

观点  
扫描

法律虽能传播新理念、提供行为准则,但要使保护未成年人的观念深入人心并被广泛践行,还需多方努力,提升教师、家长、监护人等相关主体的媒介素养,加强未成年人保护观念与知识的普及,真正让信息时代的校园成为未成年人健康成长的沃土。

## “校园短视频”问题不容忽视

在信息时代,以校园为场景、以学校生活为内容、以未成年人为表现对象,或者由未成年人自己作为制作者的短视频、直播内容,成为一类颇具吸引力的传播形式。这类内容丰富了传播生态,为大众休闲娱乐带来多元选择,同时也为一些博主、未成年人及其家庭创造收益,让许多人的才华得以展现。然而,其中存在的问题不容忽视。

首先,部分内容不利于未成年人健康成长,尤其是一些价值观模糊甚至错误的内容。例如,有一条短视频呈现了这样的情节:课代表将老师要发放的全班小长假作业本带回家,妈妈询问缘由,孩子称“我跟同学们说老师没布置作业”。妈妈追问开学后怎么办,孩子表示“等开学早点到学校,把作业本偷偷放进老师的抽屉里,然后怪老师没发”。当被问及为何这么做时,孩子透露因为班里要选班干部,自己想当班长(言外之意是让全班同学都不用写作业,这样大家就都会投自己一票),视频至此结束。在跟帖中,有人留言“笑死了”,甚至还有人对这个孩子大加赞赏。这种视频宣扬为达目的不择手段、弄虚作假、栽赃他人等错误价值观,令人担忧。

其次,这些短视频和直播中存在诸多侵犯未成年人权益的现象。比如,过度曝光孩子隐私、个人信息,伤害儿童尊严,侵犯其名誉权、隐私权、肖像权的情况屡见不

鲜。很多校园短视频或直播在儿童不知情的情况下拍摄,部分还要求儿童按剧本表演,而孩子往往无法分辨这究竟是普通记录还是刻意拍摄。特别是一些以打造“网红儿童”获取经济利益为目的的短视频,在拍摄、制作及传播过程中,可能会给孩子身心带来负面影响。

第三,在缺乏正确引导的情况下,未成年人以伤害同学、损害同学权益为目的拍摄的视频,即便基于剧本虚构,这种创作与传播现象也令人痛心。

第四,拥有校园拍摄、未成年人活动拍摄便利条件的教师,无论是学校教师还是培训机构教师,若过度参与短视频拍摄或直播,不仅可能违反教师工作规范与纪律,还会干扰正常教学秩序。

因此,对于以中小学生为对象、以校园为主要场景的视频内容,从制作传播层面,必须严格遵循我国未成年人保护法确立的原则与规则。短视频平台应制定更细致的审核标准并严格把关,除关注内容质量外,还要规范账号信息与运营管理。法律虽能传播新理念、提供行为准则,但要使保护未成年人的观念深入人心并被广泛践行,还需多方努力,提升教师、家长、监护人等相关主体的媒介素养,加强未成年人保护观念与知识的普及,真正让信息时代的校园成为未成年人健康成长的沃土。 李丹林 来源:法治日报



平台方要运用大数据等技术手段分析用户行为,实现岗位精准推送,构建从直播到入职的全流程服务体系。

## 提升直播带岗服务就业能力

眼下,2025年春季招聘正在火热进行中,除了线上投简历、线下招聘会等传统形式,“直播带岗”成为各地招聘会的“标配”,求职者与主播在直播间双向互动,效率大大提升。

“直播带岗”近两年备受企业和求职者的青睐,这与直播模式自身具有的即时性、可视化、互动性等特点密不可分。对企业而言,一场直播的触达范围比线下发布招聘启事更广,匹配到适合者的可能性更大。对求职者而言,他们能够借助平台还原的工作场景,“沉浸式”考察工作岗位,有意向就通过实时留言、后台咨询进行深入了解,一键报名投简历的操作更是简单快捷。

此外,“直播带岗”备受欢迎还得益于平台经济的发展。一些平台专门成立带岗主播队伍,进行专业化、系统性培训,提供技术和人员支持,为“直播带岗”模式日趋成熟打下基础。各地人社部门等机构组织的深度参与也为“直播带岗”模式推广注入了政策动能,增强了其可信度

和权威性,使其逐渐从市场自发探索升级为公共就业服务的重要补充。

目前具备专业素养的“直播带岗”团队和人员还不多,统一完备的行业标准暂未建立,带岗整体质量还不够,后端服务体系的不完善也造成入职转化率偏低。

“直播带岗”不是推销产品,而是为了推荐岗位,帮助求职者打破信息壁垒,下单不是目的,让每位求职者匹配到最合适的工作才是最终目标。因此,既要加快培养具备岗位分析、就业指导能力的复合型主播,增强直播的专业度、可信度,也要完善企业资质审核、用工信息溯源等监管机制,提高企业招聘和劳动者就业的成功率。

人社部门应加快制定行业标准,建立主播资质认证体系,加强监管,推动公共就业服务机构与互联网平台深度合作。企业可以将“直播带岗”纳入人才战略,扩大招聘覆盖面,通过完善即时反馈、实时沟通、后端服务等机制增强求职者黏性。 张炼 来源:经济日报



从赏花专列到旅拍专列,从寻山问水到探古访今,业态更多元、体验更多彩的旅游列车正向我们驶来,将带着更多人探寻诗与远方,收获更多的美好回忆。

## 旅游列车让路程变成旅程

“齐鲁1号”投入运营,带领游客领略齐风鲁韵、感受儒家文化;“大河之南号”首发,陪伴游客欣赏古都风貌、探寻中原文化;“熊猫专列”打造多条精品线路,不少班次已一票难求……近期,旅游列车密集开行,火车“慢”游正收获更多人的青睐。

数据显示,2024年,全国共组织开行旅游列车1860列,运送游客超过100万人次。今年一季度,全国铁路累计开行旅游列车187列,同比增长30%。旅游列车的魅力来自何处?

一脚跨上列车,路程就成了旅程。戏曲主题专列上,豫剧表演、戏迷擂台赛轮番上演,车厢化身“一路有戏”的戏台;红色研学旅游列车上,诗词展示墙、阳光书社和互动教室成了沉浸式学习空间;贵州苗乡侗寨“村火车”上,“乡村市集”人气兴旺、非遗展陈琳琅满目、民族歌舞引人入胜……除了活动精彩纷呈,旅途更要安心与省心。不少旅游列车采用一铺到底、往返同铺模式,旅客无须换乘和搬运行李,火车成了舒适便利的移动宾馆。既是交通工具,也是文化空间,还自带社交属性,旅游列车正拓展出旅游场景的新可能。

串珠成链,尽览风光。从串起浙东唐诗之路的“诗路高铁”,到丝绸之路沿线的旅游列车品牌,旅游列车驰骋在四通八达的铁路网中,将分散的旅游资源串联整合,发挥出“乘数效应”。在途观光、车随人走的游览方式,让游

客能够放慢节奏、放松身心,沿着一条条精心设计的线路,观赏秀美山川、感受风土人情,实现从“到此一游”到深度游览的转变。

旅游列车的火热,还在于注重游客的个性化需求。旅游列车的游客中,老年游客占比接近80%。如何抓住银发族的心?不少旅游列车从车辆适老化改造入手,加装扶手、设置无障碍通道、开通紧急呼叫系统等,同时提供更加细致的医疗、餐饮等服务,日程规划也注重慢节奏、降低旅游强度。在参观方面,不论是从火车站到景点的接驳,还是开展针对性导览讲解等,旅游列车也体现出比较优势。除了突出旅游功能性,一些列车的设计也尽显巧思,例如“伊春号”的观光车厢配备了弧形侧天窗,旅拍空间车厢设置更衣室,满足游客观景、拍照的需求。

当然,旅游列车也面临一些“成长的烦恼”。例如,如何丰富场景、提升旅游品质,如何优化线路、厚植文化底色,如何拓展客源、吸引更多受众,如何合理定价、实现可持续运营等。一系列问题的解决,需要相关政策的完善,也需要各地实践的探索:增开大众旅游列车、主题特色旅游列车,建立品质型、舒适型、普惠型产品体系,支持老字号产品、特色文化演出、非遗技艺等上列车……从赏花专列到旅拍专列,从寻山问水到探古访今,业态更多元、体验更多彩的旅游列车正向我们驶来,将带着更多人探寻诗与远方,收获更多的美好回忆。 卢涛 来源:人民日报