路灯没安成,为啥还叫好

● 徐晓敬

最近看到两件事,值得琢磨。

一件是,辽宁本溪一社区牵头给老旧小区安装路灯,本是件惠民利民的好事,却意外收到反对意见——光照扰民。原因是小区里一栋楼造型特殊,路灯杆只能紧挨着居民窗前安放,有居民表示,灯太亮了,晚上睡不好觉。面对这一现实问题,社区干部没有急着拍板,而是将议事会开到了楼下,现场听每户居民的意见。最终,形成了一个两全其美的办法:让不远处广场的灯光再亮些,“借光”照到这片角落,既省去了安装路灯的费用,也避开了扰民的烦恼。

还有一件事发生在浙江。一名驻村干部看到村里有一块撂荒地,着急利用起来,想搞大棚蔬菜。老村支书找到他,讲了这些年这块地闲置的缘由。这名驻村干部又请来农业技术专家实地勘测,结论是这块地不适合搞设施农业。于是,他放下先前的一厢情愿,结合村民意见和专家建议,重新调整思路,改良荒地种了杂粮,获得了好收成。

细看这两件事,其间都藏着耐人寻味的“反转”:基层干部初衷都是好的——或想解决居民摸黑出行的问题,或想避免土地撂荒。可他们都没有固执己见,而是耐心听取群众的声音,果断放下最初的想法。路灯没安成,却借来了广场的光,照得大家心里敞亮;大棚未建起,种下了杂粮,迎来一地沉甸甸的金黄。方案有改动,初衷却没丢;计划有调整,干群关系更近了。

这令人深思:“我”认为的好事,未必是群众认可的好事。好心办事若不能转化为群众实实在在的获得感,就不能算是好事。

“好心”是出发点,“办好”才是落脚点。成事之道,在热忱之外,更需科学方法、严谨作风。做事之前,先俯下身子深入调研,多听群众怎么说,少讲自己“以为的”,还要学会换位思考——群众需不需要,得站在他们的角度去感受。一旦脱离了群众需要,就很容易跑偏到形式主义、官僚主义的岔路上去,“好心”办了坏事。

上述两件事的可贵之处,在于党员干部懂得“停”下来——不是搁置,而是倾听,从群众的角度重新审视工作方向。正是这一“停”,让原本可能走偏的好事,最终干到了群众的心坎上。可见,“停”不是退,是为了校准;征求意见不能走形式,而要真正摸清实际情况,让公共服务更加符合群众需要。

摘自《人民日报》

切莫把预警当成耳旁风

● 尉迟天琪

7月26日,甘肃省定西市渭源县双石门景区突发山洪,导致部分露营游客被困。截至27日凌晨5时,共搜救被困人员207人,其中有10人遇难、23人受伤,成功救援174人。据报道,此次灾害发生前,当地曾连续发布3次强降雨、山洪预警,景区管委会也收到了相关预警,却未能阻止事故发生。

预警的本质,是基于科学预判的风险提示,更是用过往灾害经验、专业监测数据筑牢的生命防火墙。不同于突发意外,此次渭源山洪并非毫无征兆。当地持续发布气象预警,明确提示短时强降雨将诱发山洪、河道涨水、地质灾害等风险,劝导民众远离山野河谷、停止户外露营活动。精准的预警信息、明确的避险指引、充足的前置时间,本可最大程度规避风险、保全生命,最终却因漠视和松懈,让防灾避险的黄金窗口期彻底流失。

他山之石,可以攻玉。当前正值暑期旅游高峰,宁夏已进入“七下八上”防汛关键期,各地各相关部门都应以此为鉴,联起手来,优化完善防汛应急预案,合力筑牢安全防线。毕竟,防灾减灾从不是单一部门的独角戏,而是政府监管、企业履职、公众自律的协同大考。只有坚守底线、压实责任,彻底摒弃侥幸心理,预判最坏情况,做好充分准备,才能不给危险留下可乘之机。

摘自《宁夏日报》

新华时评

依法惩治行业垄断 护航平台经济发展

● 赵怡宁 戴小河

7月25日,市场监管总局依法对携程集团有限公司滥用市场支配地位实施垄断行为作出行政处罚,罚没款合计51.79亿元。监管部门对垄断行为坚定亮剑,传递出引导平台经济持续健康发展的鲜明信号,为维护公平竞争的市场秩序筑牢防线。

网络预订平台凭借其选择和比价空间丰富等优势,为消费者提供了便利,也助推酒店行业不断提升服务质量。然而,一段时间以来,个别头部平台为谋取更大利益,凭借流量霸权与定价特权,挤压商户经营空间,出现了一些通过不公平竞争抢占市场的行为。

根据市场监管总局调查,携程凭借庞大的用户规模主导流量分配规则,要求酒店开展独家合作、强制酒店给予“全网最低价”,并通过限制流量、扣除订单储备金等惩罚性措施保障垄断行为实施。这种行为不仅严重侵害了酒店经营者的经营自主权和自主定价权,也为酒店进入其他平台设置了壁垒,严重抑制市场竞争活力与创新动力。所谓的“低价”“让利”背后,是平台企图排除竞争对手、垄断市场份额。

此次巨额处罚,为头部平台企业敲响警钟:越是体量庞大、影响广泛,越要以合规经营回报消费者的信任、促进平台经济整体生态健康发展。监管部门的态度清晰坚定:国家在鼓励和促进平台经济发展的同时,也在以更有力的反垄断监管,有效预防和制止平台企业滥用数据、技术和资本等优势损害竞争、创新和消费者利益,推动平台经济的发展水平迈上新台阶。

作为市场经济体系的重要组成部分,平台企业的创新发展离不开有序竞争,也离不开政府有形之手的有效监管。监管部门需要强化对平台经济常态化监管,引导企业良性发展,构建多方共赢的产业生态。广大平台企业更要以此为鉴,呵护自己的金字招牌,真正依靠技术创新、服务升级、模式优化来赢得市场、赢得未来。 据新华社

勇攀科技高地的强军先锋

● 黄明 于晓泉

以生命赴使命,以笃行践初心。

国防科技大学研究员王戟将个人理想融入强军伟业,在病痛与考验面前始终挺立不屈的脊梁,以共产党员的赤诚、革命军人的担当、科技工作者的执着,谱写了一曲轮椅之上的奋斗战歌,成为勇攀科技高地的强军先锋。

忠诚于党、矢志强军,是王戟始终不渝的信念追求。少年考入国防科大,他早早立下献身国防计算机事业的志向。初心作恒心,无论选择研究方向,还是坚守工作岗位,他始终以党和国家需要为己任,深耕高可信软件这一关键领域,把信仰活成了日常。面对病痛磨难,他初心不改、信念如磐,把有限时光全部投入强军事业,从牵头重点项目到担纲国防工程,以生命不息、奋斗不止的坚守,兑现对党忠诚的铮铮誓言。

科研为战、勇攀高峰,是王戟一以贯之的使命担当。紧盯军队信息化、智能化转型需求,他主动选择高可信软件这一“冷门硬核”方向,直面国外技术封锁,攻克军事装备软件安全可靠这一难关。他带领团队自力更生、自主创新,构建起国内领先的技术体系,突破软件检测、安全验证等关键技术,研发的分析验证工具为重大装备安全运行提供坚实保障。面向科技强军前沿,他又向人工智能可信问题发起冲锋,着力抢占战略性领域先机,彰显科技工作者向战而行、为国铸器的责任担当。

感恩奋进、自强不息,是王戟砥砺前行的精神品质。他的父母是支援三线建设的知识分子,给儿子以“戟”为名,寄寓报国厚望。面对重病磨难,王戟在组织关怀与亲友支持下,以顽强意志挺过难关,重病出院后重返岗位、继续为强军事业奋斗。知恩图报、自立自强、家风滋养,成为他穿越风雨、坚守战位的精神力量。

在强军兴军与科技自立自强的时代征程上,王戟立起了新时代共产党员、革命军人的好榜样。广大党员干部和部队官兵要以王戟为榜样,坚定理想信念,厚植家国情怀,砥砺意志品质,把个人奋斗融入时代洪流,以实干实绩书写无愧于党、无愧于国家、无愧于人民的时代答卷。

据新华社

锐评

规范标注信源,筑牢“自媒体”传播底线

● 王琦

网信部门持续督导网站平台推进信息来源标注工作,近期,巡查发现一些“自媒体”在发布涉国内外时事相关内容时,未规范标注信息来源,混淆视听,严重误导公众认知。网信部门加大巡查处置力度,督促网站平台依法依约处置违规账号3704个,纠正错标漏标短视频4.8万余次。

从通报的典型案例来看,一些自媒体在信息来源标注上的乱象可谓五花八门。有的直接搬运或简单整合国际时事信息,却不标注任何来源;有的用“网传”“网友爆料”“外媒消息”等模糊表述刻意规避审核;还有的以夸张标题博眼球,拼凑剪辑网络素材,片面歪曲解读事件。

网信部门严管自媒体未规范标注信息来源的行为,精准戳中了当前网络内容生态的沉疴。这场瞄准信息溯源环节的治理行动,遏制了部分自媒体长期以来“雾里看花”的传播乱象,为构建清朗可信的网络舆论生态筑牢了关键防线。



在当下的网络传播场域中,刻意隐匿、模糊信息来源早已成为不少自媒体收割流量的“灰色套路”。在诸多热点事件的舆论发酵过程中,大量无来源的内容泥沙俱下,普通用户很难在短时间内分辨信息真伪,极易被带偏节奏,甚至引发不必要的舆论对立。此前多起公共事件中出现的“多次反转”乱象,背后都有大量自媒体刻意隐去信息源头、肆意篡改内容的影子。这不仅透支了公众对网络信息的基本信任,也增加了社会公共治理的成本。

2023年中央网信办发布的《关于加强“自媒体”管理的通知》明确规定,自媒体在发布涉及国内外时事、公共政策、社会事件等相关信息时,应当准确标注信息来源,并在发布时于显著位置展示。《网络信息内容生态治理规定》也要求,网络信息内容生产者应当对信息内容的真实性负责。规范标注信息来源既是法规要求,也是对受众负责之举。

正因如此,要求自媒体规范标注信息来源,是一次对网络传播秩序的正本清源。它跳出了“封号删帖”的传统治理路径,从信息传播的核心环节切入破局:对普通网民而言,清晰标注的来源相当于给内容附上了“身份标签”,使他们在海量混杂信息里能快速判断内容可信度;对监管部门来说,明确的溯源标识能大幅提升虚假信息的排查效率,快速厘清传播链条上各主体的责任,避免谣言“滚雪球式”扩散;对合规运营的自媒体而言,这项要求更是一道公平的“过滤网”,把靠搬运、造谣博流量的账号清出赛道,倒逼创作者从“蹭流量”转向“做精品”,让优质原创内容获得更良性的传播环境。

实现“信息来源应标尽标”,把治理成效转化为长期生态,还需多方同向发力:网站平台要持续优化标注功能,不能把标注做成可有可无的附加选项,应建立智能识别、自动提醒的长效机制,从技术层面堵住错标漏标的漏洞;监管部门要将这项要求纳入常态化巡查,让规范标注成为所有自媒体默认的行业准则;广大创作者更要主动守住内容真实的底线,把标注来源当成对内容、对公众负责的基本习惯。

当每一条网络内容都能光明正大地“亮明身份”,我们才能彻底告别信息迷雾,真正拥有一个透明、可信、健康的网络舆论空间。

摘自《北京青年报》

景区“大小字”套路是自毁前程

● 何勇海

近期正值暑期旅游高峰,有游客在社交平台上反映,在广西北海看到一块金海湾红树林景区的指示牌,上面赫然写着“国家AAAA级景区”“免费赶海”的大字,细看后则发现在指示牌左下侧还藏着“购票即可入园”的小字。此事被曝光后引发热议,不少人质疑,既然需要购票,何谈免费?

景区“大字引流、小字埋坑”的经营手段,短期或许能招揽客流,长期只会消耗游客的信任,无异于亲手毁掉自身的发展前景。而这种宣传手段,近年来在不少网红景点、城郊采摘园、小型文旅项目中屡见不鲜。商家利用游客赶路匆忙和信息差,靠“大小字”套路诱导到访,把营销算计全用在文字博弈上,而非提升游览体验。

这种投机取巧的负面影响,显而易见。游客满怀期待奔赴景区,结果发现被欺骗、被糊弄,付出了时间、交通成本,却进退两难,游玩的好心情大打折扣,事后大多会在社交平台吐槽。景区的负面口碑一旦扩散,会拉低整片区域景点的口碑,周边正规经营的文旅商家一同受损,对本地旅游市场的整体形象造成破坏,不利于当地文旅产业的长远发展。“大小字”套路也触碰了广告法、消费者权益保护法的红线,违背了不得作虚假或者引人误解的宣传规定,侵犯了消费者的知情权。

旅游行业拼的是口碑与体验,景区必须摆正经营思路,与其挖空心思设计文字陷阱,不如清晰标注收费标准、游玩范围,用实实在在的服务留住游客。

摘自《四川日报》

热评

等红灯不计配送时间 算法向善迈出关键一步

● 孙欣祺

苏州将于八月初试点交管新政,把外卖骑手在路口合规等待红灯的时间纳入平台配送计时体系。新政落地后,平台会自动剔除等红灯的时间,并顺延配送截止时间,实现“合规不扣时、等候不算亏”。对此,不少网友赞其有温度、有人情味,并呼吁全国推广。

新政试点,本质上是对外卖平台算法优化的一场实地测试。这场测试之所以引发广泛共鸣,根本原因在于它切中了那个让骑手煎熬、让公众忧心的问题。长期以来,外卖骑手被困在算法编织的无形“时间牢笼”内。如果严格遵循交通规则,那就可能面临超时带来的差评与罚款;若要多多接单、单单准时,则往往不得不游走于交通法规的灰色地带,将自己与他人的安全置于未知的风险之中。所以,把配送途中的合规等红灯时间算作不计入考核的无效计时,正是为了化解骑手的两难处境,将他们从“用生命抢时间”的恶性循环中解脱出来,从而兼顾道路交通安全与骑手的劳动尊严。

进而言之,这场测试的意义,不只是验证优化算法能否为骑手赢得几十秒的余裕,更在于提供“算法向善”的改革样本,提出若干值得深入思考的实践命题。不同于以往单纯劝导骑手守法、事后处罚违章的传统治理模式,苏州新政跳出“管人”的惯性思维,转向“改规则、调系统”的源头治理,为新业态监管开辟全新路径。

其一,向善之本在于价值观重塑。无论是时间计算还是路线规划,平台长期奉行“效率至上”。在此基础上开发的骑手端软件,表面上是帮骑手“优化路线”“精简时间”,实则是在激励抢单、加重焦虑。算法对效率的极致追逐,正是企业盲目逐利价值观的投射。就此而言,需要修正的不只是配送计时的规则,更是平台算法的底层逻辑。唯有将“效率至上”校正为“安全优先、效率兼顾”,引导企业从一味追求效益最大化,转向切实履行社会责任、保障劳动者合法权益,才能将“算法向善”的价值理念真正化为可落地的代码规则。当前国家已出台平台算法负面清单、外卖行业服务国家标准,明确禁止无底线压缩配送时长,这也要求平台必须完成价值转向,不能再把经营成本、时效压力单向转嫁给骑手。

其二,向善之治在于制度化协作。政府出台指导文件,企业负责整改落实,这是改革的常规模式。但此次新政的一大看点在于政企之间的深度协作:交管部门依托联网交通信号平台,将路况与违法预警数据打通,与配送平台的运行数据实现互通互换。这表明,引导算法向善,不只是企业内部的技术升级,更是现代社会治理的题中之义。优化算法,不能只靠企业自觉,也不能停留于文件倡导,而是需要政府与企业真正携起手来,构建可操作、可持续的协同机制,共享数据、共建系统,共同维护骑手友好的社会生态。过去算法规则由平台单方面制定,公共安全、劳动者权益权重常常缺位。如今交管部门等公共治理力量正式参与规则制定,打破平台对计时体系的垄断话语权。

其三,向善之功在于精细化深耕。对于外卖骑手而言,等红灯或许是最能预见的“时间黑洞”。而商家出餐的延迟、无电梯小区的步行上楼……这些难以预见的变量,同样可能导致订单超时、顾客投诉。从这个角度看,将等红灯纳入计时系统,只是一次“定点突破”,远不足以覆盖骑手的全部现实诉求。可以断言的是,算法向善无法一蹴而就,更不是坐在办公室里凭数据模型拍脑袋就能完成的改革。相关主管部门、平台企业需深入下沉一线,倾听骑手心声,建立骑手常态化算法协商机制,更精准地识别多样化的配送场景,并在此基础上持续迭代优化算法,畅通骑手的维权渠道。

眼下苏州尚处于试点阶段,南京、杭州、成都等地已启动调研借鉴。对于苏州首创的外卖配送计时新政,我们期待试点取得理想的效果,更希望“等红灯”只是算法向善的起点。优化配送时长、调整考核规则、畅通维权渠道……还有更多民生细节等待算法温柔适配。当绿灯亮起,愿骑手的每一次出发都是从容的加速,而非被迫的冒险。

摘自《文汇报》

现象级文旅热点如何走向长红

● 向袁媛

近日,重庆小伙“李要得”打出租车去拉萨的视频火爆全网,收获超2000万点赞。西藏文旅果断兑现承诺,向其发放50万元“现象级”宣传大奖。

回顾这一事件,视频走红并非单纯靠运气,背后藏着西藏文旅主动出击的破局思维。单个原创作品点赞超500万并形成现象级热点即可获重奖——官方的“悬赏”活动主动抛出橄榄枝,成就了这场现象级的文旅狂欢。

据李要得介绍,正是看到这则官方奖励消息,他才萌生了出行的想法。这趟全程2229公里、历时7天的进藏之旅,由两名出租车司机轮流驾车完成。李要得表示,奖金到账后会先给两位司机师傅各1万元,再代表所有网友捐出剩余款项,直言这份荣誉属于每一位点赞支持的网友。一路壮阔的山河,人与人之间的真诚坦荡,连同“想做就勇敢去做”的自由内核,共同引发了千万网友的情绪共鸣。

视频爆火后,评论区成了大型“许愿池”,不少网友立下“点赞破多少就去西藏”的约定。西藏文旅打破了官方“自说自话”的传统宣传模式,用奖励机制将创作与传播的主动权交还给大众,让每个人都能成为文旅推介官。当官方的主动邀约与网民的创作热情碰撞发酵并形成传播规模时,奖金反倒退居其次,取而代之的是人们对大好河山的自发分享。

流量易得,留存不易。地方政府如何接得住、接得好,考验着每一座城市的治理智慧。过往案例中,既有凭借真诚服务长效圈粉的城市,也有因配套跟不上、宰客乱象消耗热度而昙花一现的城市。唯有扎实的治理与真诚的服务,才能让网红效应沉淀为长效的文旅品牌。 摘自《新民晚报》