

察者看台

中小学生校服,究竟该怎么买

■王 航

近日,教育部对《关于积极推进“有效监管下的校服市场化”的提案》进行了答复,表示下一步将会同有关部门进一步加强中小学生校服管理——规范中小学生校服选用采购工作,着力解决校服选用采购过程中出现的变相强制购买、价格偏高、款式品类过多、变动频繁、采购程序不规范等问题;继续加强校服产品质量监管力度。

其实早在2015年,教育部、工商总局等四部门就联合印发《关于进一步加强中小学生校服管理工作的意见》,明确了校服购买的自愿和够用原则——学生可根据意愿购买校服,允许学生按照所在学校校服款式、颜色,自行选购、制作校服;校服款式一经选用要保持相对稳定,减少家长重复支出。

然而揆诸现实,一些学校变相强制购买、更换频繁、价格偏高等问

题时有发生。有学校以“学生必须穿校服上学”为由,变相强制家长购买校服,有学校要求家长交2300元统一采购13件校服,亦有学校要求学生备齐春夏秋冬各款校服,甚至曾有高三学生被强迫要求购买5套校服。

购买校服统一着装,本是为了方便学校管理,同时也有益于培养学生的团队意识,传播平等精神,可谓是一件好事,家长也会支持。可是当天价校服、频繁购买成为家长的负担,校服购买就偏离了原有的意义。尤其是部分学校的变相强制,更是让不少家长怀疑强制推行校服的背后暗藏着敛财的猫腻。

在这样的背景下,教育部重申加强中小学生校服管理,解决强制购买、价格偏高、变动频繁等问题,是规避校服购买“误入歧途”的必要之举。而加强校服产品质量监管力度,亦是确保校服回归服务学生健康成长的本意。

学校希望学生购买校服当然可以,但校服怎么买不能任由学校说了算,必须遵循实用够用安全自愿的原则。校服的价格不能定得太高,必须确保学生和家长能够负担得起。对于不少学生,尤其是中学生而言,身高的变化不会太大,也就意味着校服的更换频次不能太勤,够用就好。同样,确保校服质量安全可靠,更是校服采购的基本原则。而最为重要的是,学校有跟家长协商购买校服的权利,家长同样应该有拒绝购买的权利。任何变相强制购买的行为,都是与校服的本意和相关部门的明文规定背道而驰。

购买校服本是为了服务学生和学校管理,不该成为家长的负担,更不能成为学校牟利的工具。只有真正让校服购买回归“为学生好”的本心,遵循实用够用安全自愿的原则,才能防止校服采购成为某些人的“摇钱树”,避免校服购买成为家校矛盾的催化剂。

新闻漫话

经得起“测评”才能走长远

■何慧敏

近日,一款网红美白牙膏在某短视频平台上被各路带货主播极力宣传推广。同时“打假测评”类博主却对其美白功效产生了质疑,发布的“打假”视频获得20余万点赞。该牙膏厂商认为品牌名誉权受到侵害由此影响产品销量,以侵犯名誉权为由将博主告上法庭,索赔10万元。北京互联网法院一审驳回厂商的全部诉讼请求。

我国民法典第1024条明确,任何组织或者个人不得以侮辱、诽谤等方式侵害他人的名誉权。侵犯名誉权与否关键在于行为人是否有主观过错、是否有实际损害后果,损害后果与行为之间是否有因果关系。本案中,就司法机关一审认定的事实来看,该博主是在合理限度内对

产品广告宣传的功效进行测评和质疑,并且客观呈现实际使用效果,并没有主观损害其名誉的意图。其次,一个吐槽作品是否足以直接导致产品销量大幅下滑,其间的因果关系也值得商榷。

更值得注意的是,视频作者并没有对产品的质量进行诋毁或诽谤,只是质疑产品宣传的功效,以及带货主播进行广告宣传的方式。同时在博主测评里,牙膏广告中所谓的“一刷就白”并未实现。可见,厂家的宣传广告,极易让消费者对其美白功效产生误解。

毕竟,博主测评也仅是针对产品的一种声音,孰是孰非自有使用者的真实体验。如果硬要将产品销量的下滑安在个别负面评价的视频上,那么



商家或品牌未免也显得太过小气。商家在维护商誉的同时,也应该有足够的底气和气度面对消费者的质疑,不能只鼓吹优点逃避问题,更不能言过其实误导消费者,而应以真诚的态度改进自身,这样才能让产品获得大众认可,让品牌得到长远发展。

有话就说

被骗超千万,关注别跑偏

■晓 梅



11月8日,南京市公安局刑侦局发布警情通报,称不久前南京市发生百万元级“杀猪盘”电信诈骗案件6起,受害人全部是单身女性。其中一名大学教师被骗270万元,6名受害人合计被骗金额超过1000万元。

电信诈骗是公认的社会治理“顽疾”,一直屡打不绝。而“杀猪盘”正是其中最常见的诈骗手段之一,通常有固定套路:先是各种方式加好友,通过聊人生、谈理想、嘘寒问暖等获得信任和好感,建立网恋关系,然后推荐赚钱方法,引诱投入,成功获取利益后将受骗者拉黑。

毫无疑问,对于这6起案件,每个人都应该引以为鉴。牢固树立防范意识,这也是警方公布6起案件的用意。然而,在网友的相关评论中,除了有关心、同情和反思外,也出现了一些不和谐的声音。例如调侃受害者“人傻钱多”、揪着大学教师被骗270万元的问题质疑何来如此高收入等。

不得不说,这些调侃和质疑极不

合适,缺乏基本的人文关怀。而且受害人并不“傻”,只是被诈骗分子利用了心理弱点。正如警方所提示的那般,“并不是你不小心,只是骗子比你‘懂’感情。”

至于受害人为什么年纪轻轻便拥有百万资产,其实也不用妄加猜测。且不说6名受害人学历不低,又是未婚,收入较高、支出较少也属正常。更何况,涉案资金未必全是受害人自己所有,也可能是向亲戚、朋友等筹措得来,甚至是贷款。毕竟“杀猪盘”的重要一环就是虚假投资,受害人在尝到一些甜头后,往往会持续加大投入,以求获益更多。而诈骗分子则通常会怂恿受害人借贷,直至将其榨干为止。

世相浅见

1.老年人到商超、医院、公园,不必再掏出手机费劲地扫健康宝,只需一刷养老助残卡、身份证,1秒钟即可验码,就像乘公交刷卡一样简单便捷。据北京市经信局介绍,借助北京健康宝AI应用赋能,全市412处公共场所及1922个居民小区实现健康状态便捷查询,平均每天约150万人次通过刷卡等方式“亮码”。

点评:老年人没有智能手机或不会使用,但他们有身份证、老年卡、社保卡等一系列身份证明。在信息共享互动的大数据时代,以AI应用赋能打通信息壁垒,实现信息共享互用完全可行。甚至老年人不需要带任何证件,只需要刷脸即可实现快捷查询也无技术障碍。北京市采用“健康宝”AI应用赋能的方式升级智能终端,实现不同场景的运用,其实践路径充分证明技术的有效性和可靠性,也为公共治理的高效化和公共服务的便捷化提供了范例。

2.“我从没有见过极光出现的村落,也没有见过有人在深夜放烟火……”近日,一首《漠河舞厅》火遍全网,大家都在感动于一名叫张德全(同音)的老人在亡妻走后30多年仍旧坚守他们的爱情。不婚独守的他,带着对亡妻的思念跳着共同钟爱的舞蹈,在祖国边陲的漠河小县城里独享思念和回忆。

点评:《漠河舞厅》这首歌诠释的不仅仅是“共经春秋,同历冬夏,缘起青丝,携手华发”的爱情观,更折射出“爱一人,择一事,终一生”的高尚价值。《漠河舞厅》因爱情而走红,人们的感动却不止于爱情。比如坚守在罗布泊52年,参与了中国全部的45次核试验任务的国防科技战士林俊德,比如38年如一日坚守在安全生产战线的“守夜人”肖文儒……他们用专注于岗位的认真引发我们的追捧,他们用燃烧青春岁月不改其志的坚守感动我们的心灵。从这个意义来看,所有这些坚守者实际上和《漠河舞厅》背后的故事一样,都反映出一种高尚的价值观,引领我们在平凡的岁月中活出伟大。

3.7万元一幅画、50万元一个人偶娃娃……在“二次元”的世界里,如此高价格的“定制产品”,已成一些年轻人甚至未成年人争相追逐的对象。在年轻人中风靡的“设圈”“绘圈”“娃圈”,这些“名人效应”“逐利冲动”和“饥饿营销”等套路交织,天价商品吸引了一些人冲动消费、盲目消费甚至借贷消费。

点评:值得警惕的是,不少“二次元”玩家都是未成年人,他们正在成为无良商家精准狙击的“金主”。最开始几百块入门“养娃”,随后被各类卖家、博主高级定制的妆容、服饰不断拉高消费心理预期,进而陷入无限的涨价陷阱。为了圈钱,一些黑心买家利用心智尚不成熟、涉世不深的孩子的“心理投射”,一步步诱导他们冲动消费。对于乱象丛生的“设圈”不能放任自流,“二次元”世界也需要照进现实。相关部门应当加强监管,针对“设圈”特征出台规范细则,对相关商品进行定价指导,为未成年人交易金额限高。

综合新华网、人民网

今日论坛

别让好好睡觉变成“奢侈品”

■蒋 萌

晚上睡不着、睡不好,白天醒不了、爱犯困……睡眠本来是人体的自然生理现象,却在当今时代成了许多人面临的“障碍”和困扰。

一些失眠者试图通过购买香薰、睡眠喷雾等“助眠产品”改善睡眠,效果却未必乐观。还有人服用安眠药物,但身心对药物的依赖往往会呈现“边界递减效应”。不少失眠者难抑发问:好好睡觉为什么变成了“奢侈品”?

专业医师指出,目前没有任何临床证据证明,过去欠下的“睡眠债”可以通过事后长时间的睡眠来弥补。这也是许多上班族周末“补觉”,却未必能“解乏”的原因。而且,一旦形成经常性失眠,紊乱的生物钟可不会以周末休息为转移。

事实上,睡眠问题已引起有关部门的高度重视。无论是《健康中国行动(2019—2030年)》提倡“成人每日平均睡眠时间从2022年起达到7—8小时”,还是备受关注的“双减”对保障中小学生睡眠时间的良苦用心,都旨在从导向和机制上保障成年人和未成年人的睡眠时间。

“自律才能自由”,也适用于避免睡眠障碍。牺牲睡眠换来的不是真正的“自由”,而是身体逐渐出现不良反应的被迫性代偿。睡眠终归是个人之事,睡眠健康需要个人更加合理地支配时间,努力形成良好的作息习惯。健康的解压方式多种多样,不要在临睡前“放飞自我”。必要的时候,不妨寻求医生的科学干预。

热爱美好的世界,渴望清醒地探索它,离不开充足的睡眠作为保障。真正的自由是心灵的自由,是懂得自我平衡与调节,是做到有所为有所不为。