

帮孩子找到正确的追星姿势

刘兵

近日,中央网信办微信公众号“网信中国”通报了“清朗·2023年暑期未成年人网络环境整治”专项行动第一批典型案例。通报显示,专项行动及时发现处置了诱导未成年人无底线追星等不良导向内容,坚决整治部分网络账号利用头像、简介等账号信息引流未成年人加入粉丝群组,组织诱导未成年人参与转发、点赞、签到等应援活动,炒作“现金花”“现金蛋糕”等奢侈应援礼物,以赠送明星演出视频等为噱头诱导违规打赏等行为,近期已累计关闭解散违规账号、群组1800余个。

近年来,关于青少年非理性追星的

新闻屡屡见诸媒体,刷量控评、互撕谩骂、恶意营销等追星乱象屡被诟病。偶像崇拜无可厚非,青少年以明星为偶像,可以汲取一些力量进而激发自身的努力和成长。然而,由于青少年群体身心尚不完全成熟,其在追星过程中容易出现价值观的偏差和行为的失控。

比如,一些青少年粉丝把追星作为生活的重心,狂热参与见面会及各种应援活动、频繁打赏艺人,这不仅会对其学业及生活造成影响,而且可能加重自身或其家庭的经济负担;一些青少年粉丝沉迷于想象中的“亲密关系”,将真情实感付诸偶像的虚拟人设,从而忽视了现实生活中的亲情、友情等。

更严重的是,青少年追星日趋“饭圈化”。从现场应援到打广告、顶数据,

越来越多青少年追星者已不满足于单纯的文化产品消费,其追星行为日益团伙化甚至职业化。诸如为明星花钱“打榜”、刷数据,为相关作品恶意评分等,极易超出社会公德和法律的边界,有的已经涉嫌造假、侵权等违法行为。

青少年追星日趋“饭圈化”背后,往往存在利用粉丝牟利的灰色产业链,青少年是其中最大的受害者——有媒体报道显示,不少在校学生互联网金融借贷案背后都藏着粉丝应援等追星行为,直播打赏类案件中很多涉案者都是未成年人。此外,在“粉丝后援会”筹措资金的过程中,相关主体的不当行为可能面临构成集资诈骗罪、诈骗罪及侵占罪等刑事法律风险。

引导青少年理性追星,需多方联

手。家长应认识到,孩子追星不是洪水猛兽,但须多留意孩子的心理变化,引导其多关注偶像的成长历程和优秀品格;学校也应正视孩子在特定阶段的个性特点、情感需求,既要建立科学的心理辅导机制,也要努力帮助孩子们提高审美素养、树立正确的价值观念;各类网络平台则应承担起相应的主体责任,为青少年营造健康向上的网络环境。

近年来,一些“饭圈”团体在为灾区捐款、资助农村留守儿童、援建乡村图书馆、关爱残障人士等公益项目上有不少作为,并带动更多社会人士参与其中。打造健康、正向的粉丝文化,让其驶入正确的价值航道,是追星的正确姿势,也会赢得社会的掌声和支持。

全力守护

近日,公安部交管局部署各地公安交管部门加强新学期学生交通安全管理工作,全力守护学生上下学交通安全。

新华社 朱慧卿 作



让“带娃出行”更轻松

林丽鹂

今夏,亲子家庭作为暑期出行主力,展现出了旺盛的旅游消费力。中国旅游研究院预测,在大中小学生放假最为集中的7至8月,国内旅游人数预计将达到13.31亿人次。某在线旅游平台数据显示,“遛娃”需求成为消费增长的新动力。随着二孩、三孩家庭的增多,不少家庭出游面临大娃要玩好,小娃要照顾好的情况,在交通、餐饮、住宿、娱乐等方面都有更多个性化的需求。

近年来,医疗卫生机构、商场、车站、机场、景区等公共场所加强母婴设施建设,成效初显,但仍有不少工作有待改进和完善。比如,部分公共交通设施只有自动扶梯,没有升降电梯,有的游客只好抱着娃、拎着婴儿推车上下楼;有些公共场所母婴室要么难找,要么缺乏维护保养;有儿童餐的餐厅仍然偏少;酒店提供的亲子套房价格较高……这些都让家庭“带

娃出行”很辛苦。

今年5月召开的二十届中央财经委员会第一次会议强调“推动建设生育友好型社会”。推动建设生育友好型社会是一项系统工程,需要政府、企业和社会各方面共同努力。这其中的一个落点,不妨从方便“带娃出行”着手。

要推动打造更友好的“带娃”公共环境。目前,我们身边的公共设施多数是为成人设计的,比如卫生间里洗手台太高、娃够不到,是比较常见的现象,适合小孩使用的迷你马桶更是少见。2021年国家发展改革委等部门发布《关于推进儿童友好城市建设的指导意见》,提出加强城市街区、社区、道路以及学校、医院、公园、公共图书馆、体育场所、绿地、公共交通等各类服务设施和场地适儿化改造。建设适合儿童的服务设施和标识标牌系统,推动公共场所建设母婴室、儿童厕位及洗手池、儿童休息活动区等。推动政策

落地,还需要各地各部门紧密配合,扎实行动,让老百姓身边“带娃出行”更方便的公共设施多起来。

要营造更友好的“带娃”消费环境。鼓励商家参与建设生育友好型社会绝不是让商家做赔本的买卖。近日,某面馆抓住亲子消费商机,不仅推出专业的儿童营养健康套餐,还在门店提供儿童游玩区,有店员给孩子们做气球玩偶,通过吸引孩子,聚起了家庭消费的人气,带动销售额快速增长。事实上,只有亲子服务供给多了,让出游的家庭真正享受到物有所值的亲子服务,才能刺激亲子消费持续增长。

让百姓“带娃出行”更轻松,需要“有形的手”和“无形的手”协同发力,既要发挥政府作用,更要尊重市场规律,充分把握亲子家庭出行需求,增加交通、餐饮、住宿、娱乐等各环节生育友好型服务的供给,让亲子出游更安全、便捷、温馨,不断满足人民对美好生活向往。

制造“视觉贫困”本质是卖惨营销

孔德淇

如果你经常上网,一定刷到过这样的视频或直播:祖孙二人住在破旧的小屋里,生活很凄惨;姐姐辍学,和弟弟在家天天吃土豆;女孩每天放学后捡瓶子,卖钱交学费……你可能感动得不行,甚至想过给他们捐点钱,或者购买视频或直播里正在卖的东西支持一下。这类视频和直播,揭示出网络上一种乱象,即虚假制造“视觉贫困”。

近日,四川省凉山州警方查获了多起制造“视觉贫困”的案例。这些视频和直播,并非反映真实的悲惨境况,而是有脚本有演员,从策划到营销,可谓处处皆套路,旨在博取同情、斩获流量并带货赚钱。

网络时代,直播带货想要吸引眼球扩大影响,本无可非议。但对流量的利用和追逐应当有底线,靠卖惨博同情卖货,太不厚道。这些虚假“视觉贫困”消费了公众的同情心,消耗了网友的善意,还会让不了解真相的人对脱贫成效产生怀疑,实则是对脱贫攻坚成果的抹黑。

这些“视觉贫困”谎言也给当地群众带来了持续的伤害。可以想象,这些博主为了带货,打着当地某种水果、蔬菜滞销的旗号,骗取网友下单购买,实际发出的却是外地货,导致真正的农特产品销路受阻。因此,举报发布“视觉贫困”谎言的博主,不仅是维护农户和广大网友权益,也是在捍卫真相和正义。

制造虚假贫困、刻意卖惨营销,不仅是一种网络乱象,更涉嫌虚假宣传和侵害消费者知情权、公平交易权,依法治理和打击势在必行。最近,多个短视频平台发布通知,打击卖惨带货、演戏炒作卖货等违规行为。相关部门也展开了清朗专项行动,严厉整治自媒体搭乘热点吸粉、制造热点追求流量变现等行为。一些拥有大量粉丝和影响力的博主已经受到行政拘留等处罚,一些涉及“视觉贫困”的账号也被关闭。

让那些“视觉贫困”的视频和直播不再继续招摇撞骗,网络平台要自觉承担起社会责任,强化用户监管和信息审核职责,综合运用大数据检索、人工筛查等手段,采取删除、限流、封号或禁入等措施,及时甄别并清除虚假摆拍、网络诈骗等行为。

消灭“视觉贫困”造假,还有赖于为乡村注入活力。巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴,才能真正斩断“视觉贫困”的造假逻辑和谎言基础。