

副镇长“被打伞”，“带节奏”的是偏见

■评论员观察

本报评论员 朱文龙

针对网传“副镇长视察水灾，有人为其打伞”的视频，贵州省黔东南州黎平县政府网信办进行了回应。经查，为副镇长杨璟撑伞的是过路的群众，并非网传政府人员。随后记者拨通了这位群众的电话，这位群众表示，7月6日，他正好从事发地经过，当时正下着小雨，看到杨璟冒着雨在指挥抢险，也不知道他的职务，就主动上前为他遮雨。

这又是一起新闻反转的

事件。明明是群众不忍心副镇长冒雨指挥救灾，到了网上却变成了副镇长“架子真大”“好大官威”。这个舆情的变化，反映出个别自媒体长期存在的一些乱象。

如今，新媒体已经成为公民表达意见、维护权利的重要工具。但不可否认的是，个别自媒体为了吸引眼球，故弄玄虚、断章取义甚至歪曲事实的现象时有发生。杨璟引起全网“声讨”的起因，源自7月6日在网上热传的一个视频。其实，单从视频所反映的内容来说，根本无法知道事情的原委，但就是这种“留白”，让一些人动起了

“歪心思”。在没有核查事实的情况下，个别自媒体为了追求流量，别有用心地对视频进行断章取义，制造出所谓的热点。而这种热点也迎合了社会上一些人对基层干部的偏见，因此在网上得到广泛传播。

可以说，这种煽风点火带节奏的行为，所带来的危害是巨大的。如今，信息传播进入新媒体时代，人们获取信息的速度越来越快，接收到的碎片化信息也越来越多。倘若任由这种现象泛滥，则瞬间就可能使虚假的信息传遍网络，轻则制造信息垃圾，重则会惑乱人心。为吸引眼球不惜歪曲事实

的行为，也伤害了那些有着朴素正义感的网民，让网络中的社会信任不断下降。

遏制这种乱象的关键是“治”与“智”。一方面，对于事情的真相，要及时公布，比如此次黔东南州黎平县，在舆情出现后不久，就及时发出了声音，为公众解释了“误会”，还原了事情的真相。另一方面，有关部门要督促平台负起主体责任，加强对内容的审核，当好“把关人”。

与此同时，也需要看到，这起事件之所以在网上引起轩然大波，也与有些人对基层官员抱有偏见有关。官员救灾

时遇雨，专门有人为其撑伞，这样的新闻不止一次出现过，但是不能因此形成惯性思维，见到相似场景不假思索。这种先入为主的观念很是害人。置身于互联网时代，面对呼啸而至的各类信息，每位网民不妨让消息多飞一会儿，跟帖点评表态时不妨多想一会儿，转发时不妨慎重一点儿，从而避免被“带节奏”。

这起逆转的“副镇长视察水灾，有人为其打伞”事件，值得所有参与其中的人认真反思。如果真相并没有全部呈现，先不要被自己的偏见带乱了节奏。

■公民论坛

□杨玉龙

茶叶封装在铝材小罐里，每个小罐又被泡沫内衬隔开，泡沫上又裹着一层绒布，全都挤在精美的硬纸盒中，购买时外面还套个手提袋。记者连续多日调查发现，商品的过度包装，快递的繁复包裹，一次性餐具的泛滥等，不仅增加了垃圾分类的负荷，更是浪费了大量资源，亟待改变。

茶叶二两多，包装重五斤，这样的奢侈包装，已然背离了包装保护商品的“初心”，如此

不仅变相增加了垃圾，且增加了消费者购物成本。其实，更不难发现，与茶叶一样，烟酒、月饼等礼品，也都是过度包装的重灾区。而且，新型消费模式也让食品外包装进一步“过度化”。比如，一次性餐具泛滥问题随着网络外卖等兴起而愈发严重，当然还有快递过度包装造成的垃圾等等。

在垃圾分类投放渐入人心的当下，在源头上实现垃圾减量也亟待引起重视，而商品过度包装就是其中之一。同时，也不难理解，商品过度包装难治难绝的背后，一是商家为了商品的安全不得不为之；二是商家为了显得高档而选择过度包

装；三是为了满足顾客的面子；四是对于过度包装缺乏有效的规制。

作为一道社会课题，正如专家表示，包装减量需各方各尽其责。从法律及标准方面，国家并不缺乏相关规定。比如，我国当前限制商品过度包装相关的国家标准有GB23350-2009《限制商品过度包装要求食品和化妆品》、GB/T 31268-2014《限制商品过度包装通则》等。但是，如何让这些标准真正落地，却需要商家及监管执法部门共同给力。

从网络平台来讲，也应该鼓励环保，推动减量包装。以外卖平台为例，有的在下单页面

上添加了“无需餐具”选项，以减少一次性餐具的使用；有的平台还为选择“无需餐具”的用户提供积分奖励。这些就值得借鉴。同样，虽说平台和商家各自是独立的法人，平台无法管控商家的包装行为，但是可以通过激励措施，引导餐饮企业选择合格、安全、环保的餐盒。

从消费者角度来讲，也应增强环境保护意识，向过度包装说“不”。中消协曾明确指出，凡包装体积明显超过商品本身的10%、包装费用明显超出商品价格的30%，就可判定为侵害消费者权益的“商业欺诈”。对此，面对商家的过度包装问题，也应善于拿起法律武

器维权。唯有每个人的绿色消费理念增强了，过度包装才不会有市场。

同样，国外的做法也值得借鉴。比如，一些发达国家利用“生产者责任延伸制度”抑制过度包装，该制度规定生产者应当承担产品使用完毕后的回收、循环使用和最终处理的责任，零售商、消费者也应对所销售和消费的资源，尽到安全回收的责任。这也有助于从源头上实现垃圾“减负”，以及强化各个环节的责任。总之，垃圾分类没有局外人，就须全民总动员。

■投稿信箱:qilupinglun@sina.com

二两茶叶五斤包装，垃圾分类应从源头“减负”

不仅变相增加了垃圾，且增加了消费者购物成本。其实，更不难发现，与茶叶一样，烟酒、月饼等礼品，也都是过度包装的重灾区。而且，新型消费模式也让食品外包装进一步“过度化”。比如，一次性餐具泛滥问题随着网络外卖等兴起而愈发严重，当然还有快递过度包装造成的垃圾等等。

在垃圾分类投放渐入人心的当下，在源头上实现垃圾减量也亟待引起重视，而商品过度包装就是其中之一。同时，也不难理解，商品过度包装难治难绝的背后，一是商家为了商品的安全不得不为之；二是商家为了显得高档而选择过度包

装；三是为了满足顾客的面子；四是对于过度包装缺乏有效的规制。

作为一道社会课题，正如专家表示，包装减量需各方各尽其责。从法律及标准方面，国家并不缺乏相关规定。比如，我国当前限制商品过度包装相关的国家标准有GB23350-2009《限制商品过度包装要求食品和化妆品》、GB/T 31268-2014《限制商品过度包装通则》等。但是，如何让这些标准真正落地，却需要商家及监管执法部门共同给力。

从网络平台来讲，也应该鼓励环保，推动减量包装。以外卖平台为例，有的在下单页面

上添加了“无需餐具”选项，以减少一次性餐具的使用；有的平台还为选择“无需餐具”的用户提供积分奖励。这些就值得借鉴。同样，虽说平台和商家各自是独立的法人，平台无法管控商家的包装行为，但是可以通过激励措施，引导餐饮企业选择合格、安全、环保的餐盒。

从消费者角度来讲，也应增强环境保护意识，向过度包装说“不”。中消协曾明确指出，凡包装体积明显超过商品本身的10%、包装费用明显超出商品价格的30%，就可判定为侵害消费者权益的“商业欺诈”。对此，面对商家的过度包装问题，也应善于拿起法律武

器维权。唯有每个人的绿色消费理念增强了，过度包装才不会有市场。

同样，国外的做法也值得借鉴。比如，一些发达国家利用“生产者责任延伸制度”抑制过度包装，该制度规定生产者应当承担产品使用完毕后的回收、循环使用和最终处理的责任，零售商、消费者也应对所销售和消费的资源，尽到安全回收的责任。这也有助于从源头上实现垃圾“减负”，以及强化各个环节的责任。总之，垃圾分类没有局外人，就须全民总动员。

■投稿信箱:qilupinglun@sina.com