思想周刊

时评

第229期

皖江评论

筑牢网络安全“坚固长城”

■ 刘 振

网络无远弗届，安全如影随形。

上周，2022年国家网络安全宣传周在全国统一开展，并在合肥举行开幕式、网络安全高峰论坛。一周里，各地区各部门以各种通俗易懂、喜闻乐见的形式，宣传网络安全理念，普及网络安全知识。从产品到技术，从体验到应用，从知识到能力，重视网络安全的信号格外鲜明。

我国是名副其实的网络大国。截至2022年6月，我国网民规模达10.51亿，人均每周上网时长29.5个小时，形成全球最为庞大、生机勃勃的数字社会。网络空间与实体社会深度交融，激发出前所未有的创新活力，给人类社会带来深刻变革。

万物互联时代，机遇与挑战并存，便利和风险共生，新技术形态迅猛发展也带来巨大挑战：“数字鸿沟”不断拉大，给关键信息基础设施带来新的风险隐患；互联网领域发展不平衡、规则不健全、秩序不合理等问题日渐凸显，考验数字化治理能力；个人隐私泄露、网络诈骗频发，与每个人的生活息息相关……大到国家机密，小到个人隐私，网络安全防线稍有松懈，就可能造成无法估量的损失。

安全是发展的前提，发展是安全的保障。处理好安全与发展关系，以安全保发展、以发展促安全，才能建久安之势、成长治之业。党的十八大以来，我国网络生态整体向好，互联网发展和治理不断开创新局面。但也要看到，网络生态的污染源尚未根除，网络安全的防火墙仍待筑牢，个人信息的安全阀尚未拧紧，大国博弈的新战场硝烟不断。事实证明，网信事业越是繁荣发展，越是不能忽视与日俱增的风险挑战，越要推动网络安全工作不断向更高水平、更深层次迈进。

筑牢法治防线，打造网络安全“利剑强盾”。网络不是法外之地，确保网络安全，必须健全网络法规，推动依法管网、依法办网、依法上网，确保互联网在法治轨道上健康运行。近年来，我国网络安全政策法规体系不断健全，网络安全法、数据安全法、个人信息保护法等法规相继颁布，网络安全“四梁八柱”基本确立。现实层面，近年来职能部门不断提升个人信息保护工作水平和监管力度，开展App违法违规收集使用个人信息专项治理、摄像头偷窥等黑产集中治理等，有力震慑违法违规行为。随着互联网事业发展进步，新问题新情况不断出现。要抓紧抓牢“依法治网”这条主线，及时完善网络法规制度，筑牢网络安全法治防线。

紧抓责任防线，筑牢网络安全“坚固长城”。面对复杂严峻的网络形势，维护网络安全不是某一个或几个部门单打独斗就能够完成的事情，而是全社会的共同责任，没有人能置身事外。人人当主人、个个担责任，才能汇聚起维护网络安全的强大力量，构筑起守护网络安全的“坚固长城”。今年国家网络安全周的一大特色就是紧扣人民性，组织开展好网络安全进社区、进农村、进企业、进机关、进校园、进军营、进公园，构建各方面齐抓共管的良好局面，最大限度凝聚起全社会维护网络安全的强大力量。

提升技术防线，夯实网络安全“铜墙铁壁”。网络安全离不开科技赋能。保障网络安全的核心技术是国之重器，要下定决心、保持恒心、找准重心，加速推动信息领域核心技术突破。网络安全宣传周合肥开幕式现场展示了一系列科技创新成果：“量子高清加密通话”既保证通话质量又保证通话安全；“AI智安”为车联网车辆远程控制提供安全保障；打造“技术+服务”数字助老新模式，帮助老年人提升防骗“免疫力”……种种“黑科技”让人感受到网络安全未来的发展趋势。安徽聚力发展网络安全产业，行业龙头企业迅速发展，创新型中小企业快速成长；北京成立国家网络安全产业园区，重点推动网络安全产业集聚发展、网络安全核心技术突破，网络安全与技术产业融合发展的新机制新模式正在形成。

网络安全与10亿多网民直接相连，与14亿人民群众获得感、幸福感、安全感息息相关。净化网络环境、维护网络安全永远“在路上”，必须形成齐抓共管的合力，同心协力画好网上网下同心圆，切实筑牢网络安全屏障。

热点热评

着力建设文明和谐文化家园

——“增强安徽文化认同感”系列③

■ 朱 洪

安庆，古舒之地，宋代建城，明清简称“皖江”。上世纪30年代，安徽省简称“皖”。皖江外延指安庆六邑：怀宁、桐城（后分出枞阳）、潜山（后分出岳西）、宿松、太湖、望江。

1990年，安徽省政府提出“开发皖江，呼应浦东”，“皖江”外延由安庆区域扩大，涵盖安徽省八百里长江流域六个城市，即安庆、池州、铜陵、芜湖、马鞍山、宣城。

皖江文化，作为安徽文化的一部分，指皖江区域的发展历程及物质与精神财富的总和。皖江区域历史悠久、文化灿烂。从潜山市薛家岗新石器遗址、汉武帝枞阳射蛟到“孔雀东南飞”，从陶侃惜阴、不越雷池一步到禅宗祖庭，从画家李公麟到哲学家方以智，从六尺巷到桐城派，从新文化运动总司令陈独秀到佛教领袖赵朴初，从小说家张恨水、美学家朱光潜到两弹元勋邓稼先，从电影《风雪大别山》《渡江侦察记》到黄梅戏等，皖江文化被广泛认同。

与徽州文化、淮河文化相比，地貌上，皖江文化是江文化，淮河文化是平原文化，徽州文化是山文化。

皖江文化特色鲜明，以六尺巷为代表的礼让家风，以桐城派为代表的尚文学风，以陈延年等为代表的牺牲精神，尤为世人注目。皖江文化是人类智慧与道德之树在长江中游两岸结出的美丽果实，是安徽区域文化的一个重要组成部分，不仅惠及皖江一方水土，而且对于增强安徽文化认同感、归属感，对于整个安徽的发展，都具有重要意义。

营造礼让家风。家风建设关系乡风、民风和党风，要加快安徽历代家风资源的系统挖掘和研究，加快家风馆建设。家庭是社会细胞，家长言传身教，正好家风、处好家事、管好家人关系几代人的命运，家长应着力提升自身素养，为家楷模、为人风范、为世榜样。职能部门应着力营造家风建设良好环境，为家家孩子健康成长成才、户户老人老有所养所乐保驾护航。家风建设是一个长期过程，涉及几代甚至几十代人持续努力，必须作为发展的一项基础性任务，常抓不懈。

弘扬尚文学风。优化文化发展政策与环境，激励江淮大地广大文化工作者积极投身文化事业。优化学科结构，突出安徽文化地方特色，形成安徽拳头文化作品与产品。建好老中青相结合的文化梯队，让安徽优秀文化在各个历史阶段接续传承、发扬光大。全面整理安徽古籍，统筹规划撰写安徽历史名人传记，有计划修复被损坏古迹，让灿烂的安徽文化在中华文化、世界文化中大放异彩。

讴歌牺牲精神。中华优秀传统文化，是中华民族的“精神命脉”。安徽历史上英雄辈出，应重视挖掘安徽红色文化资源，加强烈士纪念馆、红色教育基地建设，弘扬革命先烈精神，大力发展红色文化旅游。在各类学校教育中，加强理想信念教育，培养青少年自小养成百折不挠、勇挑重任的品格。大力宣传中国好人、安徽好人，大力弘扬先进人物先进事迹，努力营造尊重模范人物的良好氛围，着力把安徽建设成为风清气正、文明和谐的文化家园。

（作者系安庆师范大学教授）

有话要说

“最美逆行”展现“教科书式”紧急避险

■ 徐 海

9月5日，四川省泸定县发生6.8级地震。当天，一条名为《地震瞬间，幼师集体起身冲向孩子们》的视频被网友转发点赞。地震发生瞬间，老师们扔下碗筷奔向正在午休的孩子，带领270名孩子有序撤离至空旷地，被网友称为“最美逆行者”。

教育是爱的事业，教师是爱的化身。关爱学生是师者责任。视频记录下老师们的第一反应，不仅展现他们的职业操守和责任担当，更是对“爱生如子”的生动诠释。突如其来的灾难面前，不惧危险勇敢逆行的身影，必将铭刻在孩子们心中，成为他们成长的榜样。

“最美逆行”不仅要有爱和勇气，还要有临危不乱的底气。教师反应迅速，引导幼儿有序撤离，堪称“教科书式”避险，背后则是常态化应急教育与演练之功。据介绍，汶川地震后，当地很多学校、幼儿园都进行系统化应急教育，定期举行应急避险演练，养成应对突发事件的“本能反应”。此次地震中的“教科书式”避险是推进应急教育的“样板”，给全社会上了一堂紧急避险“公开课”。在为老师们“最美逆行”点赞时，更要思考如何让应急避险教育不折不扣推广开来、落实下去，保护更多孩子的安全。

学生面对突发事件能否采取必要的避险措施，是否具备自救互救能力，直接关系生命安全。帮助学生增强安全意识、风险意识、防护意识，教育部门责无旁贷。应急教育要从娃娃抓起，中小学校、托幼机构是推广和普及应急教育的首要阵地。将应急教育课程纳入学校课程体系，制定切实可行的应急教育方案，将学生应急能力融入课堂教育与课外实践等教学全链条，以切实行动织密应急事件处置“防护网”。

演练即实战，临危方不乱。应急教育不是纸上谈兵，需要常态化演练，保证熟练掌握避险技能、快速有序疏散。四川雅安一幼儿园160多名孩子仅用1分多钟就全部撤离至安全区域，四川自贡一学校几分钟内有序疏散4000余名师生，配合默契、从容镇定……一幕幕有条不紊的避险，展现出日常组织应急疏散演练的成效，说明应急演练的科学性、实操性尤为重要。中小学校、托幼机构应常态化开展应急演练，有针对性开展紧急避险演练，推动师生熟练掌握避险技能，提高自救互救能力。

应急教育要杜绝形式主义，确保应急避险落到实处。教育、应急管理等部门应加强对学校和托幼机构应急避险教育的督促检查，将开展应急避险教育纳入安全文明校园专项考核，督促学校和机构针对问题及时整改，确保应急避险教育取得实打实成效。

“明者防祸于未萌，智者图患于将来。”应急教育是“生命教育”，是每个人应该掌握并需要终身学习的“必修课”。通过系统化教育、常态化演练，增强学生安全意识，提升应急避险能力，撑起守护生命的“保护伞”。

议论风生

双管齐下破解托育难

■ 丰 静

又到一年开学季，“神兽归笼”让不少家长欢欣鼓舞。然而还有一个群体也急切盼望由专业机构帮助照料孩子，以解后顾之忧，这就是0岁至3岁孩子的家长。近年来，国家陆续放开二孩、三孩生育政策，但媒体调查显示，托育机构少、托育服务贵等难题，已成为不少双职工家庭放弃生育二孩、三孩的重要原因之一。

过去，照顾0岁至3岁婴幼儿的工作主要由家庭来承担。不少双职工家庭求助双方老人共同抚育，形成“隔代抚育”模式。但是，因老人年岁渐长体力不支、家庭居住条件有限、“隔代抚育”容易产生矛盾等，不少年轻父母希望能够独立带娃。随之而来的0岁到3岁职工子女托育难，成为年轻父母尤其是双职工家庭的现实难题。这个难题主要表现为：一是市场化托育机构费用偏高，二是普惠性托育机构供给不足。

市场化托育机构有多贵？媒体调查显示，其托育费用基本与一名家庭成员的工资持平，相当于父母中有一方在为孩子的托育“打工”，高昂费用让家长“不敢托”“托不起”。普惠性托育机构有多少？调查显示，除一些机关幼儿园有托育服务外，一般居民区附近很难找到普惠性托育机构。按理说，市场有需求，政策有鼓励，市场化托育应该蓬勃发展，精准服务不同层次的生育家庭。但实际上，因为有些优惠政策还未真正落地，加之托育服务成本高、责任重、风险大，很多企业还在观望阶段，参与热情不高。

破解托育难是一个系统工程，不可能仅靠市场力量就能解决。更何况被动等待市场发展成熟，会使一批有生育意愿的父母错过生育期。让育龄夫妻只要想生就敢生，不仅需要激活市场“无形之手”，还要用好政府“有形之手”，让普惠性托育服务和市场化托育双向发力，共同建立起社会托育服务支撑体系。

用好政府“有形之手”，要发挥政府主导作用，迅速推动建设一批普惠性托育服务机构。明确将婴幼儿托育服务纳入公共服务范畴，将婴幼儿托育服务中公共服务部分和市场化服务部分进行区分，通过财政补贴、税收减免、购买服务等政策对公共服务部分进行兜底保障。加快社区婴幼儿活动场所建设，推动托育服务需求就近解决。政府“有形之手”还表现在尽快制定托育机构服务内容和标准，加大从业人员队伍建设，建立托育机构和从业人员“黑名单”制度，让家长真正“放心托”。

激活市场“无形之手”，必须在“放管服”上加大改革力度，在强化安全监管前提下，简化证照办理等环节，让更多市场主体参与到普惠性托育服务机构建设中来。鼓励有条件的幼儿园向下延伸办学服务，鼓励有条件的公司为职工建立托育服务，让更多社会力量关注婴幼儿托育，并探索更加灵活的托育服务方式。比如，可鼓励家长组成志愿者服务队伍，工作之余参与监督托育服务机构建设。

各级政府应以时不我待的紧迫感，汇聚各方力量，增加托育服务供给，优化托育市场，让3岁以下婴幼儿照料“有育”更要“优育”。

与“人造热度”保持距离是一种清醒

■ 韩小乔

对屡上热搜的电视剧不再好奇，而是有抵触情绪；看到众多博主推荐的“种草好物”，内心波澜不惊；故意避开“网红景点”，并怀疑背后有营销推手……最近，互联网“热度排斥症”引发热议。

互联网时代，高位热搜、热门资讯、好评推荐，都是人们获取信息的重要方式，从中可以窥见时代变化、生活变迁。但渐渐地，信息传播太过用力，热度被“玩坏了”。一些网络平台通过算法推荐、信息轰炸，制造信息疲劳；一些影视作品粗制滥造，却空降热搜、操纵评分；一些网络营销铺天盖地，产品和服务却名不副实；一些网红景点被吹得天花乱坠，却处处是“坑”，游客大呼上当。

事实上，人们反感的不是热度，而是“人造热度”。热度应是大众审美和选择的结果，而不是被刻意制造出来的。无论是根据需求策划话题、注水流量，还是通过大数据强塞各种推荐，或是砸钱为影视宣传发行造势，带来的都是虚假繁荣。没有人会喜欢过度营销、掺水好评、失真描述，也没有人愿意被“人造热度”牵着鼻子走、甘当算法下的“数字韭菜”。虚假“幻术”终会破灭，为了流量和利益而滥用热度的操纵者，必然要面对网友对“人造热度”的排斥与反感。

自觉抵抗“人造热度”，也是对深度思考的呼唤。哪怕事件为真，不少热点事件的内容质量和获得的关注度并不匹配。一些网友容易受到话题引导和营销影响，对毫无意义的事件付出过多的注意力和情感劳动，无形中推高了事件热度。某种程度上说，“热度排斥症”也是“信息疲劳症”的表现。人的精力是有限的，长期被无效无聊的信息裹挟，空耗时间精力，消磨了深度思考能力，精神世界愈发空虚荒芜。从这个角度说，要保持理性思考、深度探究，聚焦更有价值的重要事件，才能让高质量的讨论、话题、作品、产品浮出水面，集聚起真实广泛、影响深远的热度。

虽然虚假热度、信息过载带来的伤害巨大，但不能因噎废食，对所有热度敬而远之。热度高不是原罪，轻易追随和一味抵制都不可取。在思想层面不被掌控、有自己的逻辑想法和取舍机制，才是有定力的人。开口之前独立思考谨言慎行，面对狂热言论保持清醒认知，主动挖掘热点背后的故事，在情况不明时“让真相再飞一会儿”，这是面对热度最好的态度。不“为反而反”、不标榜特立独行，真正从内心需求出发，看清自己想要获取的、值得关注的，不仅有利于丰富自身知识结构与兴趣偏好，也有助于让网络生态回归到更健康的状态。

潮水退去后，“真”和“好”能够经得住时间检验，真正的影响力和热度终会显现。挤出虚假水分，让口碑沉淀，用“真善美”填补热度空缺，为全社会树立醒目的价值坐标。从北京冬奥会开幕式全球瞩目、社会各界捐款捐物助力疫情防控屡上热搜，到消防员张自立怀抱一名刚疏散出来的2个月大婴儿的照片刷屏网络，有价值的新闻、有意义的话题、正能量的作品，所传达出的情绪和故事，总能打动人心。这样的热点，值得多“露脸”、被关注。

从追逐到抵抗，网友对热度保持适当距离，是清醒和理智，也是在面对庞杂信息时，坚守自我的本能反应。对于蹭热点、带节奏的“人造热度”，要不遗余力整治遏制。平台也应走出刷屏“强喂”的窠臼，拒绝虚假网络信息，为网友提供更多个性化选择。抹去喧嚣的互联网泡沫，不被“人造热度”轻易俘获，让更多有真实价值和情感共鸣的事件“实火”“长红”，值得我们共同努力。

“无货源电商”亟需加强监管

■ 梅 麟

“无货源也能开网店”“零基础轻松创业，无需成本投入”……随着电商产业快速发展，“无货源电商”模式成为不少人的创业新选择，但这一模式是否“靠谱”引发诸多争议。近日，武汉警方打掉一个以“无货源电商”名义实施诈骗的犯罪团伙，抓获犯罪嫌疑人98名，涉案金额1000余万元。

“无货源电商”模式并不复杂。店家只需在电商平台开设一个店铺来呈现商品信息，待消费者下单后联络供应商直接发货，交易完成即可获得收益分成，实现“无货源也能做生意”。理论上，店家更多扮演销售员、中介角色，节约经营成本，减轻库存压力，对缺乏启动资金的创业者等群体具有较强吸引力。然而，正因为店铺没有现货库存，必须依赖供应商按时按量发货才能维持正常经营，若供应商迟迟不发货、商品质量低劣，抑或突然“人去楼空”，很容易让店家陷入消费纠纷，背负赔偿责任。

“无货源电商”模式有其成本优势，但不能忽略诸多弊端，盲目“一刀切”或纵容“野蛮生长”均不可取。促进“无货源电商”走向健康发展正轨，强化全流程监管机制、健全行业经营标准才是破题之道。加大监管排查力度，定期实施专项整治行动，清退无法提供合规服务的供货主体，严打以诈骗钱财为目的的“空壳机构”，依法处罚涉事人员，震慑违法违规乱象。落实电商平台审核责任，要求店家提交开店申请时，同步提供货源供应商经营资质证明，若发现供应商资质不全、经营信息存疑等问题，应拒绝店铺上架申请，同时提醒申请者谨防上当，引导其及时维权。

另一方面，店家除了在货源方面有被“卡脖子”风险，也可能成为培训机构“割韭菜”的对象。这些机构发布“轻松月入过万”“手把手教会”等广告信息吸引眼球，片面夸大“无货源电商”模式价值，诱使人们购买付费课程，但课程内容并不能兑现广告承诺效果。学员本想利用此模式开店赚钱，却遭遇培训机构与平台“连环套”。针对这种情况，广告法、消费者权益保护法等均对虚假夸大宣传行为有明确处罚规定，市场监管部门应监督培训机构不得对课程效果进行不切实际承诺，消除违规宣传造成的不良后果，依法赔偿受害者损失，并视是否存在欺诈等情节进一步追究违法犯罪责任。

“无货源电商”模式之所以让不少人“踩坑”，同“一夜暴富”投机心理密不可分。电商行业确实诞生过一大批成功致富者，但光鲜背后离不开夜以继日的努力奋斗。若指望花钱上几节课、随便开个店就能“躺赚”，容易给不法分子实施欺诈提供可乘之机。“无货源电商”模式本身无错，如果选择投身这种模式，就应着力打造核心竞争力，不断提升服务品质，打通长期稳定供应链渠道，以诚意赢得消费者认同。如此，店家自然能够避开“天上掉馅饼”的欺诈陷阱，成就一番事业。

安徽日报微博
安徽日报微信
安徽日报客户端
联系电话
0551-65179148
投稿邮箱
ahrbpl@126.com