■今日时评

把开机第一秒还给观众

■ 金台岩

电视越智能，使用反而越复杂。开机广告关不掉，直播入口藏得深，会员提示一层套一层，遥控器按来按去，最后连节目都没打开。这样的体验，显然背离了技术服务生活的初衷。

国家广播电视总局近日公布《有线广播电视运营服务管理规定》和《交互式网络电视运营服务管理暂行规定》，均自2026年11月27日起施行。两项《规定》明确要求坚持直播优先，实现开机看全屏直播功能，不得播放开机广告；在交互界面首页设立免费专区，精简收费栏目数量，明示收费信息；简化遥控操作，实现遥控器一键切换直播信源；同时缩短开机时长、完善用户投诉渠道。

电视的“复杂化”，本质上是商业逻辑对用户体验的侵蚀。开机广告是流量变现的入口，层层菜单是内容分发的渠道，反复提示的收费信息则是会员转化的手段。每一个环节的设计，背后都有一套精密的商业考量，唯独缺少了对用户真实使用场景的体谅：我只是想看个新闻、看个节目，为什么要先过这么多关？

电视是公共视听服务的重要载体，不可无限制地商业化。新规的实施，正是对公共资源的有力维护，对公共服务空间的规范管理，对公共责任的进一步明确与落实。

需要说明的是，新规对有线电视和IPTV运营服务的约束最为直接；智能电视机被要求支持优先呈现直播频道功能，并提供便捷设置入口，但并不意味着所有电视终端的广告都会立刻消失。这提醒我们，制度落地需要区分不同终端、不同服务形态。

新规的更深层意义在于统一监管尺度。过去几年，“双治理”压减了收费包、简化了操作路径。此次两项规定同日公布、同日施行，等于把“看电视变简单”作为一条硬性要求，适用于有线电视和IPTV等主流电视服务渠道，从制度上防止反弹，将阶段性成效变成刚性约束。

检验新规是否落实，不能只看运营主体有没有完成条款勾选，更要看普通用户是否真正受益。新规还明确了故障修复时限和投诉答复时限，城镇用户故障应在24小时内修复，投诉应在10个工作日内答复，并向老年人、特困家庭等提供便利和资费优惠。应把这些服务标准纳入核验重点，开展终端抽查和用户体验测试，把适老化、简便化落到真实的按键体验上。

“看电视变简单”，不是拒绝智能，而是让智能真正服务于人。期待新规落地，把开机第一秒还给观众，让电视回到它应有的定位。 来源：人民网

■社会论坛

诚信经营方能长久

■ 魏海洋

网络购物的普及，为市民生活带来极大便利，也为众多商家拓宽了经营渠道。然而当下部分网店、直播商家背弃诚信经营底线，存在果蔬发货以次充好、小家电参数虚假标注等问题，不仅损害消费者利益，也严重透支网络消费的公信力。

诚信是商家立足之本，更是电商行业行稳致远的基石。部分商家通过滤镜美化生鲜品相、虚标电器性能参数，用劣质次品替代优质商品。一旦消费者发现问题，有的敷衍退款草草了事，有的直接下架商品、关停店铺逃避售后责任。这种失信牟利的短视行为，看似赚了一时利益，却寒了消费者的心。

市场经营无信则不立。守护清朗网购环境，需要多方共筑诚信防线。电商平台应严格审核监管，约束商家经营行为；监管部门加大失信查处力度，惩戒虚假经营行为。广大商家更应坚守初心、诚信经营，以守信赢长久。 来源：开封日报

『过来人』与『窃脸人』

□ 常言道

最近，歌曲《过来人》火了，一张张带着喜怒哀乐的古人“AI脸”，让众多网友共情。几张现代人的“AI脸”也火了，不过是让人窝“火”——两名不法分子利用他人照片生成AI视频，突破购物平台人脸识别系统，盗取了账户信息。

从“过来人”到“窃脸人”，两起事件联系起来看，不能不让人警觉：古人的脸因为AI，得以跨越千年与我们相见，现代人的脸却因AI侵权风险，可能要被迫隐藏起来。甚至有人担忧，未来的人们，也许会为了保护隐私而戴面具出门。

不仅仅是隐私泄露风险，有人将写稿答题全盘委托给AI，有人沉迷于劣质AI短剧，更有甚者，通过伪造换脸、语音“克隆”实施诈骗……随着生成式人工智能的广泛应用，一些乱象引发关注讨论。人们不禁质疑：AI究竟是赋能千行百业的利器，还是消解人的主体性、滋生各类风险的源头？

技术是把双刃剑，用得好，AI就赋能于人；用不好，AI就会变成“负能”，像一匹脱缰的野马横冲直撞。

不禁联想到古人驯服汗血宝马的故事。汉武帝时期，中原从大宛获得一批汗血宝马。这种马脾性刚烈，如何驯服？有人总结了三条经验：相马、调声、辨疾。“相马”，是辨识品色、明晓优劣；“调声”，是听取马声、规训引导；“辨疾”，是识别马病、对症医治。

未来，我们该如何与AI相处？古人驯马的智慧，或可为今人借鉴。

以“相马”的方式善识AI。技术的初衷，是延伸人的感官，把人从重复繁琐的劳动中解放出来，投向更富创造性的领域。如果忘记“以人为本”的初衷，任由AI弱化人的思考、增强社会惰性、冲淡责任意识，AI发展就会走入歧途。

以“调声”的方式善用AI。AI是为人服务的，应该增强人的轻松感、幸福感，而不是加剧人的焦虑感、紧张感、疲惫感。AI产品在研发之初，就应致力于提升生产效率、生活便利，优化社会资源分配，把安全、公平、向善的理念深深嵌入AI的应用导向之中。

以“辨疾”的方式善管AI。当人类创造出前所未有的智能工具，就必须增强风险意识。为这种工具明确法律红线与伦理底线，维护合理分配的正义，厘清人与工具的边界，从源头规避造假、侵权等风险，才能让AI创新不跑偏、发展不失度，真正赋能社会进步。

确保AI始终释放正能量，我们就能多听到《过来人》这样动人心弦的歌，少遭遇“窃脸人”这样令人糟心的烦。 来源：人民日报

■画中话



近日，郑州马拉松赛道上，一名男选手用绳子将自己与9岁孩子的腰部系在一起跑马拉松。组委会已对该选手作出处罚，取消其成绩并禁赛三年。

未成年人正处于骨骼发育阶段，并不适合跑马拉松。赛事规程明确要求参赛年龄满20周岁，“半马”也得16岁以上。教育要遵循儿童身心发展的规律，不能打着“锻炼孩子”的旗号，强行把孩子拉上高强度赛道。这不是强健体魄，而是揠苗助长。张双双 文/杜慧 图

筑牢儿童电子产品“防火墙”

□ 南枝

近日，“小天才手表封闭社交生态被质疑”冲上热搜，引发不少家长共鸣。儿童手表本来是用来定位、通话、紧急求助的护娃工具，如今却慢慢变了味，封闭社交圈、点赞攀比、各类小游戏扎堆，让家长头疼不已。

从市场上来看，不只儿童手表，很多面向孩子的电子产品逐渐背离初衷。如很多儿童照相机里植入游戏、音乐等功能，把简单的工具化产品做成了迷你游戏机或者手机。孩子一旦沉迷其中，还会产生攀比心理，如若遭遇不良信息等风险，本该守护安全的设备，反倒成为安全隐患。

要给儿童电子产品筑牢“防火墙”，还需多方发力。企业要守住底线，做好电子产品的基本功能设置，砍掉不必要的娱乐社交功能，打通合理的安全管控；监管部门更要细化标准，划定功能红线，堵住安全漏洞；当然，作为监护人，家长也要当好把关人，引导孩子分清工具和玩具。

儿童电子产品的核心是守护成长，而不是利益收割。所以，各方必须协同发力，守住利益边界，才能让儿童电子产品回归安全本源，给孩子一片干净清朗的数字空间。 来源：汴梁晚报

“二手”公文包照见“一流”好作风

□ 曹灿辉

一个旧包，掂不出多重，却照得见一个机关单位的作风成色。

据《解放军报》报道，近日，某单位一场专业骨干集训如期举行，参训人员在会议室门口领取公文包时，发现刚拿到手的包有使用痕迹，环顾四周才发现大家领的都是旧包。工作人员解释：“本次集训不发新公文包，统一领用旧包。集训结束后，旧包归还，下次再用。”

单个公文包花不了几个钱，可年年集训、场场会议，逢场便发，日积月累，柜底难免压下一摞摞用不上的包。在一些人看来，钱是公家的，浪费起来不心疼，实则是“图省事、讲排场”的惯性思维在作祟，是粗放管理在花钱上露了馅。

发新包，撑的是场面；领旧包，立的是规矩。公家的钱，该花的不能省，能省的绝不乱花。这不是“没苦硬吃”，更不是寒碜，而是把每一分钱用在刀刃上——集训该保障的器材、教学一样不少，省下的正是重复购置的无谓支出。

近年来，类似做法正由个别走向普遍。各地“公物仓”把闲置的桌椅、电脑、投影仪等调剂流转、循环使用，还有食堂里的“光盘行动”等。桩桩件件都在提醒：节俭不是一时之举，是习惯、是制度、更是自觉。作风好不好，嘴上说了不算，得看手里怎么做。

包虽旧，照见的是厉行节约的新风尚，承载的是为民务实的大情怀。当“过紧日子”从口号变成行动，从制度变成习惯，我们就能把更多资源用在发展紧要处、民生急需上。 来源：湖南日报