

户外运动真的“体力好就行”吗

小学生 App 打卡跳绳竟弹出性感美女主播



为了完成每天的跳绳任务,点开一跳绳 App,却不小心点到弹窗广告,性感火辣的女主播摆出诱人的姿态,画面露骨,还配有“附近美女火热直播”等字样。上述画面猝不及防地出现,广东的莫女士手忙脚乱地将手机从女儿面前移开。

莫女士的女儿今年上小学一年级,应学校老师暑假每天做适量运动的要求,莫女士在手机上下载了一款名为“××跳绳”的 App,让孩子每天在 App 上完成老师布置的任务并进行打卡。通过 App 运动打卡本是好事,但很快莫女士就发现了问题——该跳绳 App 中广告无孔不入,几乎每次完成一项锻炼任务都会跳出广告,很多广告连大人都找不到关闭按钮,稍有不注意,孩子就会点进广告,直接跳转到外部软件。

“广告多也就算了,一些广告画面不堪入目,根本不适合小孩子观看。”莫女士说,该软件会在运动过程中弹出小窗广告,大多是一些直播、短视频 App 的链接,配图的直播画面非常露骨,基本是一些穿着暴露、袒胸露乳的美女主播,如果点击广告画面,更是会直接跳转到直播平台,首页推荐的直播间主播甚至比广告中的更“性感”。

“据我了解,很多中小學生都使用该 App 做运动打卡,这样的内容真的可以让未成年人接触吗?”莫女士不由发问。

如今,互联网在未成年人学生生活中均发挥着不小的作用,不少中小

学生通过学习类、工具类 App 进行任务打卡、资料查询、学习辅助、生活记录等。然而,记者近日调查发现,明明是面向未成年人的学习类、工具类 App,内容却“跑偏”了。一些学习类、工具类 App,不仅因为广告众多、功能混乱等影响使用感,而且蕴含一些色情、低俗等“擦边”内容,极易给未成年人造成不良影响。

按照莫女士提供的线索,记者对该跳绳 App 进行了下载,发现注册该 App 后,软件会自动弹出让用户“添加班级”的页面,显然该软件目标群体就是学生。在社交平台中,不少家长吐槽该 App 广告存在问题,不仅会自动跳转至第三方低俗网站且无法关闭,严重影响青少年使用及身心健康。

近日,因为一款学习打卡 App,天津一小学生家长史女士“被气到了”。史女士说,该 App 中会弹出很多“领红包”的广告,或者直接整个屏幕都是红包雨,孩子不知道怎么关闭广告,不小心点到屏幕就会跳转到其他 App 或者跳转到一些 App 下载、充值的界面。实际充值时“一点就通”,没有任何确定或提示环节,史女士的孩子就曾因误触广告被扣费 400 多元。

河南的小马即将上高二,暑假期间她经常通过线上自习室和好友连麦学习。小马说,她身边不少同龄人为了假期也能好好学习,都会使用线上自习室。但在使用期间,她发现该软件首页推荐内容开始“去学习化”,

渐渐多了很多晒偶像照片、求交友的帖子,还出现了一些“游戏连麦”“红娘连麦”。很多用户发的动态也不再是学习心得和笔记,逐渐变成了秀身材、秀颜值的“钓鱼帖”。

最让小马觉得糟心的经历是,她在线上自习室与陌生人连麦学习时,曾遭遇“变态”私信骚扰。小马说,当时她在家里学习,穿着睡衣,被摄像头拍入画面后有人发来私信,让她把摄像头角度向下调,还说了“摸摸大腿”“看看小妹妹”之类的话,对方甚至调整角度将摄像头对准自己的私密部位,吓得小马赶忙退出了连麦。

据媒体报道,在一名为“××小学学生”的学习 App 中,孩子们可以通过完成任务获得一定的分数,分数可以兑换虚拟货币,从而购买道具或者饲养电子宠物来和同学进行 PK。不仅如此,用户还可以直接在“商城”中选择付费来购买游戏的道具。有学生家长在孩子的要求下不到两个月进行了 13 次购买,花了 1200 多元。在另一名为“××作业”的公众号中,专设有游戏版块,内含超百款游戏,无需实名注册就能玩,此外,该公众号还利用游戏引导中小學生进行社交,包含大量性暗示、性诱惑的内容。

2023 年 9 月,国家网信办披露了一起违法案件。某社交平台“小世界”版块因存在大量色情等违法信息,严重侵害未成年人合法权益,被国家网信办依法责令暂停信息更新 30 日,没收违法所得并处 100 万元罚款。从通报信息来看,该版块存在大量色情引流信息,部分用户在评论区诱导未成年人不良交友、实施性引诱,招募未成年人进行游戏陪玩,危害未成年人身心健康。

学习类、工具类 App 偏离主责主业,传播打擦边球违规信息,这是中央网信办“清朗·2024 年暑期未成年人网络环境整治”专项行动明确点名的突出问题之一。

受访专家一致认为,未成年人保护法、《未成年人网络保护条例》《网络信息内容生态治理规定》等法律法规中,已明确禁止网络应用中出现危害未成年人身心健康的内容。面向中小學生的学习类、工具类 App,应坚守法律红线,杜绝色情、暴力、低俗等不良信息的存在,无论这些内容是平台自身发布的、使用者评论、分享的或广告中存在的。

本报综合消息

盲目跟风暗藏风险

在社交媒体、短视频平台搜索“户外”“徒步”等关键字,不少博主分享徒步美照和徒步路线,有的配文称“××山轻松拿捏”“有腿就行”。一些网友被这些精彩照片吸引,跟风打卡,却忽略了潜在风险。

不久前,户外爱好者安先生在北京郊区一山谷徒步时就遇到了因迷路等待救援的一家人。“父母带着 3 个孩子只穿了短袖,没有带登山杖,带的水也耗尽了,还赶上了雷雨天气,很容易造成失温。”安先生告诉记者,这家人徒步前没有做充分准备,对路线缺乏了解,没有带任何装备,又没有选择尽早原路返回的策略,才不得不寻求救援。

记者搜索发现,该条徒步路线在社交媒体上热度较高,有超过 5800 条相关内容,多为推荐该路线风景优美、对新手友好。

据了解,户外徒步路线多为未开发区域的“野景点”,不仅地形地貌、气候都较为复杂,也缺乏相应的安全保障。据统计,今年 5 月 1 日至 6 月中旬,北京消防共接报 73 起山岳救援警情,其中门头沟区、海淀区、怀柔区等徒步登山热门地出现的警情最多,报警原因多数是游客迷失方向需要救援。

“山野徒步不是体力好就行,发生危险多是源于没有做好准备,缺乏经验。”安先生参与徒步运动两年来,每次出发前都会提前下好轨迹,了解距离、爬升高度等基本数据,并带好足够的水、食物、药品、衣物、头灯等装备。

找到靠谱团队并不容易

既然新手缺乏经验,那么加入徒步团,跟着经验丰富者是不是就安全了呢?

前段时间,徒步“小白”刘艳报名了北京的一个户外徒步团。本以为是入门级的休闲路线,进山之后几乎都是河道、石子路,以及需要徒手攀爬的悬崖峭壁。“由于领队带错路要原路返回,本来不到 10 公里的路程最后走了 20 公里,还要摸黑爬过悬崖,真是苦不堪言。”如今回想起来,刘艳仍有些后怕。

据业内人士介绍,目前常见的户外团大致分为自发组织、营利组织两种模式。近来,由于费用较低、门槛不高,通过社交媒体招募队员的 AA 团颇受欢迎。记者注意到,石人峡和吊罗山林区两起事故,都是网络平台自发组织的 AA 团。石人峡环线徒步的发起者自称“公益户外组织”,公告标明活动为 AA 约伴,自愿参加,出发前标明“风险与责任自负”。

海南户外爱好者吴阳告诉记者,一些博主不仅没有相关的从业资质和领队经验,还打着 AA 团的名义组织活动,从中赚取差价或者吸引流量,“由于是自发组织,即使发生意外情况,重新注册账号,换个马甲又可以卷土重来。”

此外,一些户外团为了拉人头,不仅没有对参与者进行筛选,还在活动介绍中,把某些中级或者进阶难度的路线定位为初级难度。

记者通过社交媒体的分享帖,加入了一个户外徒步群。群主发布了“夜爬东灵山”的活动,路线难度显示:“初级,徒步 10 公里,爬升 900 米”。记者以新手身份咨询该活动是否适合新手,一名群友表示“新手还是看看其他初级路线”,群主则表示“新手报名是没问题的。”

随后,该群友私信记者表示,东灵山海拔 2000 多米,新手白天上去都有难度,夜爬就更危险了。对方还透露,自己在徒步路上遇到过几个团,其专业水准参差不齐。

为户外运动系上“安全绳”

“户外运动看似门槛很低,实则不然,户外领队更需要门槛。”拥有中级户外指导员证的牧野是云南一名资深户外领队,他表示,领队是户外运动中关键的一环,把每个人都安全地带回来是关键。

即使牧野带队一条成熟的徒步线路已有 5 年,但他仍然在每次出发前看好天气,把路线复盘一遍。牧野表示,一个合格的领队应具备风险评估和预判能力、沟通协调能力和突发事件应急处理能力、基本的急救技能等,带队时,应频繁通讯,时刻把控队员的身体状况,让他们们的活动范围在视线之内。

在牧野看来,需要规范化制度来提高领队及户外团队的准入门槛,才能让更多户外爱好者更安全地享受户外运动带来的乐趣。

北京体育大学体育休闲与旅游学院教授王法涛认为,山地户外运动受到越来越多人的喜欢,最根本的原因还是人民对美好生活的向往,健康意识的增强。此外,户外场域的可达性越来越高,选择性越来越多,当户外运动从小众走向大众,参与者的户外风险意识、户外知识和技能也应跟上。

在王法涛看来,不能一有事故就因噎废食,把户外运动的场所一封了之,而是应该进行更广范围的户外教育,包括户外知识、技能和风险管理。主管部门应加强对行业的监管,户外领队必须接受户外知识技能培训并持证上岗。此外,要建立各级救援体系,尤其是民间救援组织,他们不仅能救援,也能进行基层的户外教育普及。

对于想要尝试户外运动的爱好者,牧野建议:“参加户外运动一定备齐相应的装备,客观了解真实情况,不要被网络上的照片迷惑,做到心中有数再出发。最重要的是,要敬畏自然,不要盲目自信。”

本报综合消息

寄快递要求“刷脸”是否必要引发质疑

“7 月 30 日,我用同城快递寄了一个文件,寄件的时候快递员要求我通过人脸识别验证身份,可下单之前我明明做过实名认证了,为什么还要再验证一遍?”近日,北京市民钟女士向记者反映,自己在寄快递时遇到了被要求人脸识别的情况。进行人脸识别后,钟女士顺利寄出了快递,但她越想越不对劲,“寄个快递有必要录入人脸信息吗?”

不止北京,近日,上海不少市民在寄快递时也遇到了被要求“刷脸”的事。记者采访发现,让消费者感到疑惑的不仅是寄快递时需要识别人脸,不同下单方式、不同网点对于是否需要人脸识别,标准并不统一,更是令人摸不着头脑。

“我到寄递点去,快递员要求我进行人脸识别。约了上门取件,

却没有这样的要求,甚至可以留在前台让快递员自行取走,那么人脸识别到底是怎么回事?”常寄快递的上海市民饶女士十分不解。市民陈先生也有过在某快递网点寄件时被要求人脸识别的经历,但后来来到另一处网点,却发现不需要这些程序就能顺利寄出快递。

此前,酒店“刷脸”入住、景点“刷脸”入园、小区“刷脸”进门等强制获取个人信息的现象屡有发生,“刷脸”场景无序扩张受到质疑。上海市消保委相关负责人表示,人脸数据属于个人独有的生物识别信息,按照相关规定和要求,快递公司核验寄件人身份信息无可厚非,但是绝不能把人脸识别作为身份核验的唯一方式,更不能以消费者不识别人脸为由拒绝提供寄件服务。

有消费者询问快递员为何要“刷脸”,快递员表示:“现在管理变严格了。”而据记者了解,近期,国家邮政局等有关部门正在组织各快递企业对实名收寄管理制度、实名收寄整体流程、企业信息系统等进行规范。对于初次在某快递企业寄件的,需出示、查验、登记身份信息;第二次寄件的,需查验身份信息。而人脸识别技术作为身份信息识别的辅助,目前正在试点应用,不作强制性推荐。

上海七方律师事务所合伙人张睿表示,根据相关法律法规规定,人脸信息属于法律所保护的个人信息,处理应当遵循合法、正当、必要原则,不得过度处理。采集寄件人或收件人的人脸信息并非必须,应有可替代的方案。

本报综合消息