

察者看台

人间惨剧岂是消遣之“梗”？

■张婉伟

备受关注的“杭州女子失踪案”终于水落石出。据来女士丈夫许某某初步交代,其因家庭生活矛盾对妻子产生不满,于凌晨在家中趁妻子熟睡之际,将对方杀害,分尸并抛弃至化粪池内。目前,许某某已被警方依法刑事拘留,案件正在进一步侦查中。

残忍的案情令人不寒而栗,面对此案,正常的人是笑不出来的。然而,竟有部分人在网上恶意消遣此案,随意造“梗”,将与案情有关的细节作为“段子”互相调侃、互开玩笑,并博得眼球、吸引流量。如,“化粪池警告”“不听话两吨水解决一切问题”“杭州同款绞肉机”等自以为“搞笑的梗”在互联网不断流传。

有话就说

依法追究恶意骚扰“120”行为

■李英锋

“我们接到的指令说鼓楼区凯瑟琳广场有人酒精中毒、需要救护车送到医院,可赶到现场后怎么也找不到病人,拨打之前电话才得知,病人症状较轻,已自行去医院。”7月22日晚,南京市急救中心鼓楼分站的急救人员又一次郁闷地返回,而这已经是他们当天第10次“空跑”了。

救护车不能空跑,急救资源不容浪费。120被骚扰并非局地现象,而是具有一定的普遍性,应引发共性反思和治理。要遏制对120的骚扰行为,减少救护车空跑的现象,需要从宣传教育、诚信制约、依法问责等多环节发力。相关部门应通过多种媒介广泛宣传院前急救的规则、范围以及骚扰

120的社会危害和法律后果,让民众知道针对哪些事可以拨打120、针对哪些事不能拨打120,引导民众合理拨打120求助。针对谎拨120或者恶意呼叫、骚扰的行为,有关部门在核实问题之后,将拨打者记入征信系统,也是一种制约手段。

最关键的是,对恶意骚扰者或情节严重的骚扰者,应有更严肃的问责措施。实际上,120电话是非常重要的公共服务资源,关乎医疗秩序的正常运转。恶意骚扰120急救电话,属于寻衅滋事,扰乱了医疗机构的办公秩序,触碰了道德底线和法律底线。《治安管理处罚法》第二十三条规定,有“扰乱机关、团体、企业、事业单位秩序,致

两性关系健康发展的话题,却反而显得“无人问津”、置之不理。

或许有人会说,这些内容并无恶意,不必上纲上线,大可宽容一些。可是,当我们宽容了罪恶,谁又来宽容无辜的生命、鲜活的人生?这些越过雷池的“搞笑”是在他人的伤口上撒盐,是对法律的冷漠,缺乏基本的道义与善良。网络环境非法外之地,每一句没有底线的“玩笑”,都可能无意间给他人埋下“罪恶的种子”,打开黑暗之门。

须知,网络清朗是每个人的责任,无知并不“搞笑”,冷漠更不值得“跟风”。希望我们能尊重他人的痛苦,严肃对待生命,用善意拥抱社会,抚慰悲剧带来的苦楚与不安。



近日,山西运城市旅游市场出现了打着政府补贴口号“买烧鸡送旅游”的活动。从6月初99元买三只烧鸡送全年免费旅游四次,到近期88元全年免费旅游12次并送120枚鸡蛋……“优惠”力度之大让人咋舌,因此“应者如云”,报名人次将近5万。7月27日,山西省运城市文旅局发文叫停了该活动。运城文旅局局长回应称,这种低价旅游活动系私人行为,目前正在查处。

1. 当前旅游行业受疫情影响,生意大不如前,很多地方推出了振兴旅游刺激经济的政策。在此背景之下,这次低价游炒作很容易被误以为是政府的鼓励政策,因而更具有欺骗性。这类活动既欺骗了消费者,又扰乱了正在恢复的旅游市场。

对于这次“买烧鸡送旅游”的行为,相关部门要看到其特殊性和危害性,将事件查个水落石出,揪出幕后黑手,给予相关责任单位或责任人以惩罚。只有如此,才能维护好近5万名参与者的合法权益,维护好旅游市场。尽管《旅游法》第三十五条明确规定,“旅行社不得以不合理的低价组织旅游活动,诱骗旅游者,并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益”。但为何不合理低价游仍然存在呢?部分旅行社善于包装和欺骗是原因之一,一些消费者贪小便宜也在一定程度上给了不法分子可乘之机。

——评论员 罗志华

2.笔者以为,要打击“买烧鸡送旅游”的消费欺诈行为,还需打“组合拳”。首先,立法要尽快。旅游法应尽快出台相关细则,通过立法形式规范旅游市场,规避各种“旅游消费欺诈”行为。其二,监管要到位。监管部门要做到有法必依,执法必严,织密监督网,对那些违法违规的旅游经营者绝不姑息。其三,处罚要跟进。对不良旅游经营者不妨采取“最严处罚”,如设立“黑名单”,或采取“高额罚款”,加大其违法成本。其四,增强游客自我保护意识。要加强游客对个人旅游权益的自我保护意识,提升消费理性。

当然,还需不断加强对旅游经营者的诚信和自律教育,促使旅游经营者做到诚信经营,自觉远离各种“旅游消费欺诈”行为。笔者相信,只要多方合力去共同打击,就一定能有效遏制类似“买烧鸡送旅游”这样的“旅游消费欺诈”行为,从而还旅游市场一个正常、有序、良性的消费环境。

——评论员 叶金福

热点漫评

假的“正能量”,真的“毒鸡汤”

■杨 博

近日,几段“女孩考上清华跪谢父母”的视频在社交媒体上火了。然而,有人很快发现,视频主角之一的父亲一会儿是“工地上的工人”,一会儿是“捡瓶子的拾荒者”,一会儿又是“病床上的植物人”……原来,剧情是虚拟的,场景是摆拍的。网友忽然觉得,有种受骗的感觉,那因感动流下的眼泪是多么不真实。

然而,面对网友指责,该视频作者倍感委屈。“我从来就没说过我的段子是真实的。”他辩解说,这本来就是一个正能量的段子,他是想让孩子们知道父母不容易,有错吗?时下,2020年高考落下帷幕不久,不少考生还在忙着填报志愿。此时,拿困难家

庭的女孩考上清华做底本,在真实街头场景中以草根形象出演,可谓把情绪铺陈和渲染做到了极致。如果不是迫于批评的压力,视频作者也有可能不会做出解释。

实际上,视频作者在发布视频的几天之内,避而不提剧情虚构的事,目的就是利用粉丝对真实性的期待,一步步吸引流量。如果像他在辩解中所说的,可以拿该系列视频和韩剧类比,那么笔者倒要反问一句:“女孩考上清华跪谢父母”的系列视频谈何艺术性和创造性,又如何与那些优秀电视剧相提并论?

可见,视频作者的辩解有多么苍白无力。所谓传播正能量,不过是他获取流量的一个道具,随时可以“穿”“脱”。从本质上来说,“正



能量类”短视频和那些“卖惨类”的视频一样,都是哗众取宠之作。难怪网警发文提醒,希望大家传播真正的正能量,而不是靠编造吸引“毒瘤”量。

说道说道

1.近日,“老版四大名著电视剧”在B站正式上线,引起不少网民的关注。据媒体调查统计,上线一个多月来其播放量都超过了千万。由这些经典作品衍生出的拼接、鬼畜式短视频,更是不计其数。在弹幕视频网站上重温经典影视剧,已经成了很多年轻人的娱乐方式。

经典的魅力,正在于其可以突破时代的界限,给人以深刻的体会。“弹幕版”四大名著电视剧不仅再次验证了经典作品的非凡魅力,也让观察者通过这些色彩斑斓、信息叠加的弹幕,看到年轻网民的创造力。随着网络用户群体进一步年轻化,这些有趣

的表达方式与态度,必定会显现出更加多样的形态。我们不妨拭目以待,看看网络文化还能和经典碰撞出多少“火花”。

——评论员 黄 帅

2.自媒体时代,育儿公号、短视频博主层出不穷,如何去伪存真也成了家长们头疼的事情。《中国青年报》的一项调查显示,91%的受访家长会搜索育儿自媒体,但是有60.5%的家长认为无用信息过多,72.6%的受访家长认为育儿要结合实际,从自己的体会和观察入手。

笔者以为,育儿并没有唯一正确的答案。“科学育儿”只是指出一个大方向,不同

医生尚有各自的立场和观点,每个孩子也有不一样的表达和需求。家长们不能只是因为看了几个帖子,就盲目地照搬学习。对家长来说,既要吸收外界知识,也要善于进行转化。互联网育儿指导无用信息过多,更是需要上升到社会层面进行考虑的重要课题。在我国,0—3岁幼儿的抚育是家庭的内部事务,缺乏和专业知识的融合。对此,可以考虑加大政策配套力度,建立起0—3岁婴幼儿家庭教育支持体系,让更多高校、科研机构、专家学者等参与进来。如此,育儿实践和科学知识充分融合,不是更能解决家长的痛点和苦恼吗?

——评论员 王庆峰