

“反游戏”收割家长，戒网瘾成了生意

《半月谈》周心怡 王楚然

“孩子又偷偷充值几千块玩游戏了!”时值暑假,防止孩子沉迷游戏再次成为热点话题。

一段时间以来,短视频平台不乏控诉网络游戏“毒害”青少年的内容,有家长受到此类内容影响将孩子送进“戒网瘾”机构。“戒网瘾”真的只是送进特殊学校,就会还给家长一个主动远离网瘾、一身清朗的孩子吗?



网瘾少年的“救星”?

“儿子已经上初一,每天沉迷手机游戏难以自拔,做家长的看在眼里,急在心里。”林先生说,“有时候真想来硬的,给他送进特殊学校戒网瘾,但最后还是心疼孩子没能狠下心。”

“救救孩子,管管游戏。”类似这样的呼声,正频频出现在互联网世界中。以某短视频平台为例,“网络游戏危害”话题下的视频播放量已达5.4亿次。

今年以来,有不少博主在社交媒体平台发长文和视频称,“反游戏”营销号在中国甚嚣尘上,短视频里充斥着“游戏毁掉下一代”的控诉。直播间里,深谙成功学的讲师们痛心疾首地呼吁“反对游戏”,推出各类“戒网瘾特训营”“矫正课程”的广告,精准投送给家长……看似拯救孩子,实则拿捏家长心理,通过对游戏进行妖魔化来收割家长钱包。

据统计,戒网瘾学校加上网红讲师的演讲以及线下训练营、线上卖课、直播打赏等收入,“反游戏”产业链年产值已经超过700亿元,产业链上的众多机构营收相当可观,成了一笔热门“生意”。

记者在检索戒网瘾机构时,弹窗中大多是一些特殊学校以“戒网瘾”“矫正叛逆”“全封闭管理”为卖点的招生广告,招生对象为青春期末成年人,办学地点大多集中在县城。记者随机拨打某青少年特

训学校的招生电话,一位自称刘老师的工作人员介绍:“学校随到随学,戒网瘾的课程至少要半年。”

当问及通过什么方式戒网瘾时,该刘老师表示,就像戒烟一样,隔离网络环境,接受法治教育、感恩教育等课程培训,同时保证“绝不会出现打骂孩子的情况”。记者询价得知,一人半年的课程至少4万元。

“生病”的是家长,“吃药”的却是孩子

这类戒网瘾学校真的能戒掉网瘾,还社会一个乐观积极、热爱学习的青少年吗?社交平台上,一些网友分享令人触目惊心。“进去吃不好睡不好,不听话就动手打骂,根本不是招生宣传说的教育引导。”有网友在视频中晒出自己身上的瘀青,声称在学校的“军事化管理”中遭受殴打。

压抑的环境、非科学的教学手段摧残着未成年人本不成熟的心智。一些家长坦言,孩子从机构回来后与父母的关系更加疏远,甚至有创伤应激反应,患上心理疾病。“真的很后悔把孩子送到那种地方去。”一位家长说。

“怕管不住孩子,更怕被这个时代抛弃。”一位从事游戏行业的家长告诉记者,当自家孩子遇上网络游戏时,自己也时常感到束手无策。这种“无力感”从何

而来?

一方面,数字技术围剿下,传统管教方式正在失效。《第五次全国未成年人互联网使用情况调查报告》(以下简称《报告》)显示,2022年我国未成年网民规模达1.93亿,互联网普及率攀升至97.2%,城乡未成年人互联网普及率差异持续缩小。

“数字社会发展与技术进步对父母的教育形成了新的挑战。越管束孩子,他可能越反着来。”上海社会科学院社会学研究所研究员刘汶蓉表示,父母作为“数字移民”,在面对“互联网原住民”的孩子时,会发现自己所经历的那一套管教模式不再管用了,所以很多时候不知道应该怎么教育。

另一方面,网络游戏放大了代际冲突,成为教育缺位的“替罪羊”。“一部分家长在教育焦虑之下,会选择向外求救,他们将网络游戏视为洪水猛兽,将戒网瘾机构视为救星。”复旦大学社会学系副研究员杜世超分析,在不少现实案例中,那些因戒网瘾机构而支离破碎的家庭里,“生病的”是家长,“吃药的”却是孩子。

堵不如疏,学会与网络和平相处

杜世超指出,即使今天没有电子游戏,孩子也同样有可能以另一种方式逃避学习,以另一种方式上瘾。究其本质,还

是家庭教育或家庭关系出了问题,游戏只是恰巧成了代际冲突的导火索。

此外,尽管当下游戏平台对未成年人使用网络游戏时段和时长进行了严格控制,但在具体实践中,孩子们也可能会想尽办法来规避游戏时长限制,给平台和家长监管带来更大的难度。

《报告》数据显示,在玩网络游戏的未成年人中,32.0%会使用家长的账号玩游戏。甚至还有一些孩子会用爷爷奶奶的身份证去注册玩游戏。杜世超观察到,一些质量低下的收费阅读、视频广告等,暗藏诱导链接,也会成为未成年人沉迷游戏的一大途径。

在网络时代,成年人与青少年都需要练习与网络和平相处的能力:网络是工具而非生活的全部,需要通过自控力训练和丰富的现实生活体验,逐步形成健康使用网络的习惯。

家长与孩子可以协商制定屏幕每日使用时间,每天设定一小时“无屏幕时段”。在这个时间里,可以安排户外活动、阅读、桌游等。

与此同时,还可以通过创作性使用网络,如编程、视频拍摄剪辑等主动行为,应对网络洗脑式信息风暴,减少网络依赖度。

识别网络风险是所有网民的必修课程。隐私泄露、网络暴力、网络诈骗等手段层出不穷,只有持续学习才能规避风险。

网购绿植 如何“所见即所得”

《人民日报》 史一棋 闵靖涵

货不对板、虚假承诺、售后拖延、退换困难……一些读者近日来信反映,在直播间网购绿植遭遇不愉快经历,呼吁从业者诚信经营,维护消费者权益。

“主播说所有货都是直播间品相,拿到手却根本不是。”网友“爱植物的发福蝶”说,自己在某网购平台“南艺花卉”直播间购入一株彩叶芋,主播明确承诺发货植株叶片已显现粉色,但收货后都是绿叶。

无独有偶,网友“T婷T”在“桔桔的美丽花园”直播间下单南天竹盆栽,收货后实测高度110多厘米,而主播承诺高度在120至150厘米。

一些直播间还存在利用外形相似的植物品种误导消费者的情况。网友“日向雏荷”曾在“幸福花卉”直播间购买品种为歌姬的枫树苗,“感觉苗情不错,就又去回购。”但回购时,正值商家在夜里直播。“当时直播间光线不好,有点看不清楚,加上主播误导,我错选了价格较低的品种为希拉蕊的枫树苗。”直到次年枫树

苗长大,网友“日向雏荷”才发现其中问题。

一旦遇到上述问题,消费者找店铺售后维权,往往阻力较大。有的商家以开展养护指导为名拖延售后时间;有的商家提出各种不合理借口,拒绝退换。

网友“默默”在“SANGOO”直播间购入两棵水晶胡椒,收货后发现苗情蔫萎。观察一天后植物状态仍无好转。向商家反映,商家表示收货后应“静置1到2天让种苗适应环境,无需立即浇水,保持土壤干燥”,还说蔫萎属于正常现象,无需特殊处理。于是,他按照商家指导继续等待观察。

“到货后第四天,竟然彻底死了。”网友“默默”扒开土球查看根系,才发现商家发货的本就是病死苗,遂提出退款。然而,商家却以“植物死亡是不当养护造成,并非商家责任”为由,拒绝退款。

网友“默默”向平台投诉,商家却又提出“需保证植株存活才能退货”。“植物已经死亡,不然为什么退货?”更令他气愤的是,后来一查,“水晶胡椒属于喜湿的植物品种,夏季高温时需遮阴并保持土

壤湿润。商家提供错误养护建议,导致植物彻底死亡。”

最终,在平台介入之下,商家赔偿15元,金额仅为植物价格的1/10。

网购绿植怎样更省心?“直播间选购绿植,‘所见即所得’非常重要。”在“浇浇植物超市”创始人吴家凡看来,主播展示的是什么,发货的就是什么,做到这点就能防止虚假承诺、货不对板。

可是,植物并非工业产品,即便相同品种,每株也都不一样,如何做到“所见即所得”?吴家凡说,他们正在努力探索标准化售卖:相同价位的植物,消费者拿到手的都有同样数量的叶片,植株高度、最大叶片直径、叶片锦化程度都基本相同。“满足这些条件,消费者才会对即将到手的植物有一定心理预期。”他说。

针对售后纠纷问题,吴家凡认为商家售后承诺应该具体清晰,有可执行性。例如,不少商家承诺“不活包退”,但植物是有寿命的,2年后死亡仍然“包退”吗?“这样的承诺看似负责,其实无法执行。”他提出“100元以下的植

物,30天养死无理由补发”的售后承诺,约定了售后的具体条件,“消费者遇到问题,根据标准执行就好,能避免很多售后纠纷。”

“网购绿植出现的各种问题,说到底还是诚信经营问题。鉴于植物这种特殊商品无法做到工业意义上的标准化生产,就给不法商家留出欺诈消费者的空间。加之多数消费者对行业以及所购植物特性并不了解,只是看着好看便下单购买,收货后不能满足心理期待。”云南农业大学副教授曲鹏分析道,绿植作为一个新兴的网络消费增长点,市场从发展到成熟需要经历一个过程,随着市场体系成熟、监管到位以及商家与消费者互动良好,上述状况能够得到有效改善。

此外,曲鹏认为网络购物平台应该履行主体责任,对绿植品类的人驻商家除了设置一定资格准入门槛外,还应有更严格的动态审核,“如果平台检测到近期某个商家的差评较多、售后率较高,可以提醒商家规范交易行为,或是采取相应的惩罚措施,更主动积极地维护消费者合法权益”。