

观点  
扫描



农业真人秀等新玩法,用年轻人喜闻乐见的方式展现了助农的获得感,是一张生动的“邀请函”。我们期待,未来有更多打开方式,让人看到农村的广阔天地,看到将个人梦想扎根大地的丰沃回报。

让更多青年走向希望的田野

近段时间,一档农业真人秀《出道吧!科技小院》悄然走红。节目展现了科技小院中的青年学子扎根农村,与农民同吃、同住、同劳动的点滴细节。深夜抢收莴笋,自制生态绿肥,自研起垄覆膜栽培技术……一项项劳动体验,诠释着“粒粒皆辛苦”,也充分说明广大农村不缺吃苦的人,缺的是把技术带进来的人。

以节目为桥梁,科技小院再度进入公众视野。2009年,中国工程院院士、中国农业大学教授张福锁及其团队在曲周探索成立科技小院,既为农民提供“零距离、零时差、零门槛、零费用”的科技服务,也为学子们提供一个将理论化作实践的科研平台。科技小院迅速在全国31个省区市的千余个村庄铺开,成为链接城市与乡村、学子与农民、校园和市场的有益载体。

“手中有粮、心中不慌”是关乎基本安全的铁律。特别是在今天,全球粮食产业链供应链不确定风险增加,国内粮食供求长期维持紧平衡格局,夯实我们的发展安全感,离不开农业的发展、乡村的振兴、农民的耕耘。这些宏大叙事,最终都会指向进一步提高农民的积极性

和农业的收益率,而科技正是破题的关键。这个意义上,科技小院任重道远。

农业人才断层,这是科技小院师生们发现的一个突出问题。尤其是今天的农业发展,不可能关起大门、单打独斗,而要依靠多行业通力合作。当代青年有理想、有学识,完全有能力用智慧造福更多人。当务之急,就在于如何调动起大家心中的意愿。农业真人秀等新玩法,用年轻人喜闻乐见的方式展现了助农的获得感,是一张生动的“邀请函”。

“改个行吧,不要搞农业了,干农业太难了。”节目中,有村民对科技小院的农学生“好言相劝”。低头沉默片刻,一位博士生说出了心里话,“仰望星空,脚踏实地。我们还是希望继续从事农业相关的工作。”这种坚持,源自梦想的驱动,也是从书斋走向大地后的切身体悟。又到一年毕业季,一批青年学子正站在人生的重要路口,完善政策措施、健全体制机制,才能鼓励更多青年踏上希望的田野,以汗水与智慧赢得人生的累累硕果。

崔文佳 来源:北京日报



这一事件揭示了在社交媒体时代,信息的快速传播容易失真和夸大。赵教授无论是真心的夸奖还是郑重的澄清,他用平和理性的表达和及时有效的互动,对被夸大的网络传播进行了纠偏。

别让流量化炒作伤及善意的互动

近日,一则关于“好学小孩哥在北京地铁上被北大博导收徒”的消息引起关注。然而,在热度攀升的背后,有一个事实浮出水面:这则消息在传播过程中出现了明显的误读和夸大。北京大学外语学院世界文学研究所教授、博士生导师赵白生对此作出澄清,他表示确实在地铁上遇到了这位好学的孩子,并与其进行了交流,但并未有“收徒”的意向和承诺。

正如赵教授所言,这个孩子身上具有一些“罕见的品质”。地铁这样喧嚣、繁忙的公共场所,一个孩子能够沉浸在书本的世界中,展现出对知识的渴求和对学习的热爱,这种“罕见的品质”在当今这个信息爆炸的时代显得尤为珍贵。赵白生教授对这位孩子的夸奖,不仅是对其学习态度的肯定,更是对全社会的一种呼吁,呼吁大家能够回归学习的初心,通过阅读在喧嚣中找到宁静,在浮躁中找到沉淀。

然而,随着消息在互联网平台快速传播,一次原本简单、善意的互动被赋予了过多的解读和想象。有人将这次地铁上的偶遇解读为“天才少年”与“名师伯乐”的

传奇故事。这种过度的解读和美化,不仅容易误导公众,也可能对当事人造成不必要的压力。

赵白生教授的及时澄清为这场“地铁收徒”的网友演绎画上了句号,但这场基于想象的过度解读背后,有着值得我们深思的问题。社交媒体作为一个信息传播的平台,有着快速、广泛的特点。与此同时,某些自媒体博主往往带有一定的引流功利目的,容易引发误解和争议。在这起事件中,一些媒体和网友将赵教授的简单交流解读为“收徒”,不仅是对当事人的不尊重,也是对读书这类美好事物的亵渎。

一次偶遇和赞赏引发了一场“地铁收徒”传闻,这一事件揭示了在社交媒体时代,信息的快速传播容易失真和夸大。赵教授无论是真心的夸奖还是郑重的澄清,他用平和理性的表达和及时有效的互动,对被夸大的网络传播进行了纠偏。

少一些功利性炒作,多一些正面鼓励,不要让那些臆想式的渲染和过度解读,伤及原本美好的事物。

陈江 来源:钱江晚报



啥广告都不能乱弹窗,更何况是乌七八糟的网贷广告。只有依法严惩不贷,才不会也不敢乱弹了。

网贷广告咋就弹个没完

“您有一笔现金可提现到银行卡,白用30天。”据法治日报报道,各类网贷平台广告无处不在,不仅张贴在地铁里、电梯内,还嵌入美颜、打车、旅游、视频、天气等软件中。在用户网购页面,这些广告或是直接在突出位置显示借款端口,或是主动跳出来,并通过默认勾选分期付款诱导用户。网友手一滑,就可能打开这些广告的连接,但想关掉广告,却不一定能找到按钮。

网贷弹窗广告简直是密集分布的地雷——只要上网,随时都可能踩到;只要踩上了,想逃离都难。这些年,网络弹窗有多烦,网贷广告有多坑人,已无需赘述,整治网贷弹窗广告呼声,也从未断绝。可网友此起彼伏的呼声,相关部门三番五次的提醒,终究抵不过网贷公司给平台送上的真金白银。

在网贷弹窗广告中,可以见到各种对利益的肆意追逐,对法律的毫无敬畏,对公众的坑蒙拐骗。这些广告中,不乏无资质网贷中介通过虚假宣传诱导消费者贷款,如宣称年利率36%、远高于法定最高年利率的贷款,

放出“你不还钱,就算了,当作福利送你”等大话。更有甚者,打着网贷的幌子直接行骗,先是承诺转过几万元、充充流水,即可下款,但刚一收到用户打款,立马跑得无影无踪。所谓“免费用”、“不还钱”,是他们百试不爽的吸引用户的法宝;五花八门的虚假陈述,加上铺天盖地的弹窗投放,还有借贷容易还贷难的“心机”设置,让一些急需用钱的人成了骗子“免费用”的提款机,待清醒过来,只剩追悔莫及;弹窗而来的“网贷”原来不是救急,而是乘人之危。

且不去问为什么网贷企业有那么多钱去投放广告,也不去追问这些钱到最后谁来买单,仅仅虚假宣传、涉嫌诈骗、违规弹窗等,就明显违反了法律法规。《互联网弹窗信息推送服务管理规定》明确平台遵守“显著标明‘广告’和关闭标志”、“保障用户权益”等要求,平台“网贷广告关不掉”乱象突显,就是明摆着跟国家规定反着来。践踏规则,不顾吃相,如此肆无忌惮,原因无非是赚的钱比挨的罚多多了。

辛音 来源:北京晚报