

“中国大蒜威胁美国” 绝不只是个笑话

一头大蒜从中国远渡重洋到达美国，估计怎么也想不到，在被送上餐桌的同时，也被送上了美国政客所谓“中国威胁”的叙事流水线。近日，美国共和党参议员里克·斯科特致信美国商务部，宣称来自“共产主义中国的大蒜”威胁了美国国家安全，要求展开调查。这封信被媒体报道以后，其中大量的反智内容刷新了人们对“美国参议员”职业素养的认知下限，也让斯科特和这封信成为了一个国际笑柄。

斯科特提出的要求显然是可笑的，除了西方传说中的吸血鬼之外，很少有人会对大蒜产生如此无缘无故的恐惧。在斯科特通过在线视频、烹饪博客等获得的直观认知中，中国的大蒜是用人类粪便和污水施肥的，因而不安全、不卫生，而如果食品不安全，就会对美国的“国家安全、公共卫生和经济繁荣构成严重威胁”。

说实话，对于美国议员这种低水平的

指控，本可以一笑了之。但问题是，当这样的现象接二连三出现，体现出来的就是一种赤裸裸的敌意了。从华为、中兴，到新疆棉花，再到海鲜、大蒜，形形色色的反智言论在美国得以大行其道，绝不仅仅只是几个议员“脑子有问题”，而是他们得到了所处政治环境的默许。正是美国国内在涉华议题上的泛安全化倾向，让任何一件小事都可能跳过证据链条中的缺口、与国家安全挂上钩，也给了一些反华政客浑水摸鱼的机会。

就以斯科特所说的大蒜为例。在疫情刚刚暴发的2020年，由于运输成本上升等原因，中国大蒜对美出口下降，直接结果就是美国蒜价飙升。在这两年美国严重的通货膨胀中，来自中国的便宜大蒜实际上帮助美国平抑了蒜价，老百姓可以买到相对不那么贵的大蒜。这当中谁会不高兴呢？显然不会是美国普通老百姓。

来自农业大州佛罗里达的参议员斯科特，在表面的臆言臆语背后，利益的算盘恐怕早就在心里打得噼啪作响。

值得注意的是，对“中国威胁”素材嗅觉最灵敏的美国主流媒体，这次几乎全部保持了沉默，只有少数几家有简单报道。这已经足够说明，它们对斯科特相关言论的不靠谱是多么心知肚明。然而危险也恰恰在这里，无论议员们的反华主张有多离奇多极端，美国舆论顶多也就是“保持沉默”“不揭穿”，看来它们对“批评”分寸的拿捏很到位。在沉默的背后，实际上是对以“安全威胁”为旗号的不公平竞争的纵容，是极端自私自利的一种集体“心照不宣”，这在性质上比一封不靠谱的信要严重得多。

因此，斯科特的这封信绝不能只是被简单当成一个“笑话”。它不仅一点都不好笑，而且映射了中美关系中相当沉重的

一个现实问题：明明所有人都知道那些议员在说谎，也都知道他们的谎言在形成伤害，但为什么那些错误认知仍然像滚雪球一样越滚越大？有人说国会山就那样，是美国“多元文化”的体现。但如今俨然成了“对华阴谋论集散地”的美国国会山，显然是在拖“美国文化”的后腿，或者说，是在给美国国家脸上不断抹灰。

回过头来说，拿粪便浇大蒜来说中国，可见斯科特等人对中国的想象是多么落伍。中国出口大蒜严格遵守出口大蒜安全技术种植规范，别说施用的肥、灌溉的水，就连空气质量都有标准。如果是对食品安全的正当关切，双方完全可以通过正常透明的途径解决，大可不必给大蒜扣上意识形态的帽子进行这般“拍打”。否则，用力越猛就越会暴露自己的无知，也让世界对华盛顿的反智愈加担忧。

（据《环球时报》）

—— 快 评 ——

警惕线上“国学培训”背后的陷阱

随着大众对中华优秀传统文化关注度的提升，国学培训热随之兴起。然而，记者近期调查发现，国学培训领域也出现了一些“怪现状”，一些国学培训机构假借“国学”旗号，传播迷信、诈骗敛财。

点 评：

应加大对国学培训中不良活动的整治力度，互联网平台应升级监管方式，构建对这类违规培训的联动监测体系。（据《楚天都市报》）

推广“绿色外卖”要强化源头监管

近日，经国家市场监督管理总局（国家标准化管理委员会）批准，由中国饭店协会牵头制定的《绿色外卖管理规范》（GB/T 43285-2023）推荐性国家标准发布实施。该国家标准从外卖餐品制作环节等方面对推广绿色外卖提出了三方面要求。

点 评：

推广“绿色外卖”，需要进一步强化源头监管和治理，加强对绿色外卖包装的研发和推广，通过规模化量产和使用，大幅度降低绿色包装生产成本。（据《劳动午报》）

“玩梗”播报值得点赞

近日，有网友在乘坐昆明地铁1号线时注意到，站点播报变成了“本次列车终点站大学城南站，公主请上车”。一时间，微博话题#昆明地铁说公主请上车#引发网友热议。有网友建议全国推广，纷纷@自己所在城市的地铁官微。眼看着网友聊得热火朝天，昆明地铁官方账号现身，大方回应，希望给通勤途中的旅客带去轻松。

点 评：

乍一听到地铁播报“公主请上车”，很多年轻人都心领神会，一些网友还跟着在网上接梗玩起来。可见，网友对此的接受度很高，普遍认可地铁播报“玩梗”的做法，甚至有人建议向全国地铁公司推广。从昆明地铁与网友的互动交流，也可看出，地铁播报“玩梗”契合年轻人，既接地气，又能够拉近心理距离，乃是一次投入小、收获大、口碑最佳的市场营销活动。

地铁站是城市文化的一面镜子，亦是一个承载了城市气质的场域，其不仅服务市民出行，也兼具了商业推广、促进社交、倡导文明、激发创新创意等附加功能。各个站点播放不同的文案，提供了不一样的情绪价值，能够带给旅客别样的感受，值得为其点赞。（据《云南日报》）

拓展“网络盲道” 为视障者敞开数字大门

解锁手机界面，系统自动进入读屏模式；看新闻，靠文字识别“读”出资讯；想购物，图片转语音“描绘”商品详情……有“网络盲道”的导航，许多视障者可以在衣食住行和工作中，自如使用互联网产品。

点 评：

随着互联网渗透到社会生活的各个方面，当越来越多的生产生活服务信息向网络特别是移动端应用端聚集，如何让视障人群靠手机与世界连接，就变得更为紧迫。帮助视障群体跨越“数字鸿沟”，拥抱虚实交融的大千世界，是题中应有之义。看得见诉求，也要看清困难。目前，一些网站和App的无障碍性设计还不尽完善。不难想象，在一个拥有几十亿字符串的应用中，任何“暗坑”都可能将视障用户绊倒。这说明，与“网络盲道”连点成线、连线成面，真正做到信息畅达无阻，尚有一定距离。

畅通“网络盲道”不能光靠智能手机厂商单打独斗，有赖于更多探路者，协同发力探索良性行业生态。解决视障人群上网障碍不仅仅是一项技术问题，更是一种社会责任。相关各方应同向发力，促进信息技术服务社会的水平整体提升，为视障人群敞开数字世界之门。（据《湖南日报》）

为社会抚养费“老赖”摘帽 需出台统一政策

“无论是向银行贷款还是想做生意，一旦查出我是‘老赖’，被拒之门外是家常便饭，‘脱帽’对我和我的家庭来说都至关重要。”天津市某区的林松因超生二孩，且无力在法定期限内履行缴纳社会抚养费的义务，4年前被法院纳入失信被执行人名单。在天津市人民检察院开展的“社会抚养费强制执行”专项监督中，他被免征6万余元，4年的“老赖”帽子终于摘掉了。该案例入选最高检近日发布的第五批检察听证典型案例。

社会抚养费征收以来，一直饱受争议。这种争议随着2021年《中共中央 国务院关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》要求“取消社会抚养费，清理和废止相关处罚规定”而终止。尽管社会抚养费已被取消，但仍有一些遗留问题——比如部分人因为尚未缴清之前的社会抚养费，被列入失信被执行人名单，即“老赖”，至今面临贷款被拒绝、买不了高铁票等难题。天津检察机关积极介入监督，给部分社会抚养费“老赖”摘掉了帽子。

导致部分社会抚养费拖欠人至今仍戴“老赖”帽子的主要原因是，对在“执行中没有执行完毕的案件”的处理没有法律依据。《中共中央 国务院关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》和修订的人口与计划生育法删除了社会抚养费相关处罚规定，但没有对“已经进入执行程序尚未执行完毕的案件”该如何处理进行规定。而在具体的实践中，各地做法也不尽相同，各相关专业人士对此问题也看法不一。

有律师认为，进入执行程序的社会抚养费案件，依据“法不溯及既往”原则，法院是根据当时法律进行的执行决定，并没有错判。如若推翻会有损法律的权威性，对遵守国策和法律的人不公平，也会营造一种失信成本低的社会风气，令社会失序，有碍社会诚信体系建设。

有检察官则认为，进入强制执行程序的案子说明，相关人员曾经成为失信被执行人，被限制消费、财产控制甚至拘留，他们已经受到了法律的惩戒。此时终结强制措施，并不是完全的不公平。

另有法律界人士指出，法律或政策的实施会因为客观情形的变化而调整。为保证其连续性，在过渡期应依照从旧从轻原则和对当事人有利的原则，如果纠结于绝对公平，实际上它会带来新的不公平。“无论是审判实践还是国际上总结出来的一条基本经验就是不要‘翻旧账’。”

遗留问题的处理需要有统一的标准，无论执行与否、申请的主体是谁，既要有明确的政策导向性，也要有程序指引，否则会使得行政与司法部门疑窦丛生，各行其是，受影响的仍是普通百姓。

希望国家有关方面，尽快就社会抚养费“老赖”摘帽这个问题，出台统一政策，以利各地操作、执行。（据《羊城晚报》）



误区

冬季由于光照和户外活动时间减少，人体容易出现维生素D缺乏的现象。不少人日常会选择服用维生素补充剂。维生素该怎么补？是否补得越多越好？北京大学第三医院临床营养科副主任医师王琛表示，要避免陷入“多多益善”的误区。一些脂溶性维生素如果摄入过多，可能引起急性或慢性中毒。

新华社发

开机广告不该“惹人烦”

国家广电总局近日要求，有线电视终端应默认“开机进入全屏直播”，机顶盒必须在35秒内完成开机，确保界面简洁友好、操作方便快捷，此举受到普遍欢迎。

开机广告冗长存在已久，令广大用户颇为无奈的同时，广告与五花八门的收费界面层层相套，频道选择亦是复杂繁琐，如坠云雾般的使用体验更让观众倍感苦恼。

在激烈的市场竞争中，开机广告是部分电视端生产企业的重要利润来源之一，以至于成为强行植入的“标配”。电视的基本功能是传播资讯和提供娱乐，如果用户的使用过程既不快捷，也不快乐，相比其他终端，其市场竞争力将大打折扣。

如今，手机、平板等智能终端设备分类日益细化，产品定位也需随之愈加鲜明准确。智能电视虽然新增了很多功能，服务逐渐多元化，看似体贴周到，实则淡化了产品的主体功能，其用户群体的需求并未因此得到高质量满足。

有数据表明，老年用户目前已成为电视终端节目最广泛的受众群体。然而，迷宫一般的电视界面让不少老人难以找到心仪的电视栏目，加之各种视频会员、额外付费等，老人看电视可谓困难重重。老年人“直懵圈”，年轻人“玩不转”，长此以往，电视会否沦为家装的背景板？一味强调经济收益，忽略优化使用

体验，其实得不偿失。用户是电视广告收益的基础，对其需求响应不及时、服务供给不到位、流失的将不止于购买持有电视终端的用户基数，还包括企业广告营收持续拓展增长的良好预期。

电视终端要回归服务本质，始终坚持将用户体验置于首要位置。只有尊重用户观看习惯，积极回应用户关切，才能赢得用户信赖；只有聚焦核心功能，发挥自身优势，才能提升电视终端竞争力。留住老年人的同时，相关企业还需在家庭互动娱乐中带动青年人的回归，更好促进电视产业的可持续发展。

（据《经济日报》）

“家长会爸爸来了近九成”唤醒家庭教育“他力量”

近日，浙江省宁波市慈溪市慈吉实验学校小学部高段“家长开放日”，学校要求学生爸爸尽量到校，五、六两个年级有近90%的学生爸爸参加了家长会和亲子运动会，收到孩子们写有“爸爸的优点”和“最想对爸爸说的话”的亲情卡。

在过去，参加家长会的大都是妈妈、爷爷奶奶、外公外婆。“家长会爸爸来了近九成”显然打破了常规，实现了爸爸们的“归位”——爸爸们长时间、经常性的角色缺席，对孩子们身心健康和全面发展难免会产生影响。家庭教育中，爸爸们的作用不容忽视和漠视，让爸爸们更多地关爱和陪伴孩子，善莫大焉。

曾几何时，“爸爸赚钱，妈妈顾家”成为不少家庭的分工模式，导致妈妈们陪伴孩子，参加家长会成为一种理所当然。然而，伴随着社会变迁，妈妈们也分担了家庭部分经济功能，爸爸们也应该承担部分家庭教育的职责。

在孩子成长的过程中，爸爸的角色有很多时候是妈妈和学校难以替代的。在亲子交流中，父亲的教育通常更偏重于生存能力、抗挫能力与社会责任感，偏重于对孩子坚毅、果敢、顽强的性格培养。爸爸们离家太远、离孩子太远，实际上远离的是一份比赚钱更重要的责任。爸爸们固然很忙碌，也受到传统观念“男主外

女主内”的裹挟，似乎在孩子们身上投入过多的时间和精力，是一件“并不体面”的事情。现如今，有部分爸爸转变了思想观念，重新发现和认识陪伴的价值，愿意花更多的时间和精力和孩子在一起。

清新而稀缺的“家长会爸爸来了近九成”，说到底是一种价值理性的回归。家庭教育需要更多“他力量”，爸爸们在关爱和陪伴孩子的每一分付出，终究都会得到回报与激励。让爸爸们更多地参与家庭教育，不仅可以为其他家庭成员减负，也会促进孩子们精神世界的发育和建设，从而实现向阳而生、拔节生长。

（据四川新闻网）

