



“图书馆放娃”背后的民生难题

近日,“多地图书馆批评放娃现象”冲上热搜。起因是有一些家长上午匆匆“放娃”,中午外卖喂娃,更有甚者晚上忘记接娃。从功能定位看,图书馆是读者的“书香地”而非家长的“托儿所”儿童的“游乐场”。家长若把看护责任“甩给”工作人员,只会让社会各方不堪其扰。

馆方有多方面的不满,家长也有吐不尽的“苦水”。如果条件允许,相信不少家长还是希望能参与孩子的成长过程。但现实是,绝大部分人面临着“搬

砖”与“抱娃”的艰难选择。尤其对双职工家庭来说,把孩子一个人放家里不放心,报商业托管班又太贵。综合考虑,让孩子“泡”图书馆或许是相对放心的“权宜之计”。这样一来,本应充盈“书香气”的场所,却夹杂着孩童的“顽皮气”与外卖的“烟火气”,让人觉得既违和,又无奈。

说到底,这触及到了暑期“孩子放在哪”的社会痛点。找好“安娃之所”不仅是一项为家长排忧解难的民生实事,也是促进孩子全面健康成长的题中应有之

义。有诉求就有回应,成都市武侯区从2012年起就组织了暑期公益托管,至今已持续10余年;重庆将“为未成年人提供假期公益托管服务”写入政府工作报告,并明确“今年预计覆盖12万人次以上”……除中小學生之外,“官方带娃”服务也涉及婴幼儿群体。当托管场所“多点开花”时,生育友好型社会也就一步步走进了现实。

更进一步,托管服务的价值不仅在于有“安娃之所”,还在于有“安心之所”。像开头提到的图书馆放娃,想学习

的读者“闹心”,孩子们也没能静下心来看书,这显然不是破解“托管难”之道。综观多地给出的答案:有的企业开办职工子女暑期托管班,涵盖作业辅导、运动训练等内容;有的高校为教职工子女开设“少年营”,设计特色课程;有的社区特别组建“春苗帮扶队”,招募志愿者提供全天候服务……托管服务质优价廉,才能更好满足孩子的成长需求,缓解家长的后顾之忧。

总之,莫让暑期“托管”的缺席,造成公共场所秩序的“脱管”。 静子

漫说



连日来,多地出现持续高温天气。当进入如蒸笼一般的驾驶室、手握滚烫的方向盘时,有驾驶人可能会出现“情绪中暑”,开车更容易“上头”。交警提醒,不良情绪会对行车驾驶带来诸多危害,驾驶人要注意自我调控、保持平常心,做到行车安全。 新华社发

热论

莫让谣言徒增“无妄之灾”

“洪水冲走钓鱼爱好者”“两人被洪水冲走”“洪水冲走三个娃娃”……谣言之害,无异于“隐形洪水”。据公安部网安局日前消息,4起涉汛网络谣言案被查处,多人被警方依法处罚。

正值防汛关键期,真实准确的信息也是“安全堤”。谣言往往闻“汛”而来,消耗社会信任,挤占宝贵的公共资源,给防汛救灾大局添乱,实为变相消费灾情,徒增“无妄之灾”。上述4起涉汛谣言,其中三条素材都出自网络图片,再加上胡编乱造的配文,就能混淆视听、误导公众。

说到造谣手法,其实都是老一套。看似新事,实则张冠李戴、翻炒旧闻、移花接木、恶意拼接,把时间、地点等要素改一改,就敢宣称“有图有真相”。加之借助AI可实现批量造假,大大提升视觉冲击力,部分群体对技术的认知存在偏差,其迷惑性可想而知。

但很多时候,与其说公众的媒介素养不够,不如说人的理性容易变得脆弱。涉汛涉灾谣言之所以屡禁不绝,不得不说,和这种“弱点”高度相关。面对自然灾害,人们有一种天然的敏感,在得到确凿信息之前,不少人会选择“宁可信其有”。许多现实

案例表明,在互联网的语境下,从众心理的作用下,这种恐慌情绪极易形成几何级传播,形成“重复曝光效应”,一边是越传越离谱,一边又是越传越像真的。所以说,辟谣是与时间赛跑的“硬仗”,涉灾谣言更是如此。

治理之道,关键在于“快、准、狠”。首先是“唯快不破”,辟谣固然天然滞后于造谣,但只要加强协同联动,健全快速响应机制,及时阻断谣言的传播,越早介入就越能赢得主动。其次是“贵在精准”,一方面,根据谣言特征建立监测模型,通过语义分析、反向搜图等技术精准识别;另一方面,有的造谣者是逞一时口舌之快,但更多的是无利不起早,从养号到引流再到变现,甚至还有专门的剧本和团队,平台应当发挥技术优势,“打蛇打七寸”,及时切断其变现路径。最后是“重拳出击”,散布谣言的最高可判处7年有期徒刑。相关部门还需持续加大打击力度,发现一起处置一起,以“清朗”之手、雷霆之势守护“人间真实”。

在信息的洪流中,不轻易信谣,不随便传谣,多一分思考,多一分克制,才能让“堤坝”牢不可破,让谣言不攻自破。 钟颐

【微言有义】

高分考生入读中职

广州日报 中考716分的考生陈同学被广州市轻工职业学校机电技术应用专业中本贯通班录取,创下近年来广州中职所录取新生的最高分。

微评:日前,江西某中学三名高三学生因未填报清北专业“被班主任怒斥、愤而解散微信群”引发全网关注。高分不一定就要选择清北,这已是越来越多学子的心态。无独有偶,近日,郑州铁路职业技术学院2025年一份招生数据火了——该校今年继续面向本科生招生,计划招收135人,毕业后发放专科毕业证。这一“本升专”现象引发社会广泛关注,不仅折射出就业市场的深刻变化也标志着职业教育正逐步打破学历壁垒,成为人才培养的重要路径。现在回到“中考716分的考生被广州市轻工职业学校录取”,这条新闻反映了什么?一句话,“中职”的含金量越来越大,成色越来越重。据报道,陈同学的成绩完全可以入读广州市属重点高中,他却选择“中职”,对此有不同声音,其中有“不解”的“可惜”的。对此,陈同学的妈妈回应称“高分读中职:不是说浪不浪费,只是大家的认知或者选择不一样。”这是一句大实话,正如上述江西某中学的三名高分考生一样,没有选择清北并不意味着“不理性”“太可惜”,毕竟,每个

人的职业取向都不可能一样,而这位妈妈的话印证了一句大白话,“适合自己的就是最好的。”其实,这些年来,高分学生选择读中职、高职早已不是什么新鲜事了,反而越来越多了。这折射出两点:其一、中职、高职的办学水平越来越高,办学实力越来越强;其二、中职、高职专业设置越来越接地气,越来越契合就业大环境,报考的学生的职业规划越来越清晰。两者合一,这样的高分考生报读中职、高职的“新闻”自然就越来越多了。个中的原因并没有那么的复杂。在此,不妨看看两组相关数据——2023年一项统计数据显示,我国中等职业教育在校生占高中阶段教育总数近40%;2024年,广州的中职生升学率为65.68%,意味着超过三成中职生将直接进入就业市场。最后,从这条新闻引发开来,有一个关注点也值得解读——陈同学“高分读中职”的背后还有一项“中本贯通”的政策推动:“3+4”中本贯通是指中职学校与本科高校“3+4”七年一体化中本贯通培养改革试点,学生在中职学校学习3年并通过转段考试后,可进入对应的本科院校学习4年,毕业后获全日制本科文凭。这项政策将会产生哪些效应?有待时间检验,但窃以为,“后劲”应该会很足。

统一外呼营销号码

央视新闻客户端 为落实“信息通信暖心服务实事”,解决用户反映突出的通信业务电话营销虚假宣传、诱导消费等问题,三家基础电信企业近日集体发布规范电话营销举措,统一外呼营销号码。

微评:这3个号码应该记下来——中国电信:10001;中国移动:10085;中国联通:10016——如果接到其他号码要你办卡办套餐,可以肯定不是正规渠道!而今,不少消费者经常接到各种各样营销电话,让人防不胜防,烦不胜烦。每次接到这样的来电,只要对方讲出第一句话,我就立即挂掉!无它,又是营销电话,许多时候甚至可能又是一个“坑”!今年“3·15”,新华社就曝光了授权代理商的电话骚扰行为:第三方代理会通过官方号码推销通信产品,并依此提成。与此同时,与电话营销有关的技术手段,包括外呼机器人、虚拟电话号码等,也相继被曝光。我们由此可以看到,围绕“电话营销”已经构建起一条灰色产业链。在这样的事实面前和背

景下,三家基础电信企业统一外呼营销号码,可谓“诚意满满”,现实意义也是深远的:首先,可以提升识别度,提高电话的“透明度”,大大降低了用户的误判和疑虑。我们都知道,作为普通消费者之所以越来越讨厌各种骚扰电话,其中一个重要原因就在于不易判断对方的背景究竟是来自官方的商业推广还是第三方营销,毕竟背景不同面临的风险也不一样;其次,有助于遏制“李鬼”电话,打击诈骗,减少电信诈骗案件;最后,规范营销行为,便于监管部门进行溯源和监管,对运营商的营销行为形成更强的约束力,从而提升运营商的形象和信任度。总而言之,统一外呼营销号码是规范市场、提升透明度的重要一步,可以说开了个好头。但是要真正赢得广大用户的认可和信任,三大电信运营商应该以此为契机,深刻反思营销策略,将用户意愿放在首位,切实减少打扰,并提供便捷的选择退出机制。唯如此,“统一外呼营销号码”才能真正发挥其应有的作用。 和风