

在多家平台仍有不少商家以“稀有卡”“外国绝版”等噱头作为“烟卡”卖点,且无针对未成年人的提示——

风靡小“烟卡” 成长大隐忧

多地教育部门呼吁家长与学校共同行动,教育引导远离“烟卡”游戏

阅读提示

“烟卡”,即从卷烟盒上剪下来的烟标,再折叠制作成纸牌大小的卡牌。小学生将卡牌放在地上轮流拍,谁能将对方的“烟卡”拍翻面,就能赢得对方的“烟卡”。

“孩子很喜欢‘烟卡’,我之前发现他偷偷玩,扔了一次又一次,他竟然还有不少。”近日,来自江西吉安的李女士向记者反映,大概从今年6月起,儿子鹏鹏沉迷于和同学一起拍“烟卡”,“在学校拍,在小区里也拍,有些孩子的手指甚至都拍变形了。”李女士忧心忡忡地说。

“烟卡”,即从卷烟盒上剪下来的烟标,再折叠制作成纸牌大小的卡牌。小学生将卡牌放在地上轮流拍,谁能将对方的“烟卡”拍翻面,就能赢得对方的“烟卡”。

为拿“烟卡”鼓动家长抽烟

近日,记者来到北京市朝阳区某小学,在校外等孩子放学的胡先生告诉记者,两个月前,他在儿子的书包中发现了“烟卡”,“孩子说这是同学间流行起来的新游戏。”当问及这些“烟卡”的来源时,儿子告诉他,“这是用捡来的香烟盒叠好后跟同学交换的。”

后来,胡先生与其他家长聊天时得知,“烟卡”游戏已在学校里悄然流行,有孩子为了得到更多“烟卡”,鼓动爸爸抽烟,并且要抽昂贵名牌香烟。“在孩子们眼中,越贵的烟所对应的‘烟卡’也越高级,更有面子。”胡先生说。

谈及“烟卡”,来自湖南株洲的瞿女士心中同样不快。她儿子今年10岁,用压岁钱在某平台下单了100余张“烟卡”,“儿子跟我说,必须是有烟味、有胶

痕的真‘烟卡’,如果拿假的,就没人和他玩。”另外,她发现在儿子的班级中,有孩子在放学时寻找正在抽烟的家长,直接索要烟盒,还有孩子甚至在垃圾桶里翻找烟盒。

沉迷“烟卡”游戏会影响到正常的学习生活。瞿女士曾接到班主任电话,称其儿子在课上叠“烟卡”,并偷偷拍卡“练手法”,班上还有孩子因交换“烟卡”发生口角。胡先生也向记者透露,儿子拿到“烟卡”后,有时会贴近闻“烟卡”的味道,“这点是最担心的,小学时就接触香烟周边物品、熟悉香烟品牌,可能诱发孩子过早抽烟等不良行为。”

线上售卖“烟卡”难监管

孩子的“烟卡”从哪儿来?近期,记者在北京实地走访了多个小学周边的商铺,发现已无“烟卡”在售,一家文具店老板告诉记者,“之前卖过,现在不卖了。”而重庆巴南区的吴女士向记者透露,孩子学校旁边的小卖部仍有“烟卡”在售,通常一元一包,一包里有10张左右。除“烟卡”外,还有空烟盒在售,也受小学生青睐。

据了解,此前,多个城市已对“烟卡”展开专项整治工作。在江西上饶、新余、赣州等地,市场监管部门清查了学校周边的小卖部和商店,集中查扣部分“烟卡”制品,并提示商户不得向未成年人售卖烟草以及烟草制品;贵州省市

场监督管理局也集中开展整治“烟卡”统一执法行动,查处向未成年人销售“烟卡”、香烟等行为。

不过,网购平台仍旧缺乏监管。记者在多家平台上以“烟卡”为关键词搜索,发现售卖“烟卡”的商铺仍不在少数。根据选购张数不同,售价区间在几元至数百元不等。在某平台上,排名靠前的商家平均销量达10万张以上,点击商品进入详情页,有的宣传图上写着“正版有烟味有胶痕”“要玩就和真卡玩”“再也不用担心孩子去捡烟盒”等字样。

记者了解到,根据香烟价格和市场流通程度,“烟卡”被分为不同等级,不少商家会以“稀有卡”“外国绝版”等噱头作为卖点。一名网店客服告诉记者,“烟卡”中的“稀有卡”售卖时会与普通“烟卡”混发,为拥有“和天下”,有孩子选择大批量购买“烟卡”。记者还发现,有的平台购买“烟卡”无年龄限制,页面上也无针对未成年人的提示。

引导孩子自觉拒绝“烟卡”

中国控制吸烟协会公益法律专业委员会副主任委员兼秘书长、北京市义派律师事务所公益法律中心执行主任李恩泽曾以家长身份将电商平台及销售“烟卡”的商家一并起诉,提出依法判令被告展示、销售的“烟卡”全部下架等诉讼请求。李恩泽表示,广告法第二十二条款规定,禁止向未成年人发送任何形

式的烟草广告。“烟卡”所携带的商标本身代表了相关的烟草品牌,因此其本身不可避免地带有广告的性质。

“烟卡”游戏的风靡也引起了教育部门的注意。此前,甘肃天水市教育局发布倡议书,详细列举了“烟卡”游戏的危害,提醒家长不主动向孩子提供“烟卡”,不要让孩子带“烟卡”进校园;山东泰安市教育局曾呼吁各位家长与学校共同行动,教育引导远离“烟卡”游戏。

首都师范大学初等教育学院院长李敏教授接受《工人日报》记者采访时表示,儿童喜欢收集游戏,收集游戏为儿童提供了结交朋友的机会。但是,玩“烟卡”、收集“烟卡”可能引发赌博、跟风攀比、过度消费等不良风气。“孩子可能出于好奇模仿抽烟,或者翻垃圾堆找‘烟卡’,甚至花高价买‘烟卡’,为了收集‘烟卡’发生偷盗、欺诈哄骗等行为。”李敏说。

李敏建议,家长和教师可以巧妙引入积极的良性游戏,如鼓励儿童利用自己的想象力通过绘画、做手工等方式创造属于自己的卡片。家长和教师还可以发挥朋辈作用因势利导,如教师可以组织辩论赛和班会等形式让儿童参与思考交流,也可以鼓励儿童发散思维,分享可以替代玩“烟卡”的游戏。此外,还可以在班级内通过设置流动监督员,对采取不当玩法的同学加以提醒,驱除不良游戏阴霾。

据《工人日报》

不明链接跳转何时休 中消协敦促广告“一键关闭”

今年“双11”网络促销已拉开帷幄。针对近期消费者反映某些应用软件不明链接跳转导致的相关消费问题,中消协11月1日发布消费提示,敦促经营者切实落实广告“一键关闭”,不得无底线收集消费者个人信息。

点击链接后强制跳转

某些应用软件中,弹窗提示消费者付费提升音画品质等服务质量,点击后却显示更高价位套餐或续费会员;弹窗提示低价的内容,点击付费链接后,页面却以不明显、较小字体勾选了“将以正常价格自动续费”。

中消协有关负责人表示,消费者点击链接后跳转的界面与消费者的点击意图不符,是某些平台经营者不顾消费者需求而强制弹出无关链接的行为,损害了消费者自主选择权。尤其是在点击付款链接后,其实质付款内容与链接描述不符,启动弹窗欺骗误导消费者,

不仅违背消费者真实意愿,还有可能进一步导致消费者损失。

植入广告链接或无关链接

某些应用软件在开启页面推送广告时,没有关闭选项按钮,需要计时才能关闭或者默认手机晃动直接打开广告链接;某些购物软件或购票软件需要转发他人助力,点击链接后反复跳转到购物、返现等无关页面,且难以回到初始页面;某些阅读软件强制要求观看视频广告;个别支付软件利用领取优惠券,诱导点击弹出与本次支付服务无关链接。

中消协有关负责人表示,不论是强行弹出无关链接,还是无序设置弹出、难以实现永久关闭,都给消费者带来很大困扰。根据广告法、互联网广告管理办法,应用软件推送的广告链接不管以什么形式导致消费者无法一键关闭,都违反了法律法规的相关规定。平台经营者的互联网广告链接弹出应

当探索良性发展模式,而不是以无视法律规定、牺牲消费者权益的方式牟取不当利益。

链接对个人信息进行过度索取

某些购物软件对消费者个人消费习惯进行分析,推送消费者可能感兴趣的购物链接,将推送信息窄化、标签化,形成“信息茧房”。

中消协有关负责人表示,根据个人信息保护法有关规定,应用软件无底线收集、搜索、分析消费者的上网行为数据,量身定制广告链接,强制提供个性化服务并进行精准推送,是对消费者点击习惯、兴趣爱好、网络行踪的不法收集和高度聚焦分析。这涉嫌滥用消费者信息,限制了消费者视野和自由选择。

中消协建议,经营者遵守法律规定承担应尽义务和责任,保障消费者的知情权、选择权和隐私权。建议监管方建立完善、科学、合理的管控机制,针对不明链接跳转问题进行整治。

据新华社电

2024 郑州马拉松赛 鸣枪开跑



11月3日,参赛选手从起点出发。当日,2024郑州马拉松赛在郑州市郑东新区如意湖畔鸣枪开赛。比赛设置马拉松、半程马拉松和健康跑等比赛项目,共有近4万人参赛。新华社发