

评论员观察

网络空间是一个充满活力和创意的领域,其中玩笑和戏谑往往扮演着重要的角色。因此,警方在打击网络谣言时,需要明确界定谣言和正常表达的界限,并采取审慎的态度进行处理。像罗某这样情节轻微、未造成严重后果和社会影响的案件,最好减轻或不予处罚。

观点

董宇辉清空微博
是对热搜裹挟的软抵抗

“恶搞车票照片”,错不致被“行政处罚”

一张恶搞图片引发争议。

近日,四川凉山州的罗某为追求流量,利用图像处理软件篡改高铁车票信息,虚构“德昌西站至俄罗斯北站”车票图片在网上发布,网络浏览量超过1.7万次。目前,西昌公安部门已依法对其作出行政处罚。

罗某篡改高铁车票信息并通过短视频平台传播,确实可能引发部分不明真相的网民误解,对网络空间的正常秩序造成损害。对其行为,确有必要予以劝导提醒。

《中华人民共和国治安管理处罚法》第二十五条规定,散布谣言,谎报险情、疫情、警情或者以其他方法故意扰乱公共秩序的,“处五日以上十日以下拘留,可以并处五百元以下罚款;情节较轻的,处五日以下拘留或者五百元以下罚款”。

就此而言,警方对罗某的处罚似乎于法有据,但这并不意味着真有必要对罗某实施行政处罚。

从相关报道看,罗某所制作的车票图片,“2月”后面还有一个“,”此外,图片中的信息也与常识严重不符——“俄罗斯北站”,地球上根本没有这个地方,至于“8888.888元”的定价,则显得极为离谱和不切实际。如此“造假”很难说有什么主观恶意,其戏谑与哗众的心态明眼人一眼就能看破。这样的图片,即便在网络上获得了较高的浏览量,也应当不会造成较大的社会危害。

总之,罗某的行为更多的是旨在追求网络关注和流量,而非出于扰乱公共秩序的恶意。基于此,警方对罗某的行政处罚,违背了“过罚相当”原则,有畸重之嫌。

因为一张“一眼假”的图片,警方就对罗某进行处罚,未免有矫枉过正之嫌。在如今这个图片处理软件高度发达的时代,许多人已经习惯通过软件智能生成的图片,甚至是恶搞图片的形式来表达

自己的观点和情绪。如果对所有类似罗某的行为都采取严厉处罚,人们可能会因为担忧而选择保持沉默,不敢自由创作和表达。

事实上,在相关新闻的评论区中,不少网民对这一问题表达了忧虑。他们担心,那些随手制作的图片可能会为自己带来不必要的麻烦。在这种心理的影响下,网民选择在网络空间保持沉默的可能性将会大大增加。长此以往,这种沉默和顾虑很可能会抑制网络空间的活力和创造力。

警方对罗某的处罚,明明是为了维护网络环境的和谐稳定,最终起到的却是相反的作用,看似履行职责,实则背离了监管初衷,有害无益。

网络空间是一个充满活力和创意的领域,其中玩笑和戏谑往往扮演着重要的角色。因此,警方在打击网络谣言时,需要明确界定谣言和正常表达的界限,并采取审慎的态度进行处理。像罗某这样情节轻微、未造成严重后果和社会影响的案件,最好减轻或不予处罚。

在2月26日的直播中直言“天然反感热搜,明天就去注销微博”的董宇辉,果然在次日清空了个人微博,此举引发舆论关注。董宇辉清空微博,本是自主选择,也是个体权利,没什么好置喙的。可由于他作为顶流主播的巨大影响力与主播中“不一样的烟火”的外部印象,此举难免引发各种社会解读。

如果说知名度增加、变现机会增多是热搜效应的A面,那伴随高频曝光而来的私生活空间被挤压、动辄被苛责被抹黑被攻瑕索垢的舆论境遇就是其B面。对如今已自带热搜体质的董宇辉而言,上热搜的负面效应更是会被放大。据统计,董宇辉截至目前共上了337次热搜,2023年223次,2024年上了79次。频上热搜,固然巩固了董宇辉的顶流地位,却也为其招来不少黑:比如原本对董宇辉有好感或无感的人,因为董宇辉一再霸屏而粉(路人)转黑,将注意力资源泡沫化的过错归咎于他,也将热搜的“掩蔽效应”造成的部分事件“不可见”怪罪于他。

在此背景下,清空微博未尝不是董宇辉对热搜裹挟的“软抵抗”。本质上,这也是董宇辉的一次个性化自我表达:身为公众人物,确实免不了被热搜绑架,这本就是出圈出名的代价,不能得了便宜又卖乖。但作为有自我主张的知识分子,他可以在自己能驾驭的范围内对一些事说不。

据红星新闻

20万重奖杭州见义勇为车主
这个热度“蹭”得好

2月22日,浙江杭州一处高架桥上,因为经济纠纷,39岁男子侯某仁驾驶宾利车,不顾交规将表弟侯某彬的车辆强行别停,下车后手持茶刀攻击对方,导致侯某彬受伤送医。如此惊悚的一幕发生在电光火石之间,令过往乘车人猝不及防。但就在受害者命悬一线之际,一名路过的比亚迪车主挺身而出,在警察到场前有效阻拦了侯某仁进一步施暴。

事件引发关注后,2月25日,杭州警方通报了具体案情,称侯某仁涉嫌故意伤害罪,已被刑事拘留。据报道,阻止凶案的车主名为孙子见,是一名律师,来自黑龙江,在杭州已居住七八年。面对这种为了维护正义、不顾个人安危的义举,众多网友纷纷点赞,建议有关部门将其认定为见义勇为,对孙子见律师予以相应嘉奖。而在官方表彰之外,车企比亚迪更是先行一步,表示将对孙子见的车辆终身免费维修保养,并奖励20万元。不论是公众呼声还是企业嘉奖,都反映着公理与人心,同时也清楚地展现了我们的社会所需和推崇的价值导向。对于比亚迪的做法,有人调侃说,这是企业在新闻事件中“蹭热度”。但在相关新闻的评论区,几乎所有网友都认为,这样的热度“蹭”得好,所有企业遇到类似情况,都不妨大“蹭”特“蹭”,尽可能多地让见义勇为者得到实惠。

据中青评论微信公号

120急救不应该成为
一项分解服务

近日,黑龙江嫩江市“120急救人员拒绝抬病人上救护车”一事,引发社会关注。网传视频显示,一名老人病重,嫩江市人民医院120急救电话接电后,派救护车前往老人所在小区,老人的女儿一人无力将父亲抬上救护车,请求工作人员帮忙,对方称“我们抬不了,没有这项义务”。涉事医院回应称,已经向病人家属赔礼道歉,涉事的两名工作人员已被停职。

急救是一个完整的过程,是不可割裂的有机体,各环节需要紧密配合,倘若抢救与搬运人员各干各的事,甚至等到搬运人员到位再抢救,就会将急救这个整体过程人为割裂、分解实施。如此不仅会影响急救效率,还会置生命于更危险的境地。随着人口老龄化程度日益加剧,独居老人、失能或半失能老人越来越多,搬运工作在120急救中的占比将越来越大,急救卡在搬运上所致的问题势必越来越突出。因此,120急救中心等机构应该通过强化医疗救护员配备等举措,加速化解这道难题。

据北京青年报

来论

快递该“送货上门”还是人柜不宜一刀切

木须虫

快递“送货上门”,而不是未经消费者同意放在快递驿站,这个看似简单的问题,如何解决?3月1日起,《快递市场管理办法》将正式实行,其中提出,“不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等快递末端服务设施”。专业人士认为,这并非一个单纯靠快递员本身就能解决的问题,而是需要一个系统的解决方案。

快递送货是否必须上门,法律并没有明确的规定,《快递暂行条例》规定:经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址、收件人或者收件人指定的代收人,并告知收件人或者代收人当面验收。规定突出了“约定”两个字,其实也说明了快递是合同服务的本

质,允许服务关系双方根据实际灵活掌握,形成契约,而非简单的一刀切。

送货上门固然让消费者感到最便利,但客观来说并不是兼顾效率与便利最好的方式,送件上门除了会增加投送的工作量之外,还会受到很多现实条件的限制,如消费者要上班,就是上门了也没办法收件,又如很多小区有很严格的门禁管理,上门送件很麻烦。

因此,求得快递送货效率与用户便利最大公约数的方式,还是服务的差异化。一方面,是设置快递柜等服务设施,快递随到随投,用户得空自取。

另一方面,是上门服务契约化,针对那些需要送上门的快件,如大件、重物等通过约定,提供上门送件服务。

快递的发展经历了从无到有、从小到大的过程,快递投送配套设施建设滞

后,较长时间内,快递送货上门是服务别无选择的方式,也一定程度上培养了用户依赖的惯性。当代收点、配送柜在用户身边的渐次普及,自然会出现选择的问题,用户基于便利考虑,而快递投送基于效率考虑,忽视了对用户权利的尊重,因此形成所谓的矛盾,导致了“不告而投”的乱象。

细化法规,给快件投送“不告而投”设底线、亮红线,固然必需,但调合好快递送货是否上门的矛盾,归根到底还是需要行业不断细化投送服务,一方面进一步推进末端配送服务设施的共建共享,完善服务的基础功能;另一方面则应细化差异化服务价格机制,特别快递服务收费与配送服务报酬的差别机制,并在揽件时提供明确的“送哪儿”选项,实现更精准双向选择的契约服务。

服务费不能成为电影票乱涨价的“遮羞布”

丁家发

近日,有上海网友称,线上购票108元一张的电影票,到影院取票机取出来票面仅显示为55元。这让他不禁疑惑,中间消失的53元去哪儿了?根据平台客服的说法,这或许是因为线下取票机的不同导致了无法显示出本应存在的服务费。票面不显示服务费金额,这个情况并不少见。

在网上通过第三方平台购买电影票,收取少许的服务费,无可厚非。然而,上海这名网友在线上购买108元一张的电影票,不仅票面上的服务费“躲猫猫”不见了,服务费的金额甚至占了票面金额的近一半,这显然不合常理。

笔者认为,电影票服务费不能成节假日电影票乱涨价的“遮羞布”,有关监管部门应当予以及时纠偏,以保障广大消费者合法权益不受侵犯。

早在2015年7月,由中国电影发行放映协会发布的《电影票务营销销售规范》

就已规定,电商售出的电影票,应在票面上分别明示电影票和服务费的金额。然而,许多消费者并不知道电影票中包含了“服务费”,认为票面显示的费用就是电影的票价,而且不少消费者一般并不留意票面的价格,给违规者玩猫腻留下了空间。

事实上,许多影院和第三方平台收取的服务费,大部分在3-5元,相比数十元上百元的票价,占比很少,消费者基本上不会计较此事。此次,上海网友的遭遇,隐藏的电影票服务费竟高达55元,占比一半以上,令消费者感到不爽。春节期间电影院票房火爆,票价比平时大涨,适当上涨服务费也未尝不可,但是,不能把服务费当成乱涨价的“遮羞布”,损害消费者的利益。

电影票服务费为何从票面上“消失”?或许,正是由于服务费涨得太离谱,才刻意选择“躲猫猫”,违规在票面上“消失”的。

业内人士解释,真正计入票房的票

价,以电影票上二维码扫出来的价格信息为准。而之所以神秘的“服务费”如此飘忽不定、遮遮掩掩,可能与票房分账有关。但无论如何分账,都不能损害广大消费者的合法权益。

目前,电影票服务费没有统一的标准,看同一场电影,各家的收费也不一样,让消费者感到困惑。对此,监管部门应当予以及时纠偏,一方面,尊重广大消费者的知情权、选择权,对各大影院的电影票价及服务必须明码标价,让消费者自主进行选择,并严禁票面不显示服务费等违规行为,让消费者明明白白消费;

另一方面,加强监管,特别是在春节、国庆等节假日期间,对于一些影院趁节变相涨价、乱涨价等违规违法现象,依法予以打击,并责令退还违规违法多收的费用。总之,规范影院及第三方平台的收费行为,保护好广大消费者的合法权益,才能促进电影事业的健康发展。

投稿邮箱 qilupinglun@sina.com