

让更多人在阅读中爱上“悦读”

孙维国



近日,2024年度“书香安徽”全民阅读系列推荐活动评选结果揭晓,大观区图书馆“城市静生活”阅读空间与安庆师范大学延乔书屋,荣获安徽省“十佳阅读推广空间”称号,为我市公共文化建设再添亮眼名片。(《安庆晚报》11月19日)

阅读是城市文化力与公共品位的重要标识。打造高质量的阅读空间,既是文化惠民的具体举措,更是培养社会阅读习惯、激发公民公共精神的重要路径。要让更多人从“被动看书”走向“主动悦读”,关键在于把抽象的阅读倡导变为可见、可感、可参与的现实场域。

阅读空间要有温度、有故事,才能吸引人常来常驻。这就要求阅读

场所不仅提供书籍,还应承载地域记忆与生活气息。通过融入本土文化元素、展示地方史志、策划主题展陈与深度讲座,阅读空间便成为连接过去与当下、个人与公共的文化纽带。真正的阅读场所不单提供书籍,还能够触发共鸣、促成对话的公共客厅。

阅读推广不是一次性活动,把“想读书”的意愿变成好读书、易读书的现实。这要求在交通可达、开放时间、借阅流程、无障碍设施等方面下功夫。比如推广自助借还、延长服务时段、在社区、学校、医院等生活场景设置分布式微型阅读点,能把阅读机会带到更多人的日常路径中,让碎片时间也能为阅读所用。

打造阅读空间需要多方力量的协同推进,阅读空间应成为多元主体共建的协同平台。政府提供场所与政策支持,图书馆与高校贡献资

源与专业力量,社区组织与企业参与运营,志愿者承担推广与陪伴服务,各方力量协同发力,才能充分释放阅读空间的“悦读效应”。

阅读空间要想吸引人,阅读就要与体验结合。单纯的图书陈列难以长期保持热度,应通过读书会、亲子阅读、书影对话、作者见面、创作工作坊等互动形式,营造丰富多彩的阅读体验,把读者从“观望者”变为“参与者”。

让更多人在阅读中体验“悦读”的乐趣和收获,反过来才能让更多人爱上阅读。实现这一阅读目标,需要把场所建设、服务便利、社会协同、活动创新和制度保障连接成一张网;把阅读空间打造成每个人都容易走进、愿意停留、乐于分享的公共场域,才能真正把书香铺洒到城市的每一条街巷,把读书变成市民日常的一部分。

城市更新 开启 高品质“新”生活

艾才国

11月14日,市政府新闻办举行“决胜‘十四五’奋进新安庆”系列第二场新闻发布会,市住建局、市城管局等主要负责人,介绍“十四五”期间安庆市协调发展成就。(《安庆晚报》11月20日)

“数据是最好的证明。”十四五期间,安庆3万名群众“出棚进楼”,623个老旧小区改造完工,新增停车位6万余个;城区绿化覆盖率44.19%,人均公园绿地16.31平方米……我市第二场新闻发布会,用亮眼的数据尽显城市更新的力度,更让市民的高品质新生活看得见、摸得着。

“城兴则民兴,城强则民安。”城市更新是高品质生活的“落地抓手”,是城市高质量发展的“核心引擎”,更是回应群众期盼的“民生工程”。它承载着改善居住环境、完善公共服务、优化生态空间等多重意义,唯有持续推进、久久为功,才能让群众的高品质生活落地见效,让改革发展的红利真正惠及每一位市民。

“乘势而上开新局,接续奋斗再出发。”十四五期间,安庆城市更新已筑牢坚实基础,接下来,城市更新需在既有成效上持续加力、精准发力:既要聚焦短板“补弱”,紧盯背街小巷环境整治、老旧小区配套完善、城乡结合部功能提升等薄弱环节靶向突破,用“钉钉子”精神破解历史遗留问题;更要立足多元民生需求“提质”,始终坚守“以人民为中心”的核心导向——既针对安庆已进入老龄化社会的实际,在小区改造、公共设施建设中强化适老化配置;也围绕群众日常生活所需,优化“半小时就医圈”“一刻钟便民生活圈”布局,完善体育健身、文化休闲等公共服务供给。通过分类施策精准对接不同群体诉求,让高品质生活可感可知。

“内外兼修方为美,表里如一方长久。”城市更新既要筑牢基础设施、公共服务的“里子”,更要厚植文明素养的“面子”。这需要每一位安庆市民主动行动起来:从自觉进行垃圾分类、杜绝随地吐痰等细微之举,到爱护公共设施、参与志愿服务等自觉行动,用一言一行涵养城市文明。唯有里子扎实、面子靓丽,才能让城市更新的成果更具质感,让高品质生活既有颜值更有内涵。

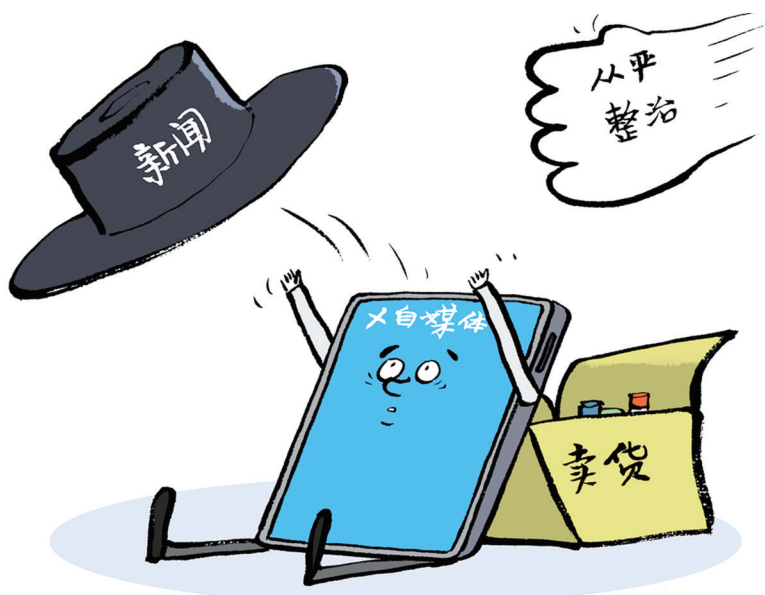
城市在更新中成长,生活在升级中美好。让我们持续推动城市更新,让高品质新生活更贴心,让每一份美好长久延续。

“新闻”带货



据近日《法治日报》报道,中央网信办依法关闭了一批违法违规账号,其中包括多个假冒仿冒新闻单位的自媒体账号。这些账号在名称、头像、简介中刻意使用与正规新闻机构相同或相似内容,违规发布新闻信息,误导公众。然而,记者近日在多个社交平台检索发现,仍有不少未获官方认证的账号,在名称中使用“新闻”“媒体”“资讯”“发布”等关键词,冒充新闻机构发布信息。

作者:王铎



别让快递配送总是卡在“最后一百米”

廖卫芳

“双11”前后,快递物流迎来高峰。不少消费者反映,自己明明备注了“送货上门”,却只收到一条取件短信,包裹被直接放进快递柜或快递驿站。部分快递企业为何不送货上门?如何打通快递配送“最后一百米”?记者展开调查。

(《新华社》11月19日)

近年来,随着快递业的迅猛发展,快递包裹数量呈现快速增长的趋势,这无疑是社会经济快速发展的一种体现。但随之而来的问题也很多,其中最为突出的就是快递配送问题,比如:快递放到快递柜或快递驿站、快递没送到就被签收、默认“门口签收”等。其实,新修订的《快递暂行条例》明确规定,经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址、收件人或者收件人指定的代收人,并告知收件人或者代收

人当面验收。收件人或者代收人有权当面验收。

但事实上,由于快递业务量的快速上升,快递末端的激励机制没能适应目前市场化的需求,导致在快递末端服务这一环节中,消费者和快递员之间的矛盾日益突出。因而,快递配送总是卡在“最后一百米”问题也饱受诟病。

笔者以为,打通快递配送“最后一百米”还需综合施策。首先,完善配送机制。一方面,电商平台可以赋予消费者更多自主选择权,用市场机制倒逼快递企业完善管理体制。另一方面,快递行业可以通过价格来调节需求,让消费者自己选择快递服务和品牌,从而改变快递行业面临的末端配送等问题。

其次,提升行业服务标准。快递企业不妨通过提升行业服务标

准,优化商业模式,建立健全对快递人员的激励机制,以“标准”促服务,以“机制”促激励,让快递员依“标”服务,按“奖”取酬,从而破解快递配送“最后一百米”问题。

其三,改变快递配送模式。目前,不少快递企业采用“直营模式”,虽然可实现质量最优的时效快递服务,但成本相对较高。而变“直营模式”为“加盟模式”,不仅可快速铺开市场,而且也让加盟商拥有更多主动权,这无疑利于提升网点服务质量,提高快递配送“最后一百米”的效率。

当然,如果消费者因为长时间不在家等原因,无法及时在家接收快递时,也可提前注明并告知快递员把快递送至快递柜或快递驿站,这既不耽误消费者接收快递,又不影响快递员配送快递。如此“两全其美”,岂不更好?