

## ■今日观点

## 高佑思的镜头里,是一个更加开放自信的中国

□李一陵

短视频和网络直播代表了新媒体发展的新趋势,视听内容,已经成为年轻人获取信息的主要渠道。观众在哪里,阵地就在哪里。创新传播方式,转移传播阵地,是讲好冬奥故事的基本要求。

刚刚过去的春节,以色列小伙高佑思跑到了八达岭长城下的新张铁路建筑工地,体验了三天隧道工人和车站值班员的生活。高佑思本科和硕士都就读于北京大学。2016年,高佑思和几名中国朋友合伙创业,成为中国新媒体上的一名外国博主,用时下最流行的短视频表达他对中国生活的看法。在五道口,他跟各个国

家的外国人聊中国的影视剧、美食、春节、娱乐休闲方式,阐发出“五道口精神”。

100多年前,詹天佑主持修建的京张铁路是中国人自主设计和施工的第一条铁路,他创设“竖井开凿法”和“人”字形线路震惊中外。今天正在修建的新京张铁路,联结2022年北京冬奥会北京、延庆、张家口三个赛区,将两次下穿八达岭长城,象征古代文明的长城和现代文明的铁路,历史与文明在此处交汇。

现在距离2022年冬季奥运会开幕只剩下不到三年的时间,北京冬奥会不仅要向世界呈现一场异彩纷呈、无与伦比的冬季奥运会,也要让全世界看到一个完全不同于2008年夏季奥运会主办地的城市。国际奥委会主席巴赫日

前赴冬奥会张家口赛区和延庆赛区考察比赛场地的建设情况,看到各个项目都在按预期顺利推进,对北京2022年冬奥会筹备工作给出了“满分”的评价。

这一次,以色列小伙高佑思用镜头记录下春节期间京张铁路上的故事,共同打拼互相扶持的夫妻,四代人接力在铁路工作逾百年的车站值班员……这段视频由北京冬奥会新闻宣传组织部拍摄,在微信、微博、哔哩哔哩等平台同步发布,同时还制作了面向海外观众的国际版本。选择以高佑思的视角向大家讲述北京冬奥会筹备工作背后的故事,无疑体现了冬奥组委拥抱新媒体、拥抱年轻人的创新和努力。

事实上,创新一直是北京冬奥会筹备过程中的主旋律。2018

年2月,北京冬奥组委便推出了“冬奥有我”语音邀请小程序,邀请亿万中国网友共同参加语音邀请活动,向全世界发出北京冬奥会的邀请。短短十多天的时间收到了上亿封邀请信,让全世界看到了中国的热情,新媒体互动的传播优势也一览无余。

与夏季奥运会项目相比,冬季奥运会项目在中国的群众基础相对较弱,中国提出了“三亿人参与到冰雪运动中”的目标,有赖于吸引广大青年广泛参与。短视频和网络直播代表了新媒体发展的新趋势,视听内容,已经成为年轻人获取信息的主要渠道。观众在哪里,阵地就在哪里。创新传播方式,转移传播阵地,是讲好冬奥故事的基本要求。作为一名外国博主,高佑思

用自己流利的中文、帅气的外貌以及有趣的文化视角获得了中国观众的关注;作为一名中国通,用国外观众熟悉的视角,向他们阐述自己对中国的独特理解,更容易引起他们的兴趣,激发共鸣。高佑思显然是能够同时吸引中国观众和外国观众关注北京冬奥会的合适人选。

从冬奥组委的传播创新中,我们还看到了一个更加开放、自信的中国。2008年,高佑思全家搬到香港,十年后的今天,高佑思不仅中文说得溜,对中国也有全面的了解。如果说十年前,“我家大门常打开,开放怀抱等你……”展现的是中国向世界张开怀抱的开放、包容姿态,那么高佑思便是中国社会日益开放、包容、自信的成果。

## ■每日图评

## 企业留人关键是要“留心”

2月13日,在盖尔太平洋特种纺织品(宁波)有限公司和联程机械有限公司里,生产车间机声隆隆,生产繁忙,工人们精神饱满,在各自的工作岗位上井然有序地忙碌着。员工高返岗率得益于企业人性化的管理制度:有的报销返岗车费,有的派发开门红包,还有的包车接送……这些暖心举措和贴心服务,不但体现企业以人为本原则,更增加了人情味。(2月13日《现代金报》)

如何在人口红利消失的时代,留住工人是企业不得不思考的话题,也是不能回避的话题。围绕着“留住工人”,上演了很多大

戏。这些大戏里,既有“情感剧”也有“尴尬剧”。

从“情感剧”的方面来看,一些企业负责人站在工厂大门口给返岗的工人鞠躬感谢,有的企业甚至还组织了感恩活动。当然,这些情感是真摯的,也能感动不少外来务工人员。从“尴尬剧”的方面来看,一些企业则用倒逼的办法实现“工人返岗”。春节前夕,就有报道展示了个别企业的“留人办法”:有的是扣押一个月的工资,有的是扣押“返岗押金”。

企业要发展,要生存,就必须留住工人。“留人”需要做的是“留心”,留住了职工的心,人也就留



下来了。宁波市的企业返岗率很高,一些企业在年初七的时候,返岗率就达到了80%以上。为何这些企业能够让工人快快乐乐返岗?根本的原因在于,企业把职工当成了自己的亲人。回家过年

的时候,想办法化解他们的“人在囧途”。节后,则给予更大温暖。有的企业报销来回的路费,有的企业开着车子去务工人员家乡接工人回城。这些实实在在的温暖谁不感动? □郝雪梅

## ■长话短说

## “网约护士”还需制度“护理”

通过手机预约护士上门的“网约护士”终于来了。12日,国家卫生健康委员会发布《“互联网+护理服务”试点工作方案》,确定在北京市、天津市、上海市、江苏省、浙江省、广东省6省市进行“互联网+护理服务”试点,试点时间为2019年2月至12月。(2月13日《新京报》)

“花不多的钱,享受不到在医院享受不到的服务。”这是大多数人对“网约护士”的评价。“网约护士”借助“互联网+护理服务”模式,将分散的护士资源进行优化配置,打破了传统医疗行业壁垒,为市民带来了实实在在的便利;特别是,对于行动不便的老人和患者来说,更是一项极大的便利。换言之,“网约护士”是缓解看病难、看病贵的有益探索。

然而,必须正视的是,护士同患者接触最频繁,可以说天天同患者“零距离”接触,一旦发生医患纠纷,护士首当其冲成为患者和家属的“打击”对象。去年护士节期间,媒体对多家东莞市属医院护士群体进行了实体问卷调查,八成护士被患者打骂过,近一成护士曾被患者性骚扰,护士的工作和生活状态,令人堪忧。如此语境下,“网约护士”上门服务,面临打骂和性骚扰的几率会更高。再者,目前“网约护士”上门服务的行业标准缺乏、风险规避制度尚为空白,对护士及患者而言,均没有可靠保障。

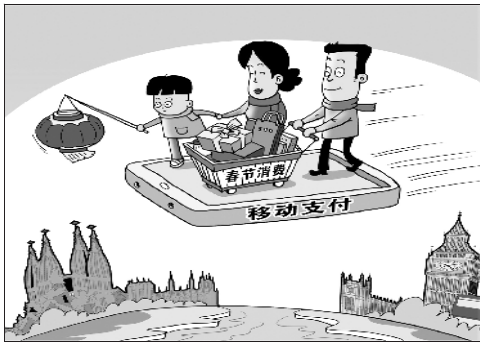
可见,“网约护士”服务,还需制度“护理”。首先,应提高“网约护士”准入门槛,实行“网约护士”注册制,持证执业,从源头上提升“网约护士”队伍的整体素质,提高护理服务质量。“网约护士”应创新和丰富一系列便民、惠民服务措施,把亲情和爱心融入护理服务全过程,以此提高“网约护士”服务的社会认同感和自身成就感。特别是,制订“网约护士”服务规范,强化“网约护士”技能培训,建立“网约护士”服务纠纷快速处置机制和执业风险防范机制。□汪昌莲

## ■网评锐语

## 别把“恐吓式逗娃”不当回事

李雪:“蛮蛮,你妈妈不要你了哦!”“你爸妈生了小弟弟就不爱你了!”“你是你爸妈捡来的!”——无论城市乡村,随处可见这样的“恐吓式逗娃”。近日,一则《过年期间如何毁了孩子》的长文火爆网络,其中的“恐吓式逗娃”的话语多多少少都在我们身边发生过。别把“恐吓式逗娃”不当回事。不科学的逗娃是害不是爱。爱孩子,就请尊重孩子,更不应将自己的快乐建立在他人特别是孩子的痛苦之上。

## ■世象漫说



## 助力

春节期间,消费支出活跃,银联网络交易总金额破万亿元,网联处理跨机构支付交易45.5亿笔,4.5亿人参与集支付宝五福活动,8.23亿人收发微信红包……随着支付变得安全和便捷,老百姓更舍得花钱,也更享受。(2月12日新华社) □朱慧卿

## ■有感而发

## “老赖地图”助力打造诚信社会

以使用者的位置为定位点,可以扫描出方圆500米内的“老赖”相关信息。而网友点击小程序上的“预警等级”,可显示“老赖”列表,包括失信自然人、失信法人或其他组织。

如果在这些使用“老赖地图”的人当中恰好有人了解“老赖”的底细,掌握他的财产线索,那么还可以使用小程序上的一键举报功能,向法院执行部门进行举报。所以从根本上来说,“老赖地图”的出现,就是对现代社交工具以及现代社交关系的一种巧妙利用,它有效扩大了对“老赖”的曝光范

围,也就意味着压缩了其社会“生存空间”,进而起到引导和惩戒的作用。

对于“老赖”欠钱不还的行为,并不仅仅那些债权人深恶痛绝,即便是和自己无关的网友,也同样对这样的行为充满了厌恶与鄙视,这就是公众一种自发的朴素正义,正是这样的朴素正义,让很多人主动使用“老赖地图”小程序,并且把显示出来的信息分享到微信群、朋友圈,让“老赖”无处遁形,为营造“一处失信、处处受限”的社会诚信格局做出贡献。□苑广阔

## 事业单位招聘“考察诚信”增加“诚信”分量

王军荣:2019年武汉市事业单位招聘将于2月15日启动,记者从武汉市人社局获悉,此次事业单位招聘首次将应聘人员诚信情况纳入招聘条件,对因失信等行为被列入《黑名单》及其国家联合惩戒备忘录的相关人员限制报考及聘用。招聘“考察诚信”增加“诚信”分量,当诚信的分量越来越重,会促使更多的人讲诚信,守诚信,成为诚信的人。

身边有没有“老赖”出没?想不想知道谁上了失信黑名单?现在只需拿出手机,轻轻一点,便一目了然。河北省高级人民法院自主研发的微信小程序——“老赖地图”近日正式上线。有了这个“神器”,“老赖”将成为过街老鼠。(2月12日《人民日报》)

继“老赖彩铃”“老赖短信”等“老赖专属待遇”之后,河北省高院与时俱进,勇于创新,又推出了针对“老赖”群体的“老赖地图”。所谓“老赖地图”,就是一款微信小程序,它