●一孔之见

文明养成需守“公私之界”

常言道

近期,两起事件引发社会关注:一女子在高铁上开免提通话1小时,面对劝阻竟反问“关你什么事”;一男子在恒山千年悬空寺古建横梁上做引体向上,被警方立案调查。

前者扰的是车厢安宁,后者损的是文物安全,二者指向同一个命题:当个人私欲越过公共利益的边界,文明的底线便受到了挑战。

有学者研究传统乡土社会发现:人们的道德感与责任心往往在私域中较强,却在迈向“公”的领域时逐渐稀薄。高铁车厢里那句看似“理直气壮”的反问,古建横梁上随心所欲的行为,某种程度上正是这种“公私不分”心理在现代公共空间的表露。当“私”的任性被无限放大,“公”的边界被模糊消解,把“我想”凌驾于“大家”之上便成了某种潜在习惯。

把私欲凌驾于公共利益之上,不仅会引发冲突、造成损害,更会侵蚀共同生活的信任基础。

前段时间,有艺人“高铁车厢占座”,助理反倒要求被占座者“将就”;江苏徐州12345热线被粉丝群体发起的4.8万条诉求“攻陷”。这些现象提醒我们:随着经济社会快速发展,与之匹配的公共意识与规则素养仍需“补课”。

这并非苛责,而是必须跨越的文化心理关。一个社会的文明程度,最终体现在个体能否在走出私域后,对他人、公共规则保持敬畏与尊重。

当然,文明素养的提升、公私边界的厘清,不能仅靠道德自觉,更需要清晰的规则引导与制度规范。

过去,遛狗不牵绳、高空抛物等行为屡屡出现,正是立法明确责任、执法形成震慑、宣传凝聚共识,逐渐让“牵好狗绳”“拒绝抛物”成为普遍共识和习惯。

对于公共生活中的失范行为,既要耐心劝导、善意提醒,也要及时立规矩、明边界。当“可为”与“不可为”的边界清晰了,个人自由才能在不伤及公共利益的条件下充分施展,公共文明才有坚实保障。

从更广阔的视野看,加强公民道德建设、推动物质文明和精神文明相协调,始终是中国式现代化的内在要求。

这些年,全社会文明程度稳步提升。但也要清醒认识到,文明养成非一日之功,它需要国家持续完善治理、社会积极协同推进,更需要每个公民在日常言行中躬身践行。当每个人都能在细微处守住公私之分、常怀敬畏之心,那些令人皱眉的冲突便会少一些,彼此友善的空间便会多一些。

现代化不仅是发展的宏图,更体现于无数普通人日常生活的温度与质感。愿我们共同努力,在时代前行中涵养现代文明素养,在相互尊重里共建美好家园。

为银发消费增设“后悔权”

静子

老年人买保健品有了“后悔权”!

今年10月,《广东省消费者权益保护条例》正式施行。根据规定,经营者向老年人推销保健产品或者声称具有保健功能产品的,不得虚构或者夸大产品的治疗、保健、养生等功效;老年人有权自收到产品之日起七日内退货且无需说明理由。

这一规定瞄准的,正是人民群众深恶痛绝的保健品“坑老”乱象。近年来,随着老年群体健康意识的提升,保健品市场迎来消费热潮,一些不法分子也伺机而动,盯上了老年人的“钱袋子”。在去年开展的相关专项整治行动中,市场监管部门共查办违法案件6175件,罚没金额1.035亿元,责令4908家主体整改、涉及金额634.77万元,向纪检监察机关移送违规违纪线索134条,可见“坑老”顽疾之多发频发,治理任务之艰巨繁重。而从消费端入手,为银发消费增设一道理性“缓冲闸”,正是靶向破解涉老消费痛点、补齐银发消费防护短板的法治良方。

现实中,我们看到过不少这样的“坑老”套路:有的商家以公益讲座、免费体检、赠送礼品为噱头吸引老年人到场,步步设局、诱导消费;有的凭空捏造病症、刻意夸大风险,抓住老年人的健康焦虑推销产品;还有的把普通食品包装成所谓“神药”,打着包治百病、药到病除的旗号误导、蛊惑老年消费者。在密集的营销攻势之下,不少老人不慎落入陷阱、积蓄受损。待反应过来,已是退款无门、维权艰难。针对此类骗局,有必要先发制人,以制度设计弥合信息差、平衡交易地位,为老年消费者撑腰,这正是调节市场的有效手段,也是广东新规的创新要义。

规定要过硬,落实更得过硬。这项关乎银发群体切身利益的好政策,是否真正有回响、见实效,关键在于维权渠道是否畅通、监管举措是否到位。现实场景纷繁复杂,不少老年人可能并不知晓这项新规,更不清楚如何用好这项“后悔权”。此外,为逃避监管,一些不法分子设下更具隐蔽性的“线下引流、线上收割”复合型骗局,交易链路难溯源、难取证,给监管和维权带来新挑战。为此,有必要进一步细化规定、简化流程,打通线上线下监管链条,紧盯私域社群、直播等新兴营销阵地,实现监管、普法、维权同向发力。

同时也要看到,“后悔权”构筑起刚性制度屏障,温情陪伴则是不可或缺的柔性支撑。部分老人之所以深陷骗局,重要原因之一在于缺乏情感陪伴,而不法分子正是抓住了这一点,打起“亲情牌”,设下“温柔局”。制度防护之外,给老年人多一份关心、多一份陪伴,补上情感缺口,才能进一步压缩这类骗局的生存空间。

●画里有话

斩断不明代扣灰色链条

没有主动开通服务,也没有确认代扣协议,钱款却被平台按月自动划走。近期曝光的案例显示,不少消费者翻看账单才发现这一问题,有的甚至长达数年。

自动代扣的初衷是简化付费流程、提升用户体验,但在实际运营中,不少消费者深受“静默扣费”困扰。一个重要原因,在于平台和支付机构没有做好风险防控,对不良商家利用信息差诱导消费者开通自动续费的套路视而不见。按照《非银行支付机构网络支付业务管理办法》,支付机构向银行卡扣款必须事先或者首笔交易时主动识别客户身份,并取得客户和银行协议授权。斩断不明代扣灰色链条,平台和支付机构应把好关,完善风控体系。严查不良商户,提高违规主体隐蔽扣费成本。 新华社

●热点评弹

AI重塑数学,数学家怎么办

张悦

“在任何情况下,数学研究永远是以人为主体”“AI能力越强,越需要人类核验与控制”……10月25日,在2026“智汇海淀”人才主题周首场活动——“知识分子·赛先生”论坛上,围绕“AI对数学家到底意味着什么”这一主题,菲尔兹奖得主、芝加哥大学数学系教授邓煜,未来科学大奖得主、北京大学北京国际数学研究中心教授袁新意等“答题”。

厘清AI对数学家的意义,在当下显得格外紧迫。据报道,今年10月初,美国开放人工智能研究中心(OpenAI)一次性公开了722篇由内部AI模型生成的数学研究手稿,引发全球数学界广泛关注与争议。AI得出的结果未必全都是正确的,但给数学界带来的冲击是巨大的。AI证明数学难题的速度之快、能力之强,让人类抽象思辨的边界被重新审视,数学家不得不思考数学何去何从、自己该何去何从。

邓煜、袁新意等数学家给出的答案,为AI浪潮下的数学发展锚定了方向。诚如这些数学家所言,AI拥有极强的解题能力,但数学的发展不仅体现在解题能力上,也同时体现在提问和总结能力上,人类自主思考、提出问题、构建体系的能力不可替代。况且,AI之所以能拥有快速解题的能力,也是因为站在了数学家的肩膀上,只有数学家的创造和创新源源不断,AI才可能继续前进。人类研究数学,终究是为了人的生存和发展,唯有让AI作为工具服务于人,才能把握住数学的发展方向。

“数学是科学的第一道防线,我们需要守住。”面对AI,数学家的主体位置越是不可撼动,越需要找到新的定位。AI无法取代数学家独立思考、自主判断的能力,但AI的深度介入也在呼唤数学家重新思考开展数学研究的方式。此前,数学家需要把大量时间花费在证明工作上,如今有了强大的“解题助手”,还需要以开展证明为主要任务吗?如果答案是否定的,科学家是否应该借助AI的力量,开拓新的研究范式;如何给AI建立约束,明确人和AI在数学研究中的具体角色;高校原有的评价体系、晋升通道等是否也需要一并革新?练就“顶层眼光”,搭建应对AI的数学框架事不宜迟。

这些年,AI已经在各行各业崭露头角,之所以在数学界造成的震荡格外引人注目,是因为数学作为基础学科,是人类抽象思维的代表。如今数学已经开始迎接AI的“暴击”,物理学、生物学等基础学科是否也在不远的将来受到AI冲击?其他基础学科恐怕需要提前做好准备,审慎评估AI的影响,提前搭建适配的规范与研究范式。

“汽车可以自动驾驶,自己可以跑很远,但如果我们不在车上,这对我们来说有什么意义?”邓煜关于数学和AI的这个比喻,值得深思。

●三眼看网事

揠苗助长要不得

■新闻速递:有网友发视频称,在10月18日的郑州马拉松赛道上,一名男选手用绳子将自己与一名孩子的腰部系在一起,参与比赛。郑州马拉松组委会不久后回应,已对该选手作出处罚,取消成绩并禁赛三年。

■热评:马拉松是一项高强度、高负荷且具有一定风险的运动项目,参赛者要经常参与跑步锻炼,并有一定的马拉松训练基础。即便是专业的马拉松运动员,赛前也要调整身体状态,避免因运动不当造成身体损伤。

该选手牵绳带孩子参赛,出发点也许是想锻炼孩子体魄,磨炼孩子心志,但强行让孩子参与马拉松可能会造成运动损伤,甚至影响正常发育。更何况用绳子把孩子与成年人绑在一起,强行让孩子跟上成年人的配速,稍有不慎就可能跌倒、擦伤,甚至造成严重伤害,还会影响其他参赛者正常参赛。

有人说,“如果一个6岁的孩子想要成为宇航员,你不应该把他们塞进火箭里,而是应该带他们去科学博物馆。”同样,想让孩子爱上运动,也不能直接把孩子带上马拉松赛道,而是应该循序渐进、科学引导。不只是体育,学习生活同样如此。备受争议的“鹰爸”何烈胜,曾让4岁儿子在纽约雪地裸跑,并宣称:“被抛到极端环境里,自己的儿子能因此存活得更好。”这种逻辑与让孩子参跑马拉松如出一辙,把成人的意志强加给孩子,却不问孩子是否承受得起。如今,不少“鸡娃”家长为孩子报满培训班,提前灌输超纲知识,看似抢跑,实际上是在把自己的焦虑转嫁给孩子,揠苗助长。

凡事要讲科学。运动要遵循生理规律,教育要遵循认知规律,成长更要遵循儿童身心发展的节奏。违背规律的努力,越用力,越可能适得其反。真正为孩子好,不是把他绑上成人的赛道,而是按他的节奏陪他成长。 郑池

文明,藏在“方便”之间

■新闻速递:10月26日,2026年“环卫工人节”主题活动暨福田区国际公厕文化展,在田面公厕开幕。公厕里办国际展,乍听新奇,细想却意味深长:城市文明的尺度,往往藏在最寻常的公共空间里。

■热评:公厕虽小,也是衡量城市文明程度和发展水平的重要标尺。有人说,看一个城市是否文明,去它的公厕走一遭就知道了。这话不无道理。试想一下,一个人来到某个城市,若满大街找不到厕所,或者厕所因无人管理而污秽不堪,对城市的印象一定会大打折扣。

深圳深知公厕里藏着文明细节、服务细节。这些年,深圳持续推进“厕所革命”,目前,全市已有4700余座公厕,真正实现了“步行5分钟找厕所”;17类社会公厕全部纳入城管统一管理,全市公厕100%免费开放。尤其是162个母婴室、426个第三卫生间,以及高低洗手盆、儿童马桶等适老化适幼化配置,照顾的是一个抱娃进错门的妈妈、一个扶着父亲进公厕的女儿、一个坐轮椅的老人……全龄友好,在这里进一步具象化了。

公厕是人们认识城市文明的一个角度。此次展览铺展了日本、新加坡、加拿大、德国、荷兰等国家和地区的厕所文化,让人们在领略他国风情的同时,能进一步理解,哪怕是公厕这样的细微的公共空间,同样可以有审美、有趣味、有温度。

他山之石,可以攻玉。这场“开在公厕里”的国际文化展,在丰富城市公共文化的同时,也有助于拓宽城市的公共服务视野。希望深圳能参照国际经验,接下来作出更多积极尝试,以更高标准、更多创意来做好小公厕这篇城市文明的“大文章”。 李跃

把开机第一秒还给观众

■新闻速递:国家广播电视总局近日公布《有线广播电视运营服务管理规定》和《交互式网络电视运营服务管理暂行规定》,均自2026年11月27日起施行。两项《规定》明确要求坚持直播优先,实现开机看全屏直播功能,不得播放开机广告;在交互界面首页设立免费专区,精简收费栏目数量,明示收费信息;简化遥控操作,实现遥控器一键切换直播信源;同时缩短开机时长、完善用户投诉渠道。

■热评:电视的“复杂化”,本质上是商业逻辑对用户体验的侵蚀。开机广告是流量变现的入口,层层菜单是内容分发的渠道,反复提示的收费信息则是会员转化的手段。每一个环节的设计,背后都有一套精密的商业考量。

电视是公共视听服务的重要载体,不可无限制地商业化。新规的实施,正是对公共资源的有力维护,对公共服务空间的规范管理,对公共责任的进一步明确与落实。

需要说明的是,新规对有线电视和IPTV运营服务的约束最为直接;智能电视机被要求支持优先呈现直播频道功能,并提供便捷设置入口,但并不意味着所有电视终端的广告都会立刻消失。这提醒我们,制度落地需要区分不同终端、不同服务形态。

新规的更深层意义在于统一监管尺度。过去几年,“双治理”压减了收费包、简化了操作路径。此次两项规定同日公布、同日施行,等于把“看电视变简单”作为一条硬性要求,适用于有线电视和IPTV等主流电视服务渠道,从制度上防止反弹,将阶段性成效变成刚性约束。

期待新规落地,把开机第一秒还给观众,让电视回到它应有的定位。 金台岩

持续向信息黑产亮剑

■新闻速递:组建“村推”团伙套取两万余名老年人信息,打着“私家侦探”旗号有偿承揽婚姻调查,编写脚本窃取超10亿条用户数据……11月2日,最高人民检察院发布一批依法保护公民个人信息典型案例,涵盖“饭圈”倒卖行踪、网络“开盒”、虚假招聘套取简历、医疗信息泄露等诸多乱象。

■热评:随着网络技术门槛降低,不法侵害的套路也呈现出新特点。

其一,团伙化。梳理曝光的案例,几乎都属于有组织的作案。有人对接上游数据源,有人统筹管理分流信息,有人专门负责资金结算,分工明确、环环相扣。其二,技术化。或是编写脚本入侵平台,或是搭建“社工库”供人查询,或是借助爬虫技术批量抓取数据,动辄攫取海量信息,手段之专业,让人触目惊心。其三,隐匿性。犯罪分子将信息源头、联络渠道、资金链路等关键环节转移至境外,联络用加密通讯工具、交易用虚拟货币,大大抬高了案件取证、溯源追踪的难度。

个人信息决不是任人分食的“蛋糕”。最高检发布典型案例,传递出强有力的司法震慑。就拿其中一起案例来说,不法分子利用职务便利查询、倒卖艺人航班等行踪信息,检察机关在追究刑事责任之外,同步提起刑事附带民事公益诉讼。这意味着,以追星为幌子倒卖隐私,绝非无伤大雅的圈层纷争,而要承担刑事、民事双重追责。任何“饭圈”不法行径,都将难逃法律严惩。

数字浪潮奔涌向前,隐私守护须臾不可松懈。以法治筑牢防线,以案例敲响警钟,持续向信息黑产亮剑,让每一次越界都付出代价,才能守住网络世界的安全感、信任感。 庹亚男