

有双向奔赴,就有双向奔“富”

深评

安吉白茶, 闻名天下。而“一片茶叶”演绎出的共富故事, 更让人啧啧称赞。据报道, 安吉靠白茶致富后, 近年来陆续向贵州普安、沿河、雷山, 四川青川, 湖南古丈捐赠“白叶一号”茶苗, 带动三省五县脱贫致富。

“扶贫苗”变成“致富茶”, 一片叶子富了一方百姓, 这样的范例特别暖心, 也给人启发。如果说吃水不忘挖井人, 体现的是一种人性“本

能”, 那么已已达而达人、己已富而富人, 就是一种高境界。透视这种境界, 可以看出一个人的素养, 看出一座城市的气质, 还能感受到一个省的价值坐标。

浙江的共富实践涵盖多个层面, 比如, 抓住高质量的“题眼”, 在高质量发展中写好共富大文章。在我看来, 浙江除了在示范区建设过程中致力于在全省范围内实现共富, 还努力将致富经验输送到相对不够富裕的地方, 这种先富带动后富, 无疑更值得赞赏, 也更能彰显出高质量发展建设共同富裕示范区中的“示范”二字。

去年热播的电视剧《山海情》, 故事背景是福建对口帮扶宁夏。习近平总书记曾回忆, 他在福建当省委副书记时, 分管了3年农业, 那时候, 福建对口帮扶宁夏, “到西海固看了以后, 我说一定要响应中央号召, 搞好对口扶贫工作。”“福建成立了闽宁协作领导小组, 我是组长, 专门抓这个事情。”

我们是社会主义国家, 东部沿海地区先发展起来了, 不能不管其他地方, 要共同富裕。看浙江的共富实践, 既能看到省内各地互帮互助, 也能看到省内富裕地区帮助省外刚脱贫的地区。比如, 去年5月, 余姚横坎头村与四川省凉山彝族自治州昭觉县三河村“结对”, 奔向共同富裕。从实施数字赋能计划, 到加强乡村治理, 横坎头村对三河村的帮扶是实

在的, 实效正在显现。

值得一提的是, 双向奔“富”, 不是单向度的拉一把, 而是联手向前冲, 有来有往, 深入融合。比如, 三河村8名彝族同胞曾到横坎头村进行彝族传统文化演出。这种演出, 既展现了彝族的文化特色, 也能让浙江百姓感受彝族文化的风情, 值得点赞。

“国之称富者, 在乎丰民。”共同富裕路应该怎么走, 如何让老百姓富裕起来、富裕起来? 各地都在进行有益探索。浙江的共富探索, 值得剖析。多一些双向奔赴, 我们就更有底气和信心实现双向奔“富”, 在共同富裕的道路上越走越坚定。

(王石川, 载《浙江日报》)

“官方整活儿”, 如何活?

洞见

福建文旅厅日前发布的一条“来福建享福味”主题广告片在网络上“刷屏”。这段3分多钟的广告片, 以四个不同的影视剧桥段向网友呈现了福建美食, 再加上以闻名全国的福建饮食品牌沙县小吃为引子, 形成了鲜明的印象反差, 赢得了许多年轻网友的认可。

对此, 有报道称这是一次成功的“官方整活儿”, 甚至有评论感叹, “官方玩梗最致命”。值得追问的是, 官方整活儿, 到底活在哪儿, 如何活?

在笔者看来, 首先是内容接地气。站在普通网友的角度, 如果说这条广告片给人留下的深刻印象, 那一定是精准捕捉到时下最流行的网络“玩梗”心理。看看片中涵盖的元素和桥段风格, 从周星驰到王家卫, 从谐音梗到偶像剧风, 以及隐晦的纪录片《舌尖上的中国》影子, 看似杂糅, 却都是人们最熟悉、最经典的形象和画面, 一旦能够精巧地与主题融合起来, 就能够让人们在忍俊不禁的同时, 达到营销推广的目的。

其次, 是形式与时俱进。说到官方旅游宣传片, 上一个人留下深刻印象的, 大约就是“好客山东”“多彩贵州”这类省市旅游宣传片。其突出特点是, 以简洁的口号凝练地方文旅特色, 再借助央视这个平台广而告之。如今, 网络社交营销方兴未艾, 以B站为代表的经典桥段演绎传播方式大行其道, “来

福建享福味”的广告片, 恰好敏锐地抓住了新的表达方式之变、传播渠道之变, 从而成功“出圈”。

也要看到, 不是每一个“官方整活儿”都一定成功。而总结过去那些不太成功的“官方整活儿”, 其突出问题, 恐怕就是“太官方”。比如, 有的过度强调一个地方的自然之美、城市景观之美, 却让人觉得少了一些烟火味; 有的想往网络化风格靠拢, 却放不下“官方”的架子。可以想见, 在当地“官方”那里, 并不一定每个人都能一下子看得懂这其中桥段和风格, 但既然要在以年轻人为主体的社交网络“出圈”, 就得抓住网络化社交营销的特点, 克制“官方”意志, 让制作者释放创意。

还有人注意到了这条广告巧妙利用了沙县小吃的知名度, 与“来福建享福味”的全省文旅品牌相互赋能。如果仅仅从沙县小吃的又一次“出圈”来审视, 同样也引人思考。从当年的县政府整合资源和力量, 打造特色小吃品牌, 助推其走向全国, 带动地方经济, 到如今以颇具创意的方式吸引广大网友关注。在这个过程中, 地方政府总是扮演着恰当的角色, 倒是很值得那些注册地理品牌、成立协会、四处打“维权”官司的地方好好学学。

其实, 无论是做强地方产业, 还是宣传地方品牌, 都离不开“官方整活儿”的参与。至于如何活、如何火, 往往需要的是官方摆正角色、遵循规律, 把工作做到恰到好处。(张东锋, 载《南方日报》)

读懂“不听建议”背后的诉求

视野

前几日, “建议专家不要建议”的话题冲上了微博热搜。事情的起因是: 在近日播出的一档节目中, 参与讨论的几位专家针对当前房地产市场态势, 提出了几个建议, 随后这些建议迅速形成了三个话题——“专家不建议年轻人掏空六个钱包凑首付”“专家称买房比租房划算”“专家称今年6到10月是购房好时机”, 一时间引发议论者众。

对于这样看似前后矛盾的专家建议, 网友们表示得用魔法才能打败魔法, 纷纷戏谑“建议得很好, 建议下次不要建议了”, 也因此衍生出了“建议专家不要建议”的新

话题。网友的此种表达反映出对互联网上各种各样“专家建议”的不满。在过往的诸多社会事件中, 总有专家发表不当建议, 如“经济学家建议年轻人别在通勤上花过多时间”等。此类专家往往被网友指责“何不食肉糜”。

近来, 房地产市场消息频出。有媒体报道称, 随着今年高校毕业生即将毕业, 新增租赁需求增长强劲, 将推动市场开启新一轮升温, 北京房租继续上涨, 租金超过房贷月供。而在5月20日, 最新一期贷款市场报价利率(LPR)显示, 与房贷相关的5年期以上LPR为4.45%。根据最新利率, 按照50万元、期限30年、等额本息还款估算, 平均每月可减少月供支出约45元, 未来30年内共减少利息支出约1.6万元。

由上述政策和来自市场的反馈, 人们不难看出, 当前似已到了购房的合适时机, 也能够印证“专家称买房比租房划算”这样的观点。这样的结论显然并不严谨, 更经不起推敲。就如最新5年期以上的LPR利率所带来的优惠, 置于全国市场下, 这一优惠的利好信号就会被放大, 有助于稳定市场信心, 直接利好好房地产, 同时促进消费提升。但对于个人而言只是很小的优惠, 并不意味着人人都能受益。

由于中国幅员辽阔、人口众多, 不同地域的经济发展水平存在天然差距, 人们对于事物的判断会首先基于所处地域实际市场情况得出。此番热议的专家观点实则都是老生常谈, 并无任何新鲜内容。一个粗浅的判断是, 对绝大多数人而言, 能够买房就一定不会想要租房。在中国文化语境

下, 房子是安身立命的根本。只不过现实情形是, 并非所有人都买得起房, 甚至有一部分人都租不起房, 而不得不在通勤上花费更多时间, 以换得负担得起的居所。

专家的观点实际没有对错之分, 但置于不同地域实际市场环境和不同人群经济实力背景下讨论, 这些观点也就没有了对应的价值。这表明了在一些问题上, “专家”及其所可能代表的知识群体、智库群体、咨政群体, 并没有和普通大众同理共情。因而, “建议专家不要建议”的建议背后, 是公众尤其是年轻人期待自己遇到的问题“被看到”、被“以合理方式关注”、被“真诚而有意义的对待”的诉求。而这些诉求, 与其说是向专家提出的, 还不如说是向公共政策制定机构提出的。

(陈城, 载《光明日报》)

露头就打



中宣部、公安部近日联合启动“全民反诈在行动”集中宣传月活动, 营造全民反诈、全社会反诈氛围。

近年来, 湖州大胆尝试、勇于创新, 推出“2250000”反诈热线, 为群众提供有关虚假、诈骗信息的话务咨询, 防骗、治骗的方法妙招。我们也要看到, 诈骗手段五花八门, 要时刻保持警惕, 充分发挥反诈热线的作用, 对诈骗行为露头就打。

姚欢绘

画话

小议“谁家孩子谁家抱”

快评

“谁家孩子谁家抱”是我国谚语, 比喻谁做的事谁承担责任。在工作中, 这句话主要是强调各级各部门的主体责任, 要各司其职、各负其责。职能明确、责任清晰, 应当说是做好各项工作的重要基础。“谁家孩子谁家抱”, 其实就是厘清职责边界, 解决职能交叉、职责重叠、权责不清等问题。但是“谁家孩子谁家抱”也不能绝对化, 仅仅满足于各司其职、各负其责还远远不够。

譬如, 有些工作看起来是局部, 实际是牵一发而动全身; 那些关乎综合、长期性的工作, 涉及面广、程序复杂、任务艰巨, 不是一分之一的那么简单; 还有些工作需要几个相关单位一起抓、共同管, 形成合力。这些工作, 非“齐抓共管”不能够完成。

如果只讲“谁家孩子谁家抱”而不讲齐抓共管, 实际工作中, 就可能会出现各管各

的、“只扫自家门前雪”的情况, 对于交叉地带或者棘手事务, 可能会“慢半拍”甚至谁也不管。这无疑是不利于干好工作的, 也不是我们应有的工作作风。

齐抓共管是我们党的优良传统, 也是党的全面领导的体现方式。无论是经历重大考验, 还是日常的社会治理、城市管理, 我们具有总揽全局、协调各方的领导优势, 具有各部门齐抓共管、社会和群众共同参与的体制优势等等, 这些都是具有中国特色的制度优势。

制度优势的充分发挥, 一定是协同协力而不是各行其是的, 一定是共同担当而不是责任分化的。齐抓共管建立在各方主体履其职、担其责的基础上, 主体职责的承担要有利于而不能妨碍齐抓共管, 每个“各”要体现“齐”的行动, 形成“共”的力量。

推进党和人民的事业, 做好改革发展治理工作, 既要各方切实担起责任, “抱孩子”不犹豫; 又要在一盘棋下行动, 齐抓共管, 形成合力。(刘功虎, 载《长江日报》)

关注青少年心理健康, 还需哪些努力?

丰富工具箱解“成长烦恼”

心理健康作为青少年健康成长的重要方面, 作为健康湖州的重要内容, 事关家庭幸福、社会和谐和民族未来。做好青少年心理健康工作意义重大、责任重大。我们要不断丰富工具箱, 迅速形成关注青少年心理健康的强烈共识, 切实为他们化解“成长烦恼”。

开通“2251885”心理援助热线、搭建“南太湖心航”心理健康服务平台、成立心理健康志愿服务联盟……近年来, 湖州积极探索、创新实践, 构建了家庭、学校、政府、社会、孩子“五位一体”责任体系、“五道防线”防范体系和“五个一批”服务体系, 取得了阶段性成效。

关注青少年心理健康是一项复杂的系统工程, 不会一蹴而就, 需要我

们持之以恒把各项工作做得更细致、更扎实。当前我们有热线中心、线下咨询中心、诊疗中心等实体阵地, 如何持续发挥好阵地作用, 筑牢青少年心理健康防线? 需要加强专业支撑, 推动青少年心理健康工作机制与素质教育、城市数字大脑建设等有机结合。在具体操作过程中, 我们要多联合专业机构和专业人士, 引导社会组织积极参与到青少年心理健康服务, 更好营造全社会关心青少年心理健康的社会氛围。同时也要加快心理健康专业队伍建设, 提高教师对学生精神心理问题的识别能力, 真正走进青少年的内心, 了解他们的所思所想, 为他们成长撑起一片更加晴朗广阔的天空。

(王晶)

三思而结

新闻事件:

教育部日前通过视频会议形式专题调研湖州学生心理健康监测与预防工作并给予充分肯定。近年来, 湖州开展青少年心理健康护航行动, 举全市之力为青少年健康成长保驾护航。截至目前, “2251885”心理援助热线累计受理来电1.2万人次, 线下咨询中心为600多人提供公益服务, 受到社会各界广泛好评。促进青少年心理健康是教育工作的重要内容, 是培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人重要基础。要想让这项工作做得更好, 还需要哪些努力——

家校合力撑起呵护伞

为青少年心理健康保驾护航, 除了给他们提供科学、系统、专业的心理疏导之外, 学校和家庭也要积极做好兴趣爱好培养、体育活动锻炼等工作, 在形成良好的生活习惯上做好“加法”。

在过重的学习和生活压力下, 青少年难免会产生负面不良情绪, 如果不及疏导, 可能会产生心理问题。而一个好的生活习惯, 能有效对冲负面情绪, 提升自我调节能力, 培养顽强的毅力, 在无形中消解心理问题。

如何让青少年拥有一个积极向上的生活习惯, 保持良好的精神状态, 需要学校和家庭形成合力。家长是孩子的第一任老师, 对孩子的道德品质、身体素质、行为习惯等方面都起着重要作用。家长在关注孩子学习成绩的同时, 更要在生活中多关心关爱孩子的身心健康,

帮助引导孩子寻找生活中的乐趣, 形成面对生活的积极态度。例如培养喜爱的体育活动, 到青山绿水的地方感受大自然, 找到适合自己的兴趣爱好等, 真正走进孩子的内心, 倾听他们的需求, 才能事半功倍。

学校也需要同步协调、及时沟通。如今, 在减轻学生作业负担和校外培训负担的同时, 学校该有的体育、音乐等“放松课”更要保质保量, 特别是要合理安排每日户外体育锻炼活动, 保证青少年每天的有效运动时间, 并对他们的兴趣爱好进行有效有益的引导, 做到学习放松两不误。同时要畅通家校沟通渠道, 及时了解学生家庭情况, 引导家长树立正确教育观念、掌握正确教育方法, 形成合力, 共同为青少年撑起呵护伞。(李波)