

“网瘾”老龄化 “剁手”成日常

随着互联网使用门槛的降低,我国60岁及以上群体的网络普及率提高,智能终端也逐步适老化,时代对老龄化群体的接纳和包容越来越高,很多老年人从抵触新事物到积极触网,寻求数字时代新的精神寄托。然而,过度沉迷网络,沉迷直播购物……“网瘾”却逐渐老龄化,似乎使得老年人触网从一个极端到了另一个极端。

购物让老人上瘾

近年来,不少年轻人发现父母换了一种生活方式。从晚饭后打开电视听歌、看剧、看天气,变成了一人一部手机浏览网站、看直播,在沙发上一坐就是好几个小时。而短视频平台又有自己的“算法”,在对每个用户“画像”后,便会定向给用户推荐内容,让人“爱不释手”。

“以前他们常转发公众号的养生资讯,现在则变成了发购物网站链接,帮他们‘砍’一刀、助个力、领个券。”市民杨威展示了父母在直播间十几元购买的“便宜好物”:懒人抹布、沥水神器、入门地毯、魔术沙发罩……这些产品出自各个直播间的秒杀链接,直播中,他们声嘶力竭不断推销,不断释放“纯亏本不赚钱”的信号。“他们沉迷于廉价网购,即便到楼下超市购买也很实惠、方便,或是家里已经囤货了,但是看到所谓的秒

杀,还是想买。”杨威发现,这些直播间人气虽然很高,但这些老套的剧本在不少人看来十分俗套,别说购物了,甚至都不会点进去观看。

相对于杨威父母“花点小钱”的囤货习惯,王琪的母亲却热衷于直播间的珠宝,动辄几千元的挂件或手串,几乎是“秒拍秒付”。“这些珠宝我们不会鉴定,买来到底是不是主播说的那样还有待考证,但是我的母亲基本每天都在各大珠宝的直播间来回看,什么类型的都想买。”王琪说。

而在市民周可欣的家中,有各种各样的保健品。“这个柜子里的保健品都是我爸妈网购的,在这些所谓保健品的包装上,没有一个找得到正规保健品的‘蓝帽子’标志。”周可欣很苦恼,“这些都只能归属于食品,但是他们不会分辨,也说不听。”



“老年网瘾”如何治?

如今,“网瘾”不再是年轻人的专属。刚越过“数字鸿沟”的老年人们却形成了“老年网瘾”。物质生活的改善使得越来越多的老人提高了消费能力,增长了消费意愿,这也使得他们成为网络销售的潜在对象。不过,部分直播卖家用赠品、科普等名头来投“老人”所“好”,进而“请君入瓮”,使理性消费变成冲动消费。

直播间里上演的剧本让人沉迷其中,无疑是切中了观众的某些潜在心理需求。业内人士指出,网络直播的存在或许满足了部分

老人打发时间的需求,在观看网络直播时,琳琅满目的商品、天花乱坠的讲解、方便快捷的购物体验都可能成为促成购买行为的动因。因此,即便到手的商品并不太令人满意,但是一想到购物消费时产生的新鲜、释放、兴奋的感觉,就还会想要再继续消费。也正因为如此,部分不良商家也就找到了寄居的土壤。

在采访中,有不少市民认为,父母触网的初衷,很大程度上是为了跟上时代的潮流,用“活到老学到老”的姿态,争取与年轻人找到共同话题。但在“小屏时代”,父母难免沉迷

其中,不少市民开始反思,是不是自己陪伴父母的时间太少了?业内人士指出,“网瘾”老龄化在一定程度上隐射出老年群体的孤独,在互联网上活跃着的银发族不应该成为被遗忘的网络群体。对于他们的“网瘾”,更需要子女正确引导,理智地看待父母一辈的上网问题,多陪伴父母,多和父母沟通,对老年人多给予情感关怀,满足其内心世界的精神需求,让老人老有所爱、老有所依,也要帮助父母培养更多的兴趣,才能有效帮助他们走出网购沉迷症,天伦之乐的魅力或远远大于网络购物,同时,需要社会投入更多关注,让老人老有所为、老有所乐,理性上网,远离“网瘾”。

◎本报记者 王心如

漳州工会： 创新开展线上就业援助行动

本报讯(邵爱霖)近年来,漳州市、县两级工会创新就业服务方式,在线下举办招聘会的基础上,在线上发布企业招聘信息,拓宽招聘求职就业渠道,进一步打造工会就业援助品牌。

市总工会举办“工会送岗 乐业漳州”线上直播活动,邀请多家优质企业工会负责人参与,企业代表与主播积极互动,现场解答网友提问,并当场提供企业的联系方式以便后续的跟踪和招聘信息咨询。该活动还在“漳州市总工会”官方微信视频号和广电云直播间同步直播,吸引浏览量4.68万人次。

平和县总工会在微信公众号上提供就业岗位信息1200个,涉及食品、工贸、制造等六个行业83个工种,覆盖企业65家,帮助各类求职者获悉岗位信息,有求职意向者可按需进行咨询。

诏安县总工会利用微信公众号开展线上招聘会,有动力电池科技、海菜食品、大北农水产等21家企业参与招聘,为求职者提供100多个就业岗位,120多人达成就业意向。

漳州开发区总工会在微信公众号上发布6期线上招聘信息,涵盖销售、会计、维修工等60多个工种,提供400多个就业岗位,吸引3000多人关注,200人达成就业意向。

此外,其他县(区)也陆续采取多种形式开展线上就业援助活动。

@一周辟谣

拍口腔牙片有辐射会致癌?

真相:该说法纯属危言耸听。日常生活中的辐射无处不在,其中约有85%的辐射来源于自然环境,如太阳、土壤等,来源于医疗诊断与治疗的辐射量很小。

拍牙片属于放射诊断,只要是放射检查就会产生辐射,但拍牙片产生的辐射量很低。人体每年受到的自然辐射量约为2.4毫西弗(mSv),而放射检查中口腔牙片中的辐射剂量仅为0.006毫西弗(mSv)。而且,目前也没有实验证实这种用X射线的小剂量诊断会对人体产生损害,更不存在致命或者致癌现象。

(来源:科学辟谣)

空调反复开关能省电?

真相:一直开着空调比一会儿关一会儿省电。由于空调在启动时的瞬时电流往往较大,如果反复启动,耗电量会相应增加,同时不利于空调的保养,对空调造成损害,影响空调寿命。

(来源:科学辟谣)



测评视频截图

“先看视频!”在网络上,又一种视频火了起来,便是一些网络商品测评视频。在此类视频中,视频博主们会先给网民们看一些广告视频,随后将视频中的商品买回来,实地测评,再将好用的推荐给网民,不好用的也很直截了当地说“不推荐”。这类视频也受到不少网民欢迎,那这些测评视频拍摄是否客观公正?网民们买回这些商品时是否好用?为此,记者采访了根据测评视频网购的漳州网民,听听他们的看法。

还算好用踩雷少 先看视频确实有效

“东西我们买,有坑我们踩”。这类网络商品测评视频也确实火了起来,小到平时常用的拖鞋和充电线,大到秋千吊床和玩具遥控车,网络商品测评视频是什么都做,并且不少博主都会说自己主打的就是一个“简单、直接、真实”。

网友“彬哥”的充电线接头开裂,他便寻思着上网买个

充电线,但是当他打开淘宝时,却对着无数的数据线商家犯了难,一时间竟不知该买哪一款。大数据的作用无处不在,不久后,网友“彬哥”便在抖音上看到数据线相关测评视频。

“他这个头还是金属的,线是真的粗啊,对比一下我这是真的粗啊,我们再来把线剪开一下,看看里面是什么样的。”在视频中,视频博主不仅测试了商品的结实程度、数据传输速度和充电速度,还把数据线剪开,让网友们看到数据线其中的情况。

“当时看完这个视频,我就感觉这条数据线就是我的‘梦中情线’了。而且我在淘宝也看到了这条数据线的测评视频,视频博主还把这条线来回拉扯了一百次,数据线的接头都没事,所以我就毫不犹豫地买下来了。”网友“彬哥”一边跟记者讲述着网购经历,一边还跟记者展示着该数据线的充电速度。

有了这次数据线的网购经历,现在网友“彬哥”去网上购买商品时,也都会打开相关测评视频看一看,从平时吃喝的零食饮料,到一些例如冰镇杯等有意思的小物件,他都会选择先看测评视频再思考是否购买。“虽然还是会踩雷,但确实比以前更敢购买了。”网友“彬哥”表示。

购买此类商品 消费者需火眼金睛

虽说测评视频可以作为网购消费者购买产品 and 是否购买的一个参考,但每个人的习惯和体验都不同,有人觉得经过视频博主测评过的商品十分好用,自然也有人有不同想法。

夏天到了,总需要来些比较清爽凉快的饮料来降温解暑,最近有不少商家都上架了一款名为酸梅晶的商品,网友“小冰”看到该酸梅晶后也表示很心动。“的确用凉水就能冲开啊,酸酸甜甜的很带劲。”看完测评视频的网友“小冰”直接下单了,结果到手泡开后发现,自己并不习惯酸梅晶泡出来的酸梅汤的味道。“虽说这是我个人口感的问题,但是有时候即便看了测评视频,也是会踩坑的。”网友“小冰”说。

在采访过程中,网友“城南”还向记者分享了他对于网

络
测
评
视
频
的
看
法。

起初网友“城南”也经常根据网络商品测评视频,来选择购买的商品,但久而久之他在视频平台收到的广告也逐渐变多,买回来的东西踩雷的次数也在变多。“我发现,如果测评视频带有相关商品链接,你甚至不用看完整个视频,就知道测评博主肯定会说这个东西好用,但这是否真的好用呢?”网友“城南”直言其中是否存在有利益输送,这是网民们所无法了解到的。

此外,业内人士也指出,根据《互联网广告管理办法(公开征求意见稿)》,其中就有指出通过互联网媒介以消费测评的形式,应当显著标明“广告”,如果作为广告,极易出现虚假宣传等情况。所以,在进行网购时,网络测评视频只能做个参考,网友也应当冷静冷静,从网购评价入手,仔细认真挑选自己心仪的商品。

◎本报记者 刘健宁 文/供图