

为老年人打造友好的网络环境,我们刚刚起步

本报评论员 吴迪

重要目标群体,这一现象应引起关注。

之前有报道说,若干老年人正在被互联网抛弃、甚至成为“数字难民”,这怎么突然又有了网瘾?

事实上,所谓的“网瘾老年”多指沉迷于刷短视频、玩手游赚金币积分等形式的老年人,“成瘾”并不意味着他们掌握了移动支付、订外卖、网约车、网上办理生活缴费业务等真正畅游网络生活的技能。某种程度上说,即使是“网瘾老年”,基本属于互联网的局外人或边缘人,他们在网络世界步履蹒跚、跌跌撞撞,离真正融入数字生活尚有不少距离。

有的老年人在商店买东西被拒收现金,移动支付成了拦在他们“出门七件事,柴米油盐酱醋茶”的障碍;有的老年人在浏览网络直播时被诱导打赏,或者高价购买主播推荐的劣质商品,甚至沉迷于与“假靳东”们的恋爱中;有的热衷于做任务、赚积分等活动,被导流至其他页面后被精准诈骗;有的则被谣言、伪科学信息“洗脑”,加剧某些固化的错误观念,撕裂与亲友的信任与感情……

这其中,有的老年人远离互联网生态,想融入网络世界却“心有余而力不足”;有的则因为缺乏陪伴、精神空虚,在互联网上找到了寄托而沉迷其中;也有人因为对光怪陆离的

网络乱象缺乏辨别能力,而遭受来自互联网的伤害,如对部分直播带货的“剧情式营销”常常信以为真。

当然,互联网企业对用户的数据收集、精准画像、算法推荐等,更是加剧“信息茧房”现象、将老人“困在算法中”的重要原因。正如有业内人士所说,在被算法支配的互联网世界里,算法会给老人画像并不断推送类似内容,加固他们对相关信息的认可,久而久之形成某种思维且不会轻易更改。当这种思维及观念被子女或他人嘲笑或反驳时,老年人容易有不被认可的挫败感,转向网上寻求慰藉与认同。

中国互联网络信息中心发布的数据显示,截至2020年12月,我国50岁以上网民群体占比为26.3%,人数达2.6亿。这意味着需要海量适应老年人群体的互联网产品,以及更加友好的互联网环境。

对老年人友好的互联网环境,不仅仅是教会老年人上网、会网上挂号、会用移动支付等基本技能,还包含终端界面简洁友好、内容健康向上、少些算法围猎和成瘾设计、杜绝恶意导流和网络诈骗等。这需要互联网企业在技术应用方面更加有所作为,不能以赤裸裸的逐利目标而将老人当成“韭菜”“肉鸡”。

为老人融入数字生活创造友好环境,不

可能一蹴而就。眼下,APP适老化已经提上日程,一些平台也推出了诸如跌倒报警、紧急求助等专供老年人使用的APP。与此同时,在提供和推送内容等环节,不妨借鉴“青少年模式”等机制,为老年人遴选并推荐展示优质博主和内容,这远比从海量信息中过滤垃圾信息要简单。

当然,更具有挑战性 & 深远意义的,是如何从互联网深度影响生活给老年人带来冲击中,发现他们对陪伴、信任、认可、情感共振等方面的需求。比如,不少老年人的信息传播生态存在“全国爸妈统一的朋友圈”现象,不少老年人热衷于转发毒鸡汤、给某某投票点赞、煽情的劣质文章等链接,希望得到关注并维持联系。说到底,互联网为老年人提供了与现代社会接轨的机会和可能,老年人也在力图用新的参与方式来强化自己的社会身份,并努力融入社会——老年人这个层面的诉求,应该被正视。

帮助老年人顺利融入数字生活,是提升老年人生存、生活质量的一桩大事。在老龄化进程不断深化的社会,老年人的社交需求、情感需求等都应该被看见。如何发现他们的更多困惑,满足其更多物质及精神需求,全社会都应该好好思考并努力付诸实践。

下午 3:52

100%

工人日报

工人日报

网评

宠溺野象“旅行团”，敬畏自然我们还在路上

龚先生

近日，栖息在西双版纳国家级自然保护区的亚洲野象群“断鼻家族”开启了一场迁徙。

在与这群“迷途不知返”的“憨憨”的角力中，人之所以只能引导着来、试探着来，甚至显得有些畏手畏脚，恰恰说明，我们保护野生动物和濒危物种、保护生物多样性、敬畏自然的意识有了明显提高。

如何既保护象又保护人？人与自然长久和谐共生之道何在？这需要纳入地方发展乃至国家发展蓝图、规划，进行通盘考量、协调。

网友跟贴——

@卡米拉：“一路象北”事件为处理人兽冲突留下积极的范本。

@大石头：如何劝返象群回归栖息地还得群策群力。

阅读全文请扫码“工人日报e网评”

不能放任金融产品一再跑偏

苑广阔

据6月6日澎湃新闻报道,近日,一张关于某银行一分行“生育消费贷”的宣传海报,引发关注。该海报提到,“一胎最高10万元,二胎最高20万元,三胎最高30万元。”产品最高期限3年,1年期年化利率4.85%,1~3年期年化利率5.4%。目前,相关银行工作人员回应称,海报只是内部资料,尚未推出相关产品。

这款贷款海报引发热议。反对者认为,这不过是营销噱头,一个家庭连生孩子都要贷款,如何有能力偿还贷款?支持者则认为与生育相关的消费需求确实存在,可以开发这样的市场。

这让人想起之前的“彩礼贷”。面对一些地方天价彩礼现象,有银行顺势推出了所谓“彩礼贷”,饱受质疑,涉事银行很快撤下相关产品并道歉。眼下的“三胎贷”也是相关银行看到“三孩”政策引发关注,想蹭热度的一波操作。

但是,热点显然不那么好蹭。“三胎贷”本质是一种“生育消费贷”,其中不乏自相矛盾的地方——经济条件好的家庭没必要贷款生孩子,而经济能力不足的家庭也不太可能为了孩子去贷款。毕竟,养孩子成本颇高,不可能靠贷款去支撑、维系。

一些金融机构推出的各种“奇葩贷”之所以引发质疑和争议,根源在于过度消费社会热点,尤其是其中不乏一些民生痛点难题。拿社会热点、痛点、敏感点做文章,靠噱头,有看热闹不嫌事大、往公众伤口撒盐之嫌,不符合公序良俗,也有违商业文明。

今年4月国新办的新闻发布会上,央行有关负责人就“彩礼贷”“墓地贷”等热议话题回应称,个别银行打着所谓金融创新的旗号,挑战社会痛点,引导居民过度负债,触及社会公序良俗的底线,脱离了金融服务实体经济的本质。

金融产品和服务的初衷是什么?希望金融机构能够对有关部门的态度、要求有清醒的认识,主动远离各种标新立异甚至不怀好意的“奇葩贷款”,也希望金融主管部门加强监管力度,正本清源,不给相关“跑偏”产品可乘之机。

G 媒体声音

◇一名邮递员离世为何如此牵动人心

6月1日,中国邮政“马班邮路”的信使王顺友安葬在故乡。他的离世引发广泛关注,人们在网上留言,表达缅怀之情。新华网评论说,王顺友用他短暂的一生诠释了一个人应当怎样活着——心怀信念、永不放弃。他用双脚走出的26万多公里邮路,是一名农家少年向平民英雄升华的征途。一路铿锵的脚步,是一个共产党员不计得失、甘于寂寞、勇于奉献、鞠躬尽瘁的见证。人们怀念王顺友,因为他将平凡的小事做到了极致。“马班邮路”虽已成历史,但“马班邮路”精神将永远留存。

◇助企纾困既靠政策又靠“环境”

近日召开的全国深化“放管服”改革着力培育和激发市场主体活力电视会议要求,继续围绕市场主体关切,有效实施财政、金融、就业等宏观政策,助力市场主体进一步恢复元气、增强经济发展动力。

《经济日报》评论说,如果说一系列支持政策给企业起到“输血”的作用,营商环境则是企业发展需要的空气和土壤。为此,需要针对市场主体的痛点难点,继续深入推进“放管服”改革,进一步为市场主体放权赋能。总之,助企纾困与激发活力并举,既要落实落细各项支持政策,又要促进发展环境不断优化,为企业持续发展提供有力支撑。

◇立法护航大数据发展

近日公布的《深圳经济特区数据条例(征求意见稿)》明确将对大数据杀熟行为给予重罚,情节严重的,可处5000万元以下或者上一年度营业额5%以下罚款。

《南方日报》评论说,深圳此举不仅是切中了消费者痛点,更有“第一个吃螃蟹”的意思。从立法内容特别是对大数据“杀熟”的处罚力度来看,条例也真正做到了与国际接轨。在国家层面尚未出台统一、专门的大数据法律下,期待各地通过综合性地方数据立法,更好地保障公民、组织合法权益,激发出大数据的更多价值。(弓长整理)

规范医院名称别“烂尾”

陈广江

“在商业保险报销时遇阻,才知道就诊的燕郊人民医院是私立性质的,问了身边人,都以为是公立医院……”近日,河北廊坊市的杜先生向媒体反映私立医院挂“人民”的名字,给患者造成困扰。记者调查发现,这家早已不是“人民医院”的民营医院,确实仍挂着“人民医院”的旗号。(见6月6日《健康时报》)

去年,不少地方相继启动规范医疗机构名称管理工作,大批涉事民营医院摘掉了“人民”二字,上述医院也是其中之一。当地卫健委证实,该医院已于去年12月改名为“燕郊福合第一医院”,系民营医院,不属于事业单位,并更改了统一社会信用代码。

可见,这家民营医院正在“暗度陈仓”。表面上更了名,实际上不仅继续挂着“人民医院”的牌子,而且其落款、公章、单据、宣传资料等都在继续使用旧名。

有关部门曾多次明确要求,“人民医院”“中心医院”“临床检验中心”等名称由各级人民政府或卫生行政部门设置的医疗机构使用,公立医疗机构改制为股份制医疗机构的,不应继续使用“人民医院”“中心医院”及“××市”等含有行政区划名称的机构名称。

近年来,非公立医院名称乱象引发广泛关注。除“人民医院”为非公立医院外,民营医院“傍名牌”的情况也饱受诟病,协和、同仁、华山等知名医院纷纷“躺枪”,山寨医院遍地开花。

为此,国家不断加大整治力度。去年7月,国家卫健委等四部门联合印发《关于进一步规范医疗机构名称管理工作的通知》,提出严格履行名称管理职责,严禁利用名称误导患者、严禁使用未经核准的医疗机构名称、严格排查清理违规医疗机构名称、依法严厉打击医疗机构利用名称违规执业等要求。

无论是“傍名人”还是“傍名牌”,都是国家明令禁止的行为。一些民营医院心存侥幸、敷衍整改,被曝光、被处理只是早晚的事。绞尽脑汁“抱大腿”不是明智之举,找准市场定位,充分利用国家支持社会力量办医的有利政策,差异化发展,才是正途。

此事也提醒相关部门,对整治工作要“回头看”,谨防“烂尾”。

楼宇党建是一种生产力、竞争力和凝聚力



刘金梦

“去年疫情发生后,大家不敢关窗户,冬天冷、夏天热,我们协调了68家企业,收集了大概5500人的意愿……”不久前,上海中心大厦5楼会议室外,记者们把张喆团团围住,听他讲述东方金融广场新风系统改造的前因后果。

在当天的陆家嘴金融城楼事大会上,39幢楼宇“楼事会”集中成立授牌,张喆从陆家嘴管理局负责人手中接过一块“楼事会”的铭



G 图说

“狐假虎威”

据媒体报道,随着“白岩松打脸高仿号”登上网络热搜,自媒体高仿号陷入舆论漩涡中。在利益面前,一些不愿踏实做内容的人,通过“克隆”一些粉丝众多的明星自媒体账号、网红自媒体账号等,将别人积累的声音变现,更有人专门售卖卖高仿号,收学费教人做粉丝号,传授流量变现技巧。

高仿号,蹭的是真人、真号的知名度之下,账号在直播打赏、广告、带货等方面的可观收入。多数高仿号不是直接照搬真名,而是与真名仅有一个字或字母大小写的差别,令人难以辨识。而如此以假乱真,不仅损害了知名人士和机构的权益,而且收割了网民利益、污染了网络环境。让高仿号退出网络江湖,要畅通举报监督渠道、加大查处打击力度,也要通过多种手段倒逼平台对自媒体账号严加审核,让网络平台切实发挥其主体责任,防止高仿号成为流量崇拜背景下,平台与不法分子合谋的“狂欢”。 李法明/图 赓超/文

不是药或保健品,功能性食品到底是啥?

冯海宁

胶原蛋白软糖、含12种维生素饼干、叶黄素果冻、加班熬夜常备护肝软糖……据《北京青年报》报道,千亿元市场规模的功能性食品悄然占领市场。多数这类“网红食品”被商家标注为功能性食品,却不是经过批准备案、被严格监管的有“蓝帽子”标识的保健品。既不是药,又不是保健品,功能性食品标榜的各种功效是真的吗?是不是又一种“智商税”?

数据显示,2020年我国功能性食品消费市场产值超过2700亿元,产业近3年来平均增速超过15%。越来越多的年轻人将其视为对抗健康焦虑的“武器”。但让人费解的是,这种产品身份尴尬,却敢于大张旗鼓地进行功能性宣传。也有人认为这是保健食品在打

“擦边球”逃避监管。

在我国现行法律法规中,只有普通食品与保健食品的划分,并没有功能性食品的概念。功能性食品接近保健食品,两者都具有促进健康的功能,且同属食品范畴。然而,这类产品并未获得“蓝帽子”保健食品专用标志。

销售这类产品的网店客服称,功能性食品“不是保健品,是食品”。我国食品安全法明确规定,对保健食品之外的其他食品,不得声称具有保健功能。但诸多功能性食品均声称“具有养生、保健功效”。这也就是说,功能性食品的商家一边想与保健食品划清界限,逃避保健品监管,一边又宣传该食品有保健功能,以此获得更多关注和销量。

功能性食品究竟有没有养生保健功能、有多少,消费者恐怕搞不清楚。由于这类产品的价格往往比普通食品高出不少,如果其实际功

效与宣传不相符,无疑会损害消费者的合法权益。同时,这对食品市场的竞争秩序与公平会产生不良影响。因此,有关部门应及时对功能性食品进行准确定性,将其纳入有效监管中。在有些国家,这种产品有自己的确切概念,如膳食补充剂、机能性食品等。

国家发改委与工信部2017年联合发布的《关于促进食品工业健康发展的指导意见》明确指出,为改善供给结构,提高供给质量,未来将开展食品健康功效评价,加快发展婴幼儿配方食品、老年食品和满足特定人群需求的功能性食品,并开展应用示范。功能性食品的概念和定义是什么,功能性食品能否宣传养生、保健功能,把功能性食品纳入保健食品监管还是单独监管,这些均须早日明确。

食品关乎百姓健康和舌尖上的安全,功能性食品“擦边球”不能这么打下去。

生产痛点得以解决。这让楼宇里的“金领青年”对党组织的认同感不断增强。

“党建做实了就是生产力,做强了就是竞争力,做细了就是凝聚力。”始终坚持让党建服务于经济生活,用做深、做细的服务内容凝聚人心。这也是浦东、陆家嘴党建服务工作不断深化、扩展的密码。

党建孕育了新的社会财富,也提高了在陆家嘴工作、生活的党员群众对于基层组织的信赖。党建工作看似琐碎,却如春雨,润物细无声,一朝破土,便能成长为磅礴力量——聚拢起来的民心是向上发展的不竭动力。某种角度上说,不断强化基层党建,也是在增强一个街道、一个区域、一个城市的竞争力。

党建凝聚起来的力量,不仅让群众生活环境更加和谐,也吸引、推动了更多人更积极、安心地投身到工作和岗位,成为推动经济社会高质量发展的重要力量。

立足新时代,党建如何吸引人?如何凝聚人?如何服务于一个地区的发展,甚至成为一个区域、一座城市的新名片?但愿有更多地方用积极实践和创新带来更精准的答案。

牌——“楼长”是他的新身份。而他的另一个身份,是东方金融广场董事长。

30年沧桑巨变。1999年6月,陆家嘴嘉兴大厦“支部建在楼上”,开启了楼宇党建的1.0时代,经过2.0“送服务”、3.0“强功能”,到如今陆家嘴金融城推出“楼事会”“楼长制”,楼宇党建迈入了“创制度”的4.0阶段。楼宇党建的创新实践不断助力陆家嘴经济发展,也见证了那个曾经的“烂泥渡”发展成国际金融中心。这也给更多地方做实做细党建工作、助力企业推动城市经济高质量发展提供了参考和经验借鉴。

比如,企业负责人直接参与楼宇党建、组织公共服务,可以实现高效协调各方资源。选取政治意识强、综合素质好、熟悉楼宇业主情况、有较强组织协调能力和志愿精神的“楼事会”成员担任楼长,使其成为党建引领的