处理后事宜。

同时,也有一些地方缺乏对突发事件的责任意识及经验,应急处置不力,信息公开不到位,往往引发种种质疑,最终在公众心目中留下“不及格”印象。

在媒体形态多元、公众权利意识增强的当下,地方形象容易成为“易碎品”,破坏容易重建难。换句话说,一个地方被贴上某一标签容易,而去掉这一标签尤其是负面标签,却往往需要长时间的成倍努力。说到底,地方形象的塑造和维护,是一个综合系统的工程,需要当地政府、企业、公众等多方的共同努力。政府敬畏法制和规则,尊重和保护企业和公民的权益,注重自身公共管理、社会治理能力的提升以及服务意识的加强;从大企业到小商贩,都能做到货真价实、童叟无欺;每一位公民都能遵守公序良俗,拥有最起码的文明素养。

地方形象的塑造和维护,除了要精心打造“旅游牌”之外,更需要公平、正义的环境、企业合法经营、安全生产以及居民生活舒适等硬杠杠;不仅需要突发事件面前,拥有良好的危机公关和舆情应对能力,更需要平日对民生权益悉心呵护,对大小民生事宜逐一落实。

如何塑造和维护好地方形象,这门“必修课”对于很多地方来说,难度不小。



扫描二维码关注“钟声”,看工人日报“钟声”评论。



地方形象的塑造和维护,除了要精心打造“旅游牌”之外,更需要公平、正义的环境、企业合法经营、安全生产以及居民生活舒适等硬杠杠;不仅需要突发事件面前,拥有良好的危机公关和舆情应对能力,更需要平日对民生权益悉心呵护,对大小民生事宜逐一落实。

“分答”:分享知识还是窥探隐私

□吴迪

5月,果壳网旗下在微信公众号低调上线了一款付费语音问答新产品——分答。用户在分答平台上可以自我介绍或描述擅长的领域,设置付费问答的价格,其他用户感兴趣就可以付费向其提问,对方用60秒的时长来回答。问答环节结束后,“游客”若感兴趣,可以继续花钱收听,所付的钱将由提问者和回答者平分。

比如,某牙科医生标价5元可咨询相关问题,用户若有需求,则付费5元询问,当医生回答完毕后,“买卖双方”的第一轮“交易完成”。当做成盈利模式,本无可厚非。但是我们不能不多一重疑问和思考:分答为何会火?明星和网红入驻,公众的窥私欲得到某种程度的满足可能是其红火的原因,但与此同时,另一问题也接踵而来,它们会否将这一新兴事物推向“网红经济”的深渊?

这样的担忧不是没有道理。分答甫一出现,确实是知识分享和问答的平台,可是随着似乎有些变味儿——泛娱乐化。比如,王思聪的入驻,随即引来3000元标价的提问“买不起什么?”以及“在每位女友身上花多少钱?”……公众人物的私生活一直是不少人津津乐道的话题,反正1元钱就能听到,

不贵!于是,32个问题下来,这位公子赚了23.8万元。此外,章子怡、佟大为以及“网红”papi酱等人的纷纷进驻,迅速挤占了原本较为公平的问答环境,导致有专业知识需求的用户纷纷离席。

不妨以微博为例——在刚出来的头两年,微博几乎成了全民分享、互动娱乐的平台,至上至娱乐明星各路大咖,下至平头百姓,“互粉”“@我一下”成为一时的流行词。然而,当微博运作、营销风生水起,人为制造热点、刷榜单、推红人成为微博上的“后起之秀”时,微博从平民化走向“贵族化”,成为了名流、大V和营销号的微博,“寡头们”控制了微博的大量流量,平民则如“圈地运动”中的农民一样“流离失所”,纷纷选择离开。

60秒能否将一个问题的透彻解读,是个问号;网红给出的答案具有多少专业性、权威性和指导性,更是个问题。好玩的新事物就该好好经营,这需要在维护平台的生态平衡上做好功课。

从机制上说,只有各领域人才获得更多的提问和回答机会,才能成为“知识平台”的中流砥柱。明星和“网红”们分享的往往不再是知识,顶多算信息。这与分答宣传语“以轻盈的方式获取知识”是背道而驰的。

当真正的专业型、技术型用户的回答很快淹没在网红喧嚣中,用户的求知欲得不到满足,回答问题的专业型用户没有获得感和成就感,今日一夜爆红的分答,明日或许就走向了穷途末路。



入迷

据《海峡都市报》报道,近日,一条消息牵动了众多网友的心——6月3日在福建三明沙县,一名粗心的妈妈只顾低头玩手机,全然不顾自己在医院二楼栏杆处玩耍的3岁孩子,直至孩子不慎从2楼跌落1楼大厅才惊觉。幸亏医院医生抢救及时,孩子已经脱离生命危险。

因低头玩手机引发的问题,小到撞人、踩脚等小摩擦,大到引发交通事故伤人害己,“低头族”惹出的事已经不仅仅影响个人,更成为影响大众的安全问题。要求“低头族”放弃手机不现实,但“低头族”不妨听听专家的建议,凡事都有个度,影响到别人事小,丢了性命可就事大了,回归人与人之间面对面的交流,走到家人和朋友中间,别不分场合地玩手机,这事不难办到。

□赵春青/图 郭振纲/文



匿名快递泛滥,实名制呢?

□司马童

家住重庆巴南区的田先生最近一个月时常收到匿名快递送来的“礼物”,里边有一些不值钱的榨菜、豆腐干、毛绒玩具等,有一次竟还收到一包垃圾。然而,快递单上既没留下发货人的地址,也没留下姓名,询问寄出物品的网上卖家,却不愿回答。(见6月6日《重庆晨报》)

有人将这些神龙见首不见尾的匿名快

递,等同于“垃圾短信”。只不过,比起后者对个人手机的骚扰,一件件来历不明的匿名包裹,更会引起接收者的担忧乃至恐慌。

指名道姓寄来的匿名快递,可能是他人搞的恶作剧,也可能如网友所言,是一些网店自导自演的刷单伎俩。虽然面对信息模糊的匿名快递,收件人可以拒绝不收,但无论是出于好奇或想弄清原委,多数人还是会一拆一探究竟的。更何况,要是真相难解,老是被人冒用自己的姓名和地址,肯定心有不甘。更

为担忧的是,今天能给你匿名寄一些无用的东西,明天就有可能给你快递来一些有损安全和健康的物件来。正如垃圾短信的久禁不绝,手机实名制没有严格执行一样,匿名快递泛滥,与快递实名制没有得到切实执行密切相关。尽管快递要求实名制,而事实上,疏于实名和验视的收寄快递现象不在少数。

快递实名制被绕开,快递公司负有不可推卸的责任,无论其出于有意还是无意,在一份报告中,有几处标注了红色,赵丽敏反复审查各类地质图后,小心翼翼地对这些几处做了规范和数据修改——“即便是对待几块‘石头’,也要精益求精。”

这种精益求精的追求,以一贯之,她要求徒弟们绘制地质图时必须精确到每一米,用一丝不苟的态度来磨炼基本功。

如今,赵丽敏所在的中东研究所,35岁以下青工员工已占60%以上。与她“师徒结对”的年轻人,已成长为中东油气田开发地质研究和技术支持的骨干力量。

看着年轻的同事,赵丽敏回忆起第一次海外出差,在转机时遇见好多前往喀土穆打工的同胞;“他们几乎一句英语都不会说,但他们的干劲和闯劲,给我留下特别深的印象。这么多年来,我们石油人凭的也不是这种劲头吗?”

幕上,一座油田的“地层剖视图”呈现为五颜六色的图案,外行人看来如同涂鸦。但在赵丽敏眼中,这分明是描述哪里有石油,哪里是油水界面,哪个小层的品质高储量大的“藏宝图”。

近20年来,赵丽敏参与了十多个国家的油田项目开发方案制定,“开发方案是石油投入开发的前置条件,而方案需要数据说话,地下的情况我们并不很了解。”她指着电脑屏幕上随角度变化而呈现不同色彩和形态的储层分布图,向《工人日报》记者介绍。

不论是分布在哈法亚地区近300平方公里范围内的80多口井,还是苏丹6区Fula油田的116个综合地质研究、55口开发调整井,每口井几乎都要打到地下两三千米的深度,每一口井,每深入一米都有数据更新。此时,图纸、模型就必须做出相应的改变,才能让方案更加科学精准。

一次次的数据更新,伴随着赵丽敏一次次对图纸、模型的调整。

长时间面对大量地质数据和地层岩样,

需要将重要数据牢记于心,这让赵丽敏大脑像是“中央数据处理器”——平常人看来枯燥无聊的一组组数据,进了她的大脑后便会产生“聚合反应”,在脑海中形成一幅三维地质图像。

什么深度是什么岩石状况,哪里油层质量好、哪里打井更合理……这些问题在一系列数据输入大脑的同时,几乎已经有了初步结论。而一旦有新的数据,这幅在脑海中已经成型的图像还可以瞬间调整,而这甚至不再需要看图。

这是赵丽敏的“绝招”,同事说,她的这项本事相当于在给目标地层做“B超”。

“即便是对待几块‘石头’,也要精益求精”

去年3月,赵丽敏荣获第二届“加油中国,传承铁人”十大人物称号。此后,“铁娘子”这个称呼在同事中不胫而走。

谈到获奖前一些网络公司诱惑她花钱可



2016年全国高考开考 报名人数较去年减少了2万人

6月7日上午11时37分,北京人大附中高考考点,第一位走出考场的考生经过人群。

当日,2016年全国高考如期举行,940万考生走进考场,参加全国统一考试。

据了解,今年全国高考报名人数较去年减少了2万人。今年全国普通高考计划招生374万人,录取率约40%。此外,作为“作弊入刑”后首次高考,今年高考考场纪律更严。

本报记者 王伟伟 摄

“黑暗料理”太猖獗

藏身拆迁大院、工人抽烟光膀子包粽子——据《法制晚报》报道,北京丰台区万柳桥附近藏有3家非法加工粽子的窝点,检测发现,其含国家严禁添加的甜蜜素,经常食用将对人体的肝脏和神经系统造成危害。

不知从什么时候起,“黑暗料理”与传统佳节结下了不解之缘——端午节、中秋节、元宵节,脏粽子、黑月饼、臭元宵,似乎一个也不少。年年过节,年年得罪黑作坊“过招”。黑作坊能够像“打不死的小强”,除了因为平日对民生权益悉心呵护,对大小民生事宜逐一落实。

“警局捞人”是骗局

据《京华时报》报道,北京的李某因殴打他人被刑拘,妻子四处托关系“捞人”,结果被王健等人以帮忙打点、联系某领导为名,忽悠了240万元。日前,王健4人因犯诈骗罪被分别判刑。

花钱托关系到警局捞人,结果被骗得人财两空的案例不少。家属不傻,为何愿意相信骗局并掏钱?排除骗子心机深、巧设骗局诱君入瓮的因素,一些人收受贿赂“扭转乾坤”的先例,兴许是家属愿意相信骗子的深层原因。打虎拍蝇之下,但今后肯相信这类骗术的人或许会少些。

“丢准考证”何时休

据《法制晚报》报道,高考来了,诈骗信息也搭上高考“顺风车”。今年一个叫杨雷雷的“粗心”考生接棒登场。不过,北京地区网站联合辟谣平台负责人表示,这些都是虚假信息,准考证的“好心人”发布的联系电话很可能是吸费电话。

高考结束前,网络上关于捡到准考证、请联系指定号码的信息年年都有,相关部门也屡屡辟谣说,这类信息与“某人亲戚病危,联系不到其人,请大家帮忙联系某号码”的套路一样,多是吸费电话。可谣言横行,说到底是对谣言制造者的惩处太轻。辟谣固然是必须的,但从源头减少谣言才是更该做的,让造谣者付出沉重代价,或许才是震慑和减少此类行为的一剂良药。

公众话题

快递公司都应当有一查一,绝不姑息。倘若任凭匿名快递想寄就寄,等于留下了一个个防不胜防的安全隐患与漏洞。

除了快递公司,对弄虚作假的网店订单,睁一只眼闭一只眼的电商平台更有责任。某些网店以保护消费者隐私为借口,纵容他人或自我下单发出的匿名快递,视其为人间正义,铤而走险,并不为过。因此,毫不手软地惩罚甚至驱逐掉它们,算是有力警醒。

不妨从重庆这个案例入手,倒查一下快递实名制被绕开的原因,进而亡羊补牢。

高考作文题有哪些趋势和特点?

(上接第1版)

——更加紧扣社会发展,聚焦热点。长期研究高考命题的山东省临沂第一中学语文教师赵举宝说,以浙江卷的“虚拟与现实”为例,近年来作为现代科技前沿的虚拟现实曝光度不断增加,逐渐走进百姓生活;全国卷Ⅲ作文题“小羽的创业故事”,则与“大众创业、万众创新”这一当前热点相关。

——思辨性考题依旧唱主角。赵举宝认为,近年来不少高考作文题目或多或少涉及人、事、物之间的思辨关系,又注重整体性、系统性、开放性分析,既关注思维广度,又关注思维深度,今年仍不例外。例如,江苏卷的“话长话短”,上海卷的“评价他人的生活”。

从事多年高考作文阅卷工作的安徽省芜湖市第一中学语文教研组长程丽华认为,总体来看,今年各地高考作文题提供的材料给学生的自主选择空间都比较大,需要调动学生理性思维能力,自选角度对材料进行论述,言之有理即可。

——考察学生想象力,万能模块不再“万能”。专家认为,今年北京卷考题“神奇的书签”,山东卷的“备好的行囊”,都在引导学生大胆发挥想象力。北京八中一名高二学生说,这种题目让之前大行其道的万能金句和故事不好使了。

未来作文题将更注重综合能力

相关专家介绍,高考作文是最能展现考生综合素质的一道试题,从近几年高考作文的变化情况来看,今后作文命题将更贴近现实,更注重传统文化,更注重考察综合能力。

——“三贴近”将更为突出。程丽华告诉记者,未来作文题目将更贴近社会现实,贴近学生生活,贴近社会主流思想,更关注人与自

“绿动未来”公益活动启动

本报讯(记者彭文卓)每个人每天节约一杯水,一天就可以节约约3.5亿升水,这就是“一杯水”所蕴含的力量。6月6日,在世界环境日到来之际,“一杯水的约定”——“绿动未来”环保公益活动大型系列宣传启动在北京启动。

据悉,主办方在全国10个城市开展了联动活动,面向企业和高校环保志愿者,分别开展“我想对你说,与杯子合影”节水用水照片征集和“一杯水的约定,我为节水点赞”照片征集活动。

《绿色的梦想》宣传片和《一杯水的约定》视频短片,突出绿色主题,彰显环保力度。“水生态艺术展”则用1个杯子去量化,以“每天刷牙不关水龙头浪费8杯水”、“会议矿泉水浪费1杯水”、“洗澡不关水龙头浪费102杯水”等触动心灵的直观展示,呼吁公众节约用水。

此次活动由中国环境文化促进会联合上汽通用汽车有限公司联合主办,“绿动未来”环保公益众筹平台承办,启动仪式上首播了

(记者:孟含琪 许晨 陈诺 袁宝) (新华社北京6月7日电)