

→ 察者看台

落实“禁止手机入课堂”需良政善施

■周卫国

2月初,教育部《关于做好2021年中小学幼儿园安全管理工作的通知》提出:进一步深化网络环境专项治理。明确要求“要加强学生手机管理,禁止学生将个人手机带入课堂”。春节过后,新学年将启,中小学“禁止手机入课堂”如何落实,最为引人关注。

其实,这些年来,从中小学到大学校园,“禁止手机入课堂”成为共识,并作为硬性规定。2018年8月,教育部等八部门联合印发《综合防控儿童青少年近视实施方案》。《方案》提出,严禁学生将个人手机、平板电脑等电子产品带入课堂,意在防止过度使用电子产品,保护孩子的视力。2020年关于给学生减负也要求“减少通过手机或微信布置家庭作业”。可见,从健康管理到安全管理,教育都将手机视为一个必须重视、加以解决的问题,但落实效果不尽如人意。

网络时代、信息时代、读屏时代,手机因其随时在线上网,成为人们学习、工作、生活的新领域、新空间、新机遇,成为多数人绕不开、离不了、不能少的物品。最让人头痛与困扰的是,手机上的娱乐、网游等内容,极易让好奇心重、自控力差的青少年沉迷其中,不能自拔。为了让学生远离手机,中小学明令禁止学生带手机到学

校,并出台了很严厉措施。甚至有的学校为落实“禁止学生用手机”,将学生手机“没收”后,采取“水桶泡”“锤子砸”等极端粗暴的办法处理,引发争议。这仍然无法阻止学生用手机玩游戏的热情。

“一半是天使,一半是魔鬼。”关于手机,不同的人眼里是不同的定位。在老师和家长眼里,手机就是“共同的敌人”“抢走孩子的恶魔”;而在一些孩子的眼里,手机是“天堂乐园”“心灵伙伴”,而在软件开发和网上商家而言,手机是事业、是商机。

“互联网+教育”“互联网+文化”“互联网+服务”等网络创新方向和发展趋势,决定了手机直播带货很火,那是扶贫干部、淘宝商家的致富工具;现在淘宝网购大热,手机里有亿万消费者的手头商城;疫情严重时,学校上网课,手机则是老师与学生的学习助手、学习伙伴。关键是你怎么用,用做什么,核心在于怎么管、管得好。中小学校园落实“禁止手机进课堂”,也要按照“正能量是总要求、管得住是硬道理、用得好的真本事”,综合施策,多方努力,相向发力,落实效果。

禁止手机进课堂,受到全社会的关注,更是广受老师、家长的欢迎,既说明手机使用不善、管理不当带来的负面和

问题不可小视,也说明“禁止手机进课堂”的政策顺应民意。但手机管理不只是一个政策、一个规定,就能落实办好的事,还需良政善施,持久见效。首先,要厘清边界。手机其本质,是一个信息时代的科技产品、通信工具,是一个手段、平台、载体、内容的集合体。要把握处理好老师、家长和学生,学校、家庭和社会,教育者和管理者,管理良好愿望和法律规定等责任和边界,平衡校园手机管理的时、效、度,各负其责,有的放矢。其次要教育引导。引导学生正确认识、科学对待、合理使用网络,自觉抵制网络不良信息和不法行为,防止网络沉迷。其三是老师带头。老师作为课堂教学的管理者,既要对学生“不带手机进课堂”执行进行检查督导,更要带头落实“不带手机进教室、进课堂”,为学生树立好榜样、正导向。家长和家庭要积极配合。其四是游戏开发运营商要规范运营。要坚持社会良知,信守社会道德,通过身份证年龄识别、非节假日时间管理、同一设备连续上网管理等有效的技术手段,来防止中小学生和青少年沉迷游戏。同时,教育、宣传、新闻出版、网信、市场监管等部门,进一步加大网络环境治理力度,及时发现清理网络低俗有害信息,切实消除不良出版物、影视节目、网络游戏对学生的侵蚀影响。

→ 新闻漫话

期待公益诉讼倒逼直播带货走上规范

■龙敏飞



“直播带货”食品能放心吃吗?外卖包装材料安全吗?最高检正在开展为期三年的“公益诉讼守护美好生活”专项监督活动,将外卖包装材料安全、“网红代言”“直播带货”等网络销售新业态涉

及食品安全及监管漏洞作为重点监督领域。

对于新鲜事物,一棍子打死肯定是不合适的。对外界来说,对此还是应该要有一定的包容之心。这般的现实下,最高检开展的为期三年的“公益诉讼守护美好生活”的专项监督活动,便显得很有现实价值。在直播带货领域,对消费者来说维权的成本是很高的,面临着“杀牛追鸡”的困境。这般的现实下,最高检的“公益诉讼”则弥补了这样的现实短板,可以最大限度地降低消费者的维权成本,守护公众的美好生活。这般的做法,有如一场“及时雨”。

对任何行业来说若想行稳致远,必须加强监管监督,促使其行驶在规范化的道路上。直播带货不是监管的死角和盲区,那么深入其中的商品,也应该有品质的保障,不能“一经售出概不负责”。如今,最高检的三年专项行动,则倒逼网红代言、直播带货步入更加规范化的轨道,不然的话,带货的收益肯定是远远跟不上要赔偿金额的,甚至还要被追究相应的法律责任,那便得不偿失了。

我们期待,最高检推出的三年专项行动能产生必要的蝴蝶效应,让带货市场更加规范,让消费者无论通过何种渠道购物,都能够消费得放心与安心。

→ 有话就说

学会正确支配压岁钱,是一种成长

■项向荣

近日,“民法典解答孩子红包能不能自己保管”上了热搜。人们时不时会争论一番的“压岁钱谁来管”问题,现在有了法律上的答案。

按照我国民法典规定,给孩子压岁钱在法律上属于赠与行为,应当归受赠人所有。接受长辈的压岁钱属于纯获利益的民事法律行为,未成年人可以独立接受;长辈把压岁钱拿出来交到对方手上后,这笔钱就是别人的了,这个“别人”就是受赠人。专家解释说:红包就是纯获利行为,作为孩子你可以拿来,那是你的钱。你可以交给父母让他们帮你保管,但是一定记住保管也只是替你保管,他们不能替你花。

家长不愿意孩子自行保管压岁钱,很大程度上是因为担心孩子乱花钱。事实上在生活中,家长与孩子的财物很难分得一清二楚,争论压岁钱归谁管,反倒使得家长与孩子的关系变得对立。家长倒不如从压岁钱开始,对孩子进行财商启蒙。

有些未成年人滥用金钱行为,是因为尚未形成理性消费观念和理财规划意识。家长可以借压岁钱之机教导孩子合理消费和储蓄,比如让孩子学习制订理财计划,引导他们如何把钱用在学费和文具等支出上,这是积极的做法,也是长辈们给压岁钱的真正心意所在。

对孩子来说,通过压岁钱形成对财



产支配权的理解以及正确的消费观念、理财意识,渐渐学会正确使用、支配财富,是一个很有意义的成长过程。

世相浅见

本栏点评 李倩

1.近日,一组今年春节假期的消费数据引发广泛关注。6.6亿件,这是全国邮政快递业累计揽收和投递快递包裹的数量,同比增长2.6倍;78.45亿元,这是春节档电影实时总票房,刷新多项纪录;8210亿元,这是全国重点零售和餐饮企业的销售额,同比增长28.7%。火爆的数据,火热的消费,共同为这个特殊的春节写下特殊的注脚,可谓意味深长。

点评:春节假期之前,由于我国局部地区聚集性疫情和零星散发病例不断出现,一些人担忧过不好年,甚至认为这会减少春节消费、阻碍经济复苏。但一路走来,人们不仅过了一个好年,而且以火热的节日消费展示自信与底气。正所谓“岁寒,然后知松柏之后凋也”。回溯新冠肺炎疫情防控以来,中国经受惊心动魄的风云突变,豪情万丈砥砺前行。这种经过风雨考验的韧性,这种经过实践证明的可持续发展能力,将推动中国战胜各种可预见和不可预见的风险挑战,在时间的坐标上持续发展进步。

2.近日,贵州省都匀市某足球场被用于赶集而遭损坏的消息引发热议。报道视频显示,该足球场上搭建了很多售卖商品的棚子,而草皮、看台等都有不同程度的损坏。有当地球迷在社交媒体上反映,春节期间该足球场多次被占用,每次赶完集后,场内都会遗留大量废弃物。

点评:对于一个建成不久的新球场,不仅被多次占用,还造成了破损,某种程度上,如此利用腾挪球场,就是对资源的浪费与破坏。而牺牲公共运动场地,也一定程度上架空了公众进行体育锻炼的权利。现实中,公共体育场地本就少,“专场专用”是社会足球场最基本的使用要求,若被随意侵占,怎么看都有违球场建设初衷。说到底,足球场被挪作赶集场,是一记公共资源管理的“昏招”。

→ 今日论坛

期待更多“新国货”走俏市场

■钱凤伟

春节期间,一款由光明冷饮、大白兔共同研发的花生牛轧糖雪糕引发上海居民排队购买尝鲜。

其实,这只是品类繁多的“新国货”中的一种。近年来,各类“新国货”消费热潮持续升温,越来越多的年轻人不再盲目“崇洋”,而是逐步聚焦具有创新性、兼具品质“硬实力”和文化“软实力”的国产品牌。

所谓“新国货”,《2019“新国货”消费趋势报告》对其定义是:创新驱动、品质为先,拥有良好产品与服务体验,并融入更多健康、绿色、智能要素,市场竞争力与适应能力较强的国产品牌。可以说,“新国货”是“老国货”的升级换代。

“老国货”一直是我们的骄傲,也屡屡成为怀旧的载体。很多“老国货”不仅质量过硬,更有着相应的文化内涵。换言之,长期行俏市场的“老国货”既有品质“硬实力”,也有文化“软实力”。

“老国货”为人们保留并延续着一份历史记忆,但这并不意味着“老国货”就可以一成不变。要想避免被时代淘汰,“老国货”既需要一份情怀的坚守,更需要品质“硬实力”、文化“软实力”的与时俱进。

如今已进入数字化时代,“老国货”既要传承老手艺,也需要积极借力新技术,在主动接受市场洗礼中焕发新活力,特别是要紧跟消费升级,洞察年轻消费者的需求去大胆创新,创造惊喜感和新鲜感。这样,“老国货”产品才能走远。期待今后有更多的“新国货”走俏市场。