

东湖评论

每一笔绿色,都在为城市画“圆”

□ 湖北日报评论员 周磊

阅读提要

这条世界级的滨湖绿道,已成为一条城市中心的“绿色项链”,串起自然和谐生态的城市绿色空间,成为宜居、宜业、宜游的绿色化城市生动样板。

东湖绿道三期来了。近日,位于武汉东湖风景区的东湖南路和天鹅路已经打围开工。2024年完工后,东湖绿道将全线画“圆”,形成百余公里的闭环。

从2015年12月破土动工的那一刻起,东湖绿道的建设已经走过八年。从一期工程建成开放,大学、博物馆、历史建筑、名人遗迹等人文景观点缀其间、交相辉映,到二期与一期无缝衔接,特色艺术村、夜光步道、十里枫林等分列其间,人文气息更浓厚,游玩项目更丰富,再到东湖绿道三期将与绿道一、二期相接,实现全程可骑行、慢跑和漫步,这条蜿蜒于湖光山色之间、不断向前铺展的绿道,凝聚着这座城市的匠心打磨。

在东湖绿道的建设过程中,每一个精心雕琢的阶段性成果,都以润物无声的方式,滋养着人们的休闲时光。在绿道逐步建成的几年

间,人与自然和谐共生的理念,正以具体可感的现实场景展现在人们眼前。踏上绿道,人们可以泛舟湖上,看湖光潋滟、山峦林立;可以步入森林,观四季花海,沐天然氧吧;也可以登山远眺,赏烟波浩渺、水天一色;可以骑行郊野,在芦花野树间,享受风的自由和速度。人们或独自漫步,在发现中解锁一段未知的美妙旅程;或三五成群,铺上野餐垫享受惬意的周末时光;或鸣枪开锣,在赛事中领略运动活力与城市气息……“怡然东湖畔,行吟山水间”,这条融合了人文景物、历史故事、荆楚遗风的绿道,就这样成为人们日常生活的一部分。“深入湖边,走向山林”,已成为武汉市民的都市休闲方式。

生活在一个快节奏的社会,越来越多的人开始找寻“快节奏”与“慢生活”的平衡之道。城市不应只是钢筋混凝土的森林,同样也可以是

诗意栖居的家园。要让城市更有温度,就要在很多细节上让人们能够慢下脚步、静下心来,品味生活、享受生活。作为国家5A风景区,东湖有山有水,植被丰富,更有深厚的楚文化底蕴,东湖绿道在建设之初就立意要少些人工雕琢,多些自然野趣。无论哪一期工程,都将生态修复作为重点考量,注重保护野生动物栖息地,维持湿地原生态,还曾为了保护原生的樟树林而绕行。这条世界级的滨湖绿道,已成为一条城市中心的“绿色项链”,串起自然和谐生态的城市绿色空间,成为宜居、宜业、宜游的绿色化城市生动样板。

一座现代化城市,理应统筹好生产、生活、生态三大空间布局。“圆”没有终点,这条绿道上四季变幻的美丽风景、人城互动的温馨故事也未完待续。每一笔生动,都将写入这座城市的发展图册和美好愿景。

视点

在新丝路唱响新时代的驼铃

□ 湖北日报评论员 程曼诗

近日,省推进“一带一路”建设工作领导小组会议强调,要更好服务和融入高质量共建“一带一路”,持续扩大高水平对外开放,加快打造“一带一路”海陆空国际物流门户枢纽、国际产业链供应链关键枢纽、国际人文交流重要枢纽。

一越越中欧班列加速跑向世界,活络着经济发展的大动脉;一条条江海直达航线上的远洋邮轮,为传递国际集装箱日夜奔忙;一个个境外产业园接连布局落地,不断播撒下合作共赢的种子。从武汉阳逻国际港加快推进港口资源整合,到鄂州花湖机场创国内民航史上机场选址的最快纪录,拥抱开放大潮,链接世界市场,湖北依靠自身发展支撑条件,在中国经济地理版图的“心脏”位置成功打开新的内陆“出海口”,在共建“一带一路”的倡议中充分展现湖北担当、湖北作为、湖北气象。

聚开放之势,谋合作之利,加快打造“三大枢纽”,展现的是湖北共建“一带一路”的坚定信心,指向的是加快打造内陆开放新高地的坚强决心。枢纽,是指重要之地、关键之处。处于“一带一路”和长江经济带发展重大战略交汇地的湖北,呼唤着实干精神、务实举措。如何抓住物流门户枢纽建设的关键,如何融入产业链供应链的重要环节,如何增进人文交流的心联通,如何把政策的支持转换成发展的动力?把握发展之要,解答发展之问,湖北要形成以制度型开放为核心的国际竞争新优势,以开放平台、通道功能的优化提升开放能级,用观念和文化等“无形”因素的融合升腾“有形”的发展态势,在政策制定、方案对接、经贸合作、人文交流等全方位领域张开臂膀,让新时代“九省通衢”的实景图跃然纸上。

开放是发展最大的变量,站在新的时代风口,湖北立足中部腹地和战略纵深,在推动更高层次对内对外开放上有明显优势。迈向新时代内陆发展“前队”,统筹国内国际两个市场、两种资源,湖北要充分发挥经济大省、科教大省、人才大省的有利条件,坚持内引外联、双向开放,加快搭建国际贸易数字化平台,深化“单一窗口”建设,积极探索内外贸一体化实现路径,以规模市场和开放格局吸引全球资源要素集聚,不断开辟合作之路、友谊之路、发展之路。

历史卷轴中的丝绸之路,驼铃阵阵不绝于耳,新时代的“一带一路”,“钢铁驼队”川流不息。开放的湖北,正以敢为天下先的精神走向世界。

来论

规范“拾物付酬”

□ 张西流

近日,网友爆料上海一出租车司机捡到乘客遗落手机因感谢费不合意,不及时归还,甚至拒接电话。12月27日,记者从涉事出租车企业获悉,企业已会同车队管理人员向当事人当面致歉,目前涉事驾驶员已被开除。(12月27日澎湃新闻)

拾金不昧一直是中华民族弘扬的美德,但随着社会的发展,“拾物索酬”引发了广泛争议。传统观点认为,拾金不昧是传统美德,不应该索要“感谢费”。但也有人认为,现在在很多行业“时间就是金钱”,的哥驾车归还手机或等候失主来取,都付出了时间成本还有油钱等等,理应得到合理补偿。而涉事的哥被出租车公司开除,同时表明对“高额索酬”进行了否定评价,具有导向意义。

从过去学雷锋、做好事性质的拾金不昧,到如今“拾物索酬”,折射

出了这一社会现象的变迁。无偿归还拾物,符合我们拾金不昧的道德标准及文化精神。但现实情况中,合理的“拾物索酬”不仅缩短了归还时间,激励了拾金不昧的善举,与拾金不昧也并不矛盾。基于此,一些地方从法律层面规定,失主应给予拾金不昧者“奖励”。比如,《广州市拾遗物品管理规定》提出,对无主的拾获财物,在拍卖后将拍卖款的10%奖励给拾遗者;对有主失物,失主领回时,可自愿按遗失物价值10%的金额奖励拾金不昧者。滴滴出行出台《网约车物品遗失管理办法(试行)》规定,乘客遗失物品后无法自行领取,应与司机协商送还方式、时间以及送还物品的合理费用。

每个拾金不昧的善举都弥足珍贵,应该得到大力褒扬。规范“拾物付酬”,才能止息“高额索酬”纷争。

依法打击“电子黄牛”

漫画/王鹏

时事绘



手速慢总是抢不到号?原因除了优质医疗资源紧张外,还有一些人利用“抢号软件”,抢挂专家号获取不义之财。日前,北京市检察院就通报了一起利用定制版“抢号软件”,抢挂北京某知名医院就诊号的案例。(12月26日 央视新闻)

优质医疗资源事关民生福祉。“电子黄牛”将公共资源视作牟利工具,侵害了病患及家属合法权益,背离了医疗资源普惠共享的初衷。应依法打击“电子黄牛”,填补违法行为产生的漏洞,维护正常医疗秩序。(文程曼诗)

站稳人民立场 讲好消防故事

武汉消防打造消防宣传的鲜活样本

今年7月1日,武汉消防发布《这一刻 闪着微光的瞬间》宣传短片,随后获得应急管理部、中国消防、央视新闻、新华社等政务账号转发。短时间阅读量达144.7万,并获得季度政务微博优秀案例。自2021年开始,武汉消防已经连续推出优质宣传短片,2022年推出的主题宣传片《触手可及》引发人民日报、新华社、人民网等官方媒体矩阵联合传播,获得全网累计1亿+播放量。2021年发布的混剪宣传片

《山河与共 我听见你》,在微信公众号阅读量达到10万+。众所周知,新媒体环境带来下宣传舆论生态发生了前所未有的变化,面对媒体新环境带来的挑战和机遇,依旧能够取得如此亮眼的宣传成绩,离不开武汉消防近年对宣传工作的大力投入和创新探索。

一直以来,消防救援队以专业的应急救援能力成为守护万家灯火的“逆行者”、人民群众的守夜人。作为应急救援工

作的主力军,他们不仅担负着消除火灾及救助服务的重任,同时也承担着宣传消防知识、传播消防文化、弘扬消防精神的责任。面对时代的任务和使命的呼唤,武汉消防以坚定的人民立场、勇于创新的精神、不断探索的毅力交出了亮眼的答卷。能够取得这样优异的宣传成绩,无疑值得进一步厘清工作路径、总结工作方法、凝练工作经验,以期为广大消防宣传工作者提供他山之石。

武汉消防何以走入人心

立足人民需求、展现平凡英雄、弘扬消防精神。好的文艺作品一定是契合人民需求、符合文艺规律和传播规律的作品。武汉消防近三年推出的三部宣传片汲取新时代消防事业的动人篇章,以日常化叙事展现日常生活中的平凡英雄。片中所刻画的消防员、支教老师、科技工作者、城市建设者、医生等形象,平凡而又立体,他们在各自工作岗位上默默奉献艰苦奋斗,既有代表性又不乏广泛性,致广大而尽精微。值得注意的是,武汉消防的相关宣传并没有拘泥于消防救援活动,而是囊括了北京奥运会、汶川地震等国家大事,又围绕新时代下社会生活的方方面面,援非抗疫、扫黑除恶、脱贫攻坚、乡村振兴等大事要事,紧扣主题主线,以丰富的影像和生动的画面语言描绘火热的社会生活,展现新时代中国人民的精神风貌。

纵览武汉消防出品的宣传作品,不少镜头语言深入人心,一幕幕泥泞中前行的脚步、火光中逆行的背影、黑暗中托举希望的双手,通过叙事能力和技巧的运用,合理设计故事的起承转合,丰富的人物细节,立体的人物形象,铺陈出了一卷独属于中华民族的平凡英雄主义画卷,渲染出了宏大、饱满而又细腻的家国情怀。立足人民需求的创作理念、展现平凡英雄的剧情立意、弘扬优秀时代精神的坚定立场一直是武汉消防宣传工作的底色。

丰富呈现载体、重构视听审美、打造影片质感。三部宣传片在最终呈现效果上风格鲜明、突出质感。2021年武汉消防推出的《山河与共 我听见你》是一部混剪宣传片,对事实性素材叙事体系进行重构,通过剪辑节奏和配乐氛围的营造掌控影片节奏,温情动人时的慢镜头舒缓与激昂澎湃的快切画面节奏相得益彰,从

而引人入胜渐次呈现出中国人的集体记忆和国家认同;2022年推出的主题宣传片《触手可及》中运用“手”的意向,隐喻化的影像处理更具艺术表现张力,同时大胆采用了非线性的叙事手法,多镜头穿插叙事,提升了整体的电影化质感;今年推出的叙事剧情短片首次尝试剧情对话形式,采用大量生活化表现方式,镜头语言丰富转场巧妙,整体完成度较高。

从宏观上来看,丰富的载体让文艺作品更美好,从混剪宣传到主题宣传再到剧情短片,三部宣传作品在充分利用视听语言的基础上,选用了格外多元的表现手法,丰富多元的载体每年都会给观众耳目一新的体验,背后也彰显了武汉消防在宣传工作中勇于突破、探索创新的精神。从细节处着眼,三部影片在细节呈现上都相当细腻,从字幕、转场、文案配音、画面色彩、人物妆造等方面细细打磨,最终才得以呈现高质感的画面和视听效果,无一不体现出宣传制作团队的专业能力及所付诸的真心。

拓宽宣传渠道、发挥品牌效应、扩大社会影响。从2021年开始,武汉消防连续3年在七一建党节的时间节点上推出宣传片。一方面,七一建党节是展现时代正能量精神的绝佳窗口,为党献礼也彰显了武汉消防牢记嘱托、攻坚克难、爱岗敬业的情怀。另一方面,在此宣传节点上,更加便于利用全国全网的宣传氛围,尤其是通过人民网、新华社等官方主流媒体的转发推送,扩大宣传效果和影响力,让消防故事和消防精神在更广泛的社会层面感化人心、凝聚力量。

与此同时,武汉消防注重在各类社交媒体平台上进行推广,通过微博、微信公众号、抖音等热门媒体,扩大宣传片的传播范围。同时还与行业媒体合作,在新片场等视频专业领域投

放,利用社交媒体平台引导用户进行评论和转发,通过增加互动体验,提高用户参与度和宣传片的曝光度。三年的坚持,全员、全过程、全渠道的宣发,推动武汉消防的短片宣传形成宣传体系以及系列化品牌效应,多渠道传播、全面覆盖受众、协同放大宣传效果,足以实现社会影响力的递增和累积。

消防宣传工作路在何方

把握时代脉搏,站稳人民立场。“为时代画像、为时代立传、为时代明德”不仅是对文艺工作者的要求,也呼应了广大观众对时代精品需求。当“对党忠诚 纪律严明 赴汤蹈火 竭诚为民”的消防精神深深进入观众内心,将激发更为持久的文化自信和民族自豪感。这种可歌可泣的消防精神所蕴含的崇高的理想、坚定的信念、无私的奉献、真挚的家国情怀是时代背景下广大人民群众最为真挚最为渴求的精神宝藏。人民是文艺创作的源头活水,只有扎根人民,才能获得取之不尽、用之不竭的创作源泉。消防宣传只有立足现实、扎根人民,刻画英雄人物形象,歌颂感人事迹和伟大精神,描绘波澜壮阔的时代画卷,积极制作和传播人们喜闻乐见的作品,响应广大人民群众的精神文化需求,引发广大人民群众的精神认同和共鸣,才能真正焕发时代的生命力。

创新制作形式、潜心打磨细节。好的内容更需要合适的载体进行呈现和传播。创新宣传载体、丰富宣传手段是近年来党政宣传事业的重要课题和发展趋势。无论是视听语言的变幻丰富还是技术手段的更新迭代,其实都为宣传工作提供更为广阔的探索半径,这既是挑战更是机遇,对于消防宣传工作来说,更应进一步抓住机会、解放思想、开拓进取、勇于求

变,用人民群众喜闻乐见的方式进行内容创作。胆大还需心细,好的作品一定是创意和细节的相互成就。尤其是在信息化时代,只有高品质的创作才有可能突出重围、收获掌声。而高品质的作品一定离不开充分的策划和精心的打磨,武汉消防近年成功出圈的宣传作品,基本策划周期均在三个月以上,制作周期长达半年,潜心尽心沉心是对观众的尊重也是对创作的尊重,这是未来宣传工作必须走向的高质量发展道路。

培养专业团队,探索项目管理。团队力量的培养是推动新时代消防宣传工作走向专业化平台的必经之路。要从根本上解决消防宣传工作的瓶颈,必须拥有一批既有专业知识和技术经验,又熟悉消防工作并对消防精神抱有高度认同的专业团队力量。武汉消防宣传团队中包括文案、广告、摄影、营销等专业技术人员,具备丰富的工作经验,同时团队长期驻扎消防一线,深入现场跟拍素材,实现了技术和内容的创作交融。团队还积极探索项目制管理方式,覆盖内容创作、项目执行、后期制作、宣传推广、成本管理完整宣传链条,扁平化管理模式灵活高效,根据不同项目特点和需求匹配专业人员组建团队,有利于保障整体项目资源调度和严格执行。主要团队成员的相对固定也能够极大程度上保障作品的完成度和高品质,延续消防宣传工作风格化打造和可持续发展。

优化审核路径,内容同步分发。内容整合对于提升效率有决定性作用,尤其是在审核和内容分发上。长期以来,宣传工作都是采取逐级汇报审核制度,且以往的创作分散,文案、视频、配音都需要单独垂直审核,耗时长效率低,不利于适应日新月异的融媒体宣传环境。近

年以来,武汉消防进一步优化宣传工作审核路径,首先是内容整合打包成片形式审核,避免以往的分散性审核,牵一发而动全身,后期调整难度大。其次是审核内容同步分发,同时收取反馈意见,极大提高了审核效率,为宣传工作适应社会环境发展做出了体制机制的改革,体现了武汉消防宣传工作在管理层面的优化和提升。未来,消防宣传工作也应在审核管理层面加快成长步伐。

全媒体矩阵宣传,持续打造品牌。武汉消防近年来逐步建立起全媒体宣传矩阵,明确受众定位和价值导向,全面融入新媒体,搭建多角度、多渠道、多平台联动发声的新媒体传播矩阵,持续精耕细作,形成矩阵间的联动。尤其是今年以来重点打造抖音、快手为代表的短视频平台,深耕系列化短视频内容,阅读量和评论转发量都有明显提升。从纵向来说,武汉消防连续三年连续投入打造精品宣传片,已经形成系列品牌化内容创作模式,用户粘性也有显著提升。从横向来看,未来的消防工作需要善于利用媒体渠道、多平台分发,丰富创作形式,扩大曝光度扩大受众范围。多年坚持深耕系列作品的创作同时也体现出消防宣传工作所需要秉持的信念感和坚持。

消防故事是展现时代风貌、传播主流价值的文化窗口,其呈现的消防文化是时代精神内涵的一隅缩影,讲好消防故事、传播消防文化是每一个消防工作者义不容辞的责任与义务。武汉消防将进一步积极探索以视频为主要载体的宣传模式,加大全方位投入、着力培养引进专业人才、拓宽宣传渠道,未来将更加主动总结规律、分享经验,为广大的消防宣传工作者提供消防宣传的“武汉样板”。

(汉消)