

本期热评 >>

老穆

生态寄哀思 新风润平城

8月12日,大同市节地生态安葬纪念园建成投用,纪念园位于福安园树葬公墓园区,占地2000平方米,整体设计朴素简约、静谧雅致,科学划分墓区、纪念广场、绿化景观等功能区域,集骨灰安放、集体追思、殡葬宣传教育于一体,项目总投资投入90万元,资金全部来源于福利彩票公益金。(《大同晚报》8月13日)

这是我市深化殡葬改革、倡导殡葬新风的又一有力举措。生态安葬纪念园这座集多元生态安葬功能于一体的公益性设施,既是我市推进移风易俗的民生工程,也是践行绿色发展理念的生动实践。

殡葬之事,关乎民生福祉、生态底色与文明风尚,是衡量城市治理温度、社会文明程度的重要标尺。生态安葬纪念园规划科学、功能完善,以精细化布局补齐了生态殡葬服务短板。纪念园整合树葬、草坪葬、花坛葬、壁葬等多种生态安葬模式,打破了传统墓葬占地多、能耗高、形式单一的局限,构建起多元化、人性化的生

态安葬服务体系。

此前,我市已在多处陵园设立节地生态安葬区,纪念园建成投用,实现了市级专属纪念园区与县区安葬点位的互补联动,让生态殡葬服务从零散试点走向系统化、规范化全覆盖,为群众提供了更丰富、更优质的身后事办理选择。

与此同时,为推动生态安葬落地见效,市、县两级联动出台奖补政策,对选择节地生态安葬的逝者家属发放2000元一次性奖励,同时提供免费安葬场地等公益服务,实打实降低了治丧成本。生态安葬模式兼顾节俭与庄重,既减轻了家庭经济负担、减少了铺张浪费,也让“厚养薄葬”的文明理念落地生根。

生态安葬纪念园建成投用,更是一场深刻的移风易俗、文明革新。长期以来,传统土葬观念根深蒂固,占用土地资源、破坏生态环境,部分丧葬陋习还滋生不良社会风气。我市以纪念园为载体,将自然生态、人文缅怀与文明祭祀深度融合,摒弃传统墓葬的刻板形式,以草木

寄哀思、以园林承缅怀,让丧葬回归敬畏生命、感恩至亲的本质。这种生态安葬模式,既保留了慎终追远的传统文化内核,又剔除了封建迷信、铺张奢靡的糟粕,引导市民转变丧葬观念,推动殡葬习俗从“重形式、讲排场”向“重内涵、尚绿色”转变,持续涵养文明节俭、低碳环保的社会新风尚。

生态安葬纪念园建成投用,为全市绿色殡葬发展搭建了优质平台、树立了示范标杆。随着配套服务持续优化、政策宣传不断深入、群众认可度逐步提升,生态安葬必将成为更多市民的自觉选择,让绿色殡葬、文明殡葬蔚然成风。



诗画同评

赵春青/画 穆亮/诗

提防“AI专家”忽悠



据《中国青年报》报道,记者在多个短视频平台搜索“专家带货”“专家推荐”等关键词,发现不少视频存在明显AI生成痕迹,如文字错误、画面涂抹感强、人物动作不协调、嘴型与台词对不上等,关键是相关画面均未标注“AI生成”标识。

一些商家为节约成本,使用AI虚拟人物带货,这不是不可以,但必须明确告知消费者。如果别有用心地为虚拟人物立上“专家”人设,试图左右消费者决策,则涉嫌虚假宣传,甚至可能

构成欺诈。

从AI换脸冒充明星带货到AI批量炮制“种草笔记”、门店排队抢购景象,用AI生成的虚假内容充当营销素材的乱象屡遭诟病。

相关法律法规明确要求AI生成内容必须含有显式标识,但仍有部分商家刻意触碰红线,这提示我们:技术向善不能仅靠商家自觉,平台的技术把关、监管的常态执法、消费者的火眼金睛缺一不可。要知道,带货“专家”是假的,受损的信任却是真的。

文图据中工网

直播带货为引流
请来专家做噱头
动作台词却不畅
让人看着很别扭
原来是AI生成的
画面却无提示标
此举涉嫌搞欺诈
诱导公众薅羊毛
无良商家动歪念
挖空心思要阴招
乱象必须严整治
不能任其瞎胡搞

一针见血 >>

夏研

“清北研学营”唤醒名校梦？家长不妨冷静点

暑假,研学游市场火热。据媒体报道,现在有不少号称“暑期清北研学营”的研学游价格不菲,实际却是商家违规购买学生的“亲友入校名额”,再通过社交平台高价转卖,将其包装成正规的参观研学活动,而这是高校明令禁止的行为。

事实上,类似乱象已持续多年。像清华大学、北京大学这样的名校,入校参观都需要预约,在暑期会格外火热,而这种“一票难求”的稀缺性,恰恰成了灰色交易滋生的土壤。

北京大学就曾通报,某“校外研学团队”通过校友预约同行人员的方式,拆分预约139名学员入校,每人收费10800元,合计收费约150万元。可以想见,这是不少研学机构的常见套路。还有媒体报道,一些机构所谓“名校游”的宣传,最终只是在校门口拍一张大合照,原因无他,没约到票。

这背后,根本原因还在于学生和家長高涨的名校游热情,以及名校有限接待能力之间的巨大落差。对于家长来说,参观

名校图的是一个仪式感,让孩子直观感受“知识改变命运”是什么样子,试图营造一种沉浸式学习的氛围。

而对于顶级名校来说,想必是压力巨大。一校之内,既要保障教学科研,又要承载全国家长的期待,这份平衡很难做到两全其美。

由此,市场乱象就出现了。要么研学机构通过种种手段违规拿到入校名额,然后以高价转卖;要么干脆连这道门都进不去,收了钱却没有入校能力,最后靠一张校门口合影糊弄过去。家长和學生则被高额溢价、货不对板的研学游重重收割。

对于类似乱象,一方面需要加强市场监管,严格核查研学机构是否具备旅行社业务经营许可,对无证经营、虚假宣传、违规获取入校名额的商家依法从严处罚,让违规成本高于收益。另一方面,校方自身的入校审核机制也需要进行排查,尤其是“亲友预约”这类基于信任设计的通道,一旦发现被用于批量牟利,就该果断取消相关账号权限,甚

至倒查是哪个环节把关不严。

对于家长来说,不妨冷静一点。从报道的情况看,很多家长太希望暑假“有意义”,甚至担心研学“只游不学”——这种提法也很奇怪,好像孩子们不应该在暑假得到放松。

也正因为家长们有这种教育焦虑,除了高校研学乱象,还有所谓的“草原研学营”只是“上马摆拍”,“挖掘考古”只是在沙坑挖沙子等乱象。这当然是商家不诚实,但也恰恰说明市场摸准了家长的心理:只要包装上“研学”“教育”等字眼,自然不乏家长前来买单。

家长们应该认真想想,高耸的校门或许是个提醒,“研学”未必就意味着重金投入,也未必意味着走马观花。不如把这份焦虑和预算换成一本好书、一次踏实的博物馆之行,或者干脆什么都不做,让孩子睡到自然醒。相比于提心吊胆地进清北校门,在校门口着急忙慌地合照,身心舒展恐怕才是更好的教育。

据光明网

有感而发 >>

杜梨

文创产品 何时告别“复制粘贴”

暑假旅游正热,游客在领略一地人文风情之际,往往想买些文创产品,可一番挑选过后,不少人吐槽“审美疲劳”。

原因很简单,许多景区或文博场馆的文创产品高度同质化,要么是冰箱贴、景点雪糕、毛绒挂件,要么是书签、扇子、帆布袋,看似琳琅满目,实则处处撞脸。

文创产品何以如此雷同?首要原因,还是复制之心大过了原创之意。文创产品的内核在于文化创意,开发需要投入成本,打磨也需要时间。与之相比,“复制粘贴”、模仿微调就容易多了,不乏景区或机构大行“拿来主义”,对走红的品类略加修改,便推向市场。消费者购买文创本是为独特创意与文化特色,产品一旦丢掉了灵魂,自然让人提不起兴致。

看看这些年获赞的文创,无不充分挖掘文化素材的特点,打造出有温度、有故事、有地域特色的产品。比如,藻井冰箱贴,复刻北京隆福寺天宫藻井构件,将古韵攥于掌心;三星堆盲盒,以造型奇特的青铜面具、青铜神树等为原型,将古老元素和现代玩法结合,活泼中自带穿越感;甘肃省博的马踏飞燕玩偶,走“丑萌”路线,活脱脱一个行走的表情包。

此外,在文创产品开发上不妨突出实用性。与国内重点售卖纪念品不同,国外重点售卖的是旅游衍生品——依托具体的生活场景,产品设计开发的思路是使用需求优先,景区IP、地方特色文化皆为附加值。像纽约大都会博物馆的衍生品商店品类相当丰富,涵盖日常生活用品的方方面面,每年设计师从馆藏文物中挑选元素、定期出新。这让人想起持续出圈的故宫文创,每一季都先确定主题,再从宫中文物汲取灵感,以纹路、花样、形制等入手为当代人打造日常平替款,研发产品数量早已过万,屡屡给人惊喜。

有数据显示,预计到“十五五”末,中国文创市场规模将超10万亿元。多开脑洞、深耕品质,文创产业的明天更加可期。

据新华网

有话直说 >>

胡欣红

“3999元开天眼”？“玄学疗愈”乱象该整治

“3999元的课程,号称可打开天眼,上完后没有任何实际效果。”近年来,疗愈服务兴起,吸引了大量消费者,以“心灵疗愈”为名的各类疗愈服务涌入线上线下市场,冥想体验、一对一咨询、系列课程等服务形式五花八门,虚假宣传、无证从业、涉嫌欺诈等问题频发。

近年来,精神健康受到更大关注,冥想疏导、情绪陪伴等疗愈服务应运而生,这本是满足大众舒缓压力需求的新业态。但行业高速扩张背后,准入门槛缺失、监管边界模糊、虚假营销泛滥等问题陆续出现。比如,不少无专业背景的从业者用“点化”“高维”等噱头,收割有情绪困扰的消费者;再如,行业定价混乱,商家跑路、拒绝退款、霸王条款层出不穷,消费者受骗后取证难……有的患者花费数千元寻求疏导,反倒被无端指责贻误,原有情绪问题雪上加霜;还有人深陷“开天眼”玄学骗局,被伪科学观念洗脑,延误正规心理干预时机。

心理健康产业不能沦为收割焦虑的生意,推动疗愈服务走出“野蛮生长”,监管层面要切实履行职责,打出“组合拳”:加快制定行业服务边界,明确从业门槛,建立统一管理制度、服务标准;严厉打击误导消费者的虚假宣传,深挖潜藏在课程背后的精神操控风险;建立协作执法机制,消除心理咨询、教育培训、健康养生等交叉领域的监管盲区,建立线上平台审核、私域交易监管、预付费资金监管配套机制。

面对此种乱象,消费者也要擦亮眼睛。各类商业疗愈课程、冥想体验仅能作为放松手段,无法替代专业治疗。若出现心理病症,应当前往医院心理科,或选择专业心理咨询机构,切勿寄望于“速成治愈”“玄学开悟”。

据《工人日报》