

大熊猫谣言为何频频出现？

李佳慧



近日，在韩国出生的大熊猫“福宝”回到国内，按照要求进行检疫隔离，而在这一事件内，谣言不止，舆情不断，多次上热搜的“顶流”熊猫其实展现着大熊猫辟谣和科普的困难。

“福宝”是2020年首只在韩国自然繁育诞生的大熊猫，是旅韩大熊猫夫妇“爱宝”“乐宝”的第一胎熊猫宝宝。从出生起，由于可爱的长相，福宝赢得了中韩众多民众的喜爱。今年4月，由于规定，福宝踏上了归国之路，并进行了两个多月的隔离检疫，近日，中国大熊猫保护研究中心消息公布，“福宝”将于6月12日正式与公众见面。

从归国到展出，短短两个月时间内，热搜不断，展示着“顶流”熊猫的热度，但有关于“虐待”的谣言也不止，为此大熊猫保护中心一次次发布消息辟谣，表明福宝状况良好，并没有遭受“虐待”，但还是引发网友争吵，甚至出现“魔怔”言论。在此之前，日本出生的“香香”，美国出生的“小奇迹”都遭受了不同程度的谣言风波，让人不禁发问，关于大熊猫的谣言为何如此之多？辟谣之路为何如此艰辛？

谣言不止，其实是人们对相关知识的薄弱导致的。大熊猫属于我国独有的物种，虽然它们已经在地球上生存了百万年，但有关熊猫的认知其实还在探索的阶段，尤其是对于圈养的大熊猫。吃什么食物、有什么样的行为，除了大熊猫物种固定的习性之外，不同的熊猫也会有自己的性格。在圈养的环境

下，一些熊猫亲人，一些熊猫更独立，有熊猫爱吃胡萝卜，有熊猫不爱窝窝头这些现象都是正常的。但在不了解的时候，可能会觉得“把一只熊猫放在一个院子里太孤独了”或者“为什么不给它们很多竹笋和苹果”之类的疑问，但其实成年大熊猫喜欢独居，对于食物也有科学的饲养规定。

在大熊猫身上，人们也总是有“是猫还是熊”的疑问，其憨态可掬的形象，以及以竹子为食的习性，还有媒体对于大熊猫“可爱”形象的宣传，总是让人忘记它们的“熊”的属性，其实过去也出现过熊猫伤人的事件。这些科普宣传的不到位甚至是有偏向都影响了大众对于大熊猫的认知，导致在事件发生时和人们的认知有区别，谣言四起。

相关机构对信息发布的滞后也导致了谣言不止的情况。大熊猫“香香”回国隔离检疫，由于性格敏感不适应未展出长达八个月，在这期间对于“香香”的状况猜测万分，但都没有具体的回应，直至最终“香香”展出，央视的纪录片播出，才彻底破除了有关的谣言。

这一次大熊猫研究保护中心吸取经验教训，一开始便公开“福宝”状况，虽然有限但也回应及时，后期谣言不止更是加大力度，视频图片有关情况公布频繁，尽管这一方法没有彻底消除谣言，但在一定程度上制止了谣言的进一步传播和扩大。也提示相关部门在其他信息当中，也可以吸收一些经验，以便更好的应对此类事件。

谣言不止还是有受到流量的驱使，一些自媒体博主为了博取流量推波助澜。在大熊猫开始爆火时，越来越多的自媒体博主加入到了这一赛道中来，一些博主为不能

去到现场的网友分享每日拍到的熊猫，还有现场的直播，都为屏幕前的观众带去了快乐。但也有一些博主为了获取流量，用图片编造信息，传播错误知识，刻意引起对立。

在“福宝”隔离期间，大量非展区的视频和图片被爆出，甚至引发了国外网友的关注，后大熊猫保护研究中心发文不是工作人员偷拍，已经报警处理。6月9日，根据通报，是有博主长期利用民宿阳台，基地周围高地等对隔离检疫区、办公科研楼、繁育园等非展区进行直播，严重干扰了基地管理安全秩序，目前已被列入终身禁止入园的名单。

这些行为让人感到震惊，但对大熊猫的不理智“追星”行为甚是猖狂，互联网的发展和喜爱者圈层化向“粉丝”发展，大熊猫已经不再像过去是动物园可爱的动物一样管理，甚至在大熊猫作为中外文化交流的使者开始，它们便被赋予不同的意义，需要相关的管理者更在乎舆论对于大众、对大熊猫的影响，也要注重向大众普及有关于大熊猫的知识，在对物种的探索中一起更新信息，了解大熊猫。

当然，身为喜爱大熊猫的观众，除了感叹它们的可爱，也应该积极加入对它们的保护当中来。大熊猫作为我国的国宝，在对外交流中发挥了不可磨灭的作用。同时，在许多人的共同努力下，大熊猫栖息地得到有效保护，大熊猫野外种族安全和发展得到保障，2024年，大熊猫野外总量增长到近1900只，也从“濒危”调整为“易危”。对大熊猫相关信息的了解，能有效识别大熊猫相关的信息真伪，及时判断谣言，避免对大熊猫及相关的人员造成伤害，也能造就更好的网络环境。

充分发挥消费券 “四两拨千斤”效应

徐剑锋

5月31日，安庆市消费品以旧换新暨2024年安庆市惠民消费券发放新闻发布会召开。今年，我市消费券发放总资金规模将达1.2亿。其中，商贸类消费券为1.02亿元，文旅消费券为1920万元。6月6日上午，城区首批500万惠民消费券发放活动将启动，包括200万元汽车消费券，100万元家电消费券、100万元餐饮消费券和100万元商超百货消费券。

(6月3日《安庆晚报》)

消费券的杠杆效应“看得见、摸得着”，对释放消费潜力、促进经济增长起着“四两拨千斤”的积极作用。

前阶段我市举办的一系列促消费活动成效明显，促进了消费市场持续恢复、消费需求稳步释放。在此基础上，我市再发放1.2亿元消费券，在促进“内循环经济”上实现了新的“一跃而起”。以单笔消费满额送券抵扣的方式让利于民，鼓励人们积极消费，带来的是一系列良性反应。可以说，消费券刺激的是消费，提振的是信心，推动上下游、产供销有机衔接，能带动整个经济链条活起来，稳就业、稳收入、稳增长就有了底气。

发放消费券利市利民，要想起到“短平快”的“乘数效应”，既要在消费券的顶层设计和精准发放上下功夫，更要在提升消费者的美好消费体验上见实效。一方面要推动消费市场提质，以满足消费者多样化、个性化、品质化的消费需求为目标，整合平台资源和流量，进一步完善优质供给，丰富营销策略，用更加新颖、更具吸引力的方式推动消费领域的供给侧改革。另一方面要丰富消费场景，围绕“商旅文、游购娱、吃住行”各环节的全域消费盛宴，找准新消费的“风口”，以节会展会、夜间经济、地标打造等为抓手，进一步创新商业模式，优化消费业态，更好打造安庆特色消费品牌，激活市场。

做好消费券的“后半篇文章”，还得在营造良好消费环境上加把劲。当下而言，既要在打折让利上实打实，也要在消费体验上贴心，还要在保障权益上硬碰硬。说到底，就是要拿出诚意、提升服务、优化环境，让消费者能消费、愿消费、敢消费。

一言以蔽之，消费券正有效促进消费回补、潜力释放，也加速推动着安庆经济向好、行稳致远。把人气聚起来、将商气汇起来，加码消费、转型消费、升级消费，安庆一定会焕发新的生机与活力。

隔屏守护



据《北京晚报》6月11日报道，如今，通过智能摄像头与家中长辈沟通、交流，成为很多子女照看老人的一种新方式。智能摄像头不仅能够实时查看老人的起居状态，还可以和老人对话，帮老人放电视剧、播戏曲……不过，在智能摄像头带来便捷的同时，一些处在摄像头下的老人却觉得不太自在，自己干什么事仿佛都在被人盯着。

(作者:王铎)

