两河漫话

与其粗暴断网，不如唤醒成长内驱力

□ 侯莎莎

针对“校园网夜间12点断网”的问题，近日，安徽一大学在《信息化服务高频问题回复》中称，这一举措是从学校整体管理和学生健康的角度出发，过度使用网络会影响学生睡眠质量，进而影响第二天的精神状态和学习效率。这条回复引发网友关注。

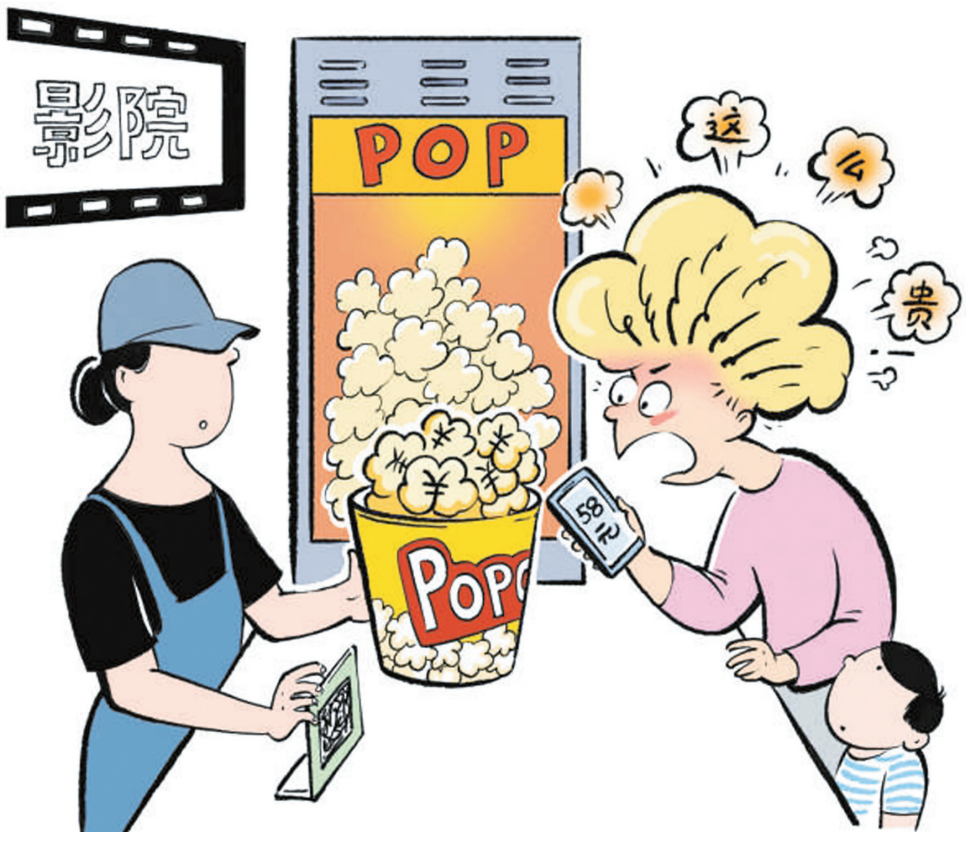
在大学校园中，关于“夜间断网”的讨论备受关注。这一措施旨在规范学生的作息时间，保障学生的学习效率和生活质量。一方面，“夜间断网”有助于督促学生养成良好的作息习惯，避免发生沉迷网络、睡眠不足等问题。另一方面，“夜间断网”也能减少学生因在夜间过度使用网络而引发的心理问题。

然而，这一政策也存在争议。首先，不利于培养学生的自主管理能力。大学生作为成年人，应享有自主管理个人生活的权利，包括何时使用网络。“夜间断网”在一定程度上限制了学生的自由，容易引发学生的不满。其次，“夜间断网”的效果有待商榷。比如，有些学生可能会通过购买流量包的方式绕过学校的网络限制。此外，对于一些急需完成课程作业、确有上网需求的学生，“夜间断网”会给他们带来不便。

事实上，不少世界一流大学都是提供全天候网络服务的。不但如此，这些大学还有通宵实验室、通宵图书馆，服务于有不同学习、研究需要的学生。与其粗暴断网，学校不如综合考虑“夜间断网”措施的利与弊，促使大学生加强自我教育与自我管理。学校应加强对学生作息习惯的引导和教育，通过宣传教育、心理咨询等方式，帮助学生养成良好的作息习惯；应做好生涯规划教育工作，帮助学生制定明确的校园学习、生活规划；应尊重学生的个性化需求，在保障学生基本权益的前提下，灵活调整网络使用政策，为学生提供便利服务。

总之，是否实施“夜间断网”措施，需要学校在保障学生权益和促进学生自我管理之间找到平衡点，只有这样，才能真正实现教育的目的，培养出自律上进、有责任感和行动力的人才。

画里画外



“爆”价 近日，中消协点名电影院“零食刺客”。有消费者反映电影院所售爆米花的价格高得离谱，买两份爆米花和两份可乐就要花160元。有影城公布的业务数据显示，最赚钱的就是爆米花，占卖品利润的70%以上。影院可以借爆米花创收，但如此之贵，就有点“变味”了。 文/图 李嘉 摘自《北京晚报》

有一说一

文明养犬要拴牢法治之“绳”

□ 张颖

“恶犬伤人”现象近年来备受舆论关注。近日，河南南阳一名3岁男童在玩耍时被犬只攻击咬成重伤，最终抢救无效不幸离世。这样的惨痛“事故”，再次给犬只管理和养犬文明敲响了警钟。

当前，养宠物已经成为人们生活的一部分，很多人更是把狗当成了家庭中的一员。然而，生活中因为养犬而导致的矛盾纠纷屡见不鲜，尤其是屡屡发生的恶犬伤人事件，每每刺激着公众的神经。“遛狗不拴绳的，直接没收狗”“凡是不文明养狗的都要重罚”……物议沸腾，可见不文明养犬行为带来的负面效应。

解决养犬带来的社会问题，不仅需要提高养犬人的道德素质，强化养犬行为自律，更需要加强对养犬人的法律约束。

文明养犬要在加强监管上下功夫。养犬的底线是“不得损害社会公共利益和他人合法权益”，近年来全国多地都制定出台了犬只管理条例或管理办法，规定不得饲养烈性犬、要控制或者制止犬只吠叫、不得遗弃虐待所饲养的犬只等，不少小区宣传栏或电梯内外均贴有文明养犬的宣传提示，但遛狗不拴绳、不办狗证、随意弃养、违规养禁养犬的情况仍不鲜见，而且缺乏有效监管。虽然各地不时进行犬只集中整治运动，但往往流于形式，标本均不能治。当然，实现监管执法全覆盖，单靠有关部门的力量显然不够，还应建立健全“互联网+监督”等方式，发挥社会监督作用，动员更多人加入文明养犬的宣传教育和监督队伍中来，共同织密文明养犬监督网。

文明养犬要拴牢法治之“绳”。对违法养犬行为应公布处罚裁量标准，明确由什么部门来处罚、如何处罚，界定好各部门的主体责任范围，在事件的处置上体现出一致性、协调性、及时性和可操作性，以更加严格的法律措施对危险动物的饲养与管理行为进行约束，提升对不文明养犬行为的威慑力。对于知法犯法的养犬人，主管部门应加强执法力度，让违法养犬要承担民事责任甚至刑事责任这个意识深入人心。

烈犬伤人事件屡屡发生，让人心痛。我们需要善待动物，但更要将人的安全放在首位，加强养犬行为规范，强化法律约束。养犬人不但要有爱心，更要做到文明守法，时刻抓紧手中的狗绳。社会公众如果遭遇恶犬袭击，也要及时报警维护自身合法权益。如此，才能为公众提供更多的安全保障。

『留量』密码从何而来

□ 张英东

一边拍照打卡，一边盖章留念……今年“5·20”前后，青岛新晋“网红”景点——小红楼美术馆里，许多年轻人纷纷加入“盖帮”，留下关于青岛的美好回忆。

如何吸引游客、留住游客，是地方文旅产业发展的“必答题”。如果说，美丽的海滨景色为青岛带来了源源不断的“流量”，那么，别具一格的“盖章”互动体验则为青岛收获了难能可贵的“留量”。

长期以来，一些文旅项目和景区热衷于打造“网红”景点，通过营销造势迅速聚集人气，短期内实现游客数量的爆发式增长。然而，这种单一追求“流量”的文旅发展模式往往忽略了文化内涵的挖掘和旅游体验的深度，导致“昙花一现”的现象频发。

与“流量”相比，“留量”更侧重于游客的复游率、口碑传播以及消费转化能力。重视“留量”，意味着不仅要吸引游客前来，更重要的是要让他们愿意留下、愿意再来，甚至成为自发的宣传者。这就要求文旅产业在规划与运营中，必须注重内容创新、服务质量、文化深度和情感链接，以满足游客的多元化需求。

优质的文旅产品是吸引“留量”的核心。不同于“流量”导向的快餐式消费，富含文化底蕴、创新体验的项目能激发游客深层次的情感共鸣，如故宫博物院的数字展陈、乌镇的戏剧节、小红楼美术馆的盖章打卡等，都是通过内容创新实现了从“流量”到“留量”的转变。

优质的旅游体验不仅仅体现在硬件设施上，更在于细致入微的服务。从智慧导览、个性化定制到人性化关怀，每一处细节都能成为留住游客的关键。

文化是文旅产业的灵魂。深度挖掘地域文化特色，将其融入旅游产品的设计与推广中，不仅能够丰富旅游体验，还能增强游客的文化认同感，从而提升“留量”。如西安的大唐不夜城，通过重现唐朝文化场景，成功吸引了全球目光，实现了文化的传承与活化。

诚然，在文旅产业的发展过程中，“流量”与“留量”并非孤立存在，而是相互关联、相互促进的。文旅产业的发展既要重“流量”，更要重“留量”。只有实现了“流量”与“留量”的良性互动，才能推动文旅产业的可持续发展，为经济的高质量发展注入新的活力。