



不怕“骑驴找马”，就怕游手好闲

□ 李丽

近日，听朋友讲，她的侄子今年研考又没上岸，整日闭门不出。其侄子本科毕业三年了，压根儿没工作一天，一直在备考的路上，如今已是“四战”了。朋友哥哥工资也不高，但每个月还要给他3000元的生活费，供他的衣食住行。侄子的生活很“规律”，早上睡到八九点才起床，上午看一会儿书，中午吃饭叫外卖；下午除了刷手机打游戏就是睡觉；晚上复习两个小时，9点买宵夜，然后开始看球，一直到12点多才睡觉。听到这种情况，笔者就想劝这个孩子和孩子的家

长，放下考研的执念，想提升自己的话，不妨在社会这所大学去提升历练，找个工作先养活自己，如果不满意再“骑驴找马”，这样总比游手好闲强。

本科毕业能顺利考上研究生，甚至读到博士、博士后，在普通人眼中，这些人都是别人家的孩子。但光鲜亮丽的背后，却是常人无法体会的辛苦。有在风雨中去图书馆的奔波，有在家中绞尽脑汁的昼夜苦读，当然也有凭聪慧天资轻松考上的，但这毕竟是少数人。从朋友口中，笔者只听到了“恨不得抽他两巴掌”恨铁不成钢的气愤，却丝毫看不到侄子努力的身影。这不免让人想起“逃避式备考”——有些

大学生毕业之后不愿面对现实，以备考之名蛰伏，这也成为当前就业形势催生出来的一种新型“啃老”形态。

纵观那些迟迟不愿就业的年轻人，父母的一味纵容也对他们逃避现实起到了推波助澜的作用。现在的孩子，多数不再为吃喝发愁，有的即便不上班，在父母的支持下也有得吃有得喝有得花，殊不知这样安逸的生活却是在消磨年轻人的斗志。像朋友侄子这样，沉迷于无休止的备考，在父母的庇护下虚度光阴，不仅辜负了青春，更错过了成长的机会。父母必须狠下心来为这样的年轻人断供，就像鸟妈妈逼着初飞的小鸟儿外出

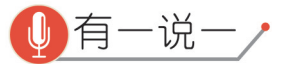
觅食一样，锻炼其生存本领，让其能够翱翔于更广阔的天空。

每年的毕业季，都有数以百万计的年轻人面临前所未有的选择焦虑。在理想与现实的碰撞中，“骑驴找马”不失为一种求职策略，它看似不够完美，却能让年轻人在社会大熔炉中学习为人处世之道，锻炼解决问题的能力，塑造坚韧的品格。请相信，任何工作都是成长的阶梯，董明珠、马云等一批成功企业家的职场经历就是有力佐证。愿每位在职场门口徘徊的人都能找到那匹属于自己的“马”，骑乘着它，紧盯目标，勇往直前。只有这样，才能迎来真正的成长与蜕变。



《哪吒2》升至全球影史票房榜第六，继续加油！

徐民 作



□ 李霞

“小卖部部分产品不仅没回归原价，还涨价了”“一下雨就堵车”“中午睡不好”……近日，云南省石屏县第一中学在校园设置了一面“吐槽墙”，供学生提意见。校长带着学校管理层在“吐槽墙”前现场开会办公，能现场解决的，立马安排人解决；不能现场解决的，拿出方案和计划；对不合适的意见，耐心向学生解释。

从“校长信箱”到“老师悄悄话信箱”，再到“吐槽墙”，体现了校方俯下身子和学生平等对话的过程；学生大胆“吐槽”，更是出于对学校的信任。“吐槽墙”好在既公开又匿名，打破了学校管理的传统模式。学生有更多机会主动参与学校事务，增强了与学校之间的交流，增进了对学校的信任。校方现场办公，给了学生最直接有效的回馈，提升了管理效率和透明度，更推动了“吐槽墙”机制的良性循环。

近年来，学校精细化管理、主动倾听学生心声的例子不在少数。从小学里的红领巾议事厅，鼓励学生积极“履职”；到推出中学学生自主管理机制，以孩子视角助推学校建设；再到高校公布校长手机号、邮箱等，推动学生做学校的主人……不难看出，无论面对的是大朋友还是小孩子，校方都越来越倾向于站在学生的角度去思考问题，进而跳出成年人视角、跳出自上而下的管理模式，鼓励学生从被动管理走向主动参与，共同建设一所学生喜欢的学校。

学生自然要听老师和学校的话，学校和老师也该听听学生的话。听学生的话不仅不丢人，反而更能增加老师和学校的威信。相互尊重、互相倾听，槽点自然越来越少。据《北京晚报》

中学『吐槽墙』，也是信任墙



警惕“量子”噱头背后的科技信任危机

□ 刘庆功

近年来，量子一词频频出现在大众视野，从量子计算到量子通信，这些高精尖的科技成果令人振奋。然而，令人担忧的是，量子这一科技名词或许成为了商家营销的噱头。据央广网3月2日报道，当前，购物平台上充斥着大量打着量子旗号的产品，而这些产品本质上与量子并没有什么关系。这种操作无非是商家借量子之名谋取不正当利益的手段。

央广网的报道揭露了多个典型案例。例如，一款名为“量子能量仓”的产品，宣称将生活中的醋、酱油等液体放进去，会给产品赋能。不过专家表示，其原理只是简单的激光加热，与量子科技毫无关系。类似的产品还有“量子笔”“量子美容仪”“量子袜子”“量子鞋垫”等，它们利用消费者对科技的崇拜心理，通过虚假宣传获取不正当利益。

这些伪科技产品的泛滥，不仅损害了消费者权益，更侵蚀了公众对科学的信任，甚至可能阻碍科技本身的健康发展。它们扰乱了市场秩序，挤压了真正高科技企业的生存空间，导致资源错配，让消费者把钱花在了毫无价值的伪“量子”产品上，而不是投入到真正有科技含量、能推动社会发展的高科技产品和服务中。此外，它们还扭曲了公众的科学认知，助长了伪科学的传播，阻碍了科学素养的提升。

这种乱象的根源在于科学精神与商业利益的失衡。科学精神是追求真理的，强调理性、实证和批判性思维；而商业利益则追求利润，有时不惜夸大其词，甚至制造虚假概念。当后者凌驾于前者之上，科技便沦为一种营销工具，而非探索真理的途径。这种失衡的背后，是科学传播的缺位、监管的滞后以及公众科学素养的不足。

要遏制这种乱象，需要政府、企业、媒体和公众共同努力。政府应加强监管，严厉打击虚假宣传和伪科学产品，维护市场秩序。媒体和科普机构应加大科普力度，用通俗易懂的语言向公众解释科技原理，揭穿伪科学的面具。企业应坚守诚信底线，避免利用科技名词进行虚假宣传。公众也应提高科学素养，不盲目追捧科技概念，对夸大宣传的产品保持警惕。

科技发展日新月异，我们既要拥抱科技带来的便利，也要警惕借科技之名行欺诈之实的乱象滋生。让我们齐心协力，彻底清除那些打着科技旗号，滥用“量子”概念、炮制虚假宣传来谋取不正当利益的不良行为，用科学的态度看待生活中的科技产品，让科学精神真正融入我们的生活，成为指引我们前行的明灯。