



政务发布可以更有人情味



瞭望塔

□据《光明日报》

当网络舆情事件突发,很多政府官微都能迅速通报,但不少信息发布中的“立即响应”“举一反三”等程式化表述,却难以解答公众疑惑,安抚民众情绪。这种传播错位凸显某些政务新媒体文风的深层困境:把新媒体视作传统公告栏的延伸,将群众关切困于“已阅”的公文流程中。

技术赋能虽让政务信息传播实

现“秒达”,但一些部门的沟通思维仍受“官本位”支配。比如,将“严谨规范”等同于文件语言的平移,将“权威发布”片面理解为单向的信息灌输,民生政策解读充斥专业术语。这些工整的文本,“人机味儿”浓厚,难以触动人心,无形间筑起与民众沟通的壁垒,亟待转变文风。

政务新媒体转文风要从传播逻辑重构入手。比如,有的官微通过“清新、创新、有朝气”的拟人化角色和小切口故事、网络化表达方式,大大降低公众对信息的认知门槛;有的官微用“说人话、切热点、有态度”的策略,直接回应社会热点,直击人心,引发共鸣。这些案例表明:政务传播绝非公文的电子化复制,而是要将政策语言转化为贴近生活的叙事,把行政指令转化为贴近人心的服务指南,让新媒体

发布摆脱“人机味儿”的束缚,彰显更多的人情味儿。

政务新媒体转文风,还需重构三个话语维度:表达姿态上,变“宣告体”为“对话体”,用“我们”替代“本部门”,以平等的姿态与民众交流;话语体系上,建立政策文件条文与生产生活场景的转译机制,如将“开展专项整治”转化为更易理解接受的“广场舞音响怎么调整更文明”等表述;情感连接上,在通报中保留人性温度,让严谨的信息蕴含价值关怀。

政务新媒体转文风不仅是语言表达的创新,更是推进治理能力现代化的生动实践。唯有走好“网上群众路线”,坚持以百姓心为心,方能让政务新媒体真正成为连接政府、市场与社会,贯通政策、企业与百姓的“连心桥”。

点评 1+1

万能遥控器公然售卖 安全大门怎能随意破防?

一只巴掌大小的遥控器,居然可以轻松打开单位、小区、学校、停车场的道闸?据央视新闻报道,在网络购物平台,一种叫“万能遥控器”的产品公开销售,有的商家销量甚至达到20万只。记者拿遥控器测试多家小区大门和停车场,发现大部分都能抬杆成功,甚至能开启学校大门。



央视报道截图

新京报:
“万能遥控器”
戳破安全底线

近些年来,网上有不少店铺在售卖开启空调、电视机等家电的“万能遥控器”,客观而言,这些产品也确实给生活带来了方便。但与开启自家空调、电视机不同,滥用“万能遥控器”开启抬杆、道闸,已不再是私域内的事情,而关乎公共安全。

每一个“道闸”、每一道“门禁”,都意味着一份安全的保障。一旦可以随便“遥控”,信手“破防”,孩子们、居民们的安全又该如何保障?能够随意抬杆的“万能遥控器”,已经成为触动公民利益、公共安全的潜在隐患,决不能听任其戳破安全底线。

羊城晚报:
遥控器的“万能”
暴露管理的“失能”

道闸虽小,却是安全的一道防线,不仅守护着居民的起居安宁、单位的财物安全,更承载着社会对规则秩序的基本信赖。一个小小的遥控器,撬动的是整个社会对“安全管理”的信任根基。

遥控器的“万能”,恰恰暴露了管理的“失能”。许多小区、停车场为图省事,仍在用老旧固定频率道闸,从未更新加密技术。保安将遥控器随意摆放,甚至转借他人,让频率复制变得易如反掌。类似的甩锅式管理,本身就是对安全的漠视。

北京日报:
平台和监管部门
应“守土有责”

为什么此类涉嫌违法的产品能公然在网络购物平台上售卖?对买卖双方可能出现的不法交易,平台是没有看见,还是不以为意?谁在制作“万能遥控器”?购买者是否存在不法行为?

“万能遥控器”的制造、售卖、使用,不能是笔糊涂账。对“给自家配钥匙”使用的遥控器,监管部门应对设备生产方提出要求,制定遥控器标准,限定遥控范围,压缩安全风险。对于网购平台上种类繁多的“万能遥控器”,平台要担起监督之责,把好入口关,给明显涉嫌违法的商家“关道闸”,也提醒其他商家别拿“万能遥控器”作为营销噱头。市场监管等部门也应以电商平台为线索,排查是否存在非法销售以及非法使用的情況。

从道闸的加密升级,到监管的无缝衔接,再到每个人对规则的敬畏,唯有把漏洞堵在前面,才能让“出入平安”从纸面落到实处。

热点 话题

当高铁餐食口味更多元,细节服务的升级努力被公众看到,相信非此即彼的泡面争议自会消弭

高铁上能不能吃泡面? 热议背后需从服务细节发力

泡面+火腿肠的组合,这也许是很多人的乡愁记忆。时移世易,高铁时代的泡面还合适吗?近日,有网友发帖称,高铁车厢对方便面的食用有相关提醒,“旅客在乘车期间,请不要食用榴莲、方便面等有浓重气味的食品”,该话题引发热议。

对此,部分网友觉得小题大做,调侃“有规定不允许吃泡面吗”。经查询发现,12306官网旅客出行指南注意事项中提及此项,但更多是倡议性建议,并非强制性禁令。从创造良好旅途环境、确保空气清新的角度,不食用浓重气味的食品,有一定合理性。

只是说起浓重气味,将榴莲、泡面并列,让一些人不理解。毕竟,食物喜好因人而异,螺蛳粉、臭豆腐等公认气味强烈的食物,有人趋之若鹜,有人避之不及。何为异味,每个人的感受比较主观。就如相关新闻留言中就有人提到,个别盒饭味道更重,列车上卖的快餐也有味,味道重不重看个人理解而已。

还有人直指餐食价格,可谓指出了问题核心。高铁泡面争议,更多人可能只是受到“选无可选”的价格驱动。公共空间的乘车礼仪问题需要时间和共识,在此之前还需从服务细节上努力。比如,可设置泡面等气味食物用餐专区,有效隔绝气味外流,并对其换气通风设备进行升级强化。而要想避免泡面选项,根本上还需要给旅客提供更多平价的选择。



看看新闻 图

人们青睐的“2元矿泉水和15元盒饭”,应保持持续供应。列车上,贵的餐食不是不能有,而是应做到高、中、低不同价位的多样化饮食服务。为防低价餐食很快“售罄”,配餐比例是否可以根据实际需求调整,确保旅客能够随时购买到价格实惠的盒饭?

据北京日报此前报道,去年国庆假期,国铁北京局运营的高铁动车组在售盒饭上新了,价格也更加实惠,有9.8元的金枪鱼木鱼花饭团,18.8元的鱼香小酥肉、干拌臊子面,还有30元的香汁大排饭、肥牛双拼饭。可见,供应好吃、丰富的餐食并不是难事。

一方面,高铁上的餐食供应要消除公众对价格的疑虑,不妨公开不同价位套餐的每日配比,让旅客做到心中有数,及时选择合适的餐品;另一方面,继续优化服务品质,提供更多餐食类型,同时让网上订餐更便捷,沿途扫码点餐,食随城变,不同线路可选择优质的地方特色供应商,让地方饮食名片覆盖不同停靠点位,通过规模效应降低供餐成本。

当高铁餐食口味选择更多元,特色而便捷的订餐触手可及,细节服务的升级努力被公众看到,相信非此即彼的泡面争议自会消弭。
据红星新闻

欢迎赐稿:评读热点新闻事件,发出你的观点和声音,请发稿至黄河评论信箱:zghhpl@163.com