

84.0%受访家长会因陪孩子写作业头疼

63.0%受访家长认为陪孩子写作业应以监督为主



视觉中国供图

84.0%受访家长会因陪孩子写作业而头疼

我女儿语文和英语作业都能自己搞定,但一到数学,就会错误百出。在北京某高校工作的范辉(化名)女儿上小学三年级,通常孩子先自己写作业,饭后她和老公用1小时一块儿检查作业,进行辅导和签字。小学三年级的数学主要集中在两位数、三位数的加减法,以及认识一些图形。这种基础性的问题家长能指导,但很难在怎么教会她运算规律。有时她脑筋转不过来,我教了很多次她还是错,光发火也解决不了问题,我就恨不得把自己的脑子装她脑袋里去。

每天晚上吃完饭,女儿先自己写作业,把不会做的题目留着问我们。张徽(化名)是一位小学教师,女儿今年刚上初二,她理科不好,尤其是物理,一晚上两个小时做作业的时间,有三分之一在寻求帮助。有时我就很发愁,因为她做作业有些磨蹭,常常写着写着就开始发呆,要么就去做手账、写日记、看课外书去了。

调查显示,在家长陪孩子写作业的频率上,最高的是每天都陪伴(37.1%),然后是一周3~4次(34.4%)和一周1~2次(19.7%)。在陪伴时间上,30分钟~1小时(44.2%)、1小时~1.5小时(20.6%)和30分钟以内(16.9%)较为普遍。

闫江(化名)是某外企职员,儿子上小学五年级。他和爱人在辅导儿子课业上的

分工比较清楚,老婆文科好,我理科好,我们各自辅导强项上的作业。但我儿子比较皮,学习上粗心大意,很多问题他都会,可出错率还是很高,我们总能指出各种低级的小错误。一小时的课业辅导再加上之后的谈心,一般晚饭后的时间我们就都花在这上面了。

民调显示,84.0%的受访家长平时会因陪孩子写作业头疼,其中24.4%的受访家长表示非常头疼,还有16.0%的受访家长则表示非常愉快。

陪做作业中哪些事情让家长感到头疼?孩子做作业磨蹭获选率最高,为58.0%,其后依次是孩子马虎,各种低级错误层出不穷(48.7%),孩子知识点不掌握,老教不会(43.9%)。此外还有孩子注意力不集中(41.2%)、作业需要家长参与共同完成(25.3%)和每天都得签字检查(19.9%)。

60.2%受访家长陪孩子写作业的初衷是了解孩子日常学习状态

现在我们已经不像小学辅导孩子时那样全面了,陪她写作业的时间也短了很多。张徽表示,陪孩子写作业,主要是想让孩子日常的学习状态。

对于我和孩子爸爸来说,陪伴女儿做作业能让我们和孩子有一段共处的时间。不至于孩子忙作业,我们忙工作。作业是小事,在陪伴中互相了解,互相沟通才是重点。范辉说。

北京某国企员工刘华的女儿今年上小学二年级,每天她也因陪孩子写作业而烦恼。她认为,家长陪伴孩子的方式很多,比如周末参加亲子活动、郊游、去游乐场,以及每天课余之外的谈心,我认为陪着写作业并不是最好的方法,如果过程不愉快反而让亲子关系变得不和谐。

家长陪孩子写作业的方式,尽可能不要陪,这有助于培养孩子独立、自主、自觉学习的习惯和能力。如果确实需要陪,家长要尽可能减少陪伴时间,而且主要是在学习方法、思路等层面上给予指导,切不可越俎代庖。

唐智松认为,家长要根据孩子的情况来选择陪孩子写作业的方式,尽可能不要陪,这有助于培养孩子独立、自主、自觉学习的习惯和能力。如果确实需要陪,家长要尽可能减少陪伴时间,而且主要是在学习方法、思路等层面上给予指导,切不可越俎代庖。

63.0%受访家长认为陪孩子写作业应以监督为主,必要时进行辅导

家长陪伴孩子写作业是一个循序渐进的过程,张徽坦言,女儿上小学时,每当她犯马虎错误时,自己就特别生气。但随着

50.3%受访者认为商家广告秀下限 不合适

53.4%受访者期待看到有专业知识支撑的广告

为吸引眼球、赢得关注,商家总是不断追求形式丰富、更有新意的广告。有些广告因精良的制作、巧妙的构思被人们广泛传播,但也有些广告剑走偏锋,片面追求噱头和话题,引发了许多争议。



视觉中国供图

实习生 崔艳宇

上周,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对1980名家长进行的一项调查显示,37.1%的受访家长每天都会陪孩子写作业,44.2%的受访家长平均一次陪伴时间在30分钟~1小时。84.0%的受访家长会因陪孩子写作业而头疼,63.0%的受访家长认为陪孩子写作业应以监督为主,必要时进行辅导。

为吸引眼球、赢得关注,商家总是不断追求形式丰富、更有新意的广告。有些广告因精良的制作、巧妙的构思被人们广泛传播,但也有些广告剑走偏锋,片面追求噱头和话题,引发了许多争议。上周,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对2006名受访者开展的一项调查显示,50.3%的受访者认为商家为营销效果秀下限不合适,52.8%的受访者觉得广告中出现职场潜规则的情节不够妥当,60.2%的受访者认为营销应坚守不做虚假广告底线。

受访者中,00后占0.6%,90后占20.8%,80后占52.6%,70后占18.1%,60后占6.0%,50后占1.5%。

50.3%受访者认为广告也要有正确价值观

我喜欢一些温暖的公益广告。在河南某中学读高二的宁怀远说,关于亲情、友情的公益广告更让人记忆深刻。对于商业广告,我喜欢有意思、有创意的。

调查中,受访者最喜欢温馨的广告(59.2%),其他类型依次是:清新(47.6%)、搞笑(38.7%)、炫酷(29.2%)、科普(28.6%)和煽情(17.9%)等。北京某公关公司员工郑娜认为,个别商家通过在广告中秀下限,获取关注度的行为很不负责任。广告不仅会影响人们的购买行为,也会潜移默化地影响价值观。即使商业广告也应该三观正。

宁怀远也不喜欢看到秀下限的广告。广告是企业形象的体现,我比较喜欢有情怀、有坚守、有底线的企业。数据表明,50.3%的受访者认为商家为了营销效果而秀下限的做法不合适,广告也要有正确的价值观,35.5%的受访者则觉得合适,14.2%的受访者说不好。

我最近看到一则广告,讲了女主人公因为衣服穿得好而不被晋升的故事。在北京某高校读研一的张笑表示,这则广告中的逻辑有些好笑。

你觉得广告中出现过的哪些情节或价值观不妥?52.8%的受访者认为是职场潜规则,其他还有:小三逆袭(52.2%)、剩男剩女被逼婚(42.5%)、妈宝男(33.9%)、婆媳大战(30.7%)、物化女性(25.1%)和虎爸虎妈(22.7%)等。

60.2%受访者认为营销应坚守的底线是不做虚假广告

商业广告也应守住底线。调查显示,60.2%的受访者认为营销应该坚守的底线是不做虚假广告,53.9%的受访者认为是不夸大产品功效,48.6%的受访者认为是不用文字游戏打擦边球。此外,其他一些底线还有:不歧视任何特定人群(46.9%)、不使用过激或不雅词汇(41.9%)、不做虚假承诺(31.9%)、不煽动公众情绪(31.9%)和不靠雷人洗脑博眼球(31.2%)等。

有些培训机构打出一个月提升三十分之类的广告,却常常无法兑现承诺。宁怀远说。张笑谈到,有些街头灯箱、传单上的广告,通过谐音或一词多意表达低俗的语义,看似是抖机灵,其实很让人反感。

作为消费者,我更喜欢真诚、走心的广告。张笑说,商家需要真实地表述产品功效或特色优点,消费者自然会做出判断。此外,张笑还觉得,广告对销量的影响只是暂时的,要立于不败之地,最根本的是要做好产品。

你希望看到什么样的广告?53.4%的受访者希望广告有专业知识做支撑;46.6%的受访者希望有传统文化底蕴;45.8%的受访者希望开门见山,简洁明快;44.9%的受访者希望将广告嵌入具体的生活场景;31.5%的受访者希望有可信、可靠的代言人;31.3%的受访者希望广告励志感人,有情怀;20.6%的受访者希望看到轻松活泼、脑洞大开的广告。



扫码关注微信公众号 民调新闻更早知道

减少外卖垃圾 66.9%受访者建议推广可降解的环保餐盒

外卖平台、餐饮企业和消费者被认为最应为外卖垃圾的回收处理埋单

外卖包装垃圾造成城市生活垃圾量大幅增加。一个城市环卫系统的容纳能力、末端处理能力,比如填埋场、焚烧场等,都是有限的,现在城市环卫系统的压力非常大。



漫画:朱慧卿

中国青年报 中青在线记者 王品芝 实习生 毛鑫

美团外卖、饿了么、百度外卖等互联网外卖平台日前公布的数据显示,三家外卖平台全国日订单量合计约在2000万单左右。伴随着外卖行业的飞速发展,外卖垃圾对环境危害也日益凸显。

日前,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对2012名受访者进行的一项调查显示,75.5%的受访者已经意识到了外卖垃圾对环境的危害。41.1%的受访者愿意为外卖垃圾处理支付费用,66.9%的受访者建议推广可降解的环保餐盒,减少塑料餐盒的使用。

75.5%受访者已意识到外卖垃圾对环境的危害

调查中,90后占19.3%,80后占53.2%,70后占20.0%,60后占6.2%,50后占0.9%,其他占0.4%。

调查中,43.3%的受访者经常点,53.0%的受访者偶尔点。郑州某媒体员工赵霜(化名)平均一周会点3到4次外卖,一般都努力吃完,不会剩下。大部分外卖盒直接扔掉了,有些特别大的塑料盒子会洗干净当保鲜盒用,外卖袋子一般不会留。

上海某高校学生周智辉(化名)经常点外卖,有时候直接把外卖餐盒扔进垃圾桶。如果有分类回收的垃圾箱,一般会扔进不可回收垃圾箱里。

调查中,34.8%的受访者在点外卖后会将塑料垃圾与餐厨垃圾分开,50.0%的受访者偶尔这么做,15.2%的受访者从不区分。深圳某国企员工周瑞(化名)基本不点外卖。我不知道外卖是否卫生,而且,外卖垃圾对环境造成了巨大的危害,不点外卖也是在保护环境。

周智辉则对点外卖的污染没有特别在意,在他看来,外卖餐盒就像塑料袋一样,早已成为生活的一部分。

调查显示,75.5%的受访者已经意识到了外卖垃圾对环境的危害,10.9%的受访者没有,13.6%的受访者不好说。

目前大部分餐厨垃圾、塑料袋餐盒和包装袋垃圾混合的外卖垃圾只能混入城市生活垃圾,进入垃圾处理系统,最终作为普通垃圾进行焚烧或填埋。清华大学环境学院固体废物控制研究所教授蒋建国说,盛过食物的餐盒,直接回收的价值比较低。从环卫系统来说,外卖包装垃圾造成城市生活垃圾量大幅增加。一个城市环卫系统的容纳能力、末端处理能力,比如填埋场、焚烧场等,都是有限的,现在城市环卫系统的压力非常大。以后怎么管理外卖垃圾、能否在源头减量、怎么进行有效的分类引导,提高回收比例,除了收取餐饮厂、外卖平台的处理费,还需要在技术、管理上有相应的政策引导。改进材料会增加成本,怎么使消费者愿意花更多的钱为环保出力、承担更多的责任,这些都是要考虑的课题。

受访者认为外卖平台、餐饮企业和消费者最应为外卖垃圾的回收处理埋单

哪些环节最应为外卖垃圾的回收处理埋单?调查中,受访者认为外卖平台(56.8%)、餐饮企业(53.3%)和消费者(41.5%)应该为外卖垃圾的回收处理埋单,其他还有:餐具生产商(35.1%)和环保部门(30.3%)。

蒋建国说,餐盒的生产比较集中,外卖平台的数量比较有限,所以生产者和平台这两个方面是好管理的。但要让消费者进行管理,就涉及到税费的问题。

从谁得利谁负责的角度来看,周智辉认为,餐盒的生产厂商、外卖商家以及外卖的消费者三方应该为餐盒处理埋单。但具体如何操作,需要相关部门加以规范。

周智辉觉得外卖平台、餐饮企业和消费者三方都需要为处理垃圾埋单。外卖的兴起与外卖平台App的出现和宣传推广分不开,App平台和商家通过外卖这种方式为自己带来了更大的收益,消费者订外卖也掀起了外卖市场的热潮,所以三者都应该为外卖垃圾埋单。

之前出台了限塑令,但塑料袋的生产成本很低,而且更多是在使用环节进行收费,所以现在塑料袋的使用有反弹的迹象。从这一点来看,如果对塑料袋和外卖餐盒

在生产环节征收环保税,则可以提高生产成本,使得商家和消费者在使用塑料袋或外卖餐盒时不得不考虑购买成本,同时将税收用于环保事业,比如投资塑料降解技术的研发。周智辉说。

调查显示,41.1%的受访者愿意为外卖垃圾处理支付费用,32.0%的受访者不愿意,26.9%的受访者不好说。

本来就会支付一个餐盒的费用,多花点钱买个环保型的也不是什么负担。赵霜愿意为处理外卖垃圾多支付一些费用,

66.1%受访者建议加大对制造传播盗版图书的打击力度

61.6%受访者认为盗版图书影响阅读甚至会传播错误知识



漫画:华夫

实习生 伍越

读研究生,由于专业学习的需要,她对图书的需求非常大,除了一些可以在网上找到,剩下的大部分都需要买纸质书。我大概每个月会上网购书2~3次。

我认为自己算是一名读书爱好者,尤其热爱纸质书,平均下来一个月会买3~4次。某高校行政管理人员江夜说,每周三下午下班后,我都会去学校旁边的书店转一转,周末闲暇时也会在书店坐坐。

本次调查中,43.8%的受访者每月至少购买一次纸质图书,31.5%的受访者半年购买2~3次,还有24.7%的受访者一年购买3次以下。

我一般通过几个方法来分辨盗版图书:第一是出版社,有些图书只有固定的出版社有版权;第二是购书地点,正规连锁店肯定比较靠谱;第三是书的质量,看纸质是否干净、印刷是否清晰。江夜说。

叶萱认为自己能够区分正版书和盗版书,我一般从正规书店或网上的旗舰店购买图书,买书时会看出版社和出版商,还有作者及译者的名字是否有误。

读研究生,由于专业学习的需要,她对图书的需求非常大,除了一些可以在网上找到,剩下的大部分都需要买纸质书。我大概每个月会上网购书2~3次。

我认为自己算是一名读书爱好者,尤其热爱纸质书,平均下来一个月会买3~4次。某高校行政管理人员江夜说,每周三下午下班后,我都会去学校旁边的书店转一转,周末闲暇时也会在书店坐坐。

本次调查中,43.8%的受访者每月至少购买一次纸质图书,31.5%的受访者半年购买2~3次,还有24.7%的受访者一年购买3次以下。

我一般通过几个方法来分辨盗版图书:第一是出版社,有些图书只有固定的出版社有版权;第二是购书地点,正规连锁店肯定比较靠谱;第三是书的质量,看纸质是否干净、印刷是否清晰。江夜说。

叶萱认为自己能够区分正版书和盗版书,我一般从正规书店或网上的旗舰店购买图书,买书时会看出版社和出版商,还有作者及译者的名字是否有误。

调查显示,25.9%的受访者表示很清楚正版书和盗版书的区别,61.9%的受访者表示能粗略区分,还有12.2%的受访者不清楚如何区分。

北京某高校大二学生章洛(化名)有时在图书馆借不到需要的书,就会在网上搜索盗版书或者买盗版书。现在书的价格越来越高,有些包装精美的书一本就要60多元。虽然盗版书质量不够好,但是内容和正版书一样,很划算。

江夜则认为应该购买正版图书,有些盗版书的内容和正版书大相径庭,而且购买盗版书会对作者造成侵权,进而有可能影响作者的创作动力。

调查显示,32.9%的受访者会购买盗版书,38.5%的受访者不会,还有28.6%的受访者看情况而定。

章洛通常在学校门口的书摊和二手市场买盗版书。小书摊上的书价格便宜,同学们经常去那里买。

当被问及自己或身边人购买盗版书的地方时,66.2%的受访者表示是路边书摊。其他还有:小书店(48.5%)、报刊亭(36.8%)和二手市场(27.8%)等。

我也能理解有些人会买盗版书,主要就是价格便宜。江夜说。

有些盗版书做得比正版书还好,一些人分不清,稀里糊涂也就买了。此外,叶萱表示有些课堂作业需要的书,看过一遍就不会再看了,这也导致很多同学选择盗版书的原因。

61.6%受访者认为盗版图书影响阅读甚至会传播错误知识

江夜认为,影响阅读、传播错误知识

是盗版书最大的危害。尤其是儿童图书,有些盗版书内容完全不正确,很容易误导儿童。

叶萱则觉得,盗版图书会扰乱图书市场,导致劣币驱逐良币。61.6%的受访者认为盗版书影响阅读甚至传播错误知识,58.3%的受访者觉得盗版书侵犯原作者版权,56.5%的受访者表示盗版书损害出版社利益,49.8%的受访者觉得盗版书扰乱图书市场。

对于盗版图书泛滥的原因,63.9%的受访者认为是有相关部门监管力度不够,59.0%的受访者认为是消费者贪图便宜,55.4%的受访者认为是商人不遵循市场秩序,41.9%的受访者认为是出版社维权不到位,28.6%的受访者认为是版权意识尚未形成。

我觉得目前国内打击盗版图书的力度还不够,很多人乃至出版社都没有维权意识。江夜认为,读者要从自身做起,不购买盗版图书,此外也要加强版权观念,提高版权保护意识,同时加大对制造、传播盗版图书的打击力度。这样才能遏制盗版书的泛滥。

调查中,66.1%的受访者建议加大对制造传播盗版图书的打击力度,60.8%的受访者认为要突出正版图书的防伪标识,53.8%的受访者建议提高版权保护观念,39.1%的受访者建议对购买盗版图书的人予以处罚,33.9%的受访者认为应健全对盗版图书的监督举报渠道。