



媒体聚焦

北京晚报：
一梯一码
为电梯安全加码

据报道，北京正在推动电梯“一梯一码”试点，即每部电梯内外都有一张二维码，手机一扫，就能看到电梯使用单位、维保单位的救援电话、电梯困人救援指引等信息。

电梯是易耗设备，“岁数”一大，难免出现“头疼脑热”。有数据显示，相比梯龄在5年内的电梯，老旧电梯困人率要高5.6倍，并可能出现急速下坠、关门夹人、紧急呼叫却无人应答等问题。电梯事关市民的切身利益和生命安全，任何一部电梯都不能运行在监管之外，任何一个维护环节都不能走过场，任何一个责任人都不能应付糊弄。推广“一梯一码”，就是在维护和监管等环节为电梯安全加码。但电梯贴上码，一样不能放松检查。各个行业的二维码管理中暴露出的问题，提醒相关部门，要切实防范维保过程中的形式主义，比如只扫码留痕却不按专业规范操作等问题。

南方都市报：
公共场所不刷脸为原则
规范人脸识别技术应用

“刷脸”时代，谁来保护公民的面部信息安全？据媒体报道，上海启动的“亮剑浦江·2024”消费领域个人信息权益保护专项执法行动，就公共场所强制、滥用人脸识别技术细化工作方案。

方案提出“不刷脸为原则”，算是直接对“人脸识别”技术日益滥用的现状开药方了。随着人脸识别技术的不断成熟和市场化应用，如何充分保障公民的个人信息安全不受侵害，立法层面可以说态度明确。民法典要求处理个人信息应当遵循合法、正当、必要原则。个人信息保护法规定，在公共场所安装图像采集、个人身份识别设备，应当为“维护公共安全所必需”。不是所有“人脸识别”纠纷都能进入司法诉讼程序，但立法上的坚定立场依然需要部门执法、社会守法的全过程呼应，上海提出“不刷脸为原则”，即是基于现实场景的监管执法路径探索。

北京青年报：
“可爱经济”
何以抚慰心灵

745岁的妙应寺白塔“穿”上毛衣顿添糯感；地坛的枫叶和银杏叶变成了毛绒玩具，露出可爱搞怪小表情……据《北京日报》报道，一股“毛绒绒风”正在北京文旅市场掀起新风暴。

“毛绒绒风”是文旅产业可爱化的生动体现，也是对年轻人追求“可爱经济”的顺势回应。年轻人不仅获得了愉快的互动购物体验，还收获了满满的情绪价值。正是这种“情绪价值”的浸润加持，使得更多年轻人成为“可爱经济”的拥趸。“可爱经济”的外在表现为文创新产品的“绒化”，内核则是尊重和满足公众的情绪价值。历史传统的文物古迹、风土人情、美食小吃，有了更高级的外在表现形式，年轻人个性化需求就能被更好满足。既具有表现上的仪式感，又兼备体验上的新特感，正是年轻人爱上这些毛绒玩具的重要原因。更多市场主体应该敏锐洞察市场趋势，与用户建立情感联系，让产品成为互动的容器，在竞争激烈的市场中获得更多优势。

春节成功申遗！
中国年全球“咖位”再升级

瞭望塔

□据《大众日报》

12月4日晚，我国申报的“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”，列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录。至此，我国共有44个项目列入联合国教科文组织非物质文化遗产名录、名册，总数位居世界第一。

“爆竹声中一岁除，春风送暖入屠苏”。作为中国人最隆重、最热闹且象征着团圆和希望的节日，春节在中国人心中有着无可比拟的重要地位。春节即是农历新年，时间为农历正月初一，但庆祝活动往往从前一年的腊月初八（腊八节）或者腊月二十三（北方小年）、腊月二十四（南方小年）就开始，一直延续到正月十五（元宵节）之后。而除夕和大

年初一，又是春节最重要的两天。

据记载，中国人过春节已有4000多年的历史。关于春节的起源有很多说法，其中最被普遍接受的说法是，春节由虞舜兴起。公元前2000多年的一天，舜即天子位，带领部下人员祭拜天地。从此，人们就把这一天当作岁首。据说这就是农历新年的由来，后来叫春节。历史上春节的日期并不一致。夏朝叫作“岁”，春节是在正月初一。商朝叫作“祀”，春节在十二月初一。周朝时称“年”，开始有了过年的说法，周朝的春节在十一月初一。秦始皇统一六国后，以十月初一为春节。汉朝建立后，汉武帝恢复旧历，以每年的正月初一为元旦，年节的日期由此固定下来，延续至今。春节在不同历史时期有不同的称呼，如元日、岁日、新正、新元等，到清代，才有一些地方把农历新年称为“春节”，辛亥革命后，农历正月初一正式称为春节。

我们都知道，春节的由来与年兽的传说有关。相传“年”是一种凶猛的怪兽，每到除夕就会出来伤

人。人们为了驱赶“年”兽，会在除夕贴红春联、燃放爆竹、守岁等，这些习俗逐渐流传下来，成为春节的重要传统。

2023年，春节被列为联合国假日，如今成功申遗，“咖位”再升级，足以说明春节文化在全球影响力的不断提升，是中华文化输出的典型、成功案例。当然，春节的巨大魅力，在于其传承千年、赓续不绝的文化积淀和历史内涵。作为丰厚而宝贵的文化遗产，与春节有关的民俗、传说、神话、历史等，都是组成中华文化的重要符号，彰显着年文化的活力与生命力。

对中国人来说，春节更是意义非凡。无论身在何地，春节回家是一种召唤，也是“使命”，春节是一年一度不可缺席的合家团聚时刻。同时，也是祭拜祖先，追思故人、追本溯源的重要时刻。春节更寄托着新一年的愿景和祝福。在中国人心中，它不仅是一个节日，更是一场全民参与的盛大狂欢，一次中华民族传统文化与情感的聚合与爆发。

热点话题

相比“禁止学生这么做”，“告诉学生怎么做”或许更有效

倡议学生不注册社交账号
效果可能适得其反

据潮新闻报道，近日，浙江杭州二中白马湖学校向全体师生发出一份《关于合理使用社交媒体倡议书》，建议同学们在16周岁之前，尽量远离社交媒体，不注册社交账号。这条倡议，很快就引起大量讨论。

青少年缺乏信息筛选能力，又正处于身心快速发展、价值观逐渐形成的关键时期，极易被社交媒体上一些不良语言、行为等干扰。前段时间，青少年不分场合、不分人群、不分社交目的地滥用网络烂梗，便有社交媒体发展的原因。如此来看，该学校发出倡议，是为了保护学生身心健康成长，初衷是好的。

然而，《第五次全国未成年人互联网使用情况调查报告》显示，我国未成年网民规模已突破1.93亿，互联网普及率在未成年人群中超过97%。这意味着，如今，青少年恐怕很难避免接触社交媒体。在此情形下，学校倡议学生不注册社交账号、不使用社交媒体，科学吗？更何况，不注册社交账号，青少年就能全身心投入学习吗？这是否有些极端化、理想化？

每个青少年的学习能力、自制力、约束力都不同，有的学生在社交媒体上寻求刺激、肆意发泄情绪，有的学生却在利用社交媒体获取知识、开阔视野。如此倡议学生不注



千库网 图

册社交账号，利真的大于弊吗？

“倡议”和“禁止”看似有区别，可一旦有学生不使用社交媒体，老师、家长是否会强制要求其他学生也禁止使用？若真如此，“倡议”则可能会演变成“禁止”，学生也会随之产生逆反、抵触心理，转而寻求其他替代品，甚至可能会造成严重后果。

某种程度上，想通过“倡议学生不注册社交账号”，未必真的管用，而相比“禁止学生这么做”，“告诉学生怎么做”或许更有效。

这就要求，家长应该付出更多时间和精力陪伴孩子，鼓励孩

子走出家门，体验生活中真实的声音，以此激发他们的好奇心，促使他们积极主动地探索和感受周围的世界；老师也要积极引导，去寻找有价值的内容；监管部门以及社交平台更要采取必要手段和措施，净化网络环境，切实肩负起责任。

社交媒体不是洪水猛兽，保护青少年身心健康成长，也不是禁止他们接触社交媒体，而是帮助他们在学习、成长过程中逐步适应网络、有益利用，最终成为具有独立判断力和自制力的人。

评论员 任思凝

欢迎赐稿：评读热点新闻事件，发出你的观点和声音，请发稿至黄河评论信箱：zghhpl@163.com