

“作业”可吃掉,安全不可吞没

近日,一款以“吃掉作业”为噱头的糯米纸零食在中小學生群体中悄然走红。该零食外观仿照课本、试卷样式,主要通过各大电商平台售卖。商家精准抓住学生猎奇心理,打出“把知识吃进肚子里”“小朋友放心吃”等营销口号,吸引不少学生下单购买,多款热门单品销量突破10万件。

“油墨会不会蹭到糯米纸上?”“配料表一长串添加剂与色素,适不适合孩子吃?”针对这款网红零食,不少家长

教育时评

的担忧直指其卫生安全隐患。商家的算盘打得很精。孩子怕作业、烦作业,那就让他们“吃掉作业”,既解压又好玩,几角钱至几元钱一份,便宜到家长懒得较真。可当“作业”成了噱头、“课本”成了包装,食品本身的安全性反而被置于次要位置。

近年来,以儿童为消费人群的“网红零食”频频出现,从被集中清退的校园槟榔,到多地叫停的网红“蜡瓶糖”;从引发争议的仿烟棒棒糖,到如今风靡校园的“吃作业”糯米纸,围绕孩子的猎奇零食从未断

档。不仅如此,这些年校园周边出问题的零食,几乎都踩着同一条路径:短视频种草、电商下单、校园跟风。网络放大了猎奇,也暴露了监管的短板。当猎奇营销盖过了食品安全的本分,在整条利益链条里,儿童健康成了最容易被忽视的一环。

我们都曾是那个攥着零钱、趴在小卖部玻璃柜上买零食的孩子。食品的趣味创意,不该脱离儿童健康底线。零食可以“吃掉作业”,孩子的健康,却不能这样“交作业”。

(摘自《钱江晚报》)

孩子远比我们想象的强大

儿子今年五年级,这个暑假,我一时兴起给他报了个七日六夜的游学营。这是他人生中第一次脱离家人陪伴独自出行,集合地还是在距离上海千里之外的甘肃……山河辽阔的西北,连我自己都不曾去过。家人得知后都说我“胆子真大”,但我却大咧咧地表示:“怕什么,事会教人。真到了没办法的时候,人自然会学着独立。”那时的我只有满心的期许,盼着他跳出舒适圈,见识山川、历练自我。可当真的临近出发,心底的笃定便一点点被细碎的焦虑吞噬。正巧这时外婆打来了电话,原来她也正担忧着:“你查清了吗?那个无陪服务真靠得住?下了飞机人家会把他送到接机老师那里吗?不会丢下他不管?”

我一遍遍地向外婆保证:

“您就放一百个心吧……”心里却开始打鼓:是不是真的太心急了?明明可以让他安稳待在熟悉的环境里,无忧无惧,为何非要让他去经历未知的奔波?电话那头的外婆忽然笑了:“嗨,当妈的就是这样,孩子一有点什么事,妈妈脑子里就会跳出一百个故事……”我忽然发觉,世间最容易多虑的,大抵就是母亲的心。我们总以为孩子弱小懵懂,把所有独处都视作煎熬。其实跳出来看,很多烦恼,从来都不是孩子的难题,而是家长的内耗。想通这点,我便强行按下胡思乱想,按原计划送他去机场。看着他背着行囊,跟在空乘人员身旁回首与我挥手道别,我鼻尖酸溜溜的,却撑着笑容对他说:“玩得开心!”

往后的几天,我看着带队老师每日分享的旅行照片和

游学日记。闲暇时和孩子视频通话时,告诉自己不要反复叮嘱琐事、追问细节,只做一个不扫兴的倾听者。奇妙的是,关闭“叮嘱”和“关照”的开关后,我的内心反倒平和安宁起来。看着照片里孩子在辽阔的西北大地黄沙旷野之间露出的灿烂笑容,好像自己的心境也跟着变得开阔通透了。

此次甘肃远行,千里山河,七日历练,于我是一场放下执念的修行,于孩子是一场破茧成长的蜕变。我开始体会到,为人父母,最该学会的不是面面俱到的守护,而是适时得体地退出。孩子远比我们想象中强大。戒掉多余的内耗,多一点信任放手和一点顺其自然,孩子自有他的山海辽阔。最好的母爱,从来不是遮风挡雨的全程庇护,而是目送他奔赴山海的坦然。

(摘自《新民晚报》卫勍雯/文)

手机、平板、带社交功能的智能手表……如今,这些电子设备已从新鲜玩具变成不少家庭的育儿标配。孩子为何紧抱屏幕不放?这背后是多重现实因素的叠加。一方面,短视频平台的精准推送、小游戏的简易操作、刷内容时的即时正向反馈,使得心智尚未成熟、自控力薄弱的未成年人更容易成为精准锁定的对象,在无意识的滑动中消耗掉大量时间。另一方面,不少家长无暇抽出完整时间陪伴孩子,而屏幕随叫随到、不用额外成本,成了很多家长眼中最“经济”的育儿替代方案。更值得警惕的是家庭里的“示范效应”:当餐桌上父母各自低头刷着短视频,客厅里大人机不离手沉浸在虚拟内容里,正给孩子做着最直接的反面教材。

破解“屏幕困局”,需要家庭、平台、社会多方协同发力。家长先要以身作则放下手机,用陪伴替代管控,用约定替代命令,以亲子共读、户外运动、家务协作等真实互动,让孩子在现实世界中收获归属感与成就感。平台须守好防沉迷底线,严格落实使用时长限制、非理性消费限制和青少年专属内容池要求。社区和社会层面则应加大普惠资源供给,让孩子们课余有处可去、有趣可寻。(摘自《经济日报》9.14

郭云飞/文)

亲子之道

2026小学生最火的社交货币,大概就是《我要擦皮鞋》这首歌了。同样的还有《蛋糕店里卖蛋糕》。他们口口相传,听得津津有味,时不时还会一起接力唱,乐此不疲。

以前小孩流行的东西大人好歹能一知半解,现在是一点都看不懂了,成人和小孩之间的代沟怎么突然变这么大了?

割裂是因为儿童文化的产生体系变了。过去,儿童流行文化本质是成人文化的一个低龄简化版。动画片、儿童读物都是由成人控制的,二者虽然有代沟,但信息源是一样的,差异点只在深度上。但现在,儿童流行文化是完全按照

成人和小孩之间的代沟怎么这么大了

儿童自己的想法和需求创造文化。

他们流行的东西来自短视频、游戏、社交APP,成年人很难控制这些内容。而儿童又在不断地模仿中创造出属于他们自己的新梗,成人也就彻底成了旁观者。

这种变化其实说明了,当前我们正进入一种后喻文化。长辈需要向晚辈学习才能了解他们在说什么。从某些方面看,这的确有一定的积极面。

因为这是儿童第一次大规模地拥有了属于自己的、不被成年人全程审核的文化领

地。但同时也能看到,他们选择的很多东西是很单一、重复的。不管是《我要擦皮鞋》《蛋糕店里卖蛋糕》,还是电摇舞,本质上都是一个东西,通过不断的重复产生一种抽象感。

小孩子以为是自己选择了这些内容,但实际上却是算法对儿童大脑偏好的无限放大和固化。算法最根本的优化目标不是“让孩子学到东西”,而是“最大化用户停留时间”。

对成人来说,这个循环还能被负责理性的前额叶偶尔打断,但对儿童来说,这个打断机制很弱甚至不存在。

他们的冲动控制很弱,主

要靠感觉做决定,大脑的可塑性也很高,重复行为能快速形成神经回路。看三次“电摇”,第四次就自己模仿了。结果就是,儿童可能在一个极窄的、低信息密度的内容池里反复打转,错过了接触更丰富文化形态的机会。这其实是不利于成长的。因为长期接受低密度的刺激,大脑会被训练成只能处理快内容。那些需要持续注意力、逻辑推理、延迟满足的活动会变得越来越困难。不是不想做,是大脑实在集中不了注意力。而且无聊的耐受性也会被破坏。无聊不是坏事,相反,它可能是创造力的前奏。

(摘自《南方周末》)

热点观察