

有话直说 >>

老穆

适老App被年轻人追捧，不是惊喜是警钟

最近出现了一个有趣的现象：App老年模式广受年轻人追捧。

原来，不少年轻人是为了躲避常规App烦不胜烦的嘈杂，而青睐适老版App的清净。

据媒体报道，随着中国60岁以上网民群体比例的增长，互联网企业开始争夺老年用户，先后推出了页面更简洁、字体更清晰的“大字版”App、“老年版”App，或者在App中嵌入长辈模式、老年模式。

根据工信部发布的《设计规范》，适老版App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。这类

App在给老年用户带来上网便利的同时，也为他们免除了被商业广告狂轰滥炸的烦恼。简单的内容模块，清晰明朗的标注，没有恼人的弹窗广告，没有让人眼花缭乱的跳转、推送，虽然功能简单，用起来却省力省心。

本是专为老年人推出的适老版App，却让年轻人大呼“真好”，这个意外的反应，“惊喜”中透出一股反讽的意味——常规App，俺惹不起，躲得起！

目前人们常用的App，不仅广告扎堆添堵，而且界面设计复杂、人机交互体验极差。点不掉的弹窗广告、突如其来的跳转链接、隐蔽性十足的诱导点击，让广大用户

烦恼透顶。

适老版App出乎意料地成为年轻人的“避风港”，这个信号更似一记重锤，敲打着日益泛滥、屡禁不止的互联网广告。

尽管法律法规已对互联网广告边界做出明确限制，工信、网信等部门专门针对弹窗广告等发起过多次专项整治，但有些App广告就像顽固的“牛皮癣”，让人闹心甚至愤懑。

作为新事物的适老版App，在工信部的规范约束下，一段时间内将会成为年轻用户纾解烦恼的首选，但适老版App并不能全部满足年轻人的需求，比如，适老化设置会舍弃App部分实用功能，“大字版”也

会让App使用效率下降，所以，年轻用户还会产生新的苦恼。

被动选择页面简洁、操作简单的适老版App，年轻用户的“逃离”决不会成为常态，也不应该成为常态。试想，朝气蓬勃、充满活力的年轻人，谁愿意以一种“古老”的方式在网上冲浪？这也不该是数字化时代应有生存的状态。

所以，在为老年网友打造简洁便利、轻松适用的“专属”App的同时，必须让数量占主流的年轻网友舒心愉快地上网。破解困局的根本办法是，持之以恒、下大力气治理App商业广告泛滥的乱象，还广大网民一片清朗的网络空间。

有感而发 >> 贾亮

降噪广场舞 跳出“好声音”

8月17日，“噪声污染防治法草案”提请十三届全国人大常委会审议。根据草案，在街道、广场、公园等公共场所组织或者开展娱乐、健身等活动，未遵守公共场所管理者有关活动区域和时段等规定，采取控制噪声的有效措施，干扰周围生活环境或者使用音响器材时，未遵守当地公安机关的有关规定，产生过大音量干扰周围生活环境的，不听相关单位的劝阻、调解，将被处以警告并责令改正；拒不改正的，处200元以上500元以下罚款。这一条款引发广泛关注，虽然罚款额度不高，但给执法标注了明确的尺度。

现行《环境噪声污染防治法》1997年3月1日起施行，2018年对个别条款作出修正。3年前修正时，对公共场所噪声污染的相关表述，就曾引发广泛关注。公众对治理广场舞等噪声污染始终抱有极大期待，但公共场所娱乐健身噪声污染的改善程度，与公众的要求相比还有相当大的距离。室外活动噪声、室内噪声污染日益多发多样；因为跳广场舞引发冲突，乃至上升为治安事件，经常见诸报端。实时修改法律，让相关条款更有针对性、更具操作性，是推进公共场合噪声治理的基础性工程，也有利于化解各方矛盾，实现社会和谐稳定。

集体唱歌、跳广场舞等是很多市民保持身心健康、促进社会交往的良好途径，尤其受到大爷大妈的喜爱，也是切切实实的民生。但广场舞总是伴生音量过大、深夜扰民等问题，让周围的居民头疼。不让声音成为噪声，困扰周围群众正常的生活，同样是不容忽视的民生。娱乐健身权益的保障要以不破坏其他人的权益为前提，任何人在公共场合的快乐幸福要在尊重他人合法权益的基础上实现。草案的一大亮点，就是针对现实中的突出问题，加强噪声分类管理。依据草案，公共场所管理者要明确活动区域和时段，也有调解劝阻的责任和义务。通过科学设置和合理安排，相信能最大限度地错开场地使用上的争执，避开骚扰周边居民休息的时段，实现噪声上的源头治理。罚款不是目的，让受罚的人“静一静”，保持安静的环境，才是法律的意义所在。

再优美的歌声、音乐，超过一定的分贝就是不堪入耳的噪声。习惯在公共场合开展娱乐、健身活动的人群，要提升公德心、增强自觉性，不能无所顾忌，不要以为法不责众，应该主动遵守公共场合管理方的规定，将音量调整到规定的限度内。要是因声音太大而被罚款，几百块钱已经不免心疼，因此而心情不好折了面子更不值得。没有噪音，就是广场舞跳出的“好声音”。据新华网



一针见血 >>

辛云

“饭圈”何以成为人人喊打的“烦圈”

最近一段时间，“饭圈”乱象不断，最新案例是演员赵丽颖的粉丝后援会听闻她可能与演员王一博合拍新戏，竟号召粉丝集体抵制，并对王一博进行语言攻击。一名赵丽颖“大粉”公然发微博宣称，“就是要越乱越好，各方混战……现在不怕乱，不怕闹……闹哄哄把事情闹大才好呢”。23日，微博官方发布公告称，已对涉事相关违规账号进行禁言、关闭等处置。

这场莫名其妙的“饭圈”风波，让很多围观者大跌眼镜。艺人参演什么影视剧、跟哪些明星搭档，是艺人自己、经纪公司考虑的问题。粉丝可以讨论、可以建议，也可以有不同意见，但有不同意见就发起集体抵制，甚至发动骂战，还美其名曰“都是为了艺人好”，显然让“饭圈”成了“烦圈”。

有媒体称，这是今年6月中央网信办决定开展“清朗·饭圈”乱象整治专项行动之后，首个因“互撕”遭大规模禁言的粉丝群体。微博方面及时出重拳治乱，既

显示了对非理性“饭圈”乱象的鲜明态度，也给其他“饭圈”群体敲响了警钟。

“饭圈”本是粉丝抱团支持明星的松散团体。客观来说，“饭圈”最初是一个以年轻人为主体的组织，除了支持艺人的音乐、影视剧等，还会组织线下活动，大家聊偶像、聊人生、聊理想，结交志趣相投的朋友。但不知道从什么时候起，“饭圈”变了味，应援打榜不计成本、骂战互撕不择手段、为了流量恶意营销没有下限。

“饭圈”变味，“唯流量论”难辞其咎。在娱乐圈，流量代表着艺人的知名度，也代表着商业价值。与几十年前不同，在互联网时代，等待艺人推出脍炙人口的好作品带来流量，速度似乎远不如炒CP、买热搜、设置热点话题。于是，在一部分粉丝的带动下，不良“饭圈”文化开始蔓延。有不少未

成年人混迹“饭圈”，种种不良文化直接影响了他们的健康成长。

近期已经有不少“饭圈”乱象遭舆论痛批、被平台严厉打击，有关部门的态度也已经非常明确。希望粉丝们能保持基本的理性，别让“饭圈”成为人人喊打的“烦圈”。据新华社电

