



### 幸福不只有一种模样

再过几天就是11月11日,这个原本普通的日子,被生生过成了节日——“光棍节”,这恐怕是年轻人创造力的最好证明。

“单身狗”最初的自我戏谑,其实夹杂着焦虑与苦涩。日前,一项调查结果显示,大学生没有“脱单”的比例为69%,而其中68%有“脱单”意愿。真的有这么迫切吗?在恋爱的季节被落下了,心里自然不是好滋味。所以大部分人害怕的其实不是独自一人,而是由此带来的挫败感。

其实,单身并不意味着孤单。这是一组有意思的数字:我国有超过5800万人过着“一个人的生活”,其中20至39岁的独居青年已达2000万。当数字大到一定程度,就天然具备了说服力。幸福并不只有一种模式、一种模样。你羡慕别人的甜蜜幸福,也许他们还羡慕你单身的潇洒呢。

其实,无论哪种状态,过得精彩充实就好。多元的社会中,个人选择也应该是多元的。单身也许意味着孤独,而孤独正是丰富灵魂的最佳时刻。有了更强大、更丰富的自我,相信你一定会遇到更高层次的缘分和幸福。

(人民日报)

### 校园欺凌学生被判刑的意义

五名未成年人欺凌同学被判刑。近日,北京市西城区人民法院对一起校园欺凌案进行宣判。五名犯罪时未满十八岁的被告人分别被判处有期徒刑一年或有期徒刑十一个月。笔者认为,校园欺凌不能和稀泥处理,未成年人实施暴力伤害,同样不能逃避刑法的制裁。校园欺凌学生被判刑而不再是免于处罚甚至不处罚,具有鲜明的司法示范意义,将给予愈演愈烈的校园欺凌现象有力的司法回击,同时校园欺凌学生被判刑也是一堂生动的普法课,对于学校、学生及家长都具有以案普法警示教育意义。

(北京青年报)

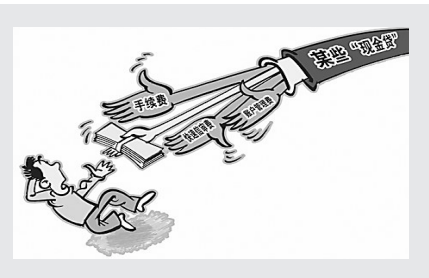


### 金融监管要跟上现金贷乱象

现金贷与校园贷有相似之处,它的借贷对象主要是年轻人,这部分人因还贷能力差,极易受到暴力催债的危害。因此,监管重点应放在借贷对象上,在对互金机构从事现金贷进行业务规范的基础上,要求其借贷对象作出严格限制。

消费金融一直是我国金融政策支持的一个方向,但现金贷并不能在这方面起到多少积极作用,金融机构应该更积极地开展零售信用业务,即针对指定商品向消费者提供信贷支持,借贷资金往来限于借出机构和商户之间,这样也可有效地减少现金贷多流通所产生的副作用。

(中国青年报)



# 超半数受访者有被养生谣言忽悠的经历

## “朋友圈是我了解医疗养生信息的主要渠道”

今年46岁的家庭主妇姚玉婷家在浙江杭州,平时她格外关注健康养生信息,网页弹窗、手机微信公众号推送都是她获取这类信息的途径。曾对“晚上吃姜等于吃砒霜”深信不疑的她,家里晚餐一度不允许出现姜。

姚玉婷表示,有些文章看到后面发现是广告,感觉上是假的,也就不会去信。但她也说,看到《刚刚烧开的水千万不能立刻喝,不然出大事》《这几个小习惯让你少活二十年》这类有些“吓人”的标题,自己都会接着看下去。

“朋友圈是我了解医疗养生信息的主要渠道,看到亲朋好友转发,我也会转发。”家在四川乐山的家庭主妇张盈颖今年50岁,虽然女儿总是告诉她这些信息是谣言,但她还是会看,也会信。

在中国人民大学读硕士的黄瑶发现,父母长辈的朋友圈是这类养生帖子出现频率非常高的地方,诸如“隔夜茶毒如蛇”“牛奶将人类送入癌症的坟墓!”“牛皮癣、骨癌、白血病……治好全靠它”这类耸人听闻、反常识的文章屡见不鲜。“我有时会特意找权威的科普解释或辟谣信息给长辈看”。

中国人民大学新闻学院副教授、新媒体研究所副所长黄河介绍,医疗养生类谣言有信源多、传播路径杂、传播速度快、更易发生变异等特点,同时也更符合人们的经验、语言习惯、思维方式、文化特质和个人动机。他认为,朋友圈是相对封闭的环境,而且是熟人社交圈,彼此间原本就有信任基础,因此也就更容易成为谣言多发地。针对父母等长辈多为谣言传播者的现象,他表示,父母这一辈通常是上有老、下有小的情况,加上上了年纪的人本来就会对健康信息更加关注,因此一旦看到令他们震惊的消息就会急着广

而告之。

民调显示,52.8%的受访者有被医疗养生谣言忽悠的经历。微信(59.2%)、电视(48.2%)、网站(43.9%)、长辈口中(35.4%)和微博(35.2%)是人们获得医疗养生类信息的主要渠道。针对网上流传的医疗养生说法,6.8%的受访者表示都会相信,25.9%的受访者表示大部分都会信,45.1%的受访者会相信小部分,14.0%的受访者则都不会相信。另有8.2%的受访者表示说不好。

## 67.3%受访者认为谣言催生不健康养生市场

“过分夸大甚至虚假信息会给人们带来误导或伤害。比如‘绿豆治百病’,就不适合脾胃虚寒的人,吃多了会拉肚子。”张盈颖表示,自己曾照着一些养生信息做,但后来信息被证明是假的,“感觉自己被愚弄了,也给周围人造成了困扰”。

黄瑶认为,谣言会让营销者得逞。“有些养生谣言是为了推销一些保健品或特殊的药物,通常上当的人都是有治病需求的,损失了钱财不说还会耽误治病就医”。

对于医疗养生谣言的影响,67.3%的受访者认为会催生虚假保健品等不健康养生市场。58.9%的受访者觉得是愚弄大众,造成金钱损失甚至疾病死亡。其他还有:引起恐慌情绪,影响社会稳定(55.4%)和造成正确信息被淹没,混淆视听(42.1%)。

“一方面,医疗养生信息通常提示的都是日常生活中人们不太注意的地方或者常见做法,感觉很实用,我就总会给儿女、丈夫和父母看。另一方面,人到中年,对健康的关注度提升了很多,俗话说‘千金难买健康福’。”张盈颖说,因此,虽然有被养生谣言忽悠的经历,但她对大部分养生类信息还是宁可信其有,不可信其无。

黄瑶认为,养生类信息“标题党”太严重。那些带有“震惊女人



圈!”“千万不要吃!”“10万人已转疯了!”等字眼的文案会吸引一部分人点开看,甚至有的人不看就直接转发。“还有的‘标题党’是绑架亲情。比如‘一定要我们的孩子远离’‘一定要告诉家人’等,父母就更容易上当了”。

黄河分析,谣言传播甚广的原因主要有两个,一是人们对健康的日益重视与健康问题愈发突出之间的矛盾,二是人们对健康知识及信息需求强烈与健康信息相对匮乏之间的矛盾,“这两者会引起人们的焦虑,继而促使人们积极地通过各种渠道获取健康信息,以调和自己的不安定感。然而,网络信息鱼龙混杂,人们又缺乏批判能力,这就造成相关谣言泛滥的情况”。

为何医疗养生谣言能广泛传播?74.8%的受访者认为是人们尤其是老人对健康的渴望和重视。其他还有:人们对健康知识的匮乏(55.1%);背后商业利益链条的驱使(52.5%)以及信息泛滥,难辨真假,宁可信其有(43.7%)。

## 61.3%受访者建议提高对养生信息的警觉性

姚玉婷现在看到医疗养生类信息时,都会多加辨别,“靠常识能推

断一部分,也会特意去问问身边懂医学、养生知识的人”。

“找人求证当然好,但很难判断谁是专业的。”张盈颖希望媒体能及时对有误的信息进行辟谣,同时普及基本医疗知识。

在目前的互联网环境下,黄河认为,医疗养生谣言问题的解决需要社会各界的努力,在“健康中国”的大框架下,加强健康传播和健康教育,“需要各类媒体和自媒体更加自律、发挥净化功能,同时网络监管部门和卫生部门要加大监管和处罚力度,作为普通民众,也要增强自身的健康素养和媒介素养”。

对于减少养生谣言,61.3%的受访者希望人们提高对医疗养生信息的警觉性,自觉通过权威途径查验;58.3%的受访者希望相关部门对健康养生信息加强监管和过滤;52.9%的受访者建议鼓励专业医师通过微博等平台提供科普解答;49.6%的受访者认为应健全养老产业,杜绝针对老年人的虚假宣传和推销;27.5%的受访者希望媒体、电视节目普及更多健康养生常识。

受访者中,00后占1.3%,90后占22.6%,80后占53.3%,70后占17.1%,60后占4.6%,50后占1.0%,其他占0.2%。

随着人们健康意识的增强,养生渐成热潮,但与此同时,“喝隔夜茶会致癌”“不吃油盐能降压降脂”“晨练越早越好”“草莓冻干后抗癌有效性增加10倍”等各种与养生有关的谣言也开始被广泛传播。不少人因缺乏医疗专业知识,对各种养生谣言深信不疑,甚至付诸行动。你被医疗养生谣言忽悠过吗?

日前,中国青年报社社会调查中心对2008名受访者进行的一项调查显示,52.8%的受访者有被医疗养生谣言忽悠的经历。微信(59.2%)、电视(48.2%)和网站(43.9%)是人们获得医疗养生信息的主要渠道。67.3%的受访者认为医疗养生谣言催生了虚假保健品等不健康养生市场。

(中国青年报)