

为未成年人构建清朗网络空间

丁恒情

作为我国出台的第一部专门性的未成年人网络保护综合立法,近日国务院公布的《未成年人网络保护条例》(以下简称《条例》)将于2024年1月1日起施行,重点就规范网络信息内容、保护个人信息、防治网络沉迷等作出规定。《条例》对于健全未成年人网络保护制度体系,构筑未成年人网络安全屏障,切实保障未成年人合法权益具有重要意义。

未成年人网络保护关系到国家的未来和民族的希望,也和亿万家庭幸福安康有着密切的联系。未成年人群体作为互联网时代的“原住民”,他们的生活和网络息息相关。根据统计,截至2023年6月,我国网民规模已达10.79亿,未成年网民规模已突破1.91亿。未成年人在通过网络丰富学习、生活空间的同时,也面临着违法和不良信息侵害、个人信息泄露、网络欺凌等诸多风险,为其筑牢网络安全防线刻不容缓。

我国历来高度重视未成年人的网络

保护。在推动《条例》出台的过程中,我国也在持续加强未成年人网络保护立法工作,不仅在网络安全法、个人信息保护法、未成年人保护法等多维度法律体系中,对未成年人网络合法权益予以重点保护,相关部门也出台了一系列规范网络市场、保护未成年人的规章和规范性文件。2017年实施的我国网络安全法第13条专门提出,“国家支持研究开发有利于未成年人健康成长的网络产品和服务,依法惩治利用网络从事危害未成年人身心健康的活动,为未成年人提供安全、健康的网络环境”;2020年修订的我国未成年人保护法增设“网络保护”专章,对网络保护理念、相关企业责任等作出全面规范;2021年实施的我国个人信息保护法第31条要求,个人信息处理者处理不满十四周岁未成年人个人信息的,应当取得其父母或其他监护人同意,应当制定专门的个人信息处理规则;等等。

此次发布的《条例》,作出了“任何组织和个人不得通过网络以文字、图片、音视频等形式,对未成年人实施侮辱、诽谤、

威胁或者恶意损害形象等网络欺凌行为”“网络服务提供者发现未成年人私密信息或者未成年人通过网络发布的个人信息中涉及私密信息的,应当及时提示,并采取停止传输等必要保护措施,防止信息扩散”等有针对性的规定,实现了对未成年人个人信息的贴心保护,体现了党和国家对未成年人成长成才的高度重视和亲切关怀,为未成年人在网络空间的健康成长提供了坚实的法治保障。

《条例》以严密的制度、严格的标准,构建了权责明确、保护有效、利用规范的未成年人个人信息处理和保护制度规则,必将从根本上净化未成年人网络环境,确保未成年人网络保护落到实处。“法必明,令必行”,良法美意只有以有力的贯彻执行为辅助,才能发挥出善治功效。以《条例》的出台为契机,相关部门要保持抓铁有痕的落实韧劲,增强对未成年人个人信息保护的主动性、自觉性,共同筑牢未成年人网络保护的“防火墙”,让“少年的你”在清朗的网络天空下自由翱翔。

以“龘”字为题眼 活用生僻字背后蕴含深意

杨维立

12月2日,中央广播电视总台正式发布甲辰龙年春晚的主题和主标识。专家认为,中央广电总台龙年春晚以“龙行龘龘,欣欣家国”为主题,有助于创新“思想+艺术+技术”融合传播,与全球华人相约除夕,共享一台精彩纷呈的文化盛宴。

央视春晚的主题和主标识一经发布,“龘字怎么读”立即冲上了热搜,很多人特意查了字典。据《康熙字典》记载,“龘”出自第一部楷书字典《玉篇》,音同“沓(dá)”。“龙行龘龘”形容龙腾飞的样子,昂扬而热烈,该主题引发了广大网友的共鸣。

随着“龘”这个字怎么读冲上热搜,汉字的推广与传播也再次成为人们热议的话题。汉字是世界上唯一持续使用至今的文字体系,《康熙字典》修订版共收录汉字达57557个,这些可爱的汉字铭刻着中华民族悠久的历史记忆,成为传承中华文明的重要载体和最具代表性的中华优秀传统文化标识。

我国《国家通用语言文字法》规定,国家推广普通话,推行规范汉字,公共服务行业以规范汉字为基本的服务用字。一撇一捺总关情,一横一竖传文脉。2024年央视春晚以“龘”字为题眼,活用生僻字,不仅用字贴切、生动,而且由此引发对“龘”字的关注和相关话题讨论,对推行规范汉字发挥积极作用。

在国家大力推行规范汉字的当下,如何根治“文字失语症”已成为一道亟待破解的课题。今年全国两会上,全国政协委员、中国社会科学院语言研究所研究员王灿龙表示:“无论是阅读还是写作,大多是零散的、即时的、碎片化和电子化问题比较严重。”就个体而言,一个人的文字应用能力不足,必将阻碍其未来的成长进步;从整体来看,倘若放任“文字失语症”蔓延,影响的将是优秀传统文化的传承和文化软实力的构建。

2024年总台春晚以“龘”字为题眼,活用生僻字的背后蕴含深意。它提醒人们,身处信息时代,应当警惕“文字失语症”,积极投身全民阅读,努力提升文字应用能力。其中重要的一项,就是要强化自律意识,避免长期被动刷手机,变被动的消磨时间为主动利用时间,变浅阅读为深阅读,养成多读书、读好书的好习惯。

《礼记·中庸》云:“博学之,审问之,慎思之,明辨之,笃行之。”“学、思、行”是循环往复、螺旋式上升的运动过程。提高文字应用能力,既要常学常新、常学常悟,也要常用常练。正如专家所言“该动笔的时候就要动笔,该进行口语交流的时候也不能逃避”。保持“龘龘”的姿态,不断学习、不断实践、不断总结,假以时日,便能熟能生巧,变得能说善写,以得心应手的文字表达能力和出色表现,为精彩人生提供有力“助攻”。

卯兔追冬去,辰龙报春来。春晚以“龙行龘龘,欣欣家国”为主题,贴合春节团圆、喜庆的氛围,生动体现了对于传统文化的尊重和传承,也表达了对祖国繁荣昌盛、人民幸福安康的美好祝愿,选题方向正确,立意高远深邃。

从1983年至今,央视春晚已走过40多个年头,也成为国人关于春节的集体回忆。希望2024央视春晚能为全国观众献上一顿可口、丰盛的“文化大餐”,在除夕夜陪伴大家一起迈进生机勃勃、充满希望的甲辰龙年。



接种疫苗防感染

目前流感已经进入高发季,现在接种疫苗是否来得及?中国疾控中心病毒病所国家流感中心主任王大燕表示,对之前没有接种流感疫苗的人群,接种流感疫苗仍然是有效的,建议大家尽早接种流感疫苗。

新华社 徐骏 作

国产羽绒服“贵”上热搜,对品牌运营有何警示?

杨召奎

近日,“国产羽绒服卖到7000元”“羽绒服何时卖到五位数的”“羽绒服涨价把市场让给了军大衣”等话题冲上微博热搜,并引发公众对于国产羽绒服价格过高的质疑。

有不少消费者吐槽:“千元预算内已经挑不到一件心仪的羽绒服了。”在此背景下,一些大学生用实际行动“整顿”羽绒服市场,扎堆穿起军大衣,正如他们所言:不是羽绒服买不起,而是军大衣更有性价比。而一些职场人士则很快找到了“平替”冲锋衣。

近年来,国产羽绒服价格上涨是不争的事实。中华全国商业信息中心发布的数据显示,2015年到2020年间,中国的羽绒服均价从438元涨到656元,大型防寒服的价格突破1000元,其中2000元以上的占比接近70%。有业内人士对媒体指出,今年羽绒服的整体价格相比去年同期上涨了30%左右。

羽绒服价格上涨背后,与原料成本上涨有关。羽绒服的构成主要是面料和羽

绒,今年面料的价格变动不大,但是羽绒的价格却涨了不少,再加上人工费用上涨等因素,羽绒服价格上涨也在情理之中。DT研究院数据显示,自2016年至2022年11月,90%白鸭绒从每千克200元涨至360元左右,90%白鹅绒从每千克不到400元涨至640元左右。

既然原材料和人工费用都在上涨,消费者为何对国产羽绒服涨价颇有微词呢?这一方面是一些品牌的涨价幅度明显高于原材料的涨价幅度,另一方面是一些品牌开始走高端化路线,让羽绒服不仅仅是御寒产品,而是重时尚设计、重品牌营销。这确实可以迎合部分消费者的需求,使其愿意为更时尚更具设计感的产品买单,但也有消费者质疑一些品牌宣称使用航天材料等是营销噱头,目的是为了卖高价。

按照价格法等相关法律规定,羽绒服属于充分竞争的行业,经营者在明码标价的前提下,有权根据市场供求自主定价。也就是说,从法律上讲,只要明码标价,国产羽绒服定价定得很高并不违法违规。

但从钟薛高高价雪糕遭吐槽,到79

元一支的花西子眉笔备受质疑,再到国产羽绒服“贵”上热搜,也说明国产品牌在享受自主定价权的同时,要拿出过硬的产品,让价格对得起品质。如果高价产品经不起消费者检视,其高价策略势必会反噬品牌。

对于国产羽绒服品牌特别是一些初创品牌来讲,还是要以消费者的真实需求为原则设计、生产产品,提升产品的品质,做到理性定价,让消费者切实感受到产品物有所值,才能赢得消费者的认可和信赖。

当然,在国产羽绒服“贵”上热搜的同时,还应看到,我国低端羽绒服市场面临产品严重同质化、内卷化等问题。因此,国内羽绒服企业向中高端迈进方向没有错。

但一些国产羽绒服品牌应该明白,在消费者消费更加理性、更加注重实用价值的时候,如果没有生产工艺的提升,没有新材料、专利技术等硬实力的加持,没有品牌故事、时尚设计等软实力的增长,单靠高价策略和营销噱头,很难在消费者面前树立高端的形象。