

两河漫话

让大屏展播点亮精神火炬

□ 侯莎莎

近日,聊城多处天桥大屏循环展播我国科技领域开拓者的事迹,引发社会的广泛关注和共鸣。有网友说,雷达之父、原子弹之父、杂交水稻之父等人物的事迹在大屏幕上熠熠生辉,激发了内心的爱国情怀,他们,才是我们该追的星。

天桥大屏作为城市文化传播的平台,具有独特的位置优势,在这里播放,能够让过往行人关注并了解科学家的感人事迹。从李四光、钱学森、钱三强、邓稼先等老一辈科学家,到陈景润、黄大年、南仁东等新中国成立后成长起来的

杰出科学家,都是爱国科学家的典范。梳理并展播他们的事迹,有利于继承和发扬老一辈科学家胸怀祖国、服务人民的优秀品质,增强中华儿女的自豪感和自信心,激励青少年志存高远、矢志创新。

在天桥展播先进人物事迹是城市文化传播的一种体现。城市文化传播是城市社会成员在社会交往过程中形成的一种文化互动现象。这种文化互动不仅包括物质文化的传播,如建筑、艺术等,还包括精神文化的传递,如价值观、道德规范等。

如果说天桥展播科学家事迹,激发了全社会对科技强国的认同感和爱国热情,那么,这些年颇为流行的“全城亮灯 致

敬不凡”活动也是城市文化传递的一种方式。其不仅是对特定个人、特定群体进行表彰,也是对城市文化和精神气质的传播和弘扬,展示出对特定个人和群体的尊重和敬意。

2020年2月,广州市中心城区的LED大屏曾投影出多幅“最美逆行者”的照片,为奋战在湖北疫情一线的医务人员送上鼓励和祝福。2023年4月3日晚,我市各大地标建筑为“齐鲁时代楷模”杜立芝亮灯。参加工作近40年来,杜立芝在粮食安全、科技兴农、脱贫攻坚、乡村振兴中敢想敢干、担当作为,是我市农业农村战线上涌现出来的先进

典型。大屏幕上播放杜立芝的先进事迹,引发了市民对杜立芝的关注,在全市掀起向杜立芝学习的热潮。今年3月8日国际劳动妇女节,我市还曾全城亮灯,向每一位女性送上节日祝福,表达尊重和关爱。

这些互动性的文化活动,不只是一次灯光秀,更是一种深具意义的城市文化传播方式,可营造积极向上、温暖守护的社会氛围。让每位市民都成为城市文化传播的一部分,可增强市民对城市的归属感和责任感,塑造积极向上的城市形象,为城市的可持续发展提供强大的精神动力。

画里画外



莫让暑假成为“第三学期”

辛政 作

街谈巷议

□ 孟雅檀

近日,西安两名残障人士前往丝路欢乐世界游玩,入园前被要求签订安全责任书,且不能带自己的电动轮椅入内。两名残障人士感到被歧视,拒绝签字。

园方的第一份责任书写明,“残疾人须持全价票成年人陪同方可入园,如出现无成年人陪同,进入园区后的一切安全责任与景区无关。”经过交涉后,园方拿出第二份责任书,对入园条件和游玩项目重新进行责任划分,要求残障人士须由有监护能力的游客陪同入园。两份责任书的核心意思很清楚:残障人士在游玩过程中出了事,和景区没关系。

只要游客买票,游乐场就应该敞开大门。残障人士出门游玩本就不易,景区岂能再人为设障?两名游客都是成年人,只是身体有残障,需要坐轮椅,意识非常清楚,为何要他人陪同?入园必须换上园方轮椅,而且不给保管残障游客的轮椅,又是哪来的道理?所谓安全责任书,反映出景区怕担责的心理,也暴露出对残障人士的歧视。残疾人保障法中有明确规定,不得歧视残疾人;旅游法也规定,残疾人在旅游活动中依照法律法规和有关规定享受便利和优惠。景区让残障人士签订安全责任书,不仅不合理,更不合规。

越来越多的残障人士希望到景区游玩,这是正当需求,必须得到重视。面对残障游客,要做的恰恰是提供安全服务,改进设备缺陷,而不是以签订安全责任书的方式撇清责任,甚至拒残障人士于门外。评价景区好坏不应该只看对正常人的服务力度,也要看对残障人士的关怀温度。现在残障设施已成各个景区的标配,可在某些人的潜意识里,对残障人士的歧视依然根深蒂固。心魔不除,歧视难休。

据《北京晚报》

别再给残障人士人为设障

有一说一

谨防预付消费“馅饼”变陷阱

□ 张颖

“健身年卡大优惠!学生办暑期卡送大礼包!”“充值1000元送100元!”“办美容卡送10次皮肤护理!”……如今,预付消费已经成了十分常见的消费形式,然而在方便快捷的同时,预付费模式也存在诸多风险,消费者还应警惕预付费套路让“馅饼”变陷阱。

“预付消费”也叫提前消费,是指顾客预先向商家交付一定的消费金额就可以类似整存零取的方式享受服务,有时还可以获得商家承诺的额外优惠。在美容健身、教育培训行业,这一付费模式十分常见。然而,“预付容易退款难”,后续服务与承诺不符,甚至卷款逃跑事件屡见不鲜。随着移动互联网的普及,最近,有人在微博、小红书等社交平台频繁发布各种“攻略帖”,以分享旅游路线、旅游攻略的

形式向消费者兜售各种“低价团”或“私人陪游”,宣称提前支付一定的会员费或押金即可享受各种服务。这种新型的预付式消费看起来很美,然而点开评论就会发现,不少消费者反映自己因此遭遇的种种套路,以及维权的艰难。

虽然预付消费提升了交易的便利性,也在一定程度上让消费者群体得到实惠,但对存在的隐患仍要提高警惕,避免省小钱吃大亏。今年7月1日起实施的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》中,重点强化了预付式消费经营者义务。明确规定经营者应当按照与消费者的约定提供商品或者服务,不得降低商品或者服务质量,不得任意加价。未按照约定提供商品或者服务的,应当按照消费者的要求履行约定或者退还预付款。

预付费有风险,消费者需谨慎。对那些看起来很美的预付式消费,还要保

持理性并谨慎选择。在预付之前,要进行充分的调查研究,了解产品或服务的质量和口碑,避免被虚假宣传误导,选择信誉良好且符合个人需求的机构。在签订合同前,详细阅读合同条款,特别要注意退款政策、取消或变更订单的规定以及服务质量保证等重要内容,确保自身合法权益得到保护。

预付消费,归根到底是信用消费。为避免跑路乱象一再上演,有关部门要从源头上堵住风险点,将预付款纳入监管视野中,严禁随意挪用。对违反相关规定、具有失信“黑历史”的经营者,纳入失信名单。同时,加大巡查力度、提高工作效率,让每一起投诉都有回音。对陆续出现的新“套路”,一旦发现及时通过媒体进行曝光,宣传典型案例,让消费者心里有数、心中有底,从而提升服务质量,提振消费信心。