

提笔忘字，被忘的不仅仅是字

李瑞

人正遭遇“提笔忘字”的困扰。提笔忘字，看起来忘记的只是字，但好像被忘记的又不仅仅只是字。

中国汉字，从甲骨文演化至现在的简化字，已有6000年的历史，在文明长河中承载着浓厚的情感，在我们博大精深的文化根基里，体现着中华民族的智慧 and 自信。面对“提笔忘字”，如何激活“书写”，赋予汉字更长久的生命力？

首先，要多动手写。汉字是中华民族基因，汉字文化是中华民族的精神诉求。汉字文化活着，历史才活着，民族才活着。“见字如见面”“字如其人”，用笔写出的字展现着个人书写水平和人格魅力，识字、写字是一个人系统接受文化教育的肇始，是学习的基础，跟

日常生活密切相关，学好语文、学好写字可以受益终生，我们必须具有并保持汉字书写能力，让汉字在我们的心灵深处扎根。

同时，汉字需要传承与共享。要传承，就要通过认字与书写的基础教育传承汉字文化；需共享，就得共同领悟汉字之美。互联网键盘时代，不管是大小小学生还是各行各业，我们都应提倡书写，让书写汉字成为一种生活习惯与方式。做好传承与共享，需突破汉字的表达困境和延续困境。在新时代，还须进一步促使汉语汉字深度融入当代科技发展，促进手写汉字在各种信息化平台、工具以及大众生活中得到更广泛的应用，使其更加广泛、更加深入地融入

大众生活之中。此外，不断创新和丰富汉语汉字学习、传播和传承的方式手段，激发大众对汉语汉字的热爱和珍视，多创造汉字书写机会和条件营造爱汉字、写汉字的社会氛围。

横平竖直写汉字，堂堂正正做人。汉字书写承载的是文字和内容，表达出的是思想和感情。无论时代如何嬗变，无论技术怎样革新，汉字所承载的文化内涵不会改变，在各种冲击面前，不能丧失汉字文化的自尊、自重与自觉。

延河观澜

人民热评

健身教练黄凤翔、傅一昕，去年获得“浙江省技术能手”称号，近日又获评杭州市高层次人才人才，可获得购房补贴100万元。黄凤翔学的是体育教育专业，培训教练员和研发健身项目是他的专长；傅一昕，此前是射击运动员，在运用营养学、运动学知识设计健身计划上颇有优势。两人此次获评，有力证明了技能人才越来越受重视。

从健身教练、捏脚师傅，到美发小哥、旅行社导游，不同行业的佼佼者，都有机会获评杭州高层次人才。尊重人才，才能引才聚才，地方发展，应有此等胸怀。时代舞台足够广，有一技之长，不怕不出头。只要踏实肯干、执着专注，学砌墙，能代表国家参加国际大赛；操控机床，也能享受国务院政府特殊津贴。

目前，我国技能人才总量仍然不足。要进一步畅通职业发展通道，确保有技能、好就业，高技能、好收入。创新有空间，成才有支撑，奋斗有回报，就会有更多人走技能成才、技能报国之路。

一逃了之，就能逃避责任？

——近日，有网友发视频称西安市曲江新区规划局一负责人在接待群众来访时，因回答不上问题便偷偷从厕所窗户逃离。《南方日报》发表评论，一逃了之，敲响警钟，这种落荒而逃的出格之举贻害无穷。为官一任，自当事不避难、义不逃责，用自己的“辛勤指数”换取群众的“幸福指数”。官员有必要在规划出台前广开言路、积极沟通，做到民主决策。遇到一时解决不了的问题，有必要承诺期限、明确对接人，做到留有余地。

涉案者“官”不大、涉案金额相对不高，但如苍蝇扑面，嗡嗡乱叫，造成的伤害最直接、群众体感最强烈。

——根据中央纪委国家监委通报，今年1至9月立案现任或前任村党支部书记、村委会主任7.7万人，数量已超2023年全年。《广州日报》发表评论，“微腐败”看似吸血不多，实则其害如虎。小微权力需强力约束，决不能因其小、因其微而轻忽。扎紧制度笼子、上好监督之锁，才能让村级小微权力老老实实、不越雷池。

挤掉网络评分的“水分”，才能获得真好评。——近期，公安部网安局官方账号发布提醒，

不可轻信“买家秀”。新华网发表评论，“水”出来的网络评分浇灌不出好口碑，反而破坏多方苦心构建的市场环境和网络生态。消费者要在铺天盖地的评价中去伪存真，消费体验打了折扣。必须各方齐心协力，共同发挥应有作用，强力打击炒作网络评价的产业链条，建立健全科学合理的信用评价体系和投诉机制。

如今发展文旅、创新文旅，不能停留于“眼球活”“刺激活”，而越来越是一个需要综合考量各种因素的“技术活”。

——黑龙江镜泊湖景区计划于12月启动名为“流放宁古塔”的旅游项目，试图还原清代流放犯人的历史场景，这引发了广泛关注和热议。人民网发表评论，积极创新文旅产业，应当以文化和主流价值观为内核，万不可顾此失彼、匆匆“上马”，否则就容易得不偿失。站在新的消费市场、消费趋势和服务热情的现实下，要尊重各地积极主动的文旅创新。只有这样，才能在地方文旅创新发展、游客口碑效应和寓教于乐、以文化人之中，找到平衡点。

微评



敦促关闭

今年“双11”网络促销已拉开帷幕。针对近期消费者反映某些应用软件不明链接跳转导致的相关消费问题，中消协11月1日发布消费提示，敦促经营者切实落实广告“一键关闭”，不得无底线收集消费者个人信息。

新华社发 王鹏 作

及早动手确保老百姓温暖过冬

新华社记者 刘怀丕 牛少杰

新华时评

寒露霜降节，紧风就是雪。据中央气象台消息，10月25日起将有弱冷空气来临，我国大部地区将有3℃至6℃，局地可达8℃的降温，乃至出现雨雪天气。随着天气渐寒，供暖工作日趋紧迫，各地要把百姓冷暖挂在心上，提早筹备、及时推进，全力保障老百姓温暖过冬。

供暖涉及千家万户，关系群众冷暖。寒冷冬季中，老百姓家里暖不暖，不止是温度计上的一个刻度，更是检验干部为民办事的态度。温暖过冬是最基本的民生保障，绝不能让老百姓挨冻。暖气管道通不通，室内温度达不达标，牵动老百姓的幸福。干部心中有温度，工作有力度，老百姓的供暖就会有热度。

当前，一些地方在供暖上已经动了起来。河南平顶山市电力系统加快对偏远地区取暖用电检修保障，山西吕梁、陕西榆林部分地区提早开始供暖……多地先手棋，迅速推动今冬供暖，赢得群众点赞。

冬季供暖是一项庞杂的系统工程。根据往年经验，总有一些片区供不上暖、一些家庭暖气片还不够热，管网破裂、跑水问题时有发生。历史遗留问题、区域建设规划问题、热力管理协议问题、装备管网问题……纵有千万理由，但确保群众温暖过冬是“底线”“红线”。各方必须未雨绸缪、主动作为，提前发现、及时处置，务必解决好群众取暖难题。

供暖无小事，冷暖系民生。将百姓冷暖放在心头，各级相关负责人要多到现场看一看，多摸摸暖气片热不热，绝不能气温降下来，室温还没上来。遇上困难和问题，不要推诿扯皮，而要积极想办法、找对策。对供暖中的不作为、慢作为，要严肃问责。

寒冬来临在即，入户问暖、督责供暖，把每一项工作做深做细，保障老百姓度过一个温暖的冬季。

AI无界，法律有边

新华社记者 兰天鸣

从精准地诊断疾病到辅助高难度手术，从帮助汽车无人驾驶到进行复杂的金融分析，从一键生成栩栩如生的图像场景到创造能与人们自然交流的虚拟偶像……“AI+”正广泛且深刻影响着千行百业和社会生活。

和很多新技术一样，AI技术发展也有一体两面。近年来，用“换脸”“换声”假扮熟人的AI恶搞乃至诈骗、传播淫秽内容的AI色情骗局、批量化生成的AI造谣等新型违法犯罪花样翻新、层出不穷。

目前，我国已颁布实施《互联网信息服务深度合成管理规定》《生成式人工智能服务管理暂行办法》等法律法规，但面对高速发展的AI技术及其日益广泛的应用场景，相关法律法规仍需进一步深化、细化，立法、执法、司法等相关各方仍待进一步形成合力。

规制AI技术应用的法治规范应不断与时俱进。立法要不断强化前瞻性，通过健全法治引领技术向上向善，鼓励技术创新和推动社会发展的同时，更要守牢社会安全稳定的底线，做到AI技术发展到哪里，法律法规空白就填补到哪里。

在执法司法环节，要深入研究AI违法犯罪规律特点，有针对性地源头施策、打防并举，加大对不法分子的惩治力度，树立禁止AI违法犯罪的鲜明导向。在此基础上，进一步形成综合治理格局，最大限度降低AI违法犯罪对经济社会带来的负面影响。

普法宣传教育要跟上AI违法犯罪的演变节奏。应紧跟AI技术发展趋势和违法犯罪动态，开展形式多样的“普法风”，为公众提供多渠道、多方式的教育提示，不断强化广大群众的辨别能力和防范意识。

打击AI违法犯罪还应“师夷长技以制夷”。相关方面要在法律框架下，更好地用AI技术反制、应对AI违法犯罪，不断提升监测、识别能力，用“魔法”打败“魔法”。

新技术发展不能成为脱缰的野马，需用法律“缰绳”牢牢为AI技术发展把好方向，让其更好地造福人民，服务经济社会发展。

想方设法用活红色基因库

新华社记者 张格

一年多来，200余批次、30余万名学生陆续走进红色热土湖南韶山，开启“我的韶山行”红色研学之旅，在行走中重温历史，感悟革命精神伟力。这个项目通过创新模式用活红色基因库，以润物无声的方式激昂少年之志，为红色研学的创新发展提供了一个具有参考意义的样本。

红色研学是红色教育的重要形式，是传承红色基因、赓续红色血脉的重要途径。“我的韶山行”为何能“活”起来，“火”起来，背后原因值得研究探讨。

红色研学的关键在于让红色资源可亲可近、可感可知。“我的韶山行”将红色地标打造为红色课堂，让一批具有代表性和感召力的文物、故事成为教材，以情景式、沉浸式、互动式等中小学生喜闻乐见的教学方式，带领大家近距离感悟历史，获得师生与家长认可。这也证明，让红色资源更接地气，才能引发共情、引人共鸣。

红色研学的基础在于教学内容不断创新。要推动红色研学活动取得更大实效，就应改变游玩式、照本宣科式教学，在教学体系设置上走心走神。“我的韶山行”让学生成研学全流程、各环节的主角，从开班仪式到结业典礼，从实地参观到情景教学，从思政大课到主题班会，都给予学生充分参与感，不断提升学生的学习主动性。

红色研学的着力点在增强红色教育针对性、实效性。红色研学的目的是让革命精神薪火相传、生生不息。要把思想“装”进脑袋中，尤其要注意方式方法。“我的韶山行”整合多项教育资源，结合学生身心特点和接受能力，打造差异化精品课程，所有授课老师开展再培训，针对青少年特点重新确定讲解重点和讲解方式。将永恒的红色故事通过不同的“话筒”讲出去，因人施教、精准传播，效果才会落在“实”字上。

博物馆冰箱贴的新一轮爆火，带来什么启示

金宇

近日，北京古代建筑博物馆的天宫藻井冰箱贴成为文创界“顶流”，累计销量已超3万个。该馆已采取线上预约取号、限购政策，预约成功后方可到现场取货。与此同时，中国国家博物馆的明孝端皇后凤冠冰箱贴也备受青睐，成为该馆当之无愧的销冠，即便冒着淅淅沥沥的秋雨，仍有人愿意清晨六七点钟排长队，就为了买到一个。

文创产品似乎已经有很长一段时间没有“爆款”出现，此番两款冰箱贴的爆火来得有些突然，但细细想来，这种突然爆火又并不那么出人意料。如果说文创周边产品的发力代表的是一种文创经济和传统文化的突围，那么它所需要的创新和突破，显然和文物一样需要时间的沉淀。

正如文创设计人员介绍的，从生产周期来看，设计一件文创需要一周左右，尤其是当一些出土文物模糊不清时，设计者需要查询各种资料才能尽可能地还原文物的原貌。换言之，其实文创产品从来就没有真正意义上的“沉寂”，只是因为，开发新产品是周期性的事。而不管是产品的生产者、设计者还是广大消费者，对于中国传统文化的热爱和坚守，从未改变。所谓的文创热潮，早已不再是一股暂时的热潮，而成为了细水长流的可持续性发展，这是公众乐见的局面。

随着时间的推移，当下越来越多的文创产品开始兼顾时尚性、艺术性和实用性。将传统与现代相结合，使得产品既可以欣赏，又可以装饰、佩戴，“文物”

正以一种可爱的方式融入我们的日常。就像人们评价这次走红的两款冰箱贴“重工，有面儿”“直击心灵的中式审美”，人们送上的好评，不仅是因为它们“好看”，也是因为一个小小的文创产品生动展现了文物及其代表的传统文化之美。这或许也给文博机构今后的文创设计提了个醒：文创产品的创新，要建立在了解消费者日常需求的基础上。

眼下，新闻中提到的两款冰箱贴供不应求，为了抢到冰箱贴，很多人甚至凌晨四五点就开始在馆外排队。面对这种火爆场景，有一些专家和网友担心，文创产品会成为人们来博物馆的唯一目的，弱化人们对于博物馆、文物本身的关注。文创产品的设计团队也坦言，现在在网上更多的是介绍如何排队才能买到冰

箱贴，但介绍凤冠文物知识的还不够多。

博物馆文创产品的开发和销售显然不是为了单纯的商业化盈利，而游客专门来博物馆买文创产品、打个卡，与了解文物、历史、传统文化并不矛盾。这种变化了的文化传播形式与文化体验方式，让文物、博物馆收获了大量人气，人们对文创产品感兴趣，本质上有利于传统文化的更好传承。要相信，一个社会对于传统文化的接纳、理解、传承，及其最终所形塑的社会文化氛围，一定会在普通人对文物、文化的可触、可感、可消费中实现升华。

社会观察