

# 让红色故事“火”起来

近日，习近平总书记在参观空降兵军史馆时强调，要用好红色资源优势，教育引导官兵把光荣传统弘扬好，争做新时代英雄传人。红色资源是最生动、最有说服力的教科书。近年来，许多红色景点成为“网红打卡地”，人们自觉前往参观，接受革命传统教育，营造了“争做新时代英雄传人”的浓厚氛围。

“先辈事迹太感人了！”“不由得泪流满面！”……在浙江乌镇，茅盾纪念馆每年参观游客超过300万人次，具有全国性影响力。大量观众走进茅盾纪念馆，观看茅盾、沈泽民的大批实物与图片，聆听茅盾捐献25万元稿费设立茅盾文学奖

和沈泽民为革命战斗到最后一刻的故事，深受感动、纷纷留言。这些感人的留言，又打动了无数人。

留言为啥感人？因为触动心灵。党史人物坚持真理、担当使命的感人事迹具有强大正能量。事实证明，红色资源是最好的教育资源。用好红色资源优势，讲好党史故事，不仅是党和人民的重托，也是时代赋予我们的重任。

用好红色资源优势，需要年轻人参与，多用年轻态语言。一方面，要加大青年人才培养力度，编研红色读本，举办红色主题展览，激励青年人才弘扬光荣传统、赓续红色血脉；另一方面，鼓励年轻人讲好党史故事，让红

色故事感染年轻人。比如，桐乡市委史志研究室成立青年写作小组，研究红色文化，摄制《桐乡党史人物》红色主题短视频，让红色故事插上翅膀，送到基层群众身边，教育更多人。

用好红色资源优势，需要凝聚社会合力，促进资源共建共享。一是挖潜，深入开展口述史征集工作，抢救保护红色资源，挖掘其背后的故事，丰富党史人物研究，为红色资源保护利用夯实基础。二是联动，深化部门合作，签署红色资源结对协议，定期共享英名录、数码相片、烈士实物档案及红色档案数字化成果，促进红色资源共建共享。

用好红色资源优势，贵在打造精品力作，增强红色文化影响力。注重细节表现，让每件文物、遗物“开口说话”，通过叙事片段聚焦主题，让细节呈现张力，提高专业水平。创新表达方式，积极尝试动画、动漫等形式，通过细腻的情感表达、丰富的色彩表现，生动展现党史人物的光辉形象。主动贴近青年，应用先进的技术和平台，以智能算法精准服务青年用户群体，通过不断提供优质内容，增强青年用户黏性。通过线上线下合力，不断扩大覆盖面，丰富传播形式，让红色故事“火”起来、“潮”起来。

(庄永明,载《浙江日报》)

# 线下社交更应有“真诚回响”

一根网线，似乎将社交分成了“两面”：线上侃侃而谈，线下惜语如金。

最近，一项面向1335名受访者的媒体调查显示，56.6%的受访者有来电恐惧或迟疑，且年龄越小这种情况越凸显。有感于对线上社交的长期依赖，68.0%的受访者认为，自己线下社交能力有所退化。

与其说是“退化”，不如说是一种“戒断反应”——离开了“舒适区”，整个人便不自在了起来：没有流行语和表情包加持，聊天就好像失去了灵魂；哪怕双方近在咫尺，也下意识地选择了“键对键”。就连无须四目相对的电话，有的人还是难掩焦虑。相较之下，社交媒体就多了一丝安全感。毕竟，就算是那句可能意味着试探和博弈的“在吗”，也至少给出了回

旋余地，留足了反应时间。

线上社交的优势无须多言，但其弊端也显而易见。眼神变化、肢体动作等非语言信息的缺席，时不时会带来“交流的无奈”；沉迷于加了滤镜的“印象管理”，难免会错过周遭的美好；“轻量化社交”越来越普遍，虽然随时可以抽离，但总有那么一天会黯然发现，漫长的好友列表中，竟然找不出一个可以倾诉的人。无论是个人生活，还是职业发展，过度依赖线上社交，显然不利于获取多元认知，化解各种负面情绪，应对现实的复杂。

要说年轻一代不愿意线下社交，恐怕只是看到了事情的局部。一方面，年轻人选择用何种媒介交流，某种程度也暗含了对某段关系亲疏远近的体认，比如普通网友就不必“奔现”，若是志同道合、相

谈甚欢，自然就另当别论。另一方面，社交不一定是深度社交。比如，从“饭搭子”“健身搭子”，到“考研搭子”“旅游搭子”，这种弹性很强、期待值不高的“搭子文化”，一度颇为盛行。而这些社交活动，恰恰很多都在线下发生，从中也不难窥见一些人的矛盾心理：既强调“悦己”、注重边界感，也呼唤理解、渴望亲密陪伴。

从这个角度看，线下社交似乎不只关乎能力。正如社会心理学家雪莉·特克尔在《群体性孤独》所说，求助于科技，是希望寻找一种可以让我们处于某种人际关系中，又可以自我保护的方法。值得一提的是，为了调和这种矛盾，不少人又急于给自己贴上一个自带距离感的标签——“社恐”，自嘲偏向“弱关系”的交往是“社交降级”。

这当然可以理解，但未免让人感到一丝遗憾。

真实的我，应该走向哪边？无论时代如何发展，人与人之间的深度联结永远值得追求。坦率地说，在一个深度媒介化的年代，在人来人往、步履匆匆之中，有温度、有黏性的人际关系，的确不是那么容易形成。尽管一些胆怯、试探乃至碰壁不可避免，第一步终归要迈出去，唯有循“心”渐进，方能克服“能力退化”。正如学者胡鹏辉强调，在一段关系中，既有正反馈，也有负反馈，学会处理关系中的负反馈尤为重要。

以心相交，成其久远。更好地认识自己，积极地拥抱真实的生活，相信总会换来真诚的回响，带来更多信心和勇气。

(钟 颐,载《南方日报》)

## 快评

最近，上海、深圳、浙江等多地的菜场出现代炒菜业务。顾客在菜场买好菜后，只要在代炒菜档口付上几块钱到十几块钱不等的手工费，就能拎着热乎的现炒菜回家。食材自己挑选，新鲜健康；炒菜专人代劳，方便省心。代炒菜业务赢得众多消费者特别是年轻人的青睐，为菜场带来旺盛人气。

代炒菜，是菜场以需求为导向的转型尝试。在线上零售的压力之下，传统菜场为了与网购“争夺”年轻人，近年来正加速转型升级。与“动动手指一键到家”的网上买菜相比，传统菜场的出路在哪里？有的菜场走起网红风，在装修风格和店铺类型上下功夫，力求成为新晋的“打卡地”，吸引网络流量与线下客流。有的菜场进行数字化改造升级，对农产品进行溯源追踪，在档口开启交互式购物，试图打通线上线下壁垒。而代炒菜则代表着另一种思路：面向顾客需求，创新服务模式，给顾客一个“非来不可”的理由——吃菜场的代炒菜，比起去饭店省了钱，比起点外卖更健康，比起买菜节省了烧制的功夫，具有不可替代的独特性。这也说明，顾客的需求是多元化的，深挖之下，必然会催生新的消费场景。

代炒菜，开辟了菜场突围的新路，这种围绕顾客需求，扬长避短建立专属“护城河”的转型思路，也值得广大实体店借鉴。实体店生意难做是事实，但店家与其抱怨线上经济的冲击，不如认真思考自己的优势所在，真正代入顾客视角，找准顾客需求与实体店特点之间的交集所在，寻求转型突围的机会。毕竟，线上再方便，“键对键”购物也难以完全取代“面对面”交互。既然线上购物的优势难以撼动，就更应瞄准顾客需求，深挖线下服务的潜力，用创新创造打开消费的“想象力”，提供更多的可能性。

学者托马斯·科洛波洛斯在《圈层效应》一书中提到，面对群体的强势崛起，只有理解消费主力的商业逻辑，懂得如何靠拢这一代年轻人，未来的商业才能成功。如果连菜场这种“老买卖”都能俘获年轻人的“芳心”，其他实体店更没有理由感到悲观。面向年轻人，实体店不妨倾听他们的心声，找准他们的需要；而更多不同层次消费者的需求，也应当被尊重、被看见、被满足。当实体店真正践行以需求为导向的商业模式，就有望在转型突围中拓展新的业态，焕发新的活力。

(袁 媛,载《新华日报》)

## 手写板书依然不可替代

据《人民日报》报道，今年秋季学期开学后，清华大学举办了2024年教职工粉笔板书比赛，这项比赛已经连续举办8年。从经典诗文到科学公式，老师们写下的板书，或清秀飘逸，或道劲有力，字里行间饱含对知识的敬重、对教育的热爱、对文化的传承。网友评论：“这样的板书，舍不得擦！”

一支粉笔，两袖清风，三尺讲台，四季耕耘。对很多人来说，老师道劲有力的板书，粉笔与黑板摩擦的沙沙声，是学生时代的难忘回忆。这几年，教师的手写板书不时登上热搜。从小学老师写出“比印刷体还好看”的粉笔字，到大学教授坚持26年手写板书推演公式；从思政课老师手绘红军四渡赤水示意图，到医学专业教师一笔一画描摹出人体骨骼图……这些清晰美观、设计精巧的板书，总能引发共鸣。

网友在点赞精美板书的同时，也感慨“好看的板书越来越少了”“课堂上，粉笔字似乎成为了‘配角’”。的确，在教育信息化时代，板书早已不是教学唯一选择。教育部数据显示，截至2019年上半年，全国93.6%的学校已拥有多媒体教室，74.2%的学校实现多媒体教学设备全覆盖。全媒体教学工具有独特优势，“预制”课件容量大、更灵活，文字间可插入图片、视频，在提高课堂效率的同时，还增加了趣味性，也便于教师重复使用。

然而，这背后也有一些隐忧。比如，课件“一晃而过”，学生应接不暇，师生之间缺乏互动，课堂气氛沉闷，影响了教学的实际效果；再如，有的教师忽略了教学设计，直接把书本上的知识搬到课件上，让学生抓不住重点。而一些孩子觉得有了课件就万事大吉，在课堂上不愿动脑思

考、做笔记，思维能力得不到锻炼……曾有全国政协委员在提案中表示，各级各类学校都应重新审视教师写板书、学生记笔记的重要意义，不能过分依赖PPT，应更注重学生听、说、写以及归纳总结能力的培养。

对老师而言，板书是动态、即时的，在利用板书教学的过程中，教师能根据学生的反应，随时调整授课节奏。何况，板书是教学思路的凝练，不断打磨板书有助于教师提升教学能力。对学生来说，板书如果设计得好，便能化复杂为简单，化抽象为直观。跟着板书一起推演的过程，也是将知识内化于心的过程，这种“沉浸感”不可或缺。

不仅如此，整齐、漂亮的板书还能展现出汉字之美，有利于学生培养正确书写习惯。犹记得，小学时我曾遇到一位书法功底颇深的语文老师，看着她上课时在黑板上写下行云流水的粉笔字，我第一次为自己的“狗爬字”感到羞愧，后来便以老师的字为范本，开始猛练书法。

未来，信息化教学手段或许会更先进、更高效，但这并不意味着黑板教学会过时。其实，板书和信息化教学手段并非“你进我退”的关系，如果能够把握好多媒体教学的“度”，根据教学内容和课堂实际，将二者搭配起来使用，未尝不能达成优势互补，实现“一加一大于二”的授课效果。

清华大学举办的粉笔板书比赛，引来无数网友“在线”围观，这种热度的背后，也蕴含着一种期待：无论什么年代，板书都应当是优秀教师必备的基本功。很多年过去，黑板上的字迹早已模糊，但那些一笔一画写下的知识与道理，却刻进了一代又一代人的生命底稿。

(陈 曦,载《工人日报》)

本版投稿邮箱:hzrbbsp@163.com

邮件主题请注明“时评”二字。

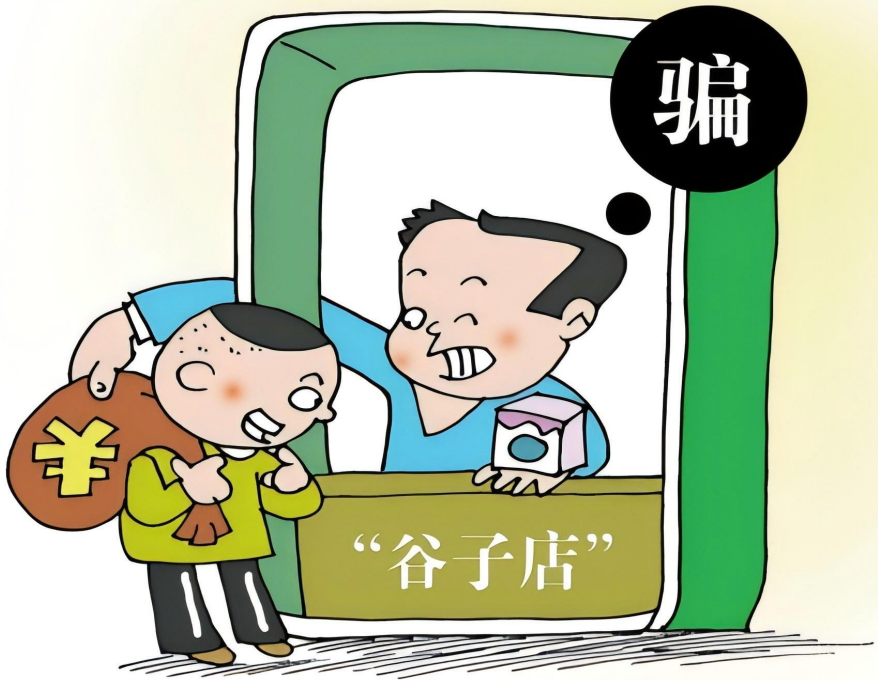
## 画话

### “谷子”有趣别沉迷

近段时间,“谷子”在学生群体中流行开来。这里的“谷子”并非指农作物,而是英语“goods”(商品)的音译,泛指各类动漫、游戏衍生的徽章、立牌、挂件等产品。随着“谷子”的热度越来越高,一些不法分子也趁机入局,以低价出售为诱饵,对迷恋“谷子”的孩子们实施诈骗。

引导青少年在“谷子”消费上保持清醒,不仅是为了防止其被骗,更是为了帮助他们在文化消费中找到平衡点:既满足情感上的需求,又能理性衡量商品的实际价值与自身的经济能力。

(图/文 沈海涛,载《湖南日报》)



# 让“快递进村”更畅通

据国家邮政局近日介绍，自2014年启动实施“快递下乡”工程以来，我国农村寄递物流体系从无到有，从初步建立到日渐完善。10年来，“快递下乡”“快递进村”等工程接续实施，农村寄递物流体系建设不断加快，为畅通城乡经济循环、降低农村物流成本、巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴贡献了行业力量。

“快递下乡”是惠民生、提升农村居民生活品质的必然要求，是扩内需、促就业、转变发展方式的重要举措。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央坚持把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重，加快补齐农村基础设施和公共服务短板。数据显示，目前每天有1亿多件包裹在农村进出，全国建制村快递服务覆盖率达到90%以上，累计建成县级物流配送中心和电商公共服务中心2600余个，整合村邮站、三农服务站、村里小商超等，累计建设33.78万个“一点多能、一站多用”的村级寄递物流综合服务站，切实为广大农民带来便捷。

当前，“快递下乡”在实践中还存在一些短板和堵点，离人民群众的美好期待还有一定距离，在服务

能力优化、可持续性加强、基础设施建设等方面还应持续发力。对此，应采取有效举措，让“快递进村”更畅通，实现乡乡有网点、村村有服务，农产品运得出、消费品进得去，切实打通农村消费的“最后一公里”和农产品进城的“最先一公里”。

引导各类市场主体创新服务模式，打好“快递进村”的组合拳。完善协同服务体系，支持交通、邮政、快递、物流等企业共建共享基础设施和配送渠道。一些地区积极探索客货邮融合发展，利用公交车等公共交通工具搭载快递包裹。比如，山东威海临港区构建起“区综合服务中心—镇物流服务站—村物流服务点”三级交邮联动网络体系。要大力发展农村电子商务，赋能农业产业升级，推进质量兴农、品牌强农，发展农产品产后分级、包装、营销和冷链仓储物流等，推进电商服务网点覆盖到村。鼓励支持农村寄递物流企业立足区域特色农产品和现代农业发展需要，主动对接家庭农场、农民合作社、农业产业化龙头企业，为农产品进城提供专业化供应链寄递服务，推动“互联网+”助力农产品出村。河南

通过线上线下平台推动农产品交易，累计为樱桃、茶叶、大枣、苹果等百余种生鲜农产品提供“源头田间冷仓+专业冷链包装+田头收寄+产地专线直发+冷链专线运输”一条龙寄递服务，大大提高物流效率。

进一步打通“快递进村”的政策堵点，唱响农村公共服务“好声音”。落实简化农村快递末端网点备案手续，取消不合理、不必要限制，制定负面清单，对农村末端网点标准化建设给予适当补贴，鼓励发展农村快递末端服务。针对服务不规范的问题，加快修订《快递市场管理办法》《快递服务》等标准，结合农村的实际情况，规范农村快递经营行为，鼓励探索符合农村实际的业务模式。针对末端服务精准性不够等问题，探索结合强化市民热线等公共服务平台功能，完善消费者投诉申诉机制，依法依规查处未按约定地址投遞、违规收费等行为，保障人民群众的合法权益。鼓励支持有条件的地区建立和健全电商、农村快递协会机制，强化行业监管和自律。

强化科技赋能，让“快递进村”跑出加速度。探索建立快件物

流资源共享服务大数据平台，提高快递分拣速度。通过“云仓”物流管理系统对订单流、信息流等快速预测与响应，依托“云仓”的仓配服务网络，将客户商品下沉至前置仓，为消费者选择最近的仓库发货，缩短配送距离，让群众可以更快收到快递。有条件的地方可鼓励使用无人快递车、智能快递柜等创新模式的应用技术，解决农村快递件量少、成本高、进村难的问题，同时提高快递的送达速度和准确性。比如，山东青岛计划在20个行政村设置无人驾驶快递车分拣站点，村民可以自行扫码开启车辆取快递。此外，还要推进科技赋能构建冷链寄递体系。在田间地头建设农产品预冷保鲜、低温分拣、冷藏仓储等设施，缩短流通时间，减少产品损耗，提高农产品的附加值和市场竞争能力，从而提升农产品进城效率。

我国农村地区差异大，需要因地制宜探索多样化多种模式推进“快递进村”，实现多点开花，打通城市工厂与田间地头双向之路，让农民腰包鼓起来，农村生活美起来，助力实现城乡一体化发展。

(谈小燕 陈大鹏,载《光明日报》)