

培厚乡村阅读氛围

不知不觉间,农家书屋走过了近20年的发展历程。小小一间书屋,不仅覆盖了所有行政村,它的角色,也超越了单纯的阅读空间。

这一方天地,有阅读的静谧,也有参与的欢腾。浙江德清县开元书院,一楼汇聚万余册图书,二楼是艺术培训与文化交流场地,门前空地则引入本土茶饮品牌。到了节假日,此处农家书屋日均客流量可达800人,周末甚至常常要等位。

学农技、看政策,陪孩子读书、与朋友相聚……一些合理叠加功能、延伸场景的农家书屋,“长”进村民的生活里,有了蓬勃的生命力。

不过,总体而言,功能全、环境优、效能高、人气旺的农家书屋,还不够多。进一步提升乡村阅读服务效能,需要念好“键”字诀,在盘活用好资源上下更大功夫。

前不久,中央宣传部、财政部、农业农村部3部门联合印发《推进农家书屋改革提升促进乡村阅读行动方案》,着力推动“书屋+”赋能、灵活推进“+书屋”融合。这一独特的文化阵地,将承担起聚拢人气、激活乡情、连接外部的重要任务。

乡村需要阅读,但前提是激发乡亲们的阅读兴趣。农家书屋配置什么样的书,首先要看乡亲们需要什么、喜欢什么。书对路了,人们才愿意来、坐得住、看得进。

近年来,一些地方探索“百姓点单”,把选择权交给群众,无疑是接地气也合民意的尝试。比如,天津专门举办农家书屋选书活动,由各区宣传部门、图书馆的工作人员,以及农家书屋管理员和村民代表共同组成“选书团”,让乡村书橱里的书更对村民的口味。

把人长久留住,还得为书香多找几个“搭子”,同各种热热闹闹的文化活动融为一体,打造乡村新型文化空间。

在浙江,农家书屋已升级为多功能的文化综合体,除了有图书借阅、文明实践、红色宣讲等功能,还举办农技讲座、研学旅游、非遗传承等活动。活动照着本地特色来搞,服务顺着群众意愿去添,每一间农家书屋都能在乡土中国找到属于自己的“活法”。

文化活动天然具备“搭台”的功能。农家书屋的魂在乡土,但触角要伸出去——今天的书、今天的人、今

天的信息、今天的资源,都可以从很远的地方来。

近年来,多地出现“以书换蔬”“以书换福”“以书换咖”等创新实践,就体现了这种连接的活力。别小看这一换,城乡之间资源流动起来了,互动渠道变多了,彼此了解也加深了。

创意开辟新路,机制跑出长效。江苏苏州吴江区,200多个农家书屋和一家图书总馆、29家镇(社区)分馆三级联网,两辆图书流动车每月定期对农家书屋的图书进行流转。依托这样的文化网络,更多农家书屋有了源头活水,可以为乡亲们提供更加新鲜而长久的精神食粮。

最是书香能致远。作为基层文化阵地,农家书屋不仅是一项重要的文化惠民工程,也承担着将更多优质文化和资源导入乡村腹地的重要作用。立足农村人口结构变化、顺应信息技术发展潮流,不断提升“书”的品质,丰富“屋”的功能,培厚“读”的氛围,让农民在阅读中看见更大的世界,也让外界在互动中发现乡村的魅力,定能为乡村全面振兴提供深沉而持久的文化力量。

来源:《人民日报》作者:张贺

带来外地客流而营业额上涨;学员从全国各地奔赴而来,像种子一样将岳阳烧烤播撒至各地。当岳阳烧烤铺的外地口音多起来,当冷链物流开始为散落各地的门店输送标准化食材,一条从培训到供应链再到品牌化的产业闭环正在形成。

从“守着一家店”到“做活一条链”,烧烤学院提供的是一种可复制的范式:职业教育应深深扎根于地方产业的土壤中。当学院计划三年培养千名“新匠人”,当残障人士也能在此习得谋生技能,这炉火的意义已然超越烧烤本身——它关乎就业、关乎民生、关乎一个地方如何用最朴素的方式,回应职业教育的时代之问:真正的职业教育,从来不在高阁之上,而在人间烟火最浓处。

来源:《中国青年报》作者:洪克非

让这炉火烧得更旺

从师徒口传心授到课堂精准到克,从“小富即安”到雄心勃勃的产业蓝图,岳阳烧烤学院的诞生,照见的是另一种职业教育的突围。它点燃的这炉火,使从业者的谋生手艺可以成为标准化、可复制的职业技能。

这一创新是教育的“下沉”,也是职业教育与成人教育的“破壁”。随着高等教育大众化的普及,开放大学的转型成了时代命题。此时岳阳烧烤学院的回答是:与其在家搜肠刮肚闭门造车,不如将触角伸向最具烟火气的地方——紧贴为地方产业经济服务这个方向来转型,那里有3000家门店、20亿元产值,更有无数渴望习得

一技之长的年轻人。

职业教育是锻炼谋生的技能。凌晨3点拉学员去屠宰场看“庖丁解牛”,将调料配比精确到克,编写《中国烧烤通史》作为教材——“技能+学历”的双轨模式背后,是对“标准化”的执着追求。数十年来,烧烤行业依赖“感觉”与“经验”,难以规模化发展。烧烤学院试图用体系化的课程,为这门手艺注入可量化、可传承的基因。这种将民间技艺“学院化”的努力,恰恰是现代职业教育最缺失的部分。

而这炉火点燃后产生的奇妙化学反应更令人关注。授课老板们不担心“教会徒弟饿死师父”,反而因学院

以假乱真？



赵春青 / 绘

据7月14日《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”相关标识。

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,试图影响消费者决策,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。相关法律法规已明确要求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。

来源:《工人日报》作者:乐群

漫闻天下

整治强迫购物

守护『诗与远方』

眼下正值暑期旅游旺季,文旅消费市场热度持续攀升,旅游消费环境和游客权益保障再度成为公众关注的焦点。文化和旅游部近日举行的2026年第二季度例行新闻发布会披露,经过多部门持续集中整治,旅游市场强迫购物等乱象治理已取得阶段性成效。

我国自然人文资源丰富。外出旅游是百姓感知美好、放松身心的重要方式。然而,导游变相诱导甚至强迫消费、购物挤占游览时间等乱象,极大影响了游客的出行体验。一些旅行社以低价为噱头招揽客源,后期靠收取购物回扣赚取利润,使原本纯粹的观光之旅沦为逐利工具,频频上演“旅途变囹途”的尴尬场景。这类行为不仅侵害消费者合法权益,而且给“诗和远方”蒙上阴影,透支整个文旅行业的口碑。

针对旅游市场的沉疴顽疾,文化和旅游部门联合多部门打出监管组合拳。今年上半年,全国查处涉及强迫购物的案件同比增长86.9%,一些涉及强迫交易等犯罪行为的旅行社相关从业人员被依法追究刑事责任;依法注销、撤销、吊销2400余家旅行社经营许可证;联合网信部门清理涉嫌违规旅

地震来了VIP先跑？

公共安全容不下『付费加速』的算计

游产品及相关信息25.8万余条……多重举措之下,全国旅游投诉量显著回落,市场环境整体向好。

就在前不久,文化和旅游部印发了《旅游强国建设“十五五”规划》,其中明确提出“提升旅游市场监管水平”,要求强化旅游市场跨部门全流程监管,加强旅游信用管理,提升执法水平。这向市场释放了明确信号:旅游市场治理绝非一阵风式的突击,而是一项守护游客权益、夯实旅游发展根基的长期任务。当然,要

根除强迫购物等乱象,除保持执法高压态势外,还需完善导游薪酬保障机制,斩断购物回扣背后的畸形利益链条;同时优化旅游投诉处置流程,推动形成商家守法经营、游客放心出行的良性市场生态。

旅游承载着大众对诗意生活的美好期许,不应被功利算计裹挟。整治旅游市场消费乱象,既是在回应群众关切,也是在为旅游强国建设筑牢根基。只有多措并举细化源头管控措施,持续升级景区与旅行社配套服务,营造更加规范、健康、有序的旅游市场环境,才能让大好河山始终成为百姓安心奔赴的“诗与远方”。

来源:《法治日报》作者:马树娟

研发需要成本,运维需要经费,并非不能理解。但是,企业可以通过捐赠、政府购买服务、技术授权等多种方式实现可持续运营。径直向保命功能“动力”,实行分级收费,无疑是将公共安全风险私有化。

地震预警系统的核心价值在于“快”,利用地震波传播的时间差,抢出几十秒甚至几秒的黄金避险时间。这短短几秒,足以民众争取到避险时间,减少人员伤亡和次生灾害。如果有“会员加速通道”的存在,这种基于付费意愿的速度“歧视”,是对生命权的轻慢。

地震预警不同于一般的商业信息服务。有业内人士指出,地震预警属于公共安全应急基础服务,生命安全的优先级应高于商业利益,不能频繁用广告弹窗、付费充值来阻断核心预警能力。诚然,将这种服务装进“付费解锁”的套子里,频繁用广告弹窗干扰视线,无异于在逃生门上加装了“收费栏杆”。

面对舆论质疑,相关部门须依法审查此类“付费优先”的商业模式是否合规,将地震预警信息与付费会员捆绑,是否涉嫌违法。更深层次来看,事关人民群众生命安全的公共服务,应当由政府主导,确保其公益性、普惠性和强制性,虽然鼓励技术创新和市场参与,但底线是绝不能让“钱”成为生存的门槛。

总而言之,在地震预警这件事上,没有“Pro版”,也没有“Lite版”,只有“生存版”。那几秒钟的预警时间,是科技赋予人类的求生机会,绝不能异化为个别企业的“流量变现”工具。在灾难面前,每一个生命的分量都是均等的。

来源:光明网 作者:秦川

不能任网帖在悬崖边“种草”

“大雨过后看日出”“雨过天晴,是夜爬的好天气”……北京上一轮强降雨刚停,社交媒体上关于野山徒步的信息就再度涌现。云雾缭绕、飞瀑流泉的山景叠加绚丽滤镜,令许多驴友心动。

入汛以来,北京气象、应急、水务等多部门多次发布雷电、山洪、地质灾害预警,反复提示市民远离未开发野山,禁止私自进山徒步、穿越。一来,地质风险高,雨水浸泡导致土壤松动,极易引发落石、滑坡和泥石流,脚下一滑就可能摔倒甚至坠崖。二来,野山多陡坡深沟,雨水的冲刷让原本就模糊的小径彻底消失,“老路”在雨后也变了模样,加大了迷路风

险。三来,雨后山顶气温低、风力大,一旦被困者衣物被淋湿,身体热量迅速流失,很容易失温遇险。

然而社交网络上,暴雨后赏云海等徒步攻略比比皆是,一些博主一味渲染美景,对山洪、雷击等安全隐患只字不提。还有鼓动者本就是“野游”利益链的一环。据悉,网上有不少无资质低价户外野团,拿“独辟蹊径”当招牌,大肆招揽客户。“跟着网帖爬野山”,将自身置于险境不说,也给救援工作增加了难度。毕竟许多“网红线路”的地点十分生僻,救援人员也常感陌生。

不难看出,大量“网络攻略”,不是在推荐,而是在悬崖边“种草”,让

未经开发、缺乏安全防护设施的野山变成“打卡地”。这样的网帖岂能想发就发?“跟着网帖爬野山”出了事,发帖者难道不用担责吗?网络不是法外之地,博主对自己的言论必须负责。再说平台,根据相关规定,对未经开发且存在高风险的景点,平台有安全提醒义务和内容审核义务。若推荐明显存在安全隐患的野山及线路,就是失守失责。

野山不可乱爬,网帖不可轻信。尤其眼下“七下八上”主汛期刚刚开始,跟风爬野山的风险远远超出一般人的认知。敬畏生命,敬畏自然,不越界、不侥幸,才是对自己最大的负责。

来源:《北京日报》作者:晁星