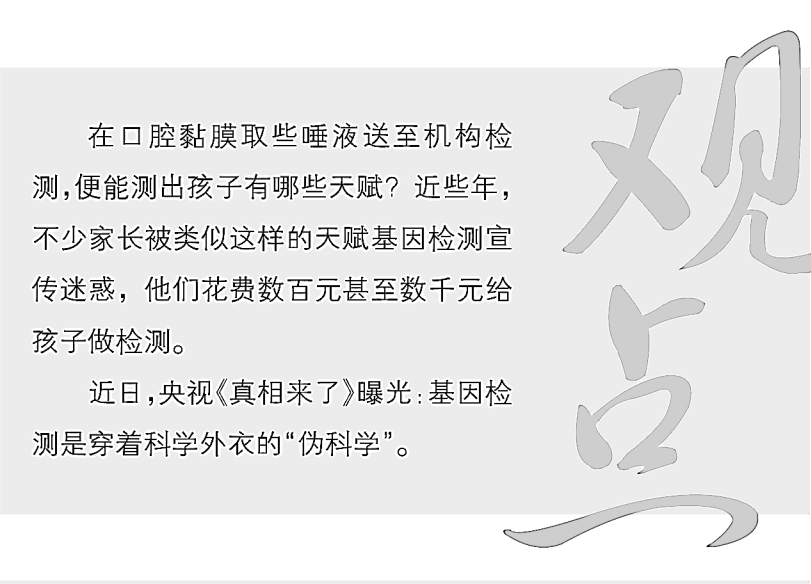


“刮口腔测天赋”？别用基因定义孩子



用基因定义孩子是对教育的误解和偷懒

有些家长之所以上当受骗，很大程度上源于日益加剧的教育焦虑。面对激烈的社会竞争，父母们有着强烈的不安全感，怕孩子“泯然于众人”，仿佛测了基因，就能有针对性地制定教育计划，定向培养，保证成功。基因检测还迎合了一些人走捷径的心理——不用观察、引导，不用尝试和努力，恨不得一笔写就孩子的命运答卷。

但现实是，教育从来没有捷径，任何人的成长都是一个漫长且复杂的过程，通过基因报告来规划孩子的一生，是对教育的误解和偷懒。教育的本质，是让人学习如何向外探索世界、向内认知自我，而不是等着一份检测结果来告诉自己该做什么、该走哪条路。

更糟糕的是，基因检测天赋会给孩子贴标签，假设检测结果显示孩子“运动基因较差”，家长会不会直接放弃对孩子体育方面的培养？忽视孩子通过后天努力提升的可能性，会把孩

子的兴趣、潜能固化在人为制造出的“基因牢笼”内，丧失了自由尝试、勇于探索的机会。贴标签还会影响孩子的心理，他们在成长过程中可能会不自觉地按照这个标签塑造自己的行为和心理预期，甚至陷入自我怀疑，逐步形成“我就是学不会”的心理暗示，从而放弃尝试，降低自我要求。兴趣是可以变化的，潜力是可以挖掘的，天赋的培养在于探索而非筛选，家长本来应该鼓励孩子去做各种尝试，试错本身是成长中不可或缺的积累。

基因不能给一个人下定义，成长也没有任何公式可以套用，如果想通过基因检测决定孩子未来的方向，无疑是在逃避做家长的真正责任。父母在孩子成长的过程中，是观察者、引导者，也是陪伴者、鼓励者，尊重孩子成长的多样性和不可预测性，如此，孩子的未来才能是广阔的旷野，拥有无限可能。

少点冲动消费就少交“智商税”

天赋的形成是一个复杂的过程，绝非基因单方面决定。从生物学角度看，基因只是提供了一种可能性，后天的环境、教育、个人经历等因素，对天赋的塑造起着关键作用。就像音乐天赋，即便基因检测显示孩子有相关倾向，若成长过程中没有接触音乐教育、缺乏练习机会，这份天赋也难以开花结果。一个在音乐世家成长、从小接受专业训练的孩子，即便基因检测结果未测出音乐天赋，也可能在音乐领域取得优异成绩。

市面上天赋基因检测所宣称的检测项目繁多，涵盖乐观性、冒险精神、社交能力、音乐才华、表演才能、文学倾向等约40种遗传特质。但这些宽泛的结论缺乏准确性。以社交能力为例，检测显示孩子有高社交天赋倾向，然而，若孩子成长于孤僻环境，缺乏与人交往机会，其社交能力也难得到充分发展。而且，目前科学界对于基因与这些复杂天赋特质之间的关系，尚未有确凿定论。许多所谓关联，更多是基于推测和假设，缺乏严谨科学验证。

家长们的急切心态，是导致冲动

消费的重要原因。望子成龙、望女成凤的心情可以理解，都希望能为孩子找到一条成功捷径。但这种急切往往蒙蔽了理性判断。不良商家正是抓住家长这一心理，大肆宣传天赋基因检测的神奇功效，以“精准定位孩子天赋”“让孩子赢在起跑线上”等广告语为诱饵，诱导家长消费。

为避免陷入“天赋基因检测”的陷阱，家长们应保持理性，减少冲动消费。在孩子教育培养过程中，需明白没有一蹴而就的成功方法。要注重日常观察，通过孩子在不同活动中的表现、兴趣爱好，发现孩子的优势和潜力。同时，为孩子提供丰富多样的成长环境，让他们在广泛尝试中找到真正热爱并擅长的领域。

此外，监管部门也应加大对相关市场的监管力度。严厉打击虚假宣传、不规范经营的检测机构，提高市场准入门槛，规范检测流程 and 标准。只有这样，才能让家长们不再为这类“智商税”买单。

综合自光明网、极目新闻等
(谕路 整理)

不给拍摄就倒面 如此“探店”要不得

□ 苑广阔

近日，博主“王小佑”在武汉某面馆拍摄探店视频遭拒后，将一整碗面倒入垃圾桶，引发质疑。随后，该博主发布视频，就浪费粮食的行为致歉，并表示将停更一段时间。

很显然，这名探店博主是为了发泄私愤，问题在于，你在拍摄前没有征得商家同意，私自拍摄商家制作面条的过程，这本身就是不对的。相信很多人也知道，一些餐饮企业在制作特色美食时，是有“独家秘方”的，如若不希望“独家秘方”泄露，自然就不会欢迎这种拍摄的行为。

同时，这种未经他人同意，擅自拍摄的行为，也容易造成个人隐私的泄露，给当事人以及背后的面馆带来负面影响。应该说，这也是该面馆经营者拒绝探店博主拍摄的主要原因。既然店家拒绝拍摄，那么作为博主，不再拍摄也就可以了，无论如何不该把一碗面倒进垃圾桶，此举不尊重面馆的劳动者，更是一种浪费。

近年来，很多探店博主在网络上混得风生水起，尤其是一些粉丝量大的探店博主，有些甚至和餐饮企业合作，以此获得不菲收入。对于这种现象，舆论一直存在很大争议，因为很多探店博主探店的过程并不客观公正。如果餐饮企业提供免费饭菜，甚至还给予酬谢，探

店博主就只捡好听的说，对存在的问题避而不谈，反过来，如果一些餐饮企业无法满足探店博主的要求，可能就会被“另眼相看”。

这样的现象，既让很多餐饮经营者头疼，同时也涉嫌误导消费者，破坏了正常的市场经营秩序。为此，国家有关方面也曾经制定政策，出台措施，对探店类直播和短视频给予规范。国家市场监督管理总局发布了《互联网广告管理办法》，已于2023年5月1日起正式实施。其中，《办法》第九条第三款规定，利用互联网发布的商品或者服务推荐、证明等内容，同时附加购物链接等购买方式的，属于互联网广告。这意味着，如今遍布各大社交及媒体平台的“达人探店”“达人种草”“达人体验”等短视频，只要同时附上链接实现跳转购买，就必须标明“广告”字样，不得误导消费者。

有些餐饮企业会主动与探店博主合作，但也有很多餐饮商家对此类探店并不感冒，甚至很反感。对此，探店博主也不该强人所难，更不能因为对方不允许探店，就明里暗里贬低人家，误导消费者。对于乱象频出的探店类直播短视频，作为短视频平台，有必要制定完善的管理细则，给予引导和管理，不能任由一些博主恣意妄为。

向网络乱象“亮剑” 奏响春节和谐曲

□ 孔德淇

数字时代，网络已深度融入春节生活，无论是线上拜年、云聚会，还是网络购物、虚拟旅游，都需要一个健康、有序的网络环境。日前，中央网信办开展的“清朗·2025年春节网络环境整治”专项行动恰逢其时，精准回应了社会的需求与民众的期盼。

在春节这样强调家庭和睦、亲情温暖的时刻，网络世界却总出现一些不和谐的杂音。部分创作者为博眼球、赚流量，不惜虚构摆拍家庭伦理、情感纠纷等矛盾冲突剧情，以极度夸张、扭曲的方式呈现给大众。这些虚假内容践踏社会公序良俗，与春节所倡导的和谐、温馨的节日氛围形成了强烈反差，成为网络空间中难以祛除的“污垢”。

与此同时，在旅游出行、电商购物、外卖订餐等春节热门服务领域，算法这一原本应助力提升服务效率和用户体验的工具，却沦为了侵害消费者权益的帮凶。利用算法实施的差异化定价和大数据“杀熟”等行为甚嚣尘上，破坏了市场公平的原则。消费者在满心欢喜地筹备春节相关事宜时，却可能在不知情的情情况下被算法“算计”，遭受经济损失。这无疑给原本欢乐祥和的节日氛围蒙上了一层阴影。

此次行动目标明确，剑指上述乱象，有明确的治理路径和深远的战略意义。首先，压实平台责任是关键之举。平

台作为网络信息传播和交易的重要载体，掌握着大量的用户数据和流量资源，对网络生态的健康发展负有不可推卸的责任。专项行动提出成立工作专班，能够确保平台在内容审核、算法管理等方面投入足够的人力和精力，从海量繁杂的网络内容中抽丝剥茧。工作专班应构建一套科学严谨、环环相扣的内容审核机制，信息发布前，运用自然语言处理、图像识别等智能技术进行初步筛查；传播过程中，利用实时监测系统对热度高的内容进行二次审核，将隐藏在复杂内容中的不实信息和不良导向拒之门外。

其次，管住算法推荐是核心任务。首页首屏、热搜榜单、热点推荐、PUSH弹窗、信息流、评论等关键环节，是网络信息的“流量高地”。专项行动要求加大对这些区域的巡查力度，能够有效阻止违法和不良信息的扩散，避免算法成为不良信息传播和侵害消费者权益的温床。在此过程中，算法亟待被重新校准，使其遵循合法、公正、积极的原则。

最后，强化处置曝光则是有力保障。专项行动强调严肃查处问题突出的违法违规网站平台、账号及MCN机构，并及时公布典型案例查处情况和治理成效，这有助于形成强大的警示效应。

春节网络环境整治，不仅仅是守护好节日期间的网络家园，也是对网络治理长效机制的一次检验和完善。