人民网评 >> 沈 慎

治理发力，让“云暑假”更清朗

日前，中央网信办等部门部署开展“清朗·2022年暑期未成年人网络环境整治”专项行动，引发社会广泛关注。专项行动为期2个月，将聚焦未成年人使用频率高的短视频、直播、社交、学习类App、网络游戏、电商、儿童智能设备等平台，集中解决群众反映强烈的网络涉未成年人问题乱象。

互联网是亿万人民共同的精神家园，也是广大青少年学习知识、拓展视野、健康成长的重要平台。数据显示，2020年我国未成年网民规模达到1.83亿人，未成年人的互联网普及率为94.9%。不论是通过互联网学习课外知识、接受在线教育辅导，还是日常休闲娱乐、开展网络社交，未成年人用网上网已是大势所趋。在这样背景下，如何让网络成为健康成长的“助力器”而不是“绊脚石”，成为全社会的共同课题。

暑假期间，青少年用网频次、时间相对增多，各类不良信息容易滋生泛滥。开展“清朗·2022年暑期未成年人网络环境整治”专项行动，聚焦群众反映强烈的现实问题，为未成年人营造健康的上网环境，可谓正当其时、十分必要，充分体现了以人民为中心的发展理念和责任担当。

事实上，自2020年以来，中央网信办已连续2年组织开展暑期未成年人网络环境专项整治行动，针对网上涉未成年人重点环节、突出问题持续开展治理工作。今年专项行动从“严”“深”“细”“实”四个方面着力加强涉未成年人网络乱象治理，可以说覆盖面更广、整治更深入、要求也更严格。将未成年人使用频率高的平台全部纳入治理，部署开展10个方面整治重点任务，提出“严格管控侵犯未成年人个人隐私问题”“严厉查处诱导未成年人参与直播打赏的问题”等明确要求……坚持问题导向，抓住突出问题和关键环节，加大对为违法行为的惩处力度，释放了零容忍的鲜明态度、依法管网治网的坚定决心，必将让未成年人的“云暑假”更加清朗。

当前互联网快速发展，新应用新模式新业态层出不穷，客观上也给未成年人网络保护提出了更高要求和新的挑战。就拿短视频和直播平台来说，一段时间以来，一些视频博主利用“网红儿童”牟利、利用未成年人作出不雅姿势吸引流量，有的未成年人参与网络直播荒废学业，严重损害青少年健康成长，产生不良社会影响。再比如，青少年使用的学习类App和未成年人智能手表等等，也被曝光存在一些不良信息。这些背后自然是不法分子利益诱导的结果，也体现出互联网快速发展带来的治理盲区。

只有及时堵住漏洞、消除盲区、刹住歪风，才能让治理跟上发展脚步。这次专项行动聚焦的重点任务，既有长期存在的老问题，也有当下面临的新挑战，更有苗头性倾向性问题，具有很强的现实针对性和治理精准性。以此为发轫，齐抓共管、协同发力、久久为功，才能护航网络空间未成年健康成长。 据人民网

有话直说 >> 老 穆

花草无语 文明有心

为美化城市环境，最近，园林部门在永泰南路、平城桥、北都桥、迎宾桥、大同南站、迎宾街等路段摆放了花箱和花架，里边栽种了各色花草。然而没过几天，花箱内部分花草就频频被盗，有的花箱甚至整体被毁。

姹紫嫣红的花草赏心悦目，却不时遭遇盗损，一些人的行为真是太不像话了，不但很煞风景，有损环境，有辱形象，而且极不文明。

偷偷挖去花草者，大抵是拿回去装点自家；花箱遭损，大部分是被汽车撞坏的。前者是有意为之，因为自私而贪小便宜、慷公物之慨；后者也许是不经意，却暴露出不珍惜、不爱护的轻率之态。不管有意还是无意，都对城市环境、公共设施和文明形象造成伤害，小小花草的无辜反应出来的却不是小问题。

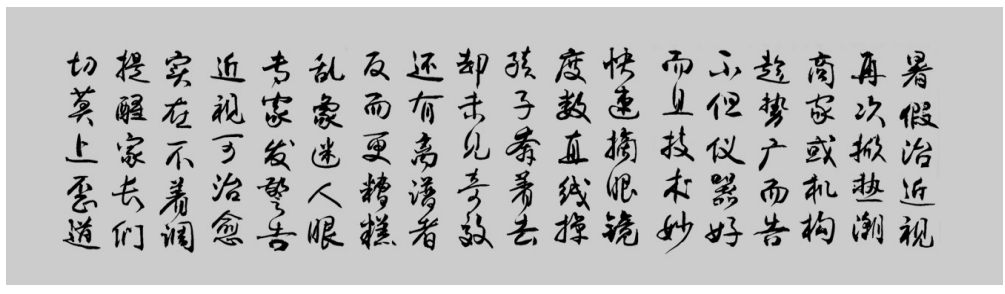
我市正在奋力创建全国文明城市，全市上下都应大力提升文明形象，每个市民都应该主动守公约、自觉讲文明，岂能为了一己私利或因一时疏忽而让美景受伤、让城市蒙羞！

美丽的花草多怡人！请大家爱花护绿，也请尊重绿化工人的劳动成果，发现有人偷窃或破坏，还应勇于劝阻、积极举报。人人争做“护花使者”，共同保护美丽家园，才是文明市民该有的行动和风范。

幽默一刀

“近视治愈”不可靠

朱慧卿/画 穆 亮/诗


暑假治近视
再次掀热潮
商家或机构
趁势广而告
示但仪器好
而且技术妙
快速摘眼镜
度数直线降
孩子暑假去
却未见亮效
还有高清者
反而更糟糕
乱象迷人眼
专家发警告
近视可治愈
实在不着调
提醒家长们
切莫上恶道

日前，教育部指导全国综合防控儿童青少年近视专家宣讲团，在今年1月发布2022年寒假多场景近视防控问答的基础上，修订形成2022年暑假多场景近视防控问答，为广大儿童青少年和家长答疑解惑，提供科学指导。

针对市场上一些号称可以逆转视力的训练或仪器，防控问答指出：“近视一旦发生，不可逆转。家长切不可病急乱投医，不要相信近视可治愈、近视度数可降低等虚假广告。要带孩子到正规医疗机构检查，遵从医嘱科学干预和矫正。”

虽然暑假是矫正近视、帮助孩子摘掉眼镜的有利时期，但一些商家或机构的“技术”并不可靠，那些标榜高精尖仪器或技术，宣称“X天内摘掉眼镜”“轻松恢复视力”的蛊惑，嗓门越大噱头越多。家长和学生对这些天花乱坠的广告应高度警惕，依靠“特殊仪器”“灵丹妙药”不可能矫正近视。

近视问题涉及到儿童青少年的身体健康，容不得欺骗和马虎。面对市场乱象，相关部门要加强监管，对不法机构和违规产品及时查处；家长们也得擦亮眼睛，不要因为自己的糊涂与无知，耽误了孩子健康成长。

有感而发 >> 魏冬妮

为人性化执法叫好

近日，云州交警大队瓜园中队巡逻民警查获一起酒驾违法行为：已在家喝酒的张某，因妻子突然身体不适急需就医，情急之下便开车送妻子前往医院，民警查获后，当即换下张某，及时赶往医院，并安慰随车家属，待家属病情好转后再接受处罚。事后，张某主动来到云州公安分局接受处罚。

读了这则新闻，让人不禁想为这些执法民警点赞。酒驾固然要严查，但执法民警面对这样的特殊情况时，坚持将生命安全放在第一位，既保证让病人及时就医，又保证就医途中的交通安全。这样的人性化执法，让执法更有公信力，也更有说服力。

人性化执法关键在于以人为本，准确把握群众情绪，充分考虑执法对象的切身感受，广泛运用说服教育、劝导示范、警示告诫等柔性方式，避免“一刀切”式处罚，做到宽严相济、法理相融，才能让人心服口服。

近年来，我市不断规范执法言行，人性化执法、阳光执法不断增多，如面对部分商户的占道经营、环境整治、一般交通违法等行为，执法人员常常会根据事件的具体情况，以批评教育为主、处罚为辅，提升了执法的温度。

执法水平也是城市文明程度的重要体现。着眼提高群众满意度，执法人性化，让群众在每一个执法行为中感受到公平、正义与温暖，无疑是应该大力提倡和不断践行的。

一针见血 >> 鸣 声

千元一斤的荔枝抢走了什么？

前几日，有网友发帖称，北京某商场“增城挂绿”品牌的荔枝每斤售价高达1049元引发热议，有评论笑称“雪糕刺客”终于遇到了“荔枝悍匪”。

每斤荔枝超千元，而两颗“挂绿”荔枝就开价140—198元不等，一位上海的水果经销商还说，想买“挂绿”需要趁早订购，“等到货才买就来不及了”。这样的销售景观，岂止是“活久见”，简直就是没道理。

荔枝是广受欢迎的夏季水果，如果再往历史深处看，更有不少文化的加持，诸如“一骑红尘妃子笑”“新雨山头荔枝熟”“日啖荔枝三百颗”等等，诗意蕴藉，让人会心。

只是，再华美的篇章，再娇嫩的口感，仍不过是一种水果而已。动辄千元一斤，显然有些过分了。更不要说，把两颗“挂绿”放在木盒之中、绒布之上，即便不好说是“买椟还珠”，至少也是价格与价值的偏离。

我们知道，一种商品的定价，涉及到产品本身品质、定位、渠道等供给方的因素，也涉及到需求方在不同场景下不同价格期望的消费心理。以荔枝为例，“物以稀为贵”固然是一个制约因素，但交通环境的加快提升，使得商品运输早已不是问题。可见，变量仍在于消费心理。只要在消费者这个环节多制造一些需求，事情就会起变化。

有人说，目前的天价荔枝，那是市场供求关系的呈现，明码标价，愿买愿卖。这当然也可以理解。但问题是，如果这不是真实的供求关系，而是经过刻意操弄出来的一种需求虚热呢？

在移动互联网日渐发达的今天，人们的消费早已不仅仅是个体行为，动辄就“晒”，时刻关注，使得人们买什么、花了多少钱等私密行为，带有了某种公共性、炫耀性，这也导致很多人的消费被放置在公共平台打量。

比如，在一些社交平台，有人说，“挂绿”已经取代车厘子，成为新一代财富自由的象征。这样的话语表述方式，就是一种诉诸消费者精神层面的炒作。不排除其中有调侃的成分，但根子里仍是一种推销，意在渲染一种情绪与氛围，诱导消费者入彀。

顺应这样的虚热需求，“雪糕刺客”“荔枝悍匪”等现象就应运而生。这中间，当然包裹了商家的小心思，却也折射了社交中的炫耀性消费心理。这样的价格与价值偏离并不足取，更多不过是昙花一现，今天还放在绒布小木盒里，明天就烂大街了。日前就有媒体调查发现，四川省泸州市合江县一种名为“带绿”的荔枝，前些年也曾卖出过千元以上的天价，但如今30元钱就能买到一斤。

这种从“悍匪”到寻常百姓的变化，一方面得益于当地发展荔枝特色产业、提升产品量质的努力，也与之前那种炒作噱头难以为继有很大关系。

无论口感多么好，荔枝都是用来吃的。品质好一些的农产品，价格高一些，本身并无不妥，但如果完全无视市场，涨到如此令人惊叹的价格，无疑走得太远太偏了，也不可能持久，更不可能真正增加农民收入。毕竟，大量溢价流向了流动环节。

说到底，千元一斤的荔枝抢走的是消费者对市场的信任，以及正常的消费意愿。让荔枝的价格逐步回归理性，一个让人放心、安心的消费环境才能持久。

据光明网