

●一孔之见

警惕患上“AI依赖症”

维辰

媒体日前调研发现,从调研报告撰写到民意回应,再到政策制定和决策,部分干部对AI工具的使用,正从辅助参考滑向代笔依赖,AI幻觉风险开始渗入公文写作、情况汇报等严肃工作场景。

在艺术创作、广告营销等领域,AI“一本正经胡说八道”,可能带来意外灵感。而在另外一些领域,AI幻觉就是风险甚至危害的代名词,比如,在医疗领域可能导致漏诊误诊,在金融领域可能造成亏损。同样,在本该解决实际问题的政务工作中,当概率被当作事实,就会产生问题。一则不实政务信息,不仅可能造成资源错配、部分群体权利损害,当下级单位不实信息成为上级单位决策依据,污染范围纵向穿透,还可能导致决策偏离实际。

有单位通报的社情民意信

息情况就提到,受AI幻觉影响,部分稿件中案例、数据存在编造、不实问题,相关单位未严格核实内容真实性便直接报送,严重影响信息公信力与稿件质量。不少民生政策的出台、实事项目的落地,都需社情民意信息作参考,算法生成的“伪民意”,可能干扰“真决策”。正是基于政务领域的特殊性,领导干部更须负责使用AI。

干部患上“AI依赖症”,有时是一种主动策略,这一点容易被忽略。此前,部分基层单位在撰写工作总结、上报工作台账时,利用AI编造惠民服务项目数量、民生实事完成进度,上报数据与实际工作台账严重脱节,被列为“AI形式主义”新变种。用AI搞“糊弄学”、知假报假,这是为何?“AI形式主义”,有没有“用魔法打败魔法”的因素? 换

言之,承认AI代笔有风险的同时,也需追问考核激励指挥棒是否合理。

干部患上“AI依赖症”,有时是能力不济、陷入被动。政务领域公开数据稀缺,可供AI学习的资料少,加上高知识密度、强地域的场景,幻觉率相对较高。AI基于已有信息,给出笼统答案,生成方案可能水土不服。有干部用AI生成乡村振兴规划方案,没有实地勘测,导致灌溉设施布局与地质条件严重不符,最终返工重来,贻误农时,造成公共财产损失。这是不了解AI生成内容的深层逻辑、缺乏风险把控能力、作风慵懒等共同作用的结果。

有人出于本领恐慌,长期依赖认知外包,“养成了不良习惯,一离开AI工具,感觉啥都写不出来”。有人却“手握”防汛小程

序等数字化工具,解决基层治理中的具体问题。两者的核心差异在于终身学习意识与自我定位。从现实需求出发,用技术解决人的问题,而非反过来,让技术代替人来决策——这是善用AI与滥用AI的本质区别,也是拉开人与人差距、治理效果差异的分水岭。

认知外包,潜藏着“马太效应”。研究表明,被动使用AI可能导致技能退化,有意识地使用则可提升批判性思维与创造力。“AI依赖症”已经导致部分人能力退化,须谨防干部“空心化”与隐性知识流失风险。

“智能”治理,关键在“人工”。重拾人的主体性和责任,强化人机协同素养,是根治“AI依赖症”、摆脱下坠力的关键。“人工”与“智能”相互赋能,才是真正的智慧。

治理“转人工难”需合力而为

伍里川

转人工“太费劲”,咋办? 9月1日起实施的国家标准《顾客联络服务 人工与智能客户服务协同要求》(GB/T 47746—2026)明确提出,人工客服入口应清晰,不能层层隐藏。

近年来,AI客服快速嵌入电商、通信、金融、出行、家电等众多消费场景,已成为众多平台的标配。这一模式在提升响应效率的同时,也出现答非所问、循环套话、转人工难等令人深恶痛绝的问题。2026年上半年,全国消协组织共受理消费者投诉98.6万件,AI客服不实承诺、人工接入困难、生成内容失准等成为投诉新热点。

转人工“太费劲”并非想象中的热线忙、需等待,而是一些平台蓄意回避转接人工;通过层层设卡、循环应答、多层跳转、隐

藏入口等方式延缓甚至阻碍消费者获取人工服务。其实质是用变异化的客服系统逃避服务、为难消费者,近乎耍流氓。有的平台甚至将AI客服当作事实上的“防用户墙”,百般敷衍、戏耍用户,更制造迷雾和陷阱,让消费者遭遇维权困境。科技向善是新技术发展、应用的前提,当AI客服一再以“逗你玩”“不负责”的表现消耗用户耐心和信任时,确实有必要追问一句:到底是谁在背后推波助澜?

当然,只以个人之力对变异的AI客服说“不”,是远远不够的。由于力量不对等,消费者和AI客服、平台“缠斗”显得困难且后续成本非常高。唯有在制度层面破题,方能遏制AI客服的任性。可以说,国标的落地正当其时。

值得注意的是,国标具有很

强的针对性。国标强调:涉及复杂纠纷、资金争议、人身财产安全风险及用户明确要求转人工的场景必须及时转接,价格、退款、赔偿等关键事项由人工最终确认;人机切换时系统须同步客户信息,不得重复询问;责任清晰,明确企业需对AI客服回复内容负责,不能以“算法自动生成”为由推卸责任。这些规定针对AI客服分工不明、切换不顺、责任不清晰等群众反映强烈的问题,一一拿出“解法”。

国标既为监管部门开展行政检查、服务质量评估提供重要参照,也为消费者维权、司法裁判提供重要依据。说国标“长出牙齿”,绝非夸张。

治理AI客服乱象,多层面形成治理合力是题中应有之义。此前,7月15日起施行的

《人工智能拟人化互动服务管理暂行办法》明确要求,拟人化互动服务提供者应当配备与服务类型、规模和用户特点相适应的内容管理技术措施和人员。消费者权益保护法实施条例、电子商务法,也已对经营者建立便捷投诉处理机制作出规定。未来,可以考虑根据国标落地过程中遇到的新情况、新问题,及时对相关规则“打补丁”。在监管层面,针对入口隐蔽、循环答复、久拖不转、AI承诺“不认账”等问题开展抽查,公布典型案例,督促平台限期整改。平台应明白,人为压制用户维权、制造“转人工难”,很可能造成难以承受的隐性代价,甚至引发反噬,可谓得不偿失。让技术回归服务本位,让“一键转接人工”成为寻常机制,才能赢得消费者尊重。

●画里有话

暴走团不能再任性

不久前,《中华人民共和国道路交通安全法(修订草案)》提请十四届全国人大常委会第二十四次会议初次审议。其中对“暴走团”进行了规范:未经许可,不得占用道路从事体育健身等非交通活动,有关单位加强日常巡查和劝阻制止。

过去一段时间,“暴走团”多次因为占用道路冲上热搜,还引发了一系列社会治理矛盾。存在重大安全隐患、群众反映强烈却屡禁难绝,既有参与者心存法不责众侥幸心理的因素,也与治理权责模糊有关。本次修订把零散执法经验上升为专门法律规则,实现从事后处罚向事前预防、常态化监管转型,是立法对真实社会风险的专门回应。立法的基础上,堵住“暴走团”的不规范行为,还须配套执法落地,以形成震慑。

王铎/图 时锋/文



●热点评弹

“防欺凌信箱”岂能成摆设

张西流

据媒体报道,近日,有网友通过社交平台发帖称,广东深圳中学大鹏学校设置的防欺凌信箱内,有两封3年级学生写的求助信,反映其遭到同班同学欺凌、辱骂,以及有学生偷拿同学财物问题。记者注意到,信箱内的求助信写于今年5月8日,因太久未被处理,已氧化污损。不少网友质疑这一反欺凌信箱实为摆设,学生无助控诉却无人理会,不被认真对待。

该学校设置“防欺凌信箱”,本意是为遭受欺凌的学生开辟一条隐蔽、安全的求助渠道。然而,信箱长期无人开启,举报信息得不到及时处理,沦为看得见却用不了的“装饰道具”。这件事引人深思:防欺凌信箱,不是校园里的形象工程,倘若长期闲

置、无人问津,不仅浪费治理资源,更会让受欺凌的孩子求助无门,导致校园欺凌的防控防线出现缺口。

校园欺凌隐蔽性强,很多受害学生出于恐惧、羞耻心理,不敢当众向老师诉说委屈。防欺凌信箱的设计初衷,就是搭建一个倾诉渠道。学生可以匿名投递信件,把不敢开口的遭遇写下来,学校据此掌握线索,及时介入干预,保护受害者,惩戒施暴学生。作为校园欺凌预警的“前哨站”,信箱承载着特殊的保护功能,给弱势学生一个安全的求助出口,是校园治理人性化的体现。

信箱沦为摆设,根源在于学校重形式、轻实效的治理心态。设立信箱只完成了“硬件上墙”,

却没有配套线索登记、跟进处置的工作制度。学校仅仅把投放信箱当成任务,有装置就算落实工作,后续管理却无人跟进。

信箱失效带来的伤害,远不止渠道失灵。对于遭遇欺凌的孩子来说,选择求助本身就需巨大的心理勇气。如果投递之后,久久没有回应,学生会产生强烈的无助感,认为学校不会保护自己,进一步加剧心理创伤。同时,施暴学生看到举报渠道形同虚设,会更加有恃无恐,助长欺凌行为。久而久之,学生不再信任学校的保护机制,校园内部矛盾难以被及早发现,小冲突持续发酵,最终可能酿成严重事件。

用好防欺凌信箱,关键在于建立完整闭环管理机制。学校要明确开箱频次、安排专人负

责,做好信件接收、信息登记、调查核实、心理疏导、后续回访等。保护投递学生的隐私,严格保密举报人的信息,杜绝信息泄露带来二次伤害。

防治校园欺凌,不能止步于设置信箱。学校要常态化开展反欺凌宣传教育,引导学生认识欺凌危害,鼓励学生敢于求助。班主任和任课老师,应多关注学生情绪变化和同学相处细节,做到早发现、早介入。教育主管部门也应将防欺凌渠道运行情况纳入校园安全督查,重点检查各类举报渠道是否真实运转,杜绝各类安全治理措施“纸面落地”。校园安全治理贵在走心,只有各类求助渠道真正运转起来,才能为青少年撑起安全的校园保护伞。

●三眼看网事

童年不能困在屏幕里

新闻速递:手机、平板、带社交功能的智能手表……如今,这些电子设备已从新鲜玩具变成不少家庭的育儿标配。无论是等候就餐的间隙,还是通勤往返的途中,一块屏幕便能让孩子安静下来,甚至在不知不觉中开始占据孩子的童年美好时光。

热评:屏幕对童年的“霸占”,带来的伤害是全方位且长期的。视力健康首当其冲,我国儿童青少年近视低龄化趋势明显。更深层的影响在孩子的心理成长上——算法搭建的信息茧房,正在一点点缩窄孩子的认知边界,让他们越来越难和现实世界建立深入的联系。不少孩子习惯了在网上互动,面对真实的人际交往反而容易手足无措,本该在奔跑嬉闹中度过的童年,正在一次次“滑动”中流逝。

破解“屏幕困局”,从来不是某一方的单打独斗,而是需要家庭、平台、社会多方协同发力。

撤档改期不如内容提质

新闻速递:刚刚过去的暑期档,国内电影市场撤档现象频发,多部新片因点映口碑或上映票房不理想选择修改档期,对电影市场秩序产生了一定影响。

热评:影院以上座率为主要标准动态调整排片,市场表现更好的头部影片普遍更受青睐。然而,新片一旦首映热度、口碑不及预期,就会迅速陷入上座率下滑、排片持续缩减的被动局面。因此,一些影片选择撤档改期,希望避开竞争、减少损失。

但是,频繁的撤档、重映行为会透支多方信任。长期以来,电影定档并非单纯的时间规划,而是片方与院线、观众之间形成的一份行业默契与双向契约,是面向市场的公开承诺。对院线而言,频繁改档打乱了其前期排片规划、场地统筹及宣发筹备工作,造成资源浪费。对观众而言,反复换档造成的观影期待落空、观影计划被打乱,易引发负面情绪。

院线端可进一步优化排片运

家庭要筑牢第一道防线。家长先要以身作则放下手机,用陪伴替代管控,用约定替代命令,以亲子共读、户外运动、家务协作等真实互动,让孩子在现实世界中收获归属感与成就感。平台须守好防沉迷底线,将儿童友好理念贯穿产品设计,严格落实使用时长限制、非理性消费限制和青少年专属内容池要求。社区和社会层面则应加大普惠资源供给,多建设免费的运动场地和亲子活动空间,常态化举办公益绘本阅读、手工实践等活动,切实降低家庭线下育儿的时间与经济成本,让孩子们课余时间有处可去、有趣可寻。

数字时代的孩子不可能完全脱离电子产品成长,我们要做的是构建全链条的防护体系,让他们既不被屏幕吞噬,也不与丰富的现实生活脱节。童年少一块无意义的屏幕,人生便多一份真实的情感底色。

郭云飞

别让“毒流量”蚕食社会信任

新闻速递:一场牵动全网情绪的“助学纠纷”,最终以警方通报收场。9月11日“嘉峪关公安”微信公众号发文通报,此前引发广泛关注的“男子停止资助持有苹果17Pro max机型学生后遭催捐”事件,实为该男子为博取网络关注、吸粉引流,自编自导、虚构伪造的不实内容。公安机关已依据相关法律法规受理该案件,案件正在进一步侦办。

热评:这些事件的套路一目了然,先找一个能撕裂社会的情绪切口,再配上“聊天记录”“现场视频”这类成本低且迷惑性强的道具,然后等流量起来后,再接广告、带货、卖课。“起号”本身,已经是一门生意。

编一个剧本容易,成本可能只是一部手机,可是,为流量而挑起矛盾、煽动情绪的网络事件屡屡发生,消耗的是整个社会的信任余额。多一次事件“反转”,公众在付出善意时就会多一份迟疑。当“狼来了”喊多了之后,真正需要帮助的人,可能会无人出手。

平台同样责无旁贷。除了事后对涉事账号进行处理以外,能不能在事前加强管控? 对于涉及公共议题特别是明显在制造对立的内容,不能只算流量账,绝不能让未经核实的“故事”在算法助推下膨胀成公共事件。唯有以法治守护真相,方能不断优化网络公共空间的舆论生态。

谭敏

莫让育儿焦虑“收割”家长

新闻速递:“冲刺一米八”“一年长高7厘米”……社交平台上,不少家长经常能刷到各式各样的增高针晒单。被奉为“长高神器”的增高针,本质是注射用重组人生长激素,为临床上针对矮小症的正规治疗药物。可现在,它跳出医疗边界走向消费市场,很多家长不惜砸下重金,只为让孩子不输在身高这条“起跑线”上。

热评:增高针乱象,只是育儿焦虑营销的一个缩影。放育儿焦虑营销的一个缩影。放套路层出不穷。一些营销账号刻意抬高成长、学习的评判标尺,将分数、才艺变成互相攀比硬性指标,渲染“落后即失败”的恐慌,把普通成长问题放大、极端化。不少家长被情绪裹挟,掏钱购买各类课程与产品,为焦虑埋单。

对部分家长而言,即使能识破骗局,担心孩子长不高、考不上

的焦虑仍难以消散。整治这类乱象,不能只靠事后查处。监管重拳要持续发力,严厉打击自媒体虚假“种草”、关停违规机构、查处虚假宣传行为,守住市场底线。

治理更要向社会心理层面延伸,夺回被商业机构抢占的成长评价话语权。让权威医疗机构主导青少年生长发育科普,教育部门输出客观理性的成长升学指引,用专业声音对冲营销噪声,莫让焦虑成为商家收割流量和财富的工具。

孩子的成长从不是一场急功近利的百米冲刺,而是细水长流的人生马拉松。少一点攀比执念,多一份接纳包容,放下急于求成的期待,才能让孩子在自然温暖的环境里健康成长。

张烁