

通宵“赚金币”、沉迷“直播间养生”…… 老人缘何“困”在手机里？

最近,许多网友在社交平台上的“网瘾老人”话题中认领起“同款爸妈”:有的沉迷“赚金币”,上网8小时赚回2元钱;有的茶饭不思,刷短视频、看微短剧、听小说直至深夜;还有的不信儿女信主播,跟风下单各种劣质保健品……

在良莠不齐的电子信息“围猎”下,老年人“触网”背后既有精彩也有陷阱。



新华社发 勾建山作

“网瘾老人”成家人“心病”

今年春节,不少回家过年的人发现,家里的老人使用手机甚至比年轻人还“上头”。第三方平台QuestMobile统计数据显示,老年群体月人均使用网络时长达129小时,其中短视频以35.1%的占比高居使用时长榜首。

——有些老人沉迷于做任务、“赚金币”。

这几年,四川的李奶奶迷上了“赚金币”。“看一个半分钟广告获得10个金币,集满1万个金币兑换1元现金。一天刷个不停,赚不到2块钱,奶奶还乐此不疲。而且在平台算法规则下,随着使用时间变长,收益会不断减少。”李奶奶的孙女说。

“新华视点”记者调查发现,这些让老人沉迷的赚钱类APP背后都有着精心设计的繁琐程序,完成任务需要耗费大量时间,提现

更是关卡重重。

——有些老人陷入微短剧的“微陷阱”。

不久前,云云意外发现60多岁的母亲迷上了“豪门”“闪婚”“保姆”类微短剧。更离谱的是,母亲一个月的微信支付账单竟高达1万多元,仔细查看付款记录才发现,这些花销由多笔数十元的小订单组成,收款方多为“xx剧场”“xx短剧”,几乎都是自动扣费。

“这些微短剧平台付费陷阱很多,刚开始几分钱就能解锁新的一集,但付费页面隐蔽地勾选了默认自动续费等选项,老年人不知不觉中就开启了自动扣费功能。”云云说。

——有些老人非理性网购成瘾。

山东的刘奶奶最近养成了“蹲守”直播间买保健品的习惯。一些

主播编造“兄弟反目”“夫妻分离”“千里寻人”等故事,常使用“现在只有最后一批货,爸爸妈妈们快点帮帮我”等话术催促下单。刘奶奶坚信这些内容是真的,认为自己购物就是在做好事。

此外,还有专门套路老年人的“直播养生局”:先以养生科普短视频引流,吸引老年人跳转微信加群;而后,群里“老师”通过开展公益直播课、设置有奖问答等,不断强化其对产品的认知;半个月后,群里开始推销产品,还有“托儿”配合演戏,诱导老年人跟风购买。

不少群众反映,一些直播间以虚假宣传等手段恶意诱导老年人下单,涉及金额动辄成千上万元。记者在黑猫投诉平台上以“直播+老年人”为关键词进行检索,相关投诉近千条。

既伤身又“伤心”

这些在年轻人看来很容易被识破的套路,为何总能轻松“拿捏”老年人?

“种种网络沉迷行为,暴露出老年人的情感需求。”华东师范大学社会发展学院教授魏万青说,随着空巢家庭增多,互联网成为老年人重建情感和社会支持网络的重要渠道,短视频和直播间里的一声声“家人们”“爸爸妈妈”,填补了他们现实社交的匮乏。

记者发现,在短视频、直播、微短剧等领域,一些营销手段和骗局也开始“适老化”,加上算法机制精准捕获,让辨别能力不足的老年人容易形成行为依赖。

“一是夸大信息,二是提供便

利,三是情感慰藉,招招都对老年人特别“致命”。”清华大学公共管理学院副教授贾西津说,老年群体信息验证渠道相对单一,更容易相信网络上各类违规营销内容,且相较于实物价值更看重情感价值。

老年人长时间沉迷网络,除易造成经济损失外,还容易引发或加重视力损伤、睡眠障碍、颈椎病等健康问题。

2020年至今,小莫的爸爸已经花了10多万元买保健品。小莫说,他爸爸坚信吃保健品能长寿,不去医院看病,不好好吃饭,结果摔了一跤后粉碎性骨折,检查发现还患有骨质疏松、高血压高血脂、反流性食管炎等多种疾病。

助力银发族摆脱网瘾

置身于数字化社会,老年人融入互联网是大势所趋。如何扫清老年群体跨越“数字鸿沟”过程中的陷阱?如何将网络工具转化为老年生活的赋能手段?

早在2021年,工信部就曾发布《移动互联网应用(APP)适老化通用设计规范》,明确指出适老版界面、单独的适老版APP中,严禁出现广告内容及插件,也不能随机出现广告或临时性的广告弹窗。

魏万青等建议,面对层出不穷的诱导式网络消费、网络诈骗等,相关政府部门应强化监管力度,对恶意诱骗行为进行坚决打击,着力解决重点人群触网的安全隐患。

同时,积极开展培训服务,常态化向老年群体普及网络安全知识,对典型不法行为进行曝光,筑牢老年人科学上网“防护网”。

“帮助老人更好地适应数字化生活,平台负有重要责任。”刘诚等表示,平台应对面向老年群体的健康类信息加强审核,持续优化算法设定,不过度向老年人推送同一类型内容。同时,还可对65岁以上用户增设“弹窗提醒”“防沉迷提示”等功能,在大额付款、连续上网超过一定时长等情形下,提醒老人规避风险。

受访专家认为,不少老人退休后面临社交“断裂”,很容易因无所

适从而沉迷网络世界。助力老年群体摆脱网瘾,需要强化适老化设施保障、增加社区服务供给,在现实生活中对他们给予更多关心,提升养老服务水平。

武汉大学社会学院副教授夏柱智等建议,在城市社区和农村建设更多老年活动中心,提供丰富多彩的文体活动,帮助老年人维系、拓展社会关系,促进其广泛参与社会生活,满足其情感、社交等基本需求。此外,还应大力倡导家庭观念,鼓励子女尽可能增加对老年人的陪伴,提高他们的存在感和幸福感。

(新华社北京2月24日电 记者 陈一帆 周思宇 刘芳洲)

《快递市场管理办法》实施近一年 你的包裹送到家了吗

2024年3月1日,《快递市场管理办法》新修订版正式实施,明确要求快递企业未经用户同意不得代为用户收货、不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等末端设施。作为一项有力的监管措施,该新规的出台旨在进一步规范快递市场,提升末端配送服务质量。然而,记者近期走访西安市多个快递驿站和社区后发现,尽管新规已经实施近一年,实际执行过程中依然面临着多重困难和挑战,市民的服务体验存在较大差异,尤其在送货上门和驿站取件之间的差距,依然让不少市民感到困扰。



市民在快递驿站寻找快递。

调查 驿站代收仍为主流

2月23日,西安市长安区雅居乐湖居笔记小区的快递驿站,取件处排起了队,居民根据取货码在货柜上找件、取件、扫码出库。这个流程对于常常网购的刘梓涵来说再熟悉不过。“新规刚出台的一个月我还能接到送件的电话,后来就只能收到取件的短信了。”刘梓涵表示,越来越多的快递被放置在驿站,取件成了常态。

这一现象在西安市的其他区域也普遍存在。2月24日,记者分别在西安市雁塔区春临三路和未央区凤城八路几个驿站看到,站内堆放着成堆的快件,一些大件快递被放在地面上等待签收。驿站经营者透

露,合作的快递公司如韵达、极兔、圆通、中通、申通等,大部分快递都无法按客户要求送货上门,大件物品要求送货上门被拒的情况也时有发生。

市民向记者反映,除了顺丰和京东等直营公司能提供送货上门服务外,其他快递公司往往将包裹放置在驿站,短信通知让自行取件。

在西安从事快递行业十年的刘金熊告诉记者,京东和顺丰等公司的送货上门服务保持在80%以上,其他快递公司送货上门的比例不足30%。这一差异也使得快递服务体验呈现明显的不平衡。

发声 单量过大 送货上门压力大

尽管新规明确要求快递员必须确保按时将包裹送达并征得客户确认,但由于配送量过大,尤其在节假日等促销高峰期,快递员面临着巨大的工作压力,送货上门的实际操作难度较大。

快递员程师傅表示,他负责的区域日均派送300单,每天的工作时间长达12小时,如果加上“双11”等电商促销的高峰期,单日派送量最高可达到500单。“如果每个包裹都需要通过电话联系确认送货上门,基本是不可能按时完成的。”

此外,快递员还面临着较高的

罚款风险。据程师傅透露,如果客户投诉未按规定送货上门,他们也面临着高额罚款,尽管有些客户愿意理解他们的困难,但多数快递员依然选择通过沟通来争取客户的理解和宽容。

快递员石师傅表示,在没有电梯的小区,送货上门的难度更大,除非对方是老年人,且包裹为大件,他才会考虑送货上门。西安市碑林区一快递驿站负责人表示,老旧小区五楼、六楼等高楼层的包裹,送货上门所需的时间和体力远远超过其他包裹。

呼声 希望精细化配送

采访中,七成受访市民希望对于大件或需要签收的快递能够保证送货上门,而普通的小件快递则可以选择自取。

市民李女士表示,尽管快递员的工作很辛苦,但她更希望能为大件快递提供更好的配送服务。她建议,快递公司可以建立一个客户偏好数据库,让消费者在下单时能够自主选择是否需要送货上门。“如果在电商平台能提前选择配送方式,既减少快递员和客户的沟通难度,也能提高效率。”此外,一些年轻消费者则表示,驿站自提是他们的首选,认为这种方式比送货上门更

灵活便捷。

当代陕西研究会副会长王晓勇表示,单纯依靠罚款并不能从根本上解决快递行业面临的配送难题。行业亟须从多个方面入手,优化流程并改善服务质量。一方面,应当建立更加合理的分级服务体系,根据包裹的尺寸、重量及时效性收取差异化的派送费用;另一方面,智能化技术的引入也能在一定程度上缓解快递员的工作负担,快递行业还需推动物业代收点的标准化建设,为居民提供更加便利的取件方式。

文/图 本报记者 朱娜娜 实习生 辛子衡