

# 播雅流风 聆听遵义文化的时代回响

2月6日,蛇年新春以崭新之姿亮相的遵义市博物馆举办新展。由市文化旅游局主办、市博物馆承办的“圣地名城 播雅流风——遵义历史文化展”开展。(2月7日《遵义日报》)

十步之内,必有芳草。源远流长的遵义文化,将遵义的城市文化根脉不断延伸拓展。从“圣地名城 播雅流风——遵义历史文化展”出发,去追溯探寻遵义绵延至今的文脉传承。

“圣地名城 播雅流风——遵义历史文化展”以通史展的形式,通过“娄山南北 文明曙光——石器时代的遵义”“邦国部族 百濮夜郎——先秦时期的遵义”“归于一统 交往交融——秦汉三国两晋南北朝时期的遵义”等六个部分,全面、系统展示了自旧石器时代至1949年12月遵义全境解放不同

时期的历史和文化的沿革。遵义通过持续不断的努力,让优秀传统文化挣脱岁月的尘封,焕发出蓬勃的生机与活力,为古老的优秀传统文化注入源源不断的新动力。

有一种精神,值得我们永远传承;有一种使命,值得我们永远牢记。历史文化是城市的灵魂,只有传承历史韵味、坚守文化品位的城市,才是具有蓬勃生命力的城市。城市文明传承和根脉延续十分重要,传统和现代要融合发展,让城市留下记忆,让人们记住乡愁。

文化是决定城市活力、潜力和创新能力的因素,推动城市发展必须大力推动文化繁荣兴盛。回溯遵义历史文化发展“原点”,不仅能看见遵义的岁月印迹,更能听见这座城市发展的脉搏。让传统文化恢复昔日光芒,答好昨天、今天、明天相互融合“命题”。

保护文化遗产,更好传承历史文脉,必须秉持整体性保护、系统性传承、创新性发展的原则。应深刻理解历史文化保护与传承的价值和意义,通过不断努力,推动区域文化凝聚力、文化创造力、文化支撑力、文化服务力、文化影响力显著提升,凝结文化自信之“魂”,书写文化创造之“新”,塑造文化传播之“形”,唱响时代强音。

新时代新征程,穿越时空,置身于历史长河之中,既需要守住优秀传统文化的根脉,做到薪火相传、代代守护,也需要与时俱进、推陈出新。按照时代特点和要求,在勇于探索实践中赋予历史文化遗产新的时代内涵和现代表现形式,实现“左手传统文化,右手时尚生活”的文化有机结合,持续擦亮遵义历史文化名城品牌,展现圣地名城的时代风采。

# 万家灯火里人月共皎洁

东风夜放花千树,灯火阑珊庆上元。一年一度的元宵佳节,锦绣山河到处洋溢着喜庆祥和的氛围、福满四季的场景。

祖国山河春景秀,佳节正是奋斗时。

亚冬会赛场上,中国健儿全力以赴、团结拼搏,刷新着拿金牌、升国旗、奏国歌的“中国速度”,以醒目的中国红祝福祖国、致敬人民;

新春之际,DeepSeek横空出世,被誉为近期全球科技领域的“现象级事件”,满满的AI味、科技感,创新中国照亮生活、造福世界之路越来越宽广;

“新春第一会”密集召开,全力抢抓一季度、奋战开门红。继“新年第一会”——抓产业抓项目抓招商推进会之后,贵州“新春第一会”聚焦加快构建富有贵州特色、在国家产业格局中具有重要地位的现代化产业体系,遵义对标对表,快马加鞭向“黔”进。

每逢佳节倍思亲,灯火里的中国,家国共团圆。团聚最喜悦,团

圆最幸福,团结最有力。我们更加懂得,千家万户都好,国家才能好,民族才能好。

万家灯火里,同此中国年。让注重家庭、注重家教、注重家风蔚然成风。遵义,这座“遵道行义、自强不息”的历史文化名城、全国文明城市,在注重家庭、注重家教、注重家风等方面有着得天独厚的优势和丰富资源。

人间有情,美美与共。一轮圆月照遵义,龙狮共舞闹新春,祈福许愿灯如昼,国潮雅韵越古今。在遵义,这里火树银花不夜天,非遗展演匠心传,烟火璀璨庆佳节,更有“半价吃”“送酒水”“欢乐唱”等诚意满满的促销活动,让元宵佳节与民生情怀交相辉映。

月光如水,月印万川,在奔向美好生活的征途上,只要初心皎洁、内心滚烫,团结一致、笃定前行,就一定能够精彩出彩、绽放华彩。愿每一天都如佳节一般充实绚烂,所愿皆所成,多喜乐、长安宁!

# 期待更多“点对点”返岗“心贴心”服务

春节假期后,务工人员陆续返岗,遵义多地陆续开行“务工班车”“务工专列”,为务工人员提供“点对点”返岗服务,保障外出务工人员温暖复工。

“点对点”运输服务畅通返岗之路。过完年后,大量外出务工人员返岗,“点对点”运输服务备受务工人员欢迎。集中组织“点对点”运输,外出务工人员无需再“蹲点”抢票,减少了交通费用,省钱又省心。通过“点对点”运输,外出务工人员可以直接从居住地到达工作地,减少了中间换乘环节,缩短返岗时间。

“点对点”返岗助力企业及复工。为全力支持返岗复产,遵义多地“点对点、一站式”有序组织农村劳动力外出务工,切实缓解企业用工的燃眉之急。“点对点”运输服务不仅帮助务工人员顺利返岗,还通过精准对接用工需求,保障企业

顺利复工,促进经济的发展,推动实现一季度经济“开门红”。

“点对点”返岗行动促进农民工就业。大量务工人员离开家乡来到城市,正是因为“机会多”。“务工班车”“务工专列”上满载的是对新机遇的期待。为确保外出务工人员更好就业,遵义在帮助大批务工人员劳动者陆续返岗的同时,还通过针对性的职业指导服务,结合市场用工需求和个人就业意愿,定制推荐个性化的定向培训项目,并给予培训补贴支持,助力其掌握一技之长,提升就业竞争能力。

“点对点”返岗、“心贴心”服务是一件利民惠企的民生实事。期待“点对点”返岗运输服务力度更大一点、频次更密一点、持续时间更长一点,全力促就业、保用工、优服务、助发展,帮助务工人员顺利开启新一年的务工增收新征程。

# 砸窗取AED救父 生命至上,规则也需就位

近日,男子砸陌生车窗取自动体外除颤器(AED)救父亲的消息引发关注。该事件无论过程还是结果都充满了正能量,尤其是,涉事双方都体现出很高的个人素养。生命重于一切,救命不可等待。

事件中,男子毫不犹豫地砸车窗取AED,抓住分分秒秒抢救突发心梗的父亲,不仅行动十分迅速果断,而且对急救也表现得自信。更令人钦佩的是,车主蒙受了AED耗材被使用和车窗被砸烂等损失,却能够大度地一笑置之不予追究,以及展现出的尊重生命和包容、大度等美德。

此事虽然值得称道,却启发了我们进行另一些思考。比如,尽管救人要紧,但财产损失也不能毫不顾及;此外,车主虽然愿意承担损失,但社会不能任由人吃亏。只有兼顾好救人与财产保护,平衡好涉事各方的利益,方能让临时急用私人急救设备不是出于紧急避险,而是出于常规性操作,并有细致的规则可以遵循。

比“砸车窗取AED救父”更好的做法是,AED等私人急救设备器材能够实现共享。当前共享经济发展迅猛,有必要探索将私人急救设备器材也纳入共享的范畴,事后通过共享经济模式,由受益者向急

救设备器材所有者给予补偿。或成立特定的基金,承担由此导致的损耗和损失,确保使用和借用双方不因经济问题产生矛盾,更要维护好施救者与被救者的正当利益。

更要看到,让私人急救设备器材发挥更大功效,相关各方应持续作出努力。现在AED等急救设备器材越来越便宜,私人普遍买得起,车企也配置得起。可考虑在更多车型上安装急救设备器材,并将使用这些设备器材纳入常态化培训的范畴。车辆运行开锁技术是否成熟,以及是否得到普及等,决定着施救者取用急救设备器材的速度,不仅技术应进一步提升,兼顾好安全性与便捷性,而且还应让更多人了解并熟练使用这项技术。

当前流动急救设备在街上日益多见,有的是私家车车主将AED放置在车上,并明示他人,急救时可以砸窗取用;有的则由爱心人士带设备上街,通过“急救随时喊停”等方式,连人带设备为他人提供急救。这类现象值得赞扬,也向社会抛出了一个急救新命题,只有尽快明确规则,方能既提升急救设备器材的使用效率,又协调好涉事各方的关系和利益,为民众的生命安全再增一道坚固护栏。

# 视屏类产品不是儿童的“好玩伴”



(陈彦霖 绘)

当年经父母把平板电脑放进婴儿车,数字时代的焦虑便悄然渗透到孩子最初的成长。国家卫健委8日发布了《婴幼儿早期发展服务指南》,明确提出,不宜将视屏类产品作为儿童的“玩伴”,0岁至3岁的婴幼儿应当不接触任何形式的视屏类产品。

神经科学研究表明,过早接触屏幕,婴幼儿大脑前额叶

皮层发育会滞后,影响未来的注意力与情绪调节能力。

父母把手机当“电子保姆”,原本通过拥抱、对话、共读建立的依恋关系,被屏幕无情破坏。这种感官剥夺正引发新的发展危机。婴幼儿通过滑动屏幕认知世界,失去的不仅是手指精细动作发展机会,还有对物质世界重量的真实感知。

解困关键在于重构儿童发

展生态系统。提升代际互动质量,将“陪伴”从时间概念升华为质量概念。建立数字产品准入屏障,亟需建立年龄分级体系,对早教类APP进行认知发展影响评估。优化公共服务供给。如提供免费的玩具图书馆、亲子游戏空间等,缓解家庭教育压力,创造屏幕之外的成长选择。

(关育兵)

# 争抢“哪吒故里”不如发掘“哪吒文化”

“四川造”动画电影《哪吒之魔童闹海》“高开疯走”,创造中国影史新纪录。哪吒这个经典IP再度爆红,各地“抢哪吒”大战也拉开序幕。天津、安徽等地相继发文,自称哪吒故里。被誉为“中国哪吒文化之乡”的四川宜宾,也于2月6日携哪吒行宫、龙太子“骸骨”等20余处哪吒实景“参战”。(2月8日《长江导报》)

《哪吒2》成为现象级电影,随着票房的持续攀升,不断刷新着各项影史纪录。随着电影的爆火,哪吒这一经典IP也再度爆红,国内包括四川宜宾、安徽蚌埠、天津市等地在内,纷纷加入“抢哪吒”大战,找出各种证据,以求证明自己才是真正的哪吒“故里”。

哪吒是一个神话传说人物,是一个虚构人物,他本身就没有所谓的出生地,自然也就没有“故里”之说。一些地方争抢哪吒“故里”的做法,显得有些荒诞和无厘头。

其实,争抢哪吒“故里”的人也知道,“抢哪吒”只是表面现象,所谓“文化搭台,经济唱戏”,蹭一蹭电影《哪吒2》的热度,打响当地的知名度,为地方发展旅游经济做出贡献,才是真正的目的。

虽然哪吒没有“故里”,但“哪吒文化”在很多地方存在。就像这次加入争抢哪吒“故里”的几个地方,当地就存在很多“哪吒元素”,哪吒作为神话传说人物,在当地具有广泛的影响力

和群众基础。

在这种情况下,我们应允许和鼓励这些地方深度发掘“哪吒元素”,发展“哪吒文化”,为当地旅游文化、旅游经济发展做出贡献。从这个角度来说,没有“户籍”和“故里”的哪吒,反而会帮助更多的地方从这个经典IP当中获益获利,这并不是坏事。

同时,各地在发展“哪吒文化”的过程中,还应尊重神话传说,考虑群众感受,不能过于牵强附会,否则会适得其反。

说到底,我们不一定非要“独占”哪吒,而应从自身实际出发,从不同角度,以不同形式,挖掘“哪吒元素”,发展“哪吒文化”,推进文旅深度融合发展。