

【敢当头条】

# 让青少年在“第二空间”健康成长

日前,国家发展改革委、国务院妇女儿童工作委员会办公室联合印发《关于在全社会推进儿童友好建设的意见》,对儿童友好建设作出系统部署,其中明确提出“加强未成年人网络保护”,更好保护未成年人身心健康。

今天的青少年自出生起就与互联网深度融合,是天然的“网络原住民”。网络不仅是他们的娱乐工具,更是他们获取知识、进行社交乃至塑造价值观的“第二生存空间”。推进儿童友好建设,不仅要聚焦物理空间,还要关注网络空间,甚至要投以更多关注。近年来,青少年沉迷网络、非理性消费等问题屡成社会热点,暴露出青少年在网络空间面临的多种风险。当前生成式人工智能、大模型等新技术深度融入青少年生活,社交与认知发

展,并带来了新的成长挑战,这些让我们认识到构建儿童友好数字空间的重要性和紧迫性。

不同于成年人,青少年处于特殊的成长阶段、具有明显的身心特质,其网络行为呈现出鲜明的代际差异与时代特征。北京师范大学新闻传播学院近日联合发布的《青少年网络社交指引手册》显示,当下青少年网络使用呈现出“社交驱动、短视频融合”的鲜明特征。他们的网络社交主要是为了满足自我认同、社交补偿、情感表达、及时反馈、圈层归属等方面的心理需求,并呈现网络社交低龄化、社交对象延伸至陌生网友等趋势。而且受地域、家庭等因素影响,不同群体在网络社交上的深度、广度、平台选择及使用时长上,存在明显的群体分化。面对算

法裹挟、商业诱导、蓄意侵害等“明枪”“暗箭”,青少年由于认知尚不成熟、社会经验不足,很容易成为数字社会里的“弱势群体”。

如何扭转青少年在数字社会中的不利地位,让其在网络空间安全探索、健康成长?一种观点是:禁止青少年使用社交媒体。今年全国两会期间,“16岁以下的青少年能不能使用社交媒体”的问题就引发社会广泛讨论,有代表建议“立法禁止”。然而,也有不少声音认为,在数字技术已深度融入我们日常生活并不断带来颠覆式创新的今天,以禁止实现保护的方法既不利于青少年的成长,也容易造成青少年和现实社会的脱节。一方面,在青少年的学习生活中存在大量的探究、协作内容需要完成,社交媒体在其中

扮演了重要的联系沟通的作用。另一方面,青少年的成长中,社交能力的培养、情感需求的沟通、自我的个性表达等也是重要的组成部分,引领和规范青少年的社交媒体使用,可能比简单的禁止更为有效,更富有弹性。

数字时代,提高青少年网络素养理应成为一门“必修课”。如何识别虚假信息、理解算法逻辑、保护个人隐私、应对网络社交,正在变得和其他生活技能同等重要。而这堂必修课的主体,也不仅局限于青少年,父母、学校、平台企业等都应成为共同学习者和践行者。社会中的每个人都应承担起自己的责任,共同构建开放包容的互联网认知体系,让他们“长出”自我发展的能力,真正成为数字时代的主动参与者与负责任的建设者。(据新华网)

【金玉良言】

## 平价蓝莓带来什么启示

“往年半斤装蓝莓价格高的时候将近30元,目前仅19.9元。”据媒体报道,近期,蓝莓价格大幅回落,成为消费市场的热门话题。曾经的高端水果,如今价格大幅下降,亲民价格让这款昔日的“贵族水果”走进更多寻常百姓家。

蓝莓价格为何大幅下降?背后是供需格局与产业发展的双重作用。短期来看,云南等蓝莓主产区进入盛果期,鲜果集中上市带来充足供给,直接拉低市场价格;长期看,国内蓝莓种植技术持续突破,规模化种植不断推进,国产蓝莓实现稳产丰产,价格回归合理区间成为必然。

这一幕,不禁让人联想到另一种曾风靡市场的水果——阳光玫瑰葡萄。在价格巅峰时,阳光玫瑰一度卖到两三百元一斤,如今批发价低至十元三斤。蓝莓价格是否会进一步下降,当然还要看市场的供需变化,但从阳光玫瑰的案例来看,买到更便宜的蓝莓,让更多人实现“蓝莓自由”,或许不是梦想。

高端水果大幅降价,既让消费者得到实惠,也折射出我国农业产业发

展的深刻变革。对消费者来说,蓝莓价格走低,降低了消费门槛、丰富了餐桌选择,是提升民生福祉的直观体现。但对种植户、经销商而言,大幅的价格波动暗藏经营风险,盲目跟风扩种、粗放式发展,容易陷入“谷贱伤农”的困境。此前部分地区果农一拥而上种植阳光玫瑰,最终因产能过剩、品质参差不齐蒙受损失,便是深刻的教训。

从阳光玫瑰到蓝莓,高附加值农产品走向平价,是我国农业现代化建设的生动缩影。2026年中央一号文件明确提出,“培育壮大县域富民产业”“统筹发展科技农业、绿色农业、质量农业、品牌农业”。农产品价格稳步回落,本质上是农业生产、冷链运输、市场销售全产业链能力提升的成果,既提升了农产品供给效率,也更好满足了人民群众日益多元的消费需求,彰显了农业产业发展的坚实底气。

产业提质增效,才是农业可持续发展的根本路径。农产品市场切忌一哄而上、低水平重复建设。以蓝莓产业为例,普通同质化产品易陷入低水平价格竞争,而富含科技含量的特色

品类,如花香蓝莓、大果型蓝莓、错峰上市蓝莓等,依旧能凭借差异化优势占据市场。这一现象清晰表明,农业发展必须摒弃粗放扩张,转向高质量发展,聚焦多元化、高品质供给,才能跳出价格混战的困局。

农业强国建设,核心在于科技赋能与品牌塑造。农产品打开市场、赢得竞争力,离不开农业科技支撑。近年来,恐龙蛋(杏李)、蟠枣、彩虹西瓜等新品种深受市场欢迎。在新疆田间,普通苹果树一株产值仅几百元,而高品质的王林苹果,单株产值可达上万元,这种鲜明对比充分说明,唯有深耕农业科技,培育精品品种,打造特色品牌,才能提升农产品附加值与核心竞争力。

从“论克卖”到“论桶卖”,平价蓝莓不仅为消费者带来惊喜,更诠释出农业发展的深刻道理:建设农业强国,绝非靠低水平价格竞争,而是要以科技为引擎,以品质为核心,做强农业精品、擦亮农业品牌。唯有如此,才能让更多优质农产品丰富百姓餐桌,助力中国农业走出国门、享誉世界,在高质量发展道路上稳步前行。(据新华网)

【有此一说】

## “骂声”何尝不是改进工作的鞭策声

“做大旅游城市,怎么可能不挨骂?如果没人骂,那城市就安静了,凉了。”这是记者近日在调研中听到的旅游城市一位基层干部的坦率言辞。做好“旅游+”文章要听得进骂声,其他工作又何尝不是如此?不避“骂声”,闻过则喜,知过必改,是领导干部应有的格局修养,也是树立和践行正确政绩观的必修课。

民心是最大的政治,批评是最珍贵的提醒。某种程度上,“骂声”是群众意见的直接表达,是工作得失的即时反馈,也是检验党员干部政绩观的一块试金石。

现实中,一些党员干部对“骂声”的态度耐人寻味。有的党员干部以“换届调整,不必作为”为由,对群众急难愁盼睁一只眼、闭一只眼,对舆论监督更是讳莫如深、避之不及。这种“鸵鸟心态”本质上是一种扭曲的政绩观:只愿听掌声、看亮点,生怕“杂音”干扰“工作大局”;只求任内“风平浪静”,接棒时还没交好矛盾后移。凡此种种,根源在于把个人得失置于群众利益之上。

“骂声”中往往蕴藏着群众真实的诉求、迫切的期盼。游客抱怨景区人挤人、秩序乱,本质是期待更从容、更美好的旅游体验;市民投诉公共服务不便,实质是呼唤更高效、更有温度的城市治理;患者吐槽就医难、停车难,核心是渴望更体贴、更安心的服务……听懂“骂声”,回应“骂声”,才能将群众的痛点转化为治理的重点。

群众呼声是作风建设的第一信号。重视并善用群众批评,从中汲取智慧力量,是我们党不断自我革命,赢得“万人心”的优良传统、宝贵经验。当前,全党正在开展树立和践行正确政绩观学习教育。广大党员干部要弘扬优良传统,走好群众路线,主动倾听包括“骂声”在内的各种声音,建立健全畅通、规范、有效的民意反馈机制,让群众意见有地方说、说了有人听,听了有反馈,反馈有改进,把为民造福作为最大政绩。

多听群众心里话,多解群众揪心事,将“骂声”转化为改进工作的鞭策声,就能赢得群众更多发自肺腑的喝彩声。(据新华网)

【画里话外】

## 急“智”

“垃圾箱几次三番刷卡、扫二维码打不开门,显示无网络。垃圾放哪儿?”近年来,不少城市高价采购的公共智能垃圾箱陷入功能失灵、操作麻烦、价格高昂的困境,沦为华而不实的“花架子”,既影响居民垃圾分类体验,也有浪费财政资金之嫌。

(据新华网)

