

城事开讲 · 温度PK台

学习困难门诊火热 是科学“导航”还是焦虑“外包”？

茶楼

2026年2月8日
星期日
责编 吴大海
美编 温亮
校对 黄文波

焦虑家长挂号退号又挂号

广州市天河区的李女士最近终于给儿子洋洋(化名)预约了某三甲医院的学习困难门诊,这是她一年来第二次尝试挂号。“去年就有老师建议带他看看学习困难门诊,我挂了号,又怕孩子被贴上标签,半夜偷偷把号退了。”李女士说。

上幼儿园时,洋洋就常常被老师反馈上课坐不住;进入小学二年级,学习问题愈发明显,“上课讲过的內容没印象,做题不懂方法,怎么说都没用。”李女士无奈道,每天下班后辅导

导儿子做作业都很煎熬,“开个铅笔盒都要几分钟,很难进入状态”。寒假来临,李女士被推送大量关于学习困难、注意力缺陷多动障碍(ADHD)的信息,焦虑骤然加剧,最终决定挂号,带洋洋去看看。

像李女士一样,一些家长转向专业门诊、试图寻找答案;但多数家长心里仍有疑问:学习困难,真的是一种“病”?门诊提供的,究竟是科学成长的“导航”,还是又一个被焦虑驱动的消费符号?

我国约一成儿童正受相关困扰

记者梳理发现,随着近年来全社会对儿童发展的重视和教育水平提升,学习困难逐渐成为公共卫生议题。

北京儿童医院是我国最早一批开设儿童心理门诊的三甲医院,其于2024年6月单独分出“拒绝上学门诊”,开设10个月接诊近万人次。在广州,不少三甲医院也已开

设学习困难相关门诊,如广东省中医院、广州市妇女儿童医疗中心、广州医科大学附属脑科医院、广州医科大学附属第二医院;中山大学附属第三医院儿童发育行为中心、广州红十字会医院言语与注意力康复中心也提供相应的诊疗咨询服务。

去年,首都医科大学附属首都

儿童医学中心保健中心牵头发布的《学习困难门诊规范化建设专家共识》指出,学习困难并非疾病诊断,而是一类症候群,表现为儿童学业表现长期、持续、显著落后于同龄同年级水平(通常低于平均水平的两个标准差)。数据显示,我国约10%的儿童受此困扰。

学习困难是“不能”还是“不愿”?

“单纯将学习困难诊室理解为提升分数的‘速成班’是不科学的。”一位临床专家表示,该类门诊的核心在于厘清一个问题:孩子的学习挑战,究竟是源于生理神经发育的“不能”,还是心理环境因素导致的“不愿”或“不会”?

记者走访发现,此类门诊通常

为精神心理科医生、儿童发育行为医生出诊,主要通过系统的访谈、标准化的评估量表和必要的医学检查进行分诊。据介绍,部分孩子的困难源于神经发育性障碍,最为常见的是ADHD。这些孩子的大脑发育存在客观困难,可以通过行为训练、环境调整、药物

帮助来改善注意力管理和行为控制。

另外,相当一部分“学习困难”孩童,可能受情绪问题、不当的家庭教育方式、社交压力等影响。对这类情况,门诊的意义在于找到具体的干预方向,如情绪支持、家庭沟通调整或学习方法指导。

在“医学化”与“教育支持”间找平衡

“学习困难门诊”的火爆也引发思考:这是否在将教育问题过度“医学化”?去年7月,国家卫生健康委等三部门印发的《关于规范医疗机构门诊名称管理工作的通知》指出,特色门诊不得使用违背社会主义核心价值观、违反公序良俗、标新立异、容易引发社会焦虑和争议的名称。

“很多时候我们发现,需要‘干

预’的反而是家长的认知和情绪。”一位临床专家举例,曾有一位毕业于国内顶尖大学的父亲带着孩子来门诊,孩子成绩不佳、擅长乐器,但家长还是期待孩子能与自己上同一所大学。“我们应该尊重神经多样性,尽量基于孩子独特的优势来培养。”专家表示,实行干预,实际上是为了帮助家长建立合理期望。

学习困难门诊的存在,正尝试构建一个关键的“家-校-医”协同枢纽:医生出具专业评估报告,为学校老师提供参考依据;学校的观察也能通过这一通道及时转介至专业机构。然而,如何不让门诊成为焦虑的“出口”,而真正成为解决问题的起点?诊室外的思考,或许比室内的诊断更重要。

服务生硬嫁接,把严肃的生育议题娱乐化、低俗化。当“怀孕”被当作可以随意“快递”的商品,当女性的尊严在公共空间被消解为“梗”,这种所谓的“创意”就已偏离了幽默的轨道,滑向了低俗营销的泥潭。

更值得警惕的是,这种谐音梗营销并非个例。从“HUAWEI”笔记本电脑增华为热度,到各类“山寨”品牌借知名商标“搭便车”,一些商家总想通过“蹭热点”“玩擦边”来博取流量、赚取利润。他们打着“创意表达”的幌子,行侵权之实,甚至将“侵权”包装成“网络文化”,试图模糊法律边界。殊不知,这种投机取巧的行为,不仅损害了企业

的品牌形象,更污染了公共空间的清朗环境。

法律从不惯着侵权者。《中华人民共和国商标法》明确规定,复制、摹仿或者翻译他人已经在中国注册的驰名商标,误导公众,致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的,不予注册并禁止使用。此次法院判决不仅维护了顺丰公司的合法权益,更厘清了创意与侵权、幽默与低俗的边界。它向全社会传递了一个明确信号:玩梗不能越法律红线,营销不能失道德底线。

事实上,真正的创意,从来不是靠“蹭热度”“玩擦边”来实现的。那些能够经得起时间考验的品牌,靠的是

产品、服务与创新,而非投机取巧。而那些试图通过低俗营销博眼球的商家,最终只会落得“赔了夫人又折兵”的下场。

“顺丰速孕”案的判决,不仅是一堂生动的法治教育课,更是一次对公共价值观的有力捍卫。它提醒我们在网络空间和现实生活中,每个人都应自觉抵制低俗、恶俗的营销行为,共同维护清朗的网络环境和健康的市场秩序。毕竟,幽默可以有,但底线不能无;创意可以有,但法律不能违。

□陈松

飞饼专家唔出奇,飞饼专家认定就太求其!
——湖南两名印度飞饼师傅被认定为外籍专家,发放千元补贴
唔出奇:不奇怪 求其:随便

惊天骇闻擎能多,金字塔尖人成魔。

——爱波斯坦案文件牵出更多欧美政商名流,特朗普、前总统克林顿、英国国王查尔斯三世的弟弟安德鲁等均与爱波斯坦存在关联
擎能:牵涉

(戚耀琪)



美术馆是做什么的?



文化,似乎无时无刻不包围着我们,但又总是让我们感觉到与它的关系最疏远,最可有可无。有的家庭挂满了画、堆满了书,有的家庭没有一张画,书也只是孩子上学用的课本,日子也照样过。在这个所谓信息发达的时代,我们不能这样去定义文化,也不能认为那些可有可无的事情才是文化,而是要善于发掘现实生活中具有精神作用的成分,比如机智与幽默的对话、懂得欣赏自然的美和化解危机等,这些都是文化的内在体现,若将这些成分加以描述和表现,那就成了文化产品,如小说、电影和绘画。

输出和传播这些文化产品的机构造就了它所需要的职业和空间,如出版社、电影院、剧场和美术馆等,但似乎只有美术馆才显示出文化所追求的大众化和公益性。一般来说,进入公立美术馆,人们不需要支付任何费用就可以欣赏美术作品,这并不是说展出这些作品不需要成本,而是国家或公益机构承担了所有的成本。所以,从这个角度看美术馆,尽管它也像电影院和剧场一样给人们提供了愉悦的条件,但它从未自认为属于娱乐领域,报纸电视也从未将艺术家作为观众娱乐的对象。不过,要是说娱乐之外的文化必然带有更强的思想性,美术作品却是从来不敢在深度上跟哲学和历史学相比,有时这部分程度略微多那么一点点,观众就会表示看不懂,而艺术家也自觉不能离开直觉去谈哲学和历史,他们不得不多少放一些深刻的东西在里面,似

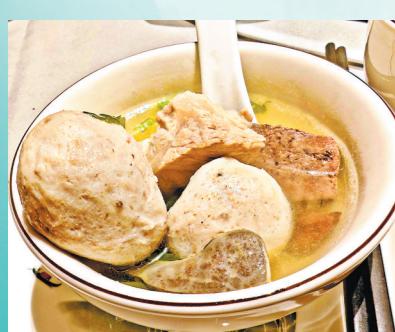
陈侗

乎也只是为了证明自己从事的不是娱乐工作,或者对这工作的定位就是处于娱乐与思想之间,一切取决于人们进入观看后的反应。

越来越多的美术馆出现在人们的眼前,但真正关心和思考艺术的人却未见得增多。人们走进美术馆好像是因为只需要凭一张身份证件(有时甚至不需要),而美术馆也以观众的数量来衡量工作的成效,如果观众人山人海,展出就是成功的,反之则不成功,这与电影院在乎票房是同样的逻辑。在电影院里,有人在座椅上睡觉,但似乎没有人将电影院作为打卡之地,这或许是电影院除了银幕上的影像,其余的东西都是标准化的;美术馆从什么时候开始成为打卡之地的?是因为艺术家们自己带头在作品前照相引起的吗?或者是不同的作品犹如一块块不同的背景板,能让人站在前面产生不同的视觉效果?这件事情背后的逻辑还真值得好好研究一番。不管怎样,艺术家们在美术馆展出自己的作品与观众看待这些作品,同一件事情有着不同的起因和目的。现在,艺术家越来越多,观众也越来越多,这在总体上对于文化发展是有利的,如果我们不深究的话,任何表面就是它的实质——作品就是供人观看;而一旦深究,或者只有通过深究,艺术的大众作用才可能真正发挥出来,这就不是美术馆和艺术家单方面的职责,而将成为全社会都要思考和配合的事情。

讲饮讲食

家附近有家好餐厅是何等幸福



美味的全猪汤

亲友聚会会选择用餐地点,很多人会找离家近的餐厅。那些好吃、靠谱、开了很多年的店,冥冥中就如自家第二饭堂,店员和自己互相看着对方成长,大家熟门熟路,那种热乎劲儿无法用言语能表述清楚。家附近能拥有这样的餐厅,那是何等幸福……

我在羊城晚报工作到退休,从前在东风东路办公。很长一段时间,附近的农林下路向群饭店和东峻广

场旁的福仙来大盘菜都是我们的第二饭堂。

如今,向群饭店已搬离农林下,向群二代逐步接班,在近几年迅猛发展。其中一位二代主理人阿炜笑言,报社很多同事他都见过。当年那个扔下书包就奔走于陡峭小楼梯给大家上菜的小男孩,如今已成为高大帅气、谈吐得体的话事人。

而福仙来不知不觉也已开店31年,从我家走过去只要5分钟。它的

招牌菜有很多,此前,我们每次都必点各种大盘菜:虾酱通菜梗/豆角、酿豆腐、酸菜大肠、酸菜鱼头、酸菜鱼卜……价格实惠,即便放开肚皮吃也不肉疼,每道菜上来还滋滋冒烟,很有食欲。大家在那里一起喝酒、扯着嗓子大声说话,情绪、压力都得到最大限度的释放,那是我们的快乐时光。

当年,那里虽然很吵,但架不住吃得过瘾。吃完,头发、衣服都被渗入味,回家得赶紧洗头、洗澡、把衣服都换了。即便如此,没过多久,大家又想着再去。

日前,同样在附近办公的老友约我去那里小聚。原以为还是那个吃一顿全身臭三天、吵得要死的地方,于是挑了套最脏的衣服就出门了。结果,现在人家鸟枪换炮、旧貌换新颜,整个店面都很漂亮、时尚,还带点文化气息。原来福仙来把旧址对面原阿一鲍鱼的地方盘下来做餐厅

大堂,还有“私家电梯”直上,在东峻广场裙楼整了四层,上月底重新开业。

现在的菜品比以前精致多了,我们喜欢的招牌菜全部都在,价格依然亲民。他们家的客家菜做得非常地道,看得出,食材都是经过严选的:全猪汤、盐香鸡、蛋饺煲、芋头咸菜……样样都好吃。

邓伟东