

媒体观点

“网瘾老人”越来越多 背后的问题值得深思

□ 王远方

近日,有网友表示,自己年过花甲的父亲染上了“网瘾”。“一天到晚刷手机成了生活的常态,茶余饭后不再聊天散步,深夜一两点还能看到房间里微弱的手机灯光……”这样的画面,引发了网友的共鸣。不少人感慨,当年劝导我们远离手机网络的长辈们,今天又变成了我们当年有过的样子。

而据《2020银发经济洞察报告》中的数据显示,随着50岁以上银发人群占比达到1/3,这部分人群移动活跃设备用户规模超过1亿,增速远高于全网,已经成为移动网民重要增量来源。

老年人沉迷手机,看似是一个家庭内部的事情。事实上,这件小事并不小。老年人作为整个社会的一个重要群体,如何使用手机不仅关系到自身的健康发展和家庭关系的处理,还与老龄化问题密切相关。如何去合理引导老年人健康使用手机和网络,防范和规避过度依赖手机产生的问题,同时又能够让老年人在时代的队伍中不掉队,享受移动互联网的便利性,是需要深思的。

事实上,老年人对手机的依赖,不少也是为了满足自身生活圈子的需要,并且深刻地受到年龄段需求特点的影响。在家庭生活中,越来越多的子女成年后离开父母,追求更强的独立性和自主性,父母成为“空巢老人”。而那些与子女共同生活在大城市的老年人,与周围环境的不相适应与陌生感,让这种孤独更加显著。社交、亲情,以及了解外界的缺憾,被手机很好地弥补了。当手机等媒介越能满足需求时,加之老年人身边缺乏其他替代性的方式或社交资源时,他们对手机的依赖也会愈加强烈。

根据《2020银发经济洞察报告》显示,社交、视频、资讯类App是50岁以上群体使用最多的。从这一现象,我们也能够发现,老年群体对手机的使用仍然以外向型为主,不管是社交类应用扩展了自己的朋友圈,还是视频、资讯类应用帮老年人打开了眼界。通过社交软件,老年人的社交网络被极大地拓展了,没有了时间与空间的限制。建立在朋友圈里的发送、反馈、分享的体系,让空巢的老年人找到了归属感与团聚感。老年人自己的交际、评价体系,借助于社交软件的帮助,得到了延伸与正向的反馈。

此外,对于手机上铺天盖地的资讯,某些年轻人一眼看穿的谣言,为何让老年人深信不疑?透过手机,在互联网话语体系中,传统的阅读习惯让老年人对媒介的依赖性、信任度更高,更容易受到某些“伪科学”“标题党”等虚假信息的侵扰。同时,城市里所能提供的供老年人阅读、学习的文化场所资源的不足,也让老年人更倾向于通过手机去了解外界。

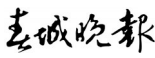
对于老年人沉迷手机的问题,与其去堵,倒不如疏。并且,这个问题的解决,更应当放在老龄化问题的层面进行讨论。整个社会的移动化、电子化的趋势是发展着的,扫码支付、移动出行、网上挂号……社会生活的方方面面都在促使包括老年人在内的群体接触手机,老年人也有享受移动互联网红利的权利。但除此之外,社会对老年人应当有更多的支持,社区文化场所建设、养老机制保障、子女陪伴赡养等方面的问题与不足,需要去面对和解决。

健康和谐的老年人群体生活模式的建立,让老年人在茶余饭后有更多的选择和去处,这或许能在一定程度上缓解老年人沉迷手机的问题。因此,不妨借助于解决老年人沉迷手机问题,为解决人口老龄化问题提供一些参考方案。

据光明日报客户端



响鼓重锤,对劣迹艺人的全面封杀,也在提醒所有的流量明星,学艺先学德,演戏先做人。流量所制造的巨大泡沫,固然令人神往,但千万不要成为流量的奴隶。



开屏新闻APP
理想生活 即刻开屏



“网约车收空调费”收不收、收多少、怎么收,不能任由其中一方自说自话,而是要兼顾三方利益,找到三方最大的“价值公约数”。

问题艺人“下架” 流量时代过去了

演员张哲瀚在日本参观靖国神社等不当行为,近日被披露并引发各界的强烈关注。因该演员近期亦涉及演唱会等演出相关业务,中国演出行业协会15日发出公告,表示对此事高度关注,并依规启动行业道德自律评议。经中国演出行业协会道德自律委员会评议,根据《演出行业演艺人员从业自律管理办法》的规定,要求会员单位对其进行从业抵制。该协会提醒广大演艺从业人员,在民族大义面前决不能有丝毫的含糊、动摇,历史不容忘却,底线不容松动。

自张哲瀚被爆出参观靖国神社等不当行为后,社会各界反响强烈。所有代言品牌在第一时间全部解约,其本人及工作室的社交平台账号被禁言,过往作品全部下架……尽管张哲瀚两次公开道歉,但并不能阻止其演艺生涯的终结。中演协的一纸声明,要求会员单位对其进行从业抵制,意味着张哲瀚的退圈已成不可更改的事实。

是人都会犯错,但错误有大小之分,触及底线的错误是不可原谅的,必须付出代价。正如此前央媒所言,这道歉是为自己的无知买单,也是为冒犯国人情感而寻求宽宥。靖国神社是什么地方,一个中国人参观靖国神社意味着什么,不要说成年人,很多小学生都清楚。身为艺人,尤其是拥有千万级粉丝、有着巨大社会影响力的流量明星,不可能不知道,一句“欠缺历史知识”不足以掩盖其行为本身的轻佻和愚蠢。

这就是流量的反噬。过去的几年时间,是流量明星的黄金时代。他们太容易获得世俗意义上的成功,几乎不需要付出多少努力,仅凭一张漂亮的脸蛋,就能以前所未有的速度,从一个素人,摇身一变成为万人瞩目的超级明星。这背后,当然是娱乐

新闻漫评

“枪手”代检

2021年7月中旬至8月初,澎湃新闻记者在浙江杭州市、安徽合肥市等地暗访发现,在利益驱使之下,国内存在违法代替体检的黑产业链条——一些人员违规在百度贴吧、腾讯QQ、知乎、豆瓣等平台发布“代检”推广信息,代检一次费用少则一千多元,多则上万元,宣称业务涵盖普通入职体检、健康证体检、事业单位公务员体检等。

只要付费,这些人员就会安排“枪手”代替前往医院、疾控中心完成代检。在代检需求者中,有的是乙肝病毒感染者,因用人企业违规强制体检,而不得已找人代替入职体检;也有身患甲型病毒性肝炎、活动性肺结核等有碍公共卫生疾病的求职者,想要从事外卖、食品、餐饮、文娱等行业,找“枪手”代检办理健康证。(8月15日澎湃新闻)



陶小莫 作

点评:这不是普通的弄虚作假事件。一方面,雇佣者与“枪手”都涉嫌违法,应该受到相应的惩罚;另一方面,某些用人单位违规强制体检,也应该被严肃处理。——米多多

“网约车收空调费”应兼顾多元诉求

近日,叮叮出行CEO杨磊针对司机违规收取“空调费”发布了致歉信。信中称,关于沈阳乘客反映“乘坐网约车时被司机要求多付4元钱空调费”的问题,司机私自额外收取空调费用属违约行为。叮叮出行平台已对司机进行暂停服务、批评教育的处罚,司机擅自收取乘客的4元空调费已退还给乘客,并向乘客致歉。(8月15日红星新闻)

按照目前各大网约车平台制定的规则,司机绕过平台额外收取空调费属于违约行为。“网约车收空调费”说到底,就是少数网约车司机对规则进行人为的变通和替换。不满意、不接受平台的规则,司机们不接业务就可以了,既想通过平台来接业务又对束缚自己的行为、约束自己利益的规则缺乏足够的敬畏和认同,“网约车收空调费”将明规则替换为对自己有利的“潜规则”,这样的自说自话、自弹自唱,不可避免会遭遇乘客的不满与抵触。

同样一辆汽车,开空调难免会增加一些成本。如果没有搭载乘客,司机不开空调属于私事;如果搭载了乘客,享受安全、舒适的出行服务关乎乘客的权利与尊严,乘客可在与司机协商下开关空调。在乘客明确反对“空调费”的背景下,网约车司机以平台有问题为由,生硬、冰冷地收取“空调费”,显然并不合规。

网约车司机额外收取“空调费”,背离了《民法典》和《消费者权益保护法》等相关规定。网约车司

产业的成熟,在工业化的流水线上,明星像产品一样被源源不断地制造出来,供大众消费。

与此同时,以利益为导向的资本市场,也构建了一个畸形的饭圈文化。流量明星的粉丝大多以未成年的青少年为主体,无论是价值观还是审美观都还尚未成形,对流行文化和流量明星的追捧,往往盲目且疯狂。但又不得不承认,她们又是最有购买力的群体,她们需要什么,资本市场就给什么。于是娱乐产业的规则被重新定义:业务能力和艺德不再是行业标准,颜值即正义,流量垄断一切。所有的资源都向流量明星倾斜,赢者通吃。

流量是把双刃剑,它撑起了明星的光环和地位,也为偶像的坍塌埋下了肉眼可见的伏笔。近段时间以来,流量明星频频因为私德甚至违法犯罪等问题而“下架”,这并非偶然。一个很简单的道理,德不配位,一个人如果成功来得太容易,随便发一张自拍都能引来山呼海啸般的赞美声,不可能不飘,不可能不在虚幻的自我陶醉中迷失方向。张哲瀚参观靖国神社,看似无心之过,实则是对底线的试探,在千万粉丝的宠溺下,有些流量明星确实正在“巨婴化”。

从国家有关部门出手整顿饭圈文化,到吴亦凡、张哲瀚等流量明星一个接一个“凉了”,这些都在发出响亮的信号:混乱的娱乐圈需要彻底整治,流量为王的时代也该结束了。响鼓重锤,对劣迹艺人的全面封杀,也在提醒所有的流量明星,学艺先学德,演戏先做人。流量所制造的巨大泡沫,固然令人神往,但千万不要成为流量的奴隶。因为流量可以给你一切,也可以让你失去一切,所需要的,不过是一张自拍而已。

机与平台之间是一种商务合作关系,不属于劳动合同关系;网约车司机对平台的计费规则、利益分配不满意,可以与平台进行商谈,而不能背着平台搞另一套。“网约车收空调费”不仅损伤了消费者的权利与尊严,也损伤了网约车平台的口碑与声誉。

作为一个利益共同体,网约车平台、司机和消费者的互动关系,不仅包括交换和互惠的关系,也包括利益协商和博弈的关系。网约车平台作为一个“结构洞”,一端连着为了更好地生活而打拼的司机们,一端连着渴望享受更优质服务消费者;只有在动态的、长期的利益协商和利益博弈过程中保持大体的利益均衡,网约车服务才能行稳致远;如果顾此失彼、厚此薄彼,就难以实现“美美与共”。

市场经济本质上也是一种契约经济和法治经济,“网约车收空调费”不能任由司机自行其是,而是要在法律和规则的框架内运行。一方面,网约车平台要明令禁止,在失范行为与非失范行为之间建立清晰的界限;另一方面,也要倾听司机群体和消费者群体的利益诉求,对计费规则、利益分配进行动态的调整和优化,既保障消费者的正当权益,也调动司机们的干劲与激情。

“网约车收空调费”收不收、收多少、怎么收,不能任由其中一方自说自话,而是要兼顾三方利益,找到三方最大的“价值公约数”。