

减少骚扰电话 73.2%受访者认为防止个人信息泄露很重要

42.1%受访者每天至少会接到1个骚扰电话

者认为保护好个人信息很重要。
42.1%受访者每天至少会接到1个骚扰电话

每周都会接到各种各样的骚扰电话,卖保险的、贷款的、推荐理财产品的、诈骗的,不胜其烦。在金融行业工作的尹杰(化名)是一名80后,读大学时来到北京,至今已有近10年。现在用的手机号从上学时就没有换过,在各种地方都留过,自然也被泄露了很多次。

调查中,44.7%的受访者称日常生活中经常接到骚扰电话,52.7%的受访者偶尔接到,2.6%的受访者从未接到。6.7%的受访者接到骚扰电话的频率是每天3个以上,35.4%的受访者每天1-2个,38.0%的受访者每周1个,此外,还有12.0%的受访者每月1个、3.2%的受访者每季度1个,4.2%的受访者不清楚。

北京某高校大二学生陈璐,也有被电话骚扰的经历。现在用的手机号是初中时办的,和同学们相比,我接到的骚扰电话比较多。感觉使用时间越长越容易泄露电话

号码。

陈璐接到的骚扰电话大部分是买卖房屋和贷款的,可能他们以为我是工作多年的上班族。这时,我都会说,还在上学,不需要。我发现学生的身份对于阻挡骚扰电话非常有用,他们只要听到你还在读书,就会挂掉电话。

中国电信集团某分公司建设部门主管李玉说,越发达的地方,骚扰电话越多,尤其是北上广等大城市,每个人每周都会接到数量不定的骚扰电话。有些人会在手机上安装防骚扰软件,但效果参差不齐。

接到骚扰电话后,大家一般会怎么办?调查中,61.9%的受访者直接挂断,不对方交谈;48.4%的受访者敷衍交流几句后挂断;33.2%的受访者会将电话号码拉黑;23.3%的受访者怒斥对方,让其不要再骚扰自己;11.9%的受访者将电话号码举报。

对于各种各样的骚扰电话,尹杰的做法是一律不理。不管是什么样的骚扰电话,你直接说不需要,然后挂掉电话,就是最好的方式。曾经我也会和他们多说几句,但这样会让他们误以为你需要这种服务,就会不厌

其烦地和你说很多,挂了电话之后还不定期地打回来,能把自己搞得头大。

陈璐对于骚扰电话的态度比较随意,除了上课时间没办法接电话,其他时候打进来的电话我都会接,虽然这样难免会接到骚扰电话,但是一两句就可以打发了,也不会耽误太多时间。

减少骚扰电话,73.2%受访者认为防止个人信息泄露很重要

李玉指出,骚扰电话屡禁不止,很大一部分原因是个人信息的泄露。现在大家下载各种手机软件、登录各种网络平台时,很容易留下自己的手机号。如果遇到不良商家,就会给自己带来麻烦。

另外,作为骚扰电话主要组成部分的诈骗电话,其背后的团伙很猖獗,有的地方已经形成了完整的诈骗链条。他们以骗钱为目的,电话内容非常逼真,而且诈骗方式不断翻新,没有一定的警惕性很容易被骗。李玉特意提醒到:

大家会采取什么措施应对骚扰电话?

调查中,54.6%的受访者选择不接听陌生电话;46.9%的受访者会凭借个人经验,选择性接听电话;46.5%的受访者会安装防骚扰手机软件。

对于应对骚扰电话,尹杰已经积累了丰富的实战经验。之前我用的是安卓手机,安装了一个防骚扰手机软件,骚扰电话打进来的时候会显示号码有问题,换了苹果手机后,有的号码没办法被拦截,但有的号码一看就有问题,比如140、130开头,一般这种电话我都不会接。

李玉觉得,从政府的角度来看,首先要完善法规制度,虽然现有的广告法、电子商务法和消费者保护法涉及到了骚扰电话的问题,但是相关内容还不够细化完善,需要进一步推进;从企业的角度来看,骚扰电话

的技术不断更新,他们可以把任何号码伪装成正常号码,以增加可信度,所以多个部门联手非常重要。另外,通信管理局也会通过管制,加强对运营商的管理,我们运营商也非常重视,在做好实名制的前提下,会加强防诈骗防骚扰的宣传。如果一些诈骗电话多次犯案,通信管理局会进行通报,让号码涉及到的运营商进行整改。

尹杰认为从个人的角度看,防止个人信息泄露是关键。另外,政府也要完善法规制度,一旦有公司落网,追责要落实到人,这样会起到一定的威慑作用。

陈璐认为,每个人都要有信息安全意识。日常收快递,我都会把快递单上姓名电话划掉,这样可以保护自己的信息安全。同时,建议政府在网站上设置一个平台,定期曝光违规信息。此外,一些网络公司推出的防骚扰App也很实用,建议加大这方面的研究推广力度。

受访者中,男性占44.5%,女性占55.5%,00后占0.8%,90后占24.3%,80后占52.2%,70后占17.2%,60后占4.4%,50后占0.9%。



漫画:勾森

中国青年报 中青在线记者 王品芝 实习生 伍越

姐,要装修吗?您好,有理财需求吗?如今,这样的推销电话、骚扰电话、诈骗电话屡见不鲜,让人不堪其扰。骚扰电话已成为社会肌肤上的一块牛皮癣。

日前,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对2005名受访者进行的一项调查显示,44.7%的受访者经常接到骚扰电话,42.1%的受访者每天至少会接到1个骚扰电话。要想减少骚扰电话,73.2%的受访

79.3%受访者赞成叫停家长为孩子作业签字的做法

70.1%受访者认为家长承担了过多责任

中国青年报 中青在线记者 杜园春 实习生 毛鑫

教师直接在家长群布置学生每日作业,家长要给孩子批改作业、辅导功课。如今,家长作业的现象似乎有愈演愈烈之势。不少家长越来越多地参与到孩子的家庭作业中,甚至成为主力,这让许多家长苦不堪言。前不久,浙江省金华市金东区实验小学发出一份公约《让家长告别检查作业 实验小学教师公约之作业篇》,叫停家长检查作业。家长为孩子家庭作业签字等情况,引起了社会的广泛关注。

日前,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对2001名受访者进行的一项调查显示,81.8%的受访者表示身边有家长被“家庭作业实为家长作业”问题困扰,70.1%的受访者认为家长过多承担了教师的教育教学责任。家庭作业“变”家长作业,63.3%的受访者认为是教师淡化教育责任意识,向家长转移责任。80.1%的受访者认为让教育回归本位是教育教学中的当务之急。

李娟说。

李娟感觉,家长大多希望老师能多照顾自己的孩子,而且陪孩子学习也是家长的一份责任,因此,也就对老师的要求言听计从了。现在想想,有点老师“指挥家长”的感觉。

陈希认为,家长过多参与到家庭作业中,主要是因为缺少和老师之间的沟通,不能理解老师布置一些作业的目的。作业一多,家长更忙不过来。孩子的学习肯定不能都指望老师,家长多参与些也是应该的。老师和家长之间应多一些理解,一起寻找最适合孩子的教育方式。

近几年一直在提倡加强家庭和学校的沟通联系,形成学校和家庭教育的合力。可不知不觉中,家长肩上的孩子课业任务越来越重。对此,70.1%受访者感慨,没有把握好家校共建的“度”,家长过多承担了教师的教育教学责任。受访的幼儿、小学生家长持有此看法的比例达76.0%。

人,那么家长的责任是指什么呢?在受访者看来,家长的责任主要体现在塑造孩子健康人格(67.5%),培养孩子良好品格(64.3%),培养孩子生活自理能力(61.3%),培养孩子兴趣爱好(50.7%)等方面,其他依次还有:辅导孩子课业功课(27.2%),给孩子传授文化知识(19.1%),代记作业、代做等学习帮手(4.6%)。基于此,80.1%的受访者认为当务之急需让教育回归本位。

李娟认为,落实好家校共建,除了少布置孩子水平能力范围外的作业,学校还应想一些更好的家校联系方法。还希望老师和家长之间能多一份相互尊重。我们有一个共同的目标,就是希望孩子好。

家校共建的一个重要前提就是,学校教育和家庭教育的边界清晰。而且,家长和教师在地位上、人格上都是平等的,甚至在某些方面,家长比老师懂得更多。但现在更多的情况则是家长无条件地服从老师。储朝晖表示,应该在家校平等的基础上,老师与家长一起,结合孩子的具体情况进行沟通和分工。



漫画:徐骏

72.1%受访者希望教师认清教学主要责任,不依赖家长

储朝晖认为,家庭教育和学校教育的功能和定位都是不一样的,二者之间应该有正常的分工:家庭教育主要是培养孩子的生活能力以及待人接物、为人处世的能力;学校教育主要是帮助孩子提高思考能力、判断能力和学习能力,帮助他们提高学习成绩。可现在二者已经混在了一起。家庭教育本来的一部分功能职责没有了,转而帮着学校去考虑孩子应试的问题。

都说,家长是孩子教育的第一责任人,那么家长的责任是指什么呢?在受访者看来,家长的责任主要体现在塑造孩子健康人格(67.5%),培养孩子良好品格(64.3%),培养孩子生活自理能力(61.3%),培养孩子兴趣爱好(50.7%)等方面,其他依次还有:辅导孩子课业功课(27.2%),给孩子传授文化知识(19.1%),代记作业、代做等学习帮手(4.6%)。基于此,80.1%的受访者认为当务之急需让教育回归本位。

79.3%受访者赞成叫停家长为孩子作业签字

我儿子班上有家长微信群,老师会在群里布置作业,并要求家长检查。一直以来都这样,我都已经习惯了。重庆市民李娟(化名)的孩子今年上小学五年级,很多孩子还小的朋友经常抱怨,老师会布置一些超出孩子能力范围的作业,没有家长的帮助根本完不成,更多的时候只能家长自己做,孩子几乎不能参与其中。

家在山东的全职妈妈陈希的孩子刚上一年级,老师现在布置的作业都是写作文、写观察动植物的日志等,孩子怎么可能做到?基本上都是我和他爸爸,有时还需要我妹妹帮忙。

70.1%受访者认为家长过多承担了教师的责任

对于“家庭作业变家长作业”现象,63.3%的受访者认为是教师淡化教育责任意识,向家长转移责任。其他的看法还有:学生不上心学习任务和进度,学习能动性意识降低(54.9%);是对“家校共建”的曲解(49.3%)以及是正常现象,家长是孩子教育的第一责任人(19.5%)。老师会觉得不能顾及所有学生,而家长也有教育孩子的责任,于是就让家长监督孩子做作业、甚至代替教师检查作业。但如果一些教学任务过于倚重家长,可能就是老师偷懒或想把责任推给家



漫画:张建辉

实习生 崔艳宇

随着网络直播的火爆,以直播形式开展的在线直播课程也受到更多人的关注。从少儿英语到音乐、写作等,越来越多类型的直播课层出不穷,既给人们提供了更多选择,也降低了学习成本。

上周,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对2015人展开的一项调查显示,81.0%的受访者体验过在线直播课程,57.2%的受访者看好英语培训类型的直播课,55.5%的受访者建议采取分阶段付费的购课模式。

受访者中,00后占5.1%,90后占29.3%,80后占44.7%,70后占14.9%,60后占4.5%,50后占1.0%。30.7%的受访者是学生,69.3%的受访者是老师。

57.2%受访者看好英语培训类直播课

在北京某高校读大二的梁俊超,上个月购买了某培训机构的托福在线直播课。

除了已有的录播课程,还有定期开设的直播课。

本次调查中,81.0%的受访者体验过在线直播课,其中24.2%的受访者体验过3次以上,56.8%的受访者体验过1-2次。

来自河南郑州的研一学生杜博宏是一名在线直播课的忠实用户,已经学习过10多门直播课程。听得最多的是关于个人成长类课程,比如学习时间管理、个人职业生涯规划等。

今年8月刚刚步入职场的陈果敏曾在某平台购买过一节课技巧直播课。老师会分享很多简历制作、面试回答方面的经验,比起自己总结,听老师讲授效率高很多。

调查显示,英语培训(57.2%)是受访者最看好的网络直播课类型。其他类型依次是:健身养生(25.6%)、面试培训(25.2%)、音乐培训(23.7%)、写作培训(19.0%)、编程培训(16.6%)、考研培训(15.8%)、金融经济(15.6%)、国考培训(13.1%)、新媒体培训(12.2%)、时间管理(10.0%)和政治法律(6.0%)等。

相比录播课,师生及时互动被认为是直播课的最大变化

说起直播课与录播课的差别,梁俊超认为主要在于“代入感”。听录播课,总觉得自己是“旁听生”,没法和老师互动。但听直播课,能参与到课堂中。另外,梁俊超觉得“紧迫感”也是造成这种差异的原因之一。直播课一旦错过便很难弥补,所以听课时会更加专心。

相比录播课,你觉得在线直播课有哪些变化?调查中,50.6%的受访者认为是

学生可以与老师即时互动;47.5%的受访者觉得老师讲课更自然,没有“摆拍感”;47.1%的受访者觉得老师可以根据学生反馈调整课程进度;41.6%的受访者认为直播课更能吸引学生的注意力。此外,也有25.8%的受访者表示一旦错过直播没办法再回看,23.3%的受访者表示遇到网络不稳定的情况会影响上课体验。

在北京某教育培训机构从事课程研发工作的武丹妮(化名)表示,在设计在线直播课程时,会更加注重师生互动环节。每节直播课上都会有很多互动形式,比如相关话题讨论、课堂在线作业、提问和答疑等等。武丹妮认为,在线直播课重视互动是基于两个原因。首先,直播课的本质是直播,而直播最重要的就是互动。其次,直播课像一种服务,老师在课上需要关注学生的用户体验,提高学生的兴趣和对知识的接纳程度。

杜博宏表示,自己最喜欢直播课的答疑互动环节。在直播课上老师可以详细解答你提出的问题,这样的机会特别难得。

调查显示,52.0%的受访者感觉匿名互动让生更愿意参与进来,48.3%的受访者觉得老师与学生间的互动方式比较受限,37.5%的受访者认为老师需要不断设计互动来增强趣味性,35.1%的受访者觉得学生之间的互动减弱了。

杜博宏坦言,目前网络直播课程的质量参差不齐。因此,他格外在意“授课者的教学水平以及是否是相关领域的专家”。

调查显示,与传统课堂相比,46.2%的受访者觉得在线直播课堂的体验更好

了,33.0%的受访者表示不好说。如果选择直播课程,59.1%的受访者看重授课教师资历,54.8%的受访者看重课程内容设置。其他受访者看重的因素还有:课程售价(43.9%)、课程时间(39.7%)、过往学员的口碑(29.2%)和授课频次(23.5%)等。

55.5%受访者建议采取分阶段付费的购课模式

武丹妮坦言,开发在线直播课的过程中,遇到最大的问题是完课率低。分多次进行的课程,往往第一次参与的人数最多,往后就会越来越少。她认为,课程免费或售价过低是导致学员不够重视的主要原因。

有多少人能按时完成直播课程的学习?调查显示,24.7%的受访者表示总能完成,46.7%的受访者偶尔能完成。也有10.7%的受访者表示基本不能,9.5%的受访者表示不好说。

不少课程在付款前,不能确定质量如何,而一旦付款,又往往不能退款。梁俊超感觉,这也是造成目前网络直播课程完课率低的一个主要原因,他希望直播课能有一套较为统一的质量评价体系,帮助用户做出判断。

对于在线直播课程,55.5%的受访者建议采取分阶段付费的购课模式;52.6%的受访者建议设置课程评分体系,使学生能更直观地判断课程质量;45.5%的受访者希望加强线上课后跟踪辅导;29.0%的受访者建议建立学生社群,使学生加强同伴交流。

81.0%受访者体验过在线直播课程

英语培训类的网络直播课最被受访者看好

59.1%受访者觉得网红产品名不副实

受访者认为网红产品主要出现在护肤洁面领域

实习生 崔艳宇

网红奶茶、网红蛋糕、网红洗面奶。如今,越来越多的网红产品走进了人们的视野。从朋友圈到购物车,这些网红产品在社交平台赚足了消费者眼球,形成购买热潮。

上周,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对2009名受访者展开的一项调查显示,72.8%的受访者买过网红产品,24.8%的受访者没买过,2.3%的受访者说不好。

在北京某互联网公司从事运营工作的徐真有一份长长的“待购清单”,其中一大半是网红产品。最多的是护肤品,徐真说,我关注了许多美妆博主,每个人都推荐很多。

哪些领域的网红产品最多?34.7%的受访者认为是护肤洁面,其他领域依次是:饮品甜点(38.8%)、鞋衣穿搭(34.3%)、数码设备(29.0%)、箱包手袋(27.2%)、特色小吃(25.4%)和神器工具(15.7%)。

徐真曾购买过日本某彩妆品牌的网红面膜,用过并未出现网上所说的神奇效果。和普通面膜没太大差别,性价比还不如普通面膜高。

北京理工大学大三学生周芳姚(化名)是某网红奶茶的忠实顾客,最长的一次,曾在奶茶店排队四十多分钟。周芳姚认为,网红产品带来的愉悦感更多在于主观体验,自己用得开心就是最大目的。

调查中,59.1%的受访者坦言网红产品名不副实,22.2%的受访者认为网红产品名副其实。

对于网红产品具有的特色,59.3%的受访者认为是网红达人推荐,43.6%的受访者是看店面门口形成排队效应,其他还有:朋友圈口碑传播(39.6%)、包装设计时尚(35.2%)、多种元素组合创新(24.8%)、个性鲜明(13.3%)和产品小而美(11.4%)等。

在长沙某高校读研一的周敏很少购买网红产品。网红产品在广告营销上的投入很大,对产品质量的关注可能不足。他觉得身边买网红产品的朋友,不少人是盲目跟风。

调查显示,47.3%的受访者购买网红产品是因为好奇,想尝尝新鲜事物;40.8%的受访者是受身边朋友影响;34.0%的受访者是因为认同产品的风格和价值观;25.3%的受访者是因喜欢产品和网红与否无关。

徐真坦言,购买网红产品更多是为满足好奇心,大家都在买,自己也很想体验一下。另一方面,很多网红产品价格比较亲民,即使体验不好也不会有太大损失。

你怎样看待越来越多的网红产品?42.9%的受访者认为长期来看,不利于真正优质产品的积淀;42.2%的受访者认为有些网红产品只是包装炒作的产物;14.0%的受访者认为网红产品具有一定程度的社交功能,34.2%的受访者觉得网红产品走红背后是人们对“美”和“酷”的追求,26.1%的受访者认为消费升级让人们更愿意尝试新鲜事物,17.3%的受访者觉得人们更加看重产品背后的“个性”和“价值观”。

受访者中,00后占1.2%,90后占24.7%,80后占51.7%,70后占16.4%,60后占4.8%,50后占1.0%。



扫码关注微信公众号 民调新闻早知道