



医院设置“作业吧”没有错

最近,南京同仁儿童医院的“作业吧”引起了关注,同时也引发了争议。同仁医院的“作业吧”设置在一个角落,来“作业吧”输液的孩子,通常都是带着作业来边挂水边写作业的。左手挂水,右手写作业,有必要吗?(9月27日澎湃新闻新闻)

对此,一部分网友认为,“佛系”的时候还是“佛系”点,别把孩子的弦给绷断了。而另一部分网友则认为,这种服务应该在所有医

院推广。其实,正反两面都是“为孩子好”,没有绝对意义上的对与错。只是,舆论争议没必要给医院造成无谓的压力。

作业压力就摆在面前,早完成晚完成,都是得完成。试想,若是没有“作业吧”,在医院有许多正在打针的孩子,就不得不靠着座椅扶手或顶着昏暗的治疗灯写作业。推动孩子忍病完成作业的原动力并不是医院,而是学校与家庭。医院只不过是提

供了舒适的作业环境,这并不意味着鼓励孩子们忍病完成作业。且深究其初衷,也是为了孩子们的健康。

其实,有需求,才有市场,作业吧的出现源自于家长和孩子们的现实需求,医院只是找准需求提供针对性的服务而已。何况,是否利用作业吧,家长和孩子都有自主选择权。医院作业吧与医院的经营往往也没有直接性的利益关系,更不会强制孩子们使用。

值得在意的是,在新闻热点引发网友们关注后,恐怕相关医院也承受了一定的压力。无论是反对的声音还是支持的声音,都难以给医院的正常运营提供有利的帮助,反而易制造无意义的争端。若是舆论关注被有心人恶意操弄,恐怕还会给医院的病人带来负面的影响。有时候,甚至可能会影响到正常使用作业吧的部分家长和孩子。

说到底,作为旁观者,我们应该将目光集

中在繁重的作业压力下,呼吁相关部门能出台相应政策,鼓励学校和家庭设法减轻孩子们生病期间的作业负担。同时,视情给相关医院提供必要的补助,吸引部分老师到医院帮忙辅导学校。

抱病完成作业对孩子们来说,并非全然的坏事。关键在于有没有保护性措施,缓解孩子们的作业压力,做到治病与学习两不误。

■严奇

“游戏适龄提示”不应只是提示

9月26日,人民网公布了“游戏适龄提示”统一标识、第一批标记的游戏以及第三批参与的企业和产品。至此,已有23家头部游戏企业参与“游戏适龄提示”。本次公布的第一批进行适龄标记的游戏有:完美世界《武林外传》、巨人网络《征途》、蓝港互动《蜀山战纪之剑侠传奇》等。

第一批贴标游戏的

公布,是游戏行业内首次在产品中出现适龄提示标识,是由人民网上线的平台,平台根据现行法律规定和青少年成长过程中的生理特征、认知能力、道德水平综合考虑,对增强未成年人保护和引导起到有效的帮助。

近年来,随着信息化的推进、网络的发展、智能手机的普及和手机

随时随地触手可及。不难发现,大街上、地铁里、餐馆中,到处都有举着手机打网游的人群身影,而且打网游的低龄化趋势日益明显,越来越多中学生甚至小学生加入这个队伍。

然而,由于大多数学生缺乏必要的自律习惯、家庭管理和学校引导,网游成瘾愈演愈烈。所以,亟待社会各界共同努力,配合解决未成

年人网游成瘾的问题。“游戏适龄提示”统一标识的设置和使用正是解决该问题迈出的重要一步。

网络游戏“游戏适龄提示”是对孩子最大的守护,保护未成年人,做有思想有创意的游戏。游戏公司也应该履行自身社会责任,近年来行业的“大浪淘沙”,不仅倒逼游戏企业提升研发能力、不断创新,也

在推动着全行业逐步完善产业链布局,越来越多的企业意识到“未成年人保护”的重要性。

可是我们也应注意,不要让游戏适龄提示统一标识沦为只是提示,相关职能部门要加强监管,严格游戏适龄准入,切实发挥统一标识的作用!

■刘梅

P图有风险,“恶搞”需谨慎

近日,微博名为“求求别P和传播我的照片了”的网友发文称,她就是近日被P图并广泛传播的女生本人,自己的照片被大家随意P着玩,真的很难受,希望大家不要再继续传播。网友纷纷致歉并支持其维护自身权利。

一场P图引发的风波背后,是“恶搞文化”与主流价值的“相爱相杀”。

所谓“恶搞”,其实是网络亚文化土壤中生出的一种文化现象,

主要指对严肃主题加以解构,从而建构出喜剧或讽刺效果的胡闹娱乐文化。它反叛传统,追求个性,抓人眼球。不可否认的是,“恶搞”文化以其强大的娱乐功能充当着社会压力排解的“安全阀”,为年轻人提供了天马行空的创造空间。

但须知,过分的“恶搞”于情不合,也于法难容。

于情,恶搞P图是对该女生的不尊重。此事源于当事人的姐姐看

到妹妹在朋友圈发了一张自拍,便P图给朋友看,不料朋友不但未经同意就把该照片拿去征集P图,还在微博发起了“修图班P图大赛”的话题。大部分P图者本着“娱乐至死”的心态参与这场“恶搞狂欢”,他们其实也本无恶意,更不会考虑自己的行为对图片的主人公有何影响。但试问,倘若自己的图片被人P成这样,你会作何感想?从女孩的自白中,我们不难读出无奈、难过。实际上,

大家本没有权利把自己的“开心”建立在某个人的尊严之上。

于理,恶搞P图涉嫌侵犯了涉事女孩的相关权益。所谓的“P图大赛”虽不以营利为目的,但在未经本人同意的情况下P成“恶搞”表情,甚至配上恶俗文字,有侵犯肖像权之嫌。此外,若图片被大量传播,使得当事人的社会评价明显降低,也可能构成对其名誉权的侵犯。

“恶搞文化”的底线是社会主流价值,即

文明、友善、尊重。在文化多元化趋势日益加快的当下,我们乐见越来越多的亚文化投入主流文化的怀抱,共同谱写中华文化的新篇章。同时,作为新时代的年轻人,我们也必须以传播和发扬先进文化为己任,杜绝恶俗文化披着“恶搞”的外衣,污染了清朗的网络空间。

■彭思涵

“赠品”不是“次品”,岂能不求质量?

随着赠品被越来越多的商家作为营销策略使用,赠品质量问题也逐渐遭到消费者吐槽。近日,家住安徽省安庆市大观区宜园路的朱先生就为赠品和商家较上了真儿,原来他买洗衣机得到的电水壶赠品不足一星期就“罢工”了。(9月27日《安庆晚报》)

近年来,一些商家为了把生意做活做大

强,每到节假日的时候,往往会推出一系列的商促销活动,其中最具有吸引力的当数“买一送一”了。但这类促销活动有一点让消费者感到很困惑,那就是商家赠送的商品在使用过程中出现了质量问题怎么办?找商家吧,商家往往以“这是赠送商品,质量概不负责”为由来搪塞或拒绝。而一些消

费者也往往认为,反正是赠品,有质量问题也属正常,于是就算了,因而也就不予追究。殊不知,顾客的这种“谦让”,无形中给一些商家有了可乘之机。

其实,赠品也是产品,赠品不是“次品”,岂能“不求质量”?因此,只要产品进入市场,就必须遵守《产品质量法》的规定,就应该符合国

家有关的质量安全标准要求,不能是假冒伪劣产品。因此,商家必须明白,赠品虽然是免费的,但它属于经营者提供的附加商品,所以,即使是赠品也必须保证质量,必须是合格产品,否则,消费者在使用过程中一旦出现问题或发生事故,商家必须承担责任并赔偿损失。也就是说,赠品并不意

味着商家可以免责,免费赠品一旦出现质量问题商家照样要进行赔偿。

因此,希望广大商家在商品促销活动中,不但要保证商品的质量,也要保证赠品的质量。如此,促销活动才能真正达到目的。

■叶金福



华夏全媒体
主管主办
华夏日报社出版
国际标准刊号
ISSN2521-0289

编委会

李克炎 江单 张华
勇 陶沙 黄浩 李
增勇 龚德贤

顾问 | 方智平
社长 | 李克炎
总编辑 | 江单
常务副社长 | 陶沙
执行总编辑 | 张华
勇
执行社长 | 黄浩
副总编辑 | 李增勇
龚德贤
视觉总监 | 古风

新闻中心

主任 | 方成成
经济新闻中心主任 | 刘中卫
新闻中心主任 | 龚德贤(兼)
新闻影像中心主任 | 巢砥平
美洲新闻中心主任 | 黄浩(兼)

新闻爆料

全球
00852-31106831
中国大陆
010-61057773
24小时新闻热线
185 1382 0014

邮箱爆料

huaxiazaobao@126.com

官方网站

www.huaxiazaobao.org