



声音

不加节制的减速带设置，的確会让过往人员苦不堪言。据受访司机表示，如果没有减速带，只需两三分钟便能通过，现在过一次就要10分钟。此外，由于过于颠簸，车辆所载货物、车灯、电池等装置也会受到影响。一言不合就装减速带，本身就是一种资源浪费，也给民众带来诸多不便。因此，有关减速带该不该铺设，设置多少条等问题，理应经过科学规划和广泛讨论。

——中国青年报:《两公里竟设55条减速带 人为梗阻是如何造成的》

以如此规模的兴学奥数来发掘凤毛麟角的几个天才，是否值得、是否公平，也是大可讨论的一个问题。问题更在于，上述这些问题，在奥数班鼓吹者和操办者那里，根本就不是问题。一个在上个月刚刚结束的以“研学营”马甲开办、以“迎春杯”名义进行招徕的数学班，学期3天，费用每人9800元……就是这样一个不是奥数班、收费却一点也不逊于奥数班的“研学营”，却告诫报名及其参与者：“为了保证活动的顺利进行，请您不要在网上过度议论，不要拍照。”

——光明网:《奥数换了马甲，敛钱套路愈发不堪了》



【本期话题】

有“答案”的满意度调查

近日有网友爆料称，近期山东省枣庄市教育局将会以电话或短信的形式，调查家长对学校的满意度，随后有老师竟在群里发“标准答案”给家长。11月14日，枣庄市教育局在其官方微博发布情况通报称，枣庄市南临城小学、北临城小学工作方式方法失当，造成了不良社会影响。目前，已责令涉事学校立即整改，对相关负责同志在全市通报批评。对此，你怎么看？

【议论纷纷】

@郭元鹏:需要搞清楚一个问题，满意度是谁的满意度？应该是“百姓的满意度”。年底到了，请把满意度调查里的水分再挤一挤，别让“湿漉漉的满意度”淋湿了民心。

@红网:政府部门在满意度调查的时候，理应把它作为听取群众好声音的机会，让群众把知心话、真心话、牢骚话等说出来，从而发现自己在服务群众工作中不能让群众满意的地方，然后精准发力，这样才能让群众从不满意变为满意。

【下期话题】

救娃者被要求删视频

近日，安徽省马鞍山市一男童意外头卡车窗，凌先生与工友对其进行救助。凌先生将过程拍摄成视频上传网络，被男童家长指责侵犯了孩子的隐私，要求删除视频否则将起诉。对此，凌先生认为自己没做错，希望家属道歉。见义勇为却遭起诉，有网友替凌先生叫委屈。对此，你怎么看？

停课通知“迟到” 呼唤完善应急机制

□张淳艺

11月19日一早，一份有“时差”的通知，让哈尔滨市的中小学、幼儿园的家长们措手不及。哈尔滨市气象台7时发布暴雪红色预警信号。8时54分，哈尔滨市教育局发布紧急通知，全市中小学、幼儿园停课一天。此时，哈尔滨的中小学生已经在课堂内上课近2个小时了。

(11月19日《中国新闻网》)

“发得太及时了，再晚点就放学了。”“太及时了，刚送去就又去接，太好了。”停课通知一出，网络社交平台的评论，瞬间炸开了锅。家长们的抱怨是可以理解的，雪天路滑本就出行不便，这边好不容易送完孩子赶到单位，又得跟单位请假回学校接孩子。白白浪费了时间和精力不说，还增加了交通拥堵和安全风险。

无独有偶，类似恶劣天气停课通知“迟到”现象并非个例。2014年3月30日，广东东莞遭遇暴雨天气。上午8时30分，当地教育局通过官微发布

停课通知。然而，市气象台在1个小时前已经发布了冰雹橙色预警信号。因为停课通知的“迟到”，许多家长整个上午送送接接，手忙脚乱。为此东莞市教育局官方微博致了众多网友的吐槽。

之所以出现停课通知“迟到”，主要源于应急响应机制缺乏有效衔接。一直以来，气象部门只负责发布气象灾害预警信号，是否停课则要由教育部门决定。每次预警信号发布后，教育部门往往又要研究，又要请示，然后再发布停课通知，这中间难免存在时间差。以此次哈尔滨为例，市气象台7时就发布了暴雪红色预警信号，此时不少学生还没出门。但等到市教育局请示市政府同意后发布停课通知，已经过去了近两个小时。

事实上，在中国气象局出台的《突发气象灾害预警信号及防御指南》中，对于何种预警信号下建议停课写得很明确。现在网络发达，气象部门发布气象灾害预警信号后，公众可以第一时间获悉。从提高应急响应效率的角度出发，公众

完全可以自行采取应对措施。在这方面，深圳就做得很好。早在多年前，深圳市教育局和市气象局就发出通知，明确只要气象部门在全市任一区域发布台风黄、橙、红色及红色暴雨等4种气象灾害预警信号期间，全市中小学、幼儿园、托儿所均执行停课指令。市教育局不另行单独发出停课通知。

古语讲，“天有不测风云”，但现在随着气象预报科学技术的发展，人们能够做出更精确和更长期的气象预报。此前中央气象台就预报，11月17日至19日我国中东部地区将出现大范围强雨雪、大风降温天气，局地降水量或将突破历史同期极值。在这种情况下，有关部门完全可以提前作出应急响应。比如，长春就在11月18日晚上紧急发布停课通知，由于未来两天将出现雨雪冰冻天气，为有效应对此次极端恶劣天气，中心城区、开发区中小学(幼儿园)于11月19日停课一天。让停课通知跑到恶劣天气前面，可以让学生和家长更加从容不迫，合理安排工作生活。

“武则天她妈在钦州”

记者11月19日注意到，在微信朋友圈、新浪微博等多个网络平台上流传一张广西灵山县人民政府办公室红头文件。文件标题为《灵山县人民政府办公室关于成立<武则天她妈在钦州>历史文化研究工作组的通知》。

(11月19日澎湃新闻)

研究背后的发展焦虑

□苑广阔

按照文件的陈述，之所以成立工作组，围绕“武则天她妈”进行相关研究，主要目的就是挖掘灵山历史文化遗产。当地是希望通过这项研究，来发掘出更多的文化旅游资源，以便为发展旅游经济服务，为发展地方经济服务。

这是一件值得肯定的事情，但问题在于，这样的研究有没有历史依据？

一方面，从历史资料来看，武则天的妈妈和广西钦州似乎扯不上什么关系。仓促成立官方的研究会大张旗鼓地进行研究容易闹笑话；另一方面，武则天虽然名气很大，但是她妈妈就不同了，除了专门的历史研究者、爱好者，很少有人知道。即便最后研究成果坐实了武则天她妈确实在钦州生活过，这样的研究成果市场号召力到底有多大，还是个未知数。

由这个“武则天她妈在钦州”研究会，很容易让人想起前几年席卷国内的名人故里之争，诸葛亮的故里，李白的故里，大乔小乔的故里，甚至连“孙悟空故里”都有人抢。而这种你抢我抢的背后，根源在于对地方经济发展的焦虑。从某个角度来说，焦虑也未必是件坏事，但还是需要理性一些，尊重客观事实，也尊重历史事实，更要尊重市场经济的发展规律。

“荒诞”故事如何收尾？

□澎湃新闻

对于中国古人来说，出生地、常居地以及埋葬地，是最具标志性的三个地点，如果在某地当过父母官，也会被列入履历，记录在案。但武则天她妈到44岁才嫁人生女，也不是职场女性，她去钦州的可能性，无非有两种：一是婚前陪父亲或者婚后陪丈夫去钦州出差，二是独自去旅行(历史记载杨氏曾是文青)，但这种可能性究竟大不大、存在不存在，要另说。

关于历史人物生平、经历，以及典故与演绎，在不同情况下，需要出示不等的证据，这不但是历史研究应该秉承的原则，也是地方上“讲故事”的抓手。没点证据，没个抓手，全凭一张嘴胡说，那肯定是不行的。

争历史名人，笨招太多，相比之下，灵山县的做法略显“高级”。首先，人们都高度关注武则天，没有地方拿“武则天她妈”说事，就算是“武则天她妈”的老家，估计也不好意思立刻过来抢；其次，研究方向很低调，“在钦州”三个字用得好，大体的意思可以理解成，“武则天她妈”来过。既然来过，就得吃喝拉撒、观光旅游，诞生些花絮，演绎点“传奇故事”，这些内容稍加包装，就能“先研究后开发”。

眼下最让人关切的是，灵山县刚刚成立研究小组就吸引了这么多眼球，接下来怎么办？能把故事讲好才是本事与耐力，怕就怕研究小组成立了，那么多人名空挂在小组里，成为一种形式主义。

现在工作组的名字已经改了，但是引人注目的荒诞感，需要进一步的工作来冲淡。把“荒诞”变成正经是最好的结果，而不要以“荒诞”开始，以“空洞、无趣”收尾。

以法律的名义向“好评返现”说不

□张涛

消费者在网购时都遇到过这样的情况：如果给收到的商品好评，并截图给客服，店铺就会给消费者返还3元到5元不等的现金红包。电商平台对“好评返现”的态度则是“睁一只眼，闭一只眼”，不支持不允许，但也不接受消费者举报。

“好评返现”的实质是商家对消费者进行交易贿赂，诱导其做出非真实客观的评价行为。已购消费者的评价是商品优劣的重要参考，“好评返现”误导了后续消费者，使其难以获得客观真实准确的商品信息，侵害了广大消费者的知情权。而且，“好评返现”损害了其他电商经营者的合法权益，破坏了电商平台的诚信规则，扰乱了网络交易正当竞争市场秩序。

2015年8月，广东省消委会曾召集投诉部、法律部、消费指导部等专业人士进行深入研

究，并发函咨询权威法律专家意见。大家一致认为，“好评有礼”“好评返现”等经营方式，属于不正当竞争行为，侵犯了消费者的知情权，不利于社会诚信建设，违反了《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》等法律法规。广东省消委会据此正式向某电商平台发出劝诫函，要求其切实加强监管，坚决全面纠正商家的这些不当行为，完善信用评价体系建设，为消费者提供安全放心的网购环境。

《电子商务法》自2019年1月1日起实施后，明确规定“电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者”。不过，“好评返现”毕竟只是诱导而非编造用户评价，法律对此并没有明令禁止，客观上给平台监督和执法监管带来不便。

中国消费者协会于2018年公布的消费者问卷调查显示，对于“好

评返现”等活动，76.4%的受访者认为违反了《电子商务法》；16.6%的受访者认为未违法；7.0%的受访者不太清楚是否违法。消费者的看法不统一，也从侧面折射出“好评返现”是否违法缺乏明确界定。

诚信是网购的基石，“好评返现”虽然金额不大，却违背了公平交易、诚信经营的市场原则。认定“好评返现”违法，不应成为一道法律难题，而应以法律的名义向其说“不”。有关部门应尽快出台配套的法规规章或司法解释，将诱导用户评价纳入电商的禁止性行为，扭转这一畸形的网购生态。

电商平台要建立切实有效的监测机制、举报机制及惩处机制，通过约束规范商家经营行为，引导商家形成公平竞争、诚信经营的行为自觉。广大消费者也应主动抵制这种不当经营行为，不要因为贪图蝇头小利成为商家信息造假的工具。

餐馆想走红也别出怪招

□罗志华

洗手间标志设计成偷看女性，上海一网红粤菜馆被顶上微博热搜。11月17日下午，涉事餐厅“发达盛粤菜小酒馆”公开致歉，表示自己的认知局限以及考虑欠缺，为广大顾客带来了不适与困扰，并且第一时间将标识拆卸下来。11月18日，该餐馆男性小人标志已拆除。

(11月19日中国网)

当餐馆竞争方式趋同、想象力和创新力难以为继、个性和优势难以凸显时，就得用奇葩之术、做出格之事，类似怪招、昏招就会出现。近年来，一些抓眼球、博出位的做法让人大跌眼镜，为了走红，有人在地铁上吃东西并随地乱扔垃圾，或者故意制造冲突，甚至直接

喊“卧倒”等。有的则通过虚假慈善来骗取流量，让弱势者受到伤害。至于吞蚯蚓、抓毒蛇、跳大海等，就更加普遍。人如此，店亦然。自媒体吹捧、“黄牛”捧场、饥饿营销、恶俗炒作等，已成网红店的常见做法。

往前看，这家小餐馆能够成为网红店，或许存在其它一些原因，但也与设置偷窥标志等另类做法不无关系，至少，这一怪招让人颇为惊奇，看过这个偷窥标志的人，不仅自己将留下长期的印象，而且可能口耳相传，让其他人也来此打卡消费。往后看，出了这档子事，餐馆仍然可从中获益。因为在一些人看来，坏名声也是名声，有名声总比默默无闻好，假如这家餐馆经此一事，却没有付出相应代价，反而获得了一次免费打广告的机会。

这说明，网红经济背后，有时会存在扭曲的价值观。因为争做网红的不当方式既可能违法，也可能违反公序良俗，而一旦走红，不管走红的过程是否正当，往往也能获得相应利益，在此背景之下，餐馆也就愿意不顾纷争，做出偷窥标志的出格事了。

对于此类恶俗做法，监管部门有必要事前给予引导、事中进行干涉、事后加以处置，让争做网红的竞争既不失公平，又符合法律与道德规范。对于消费者而言，也不能只要是网店，就争先恐后去消费，既要观看网红这个结果，也要分辨走红的过程与途径，当争网红的方式违法或违反公序良俗时，就应该选择用脚投票，让不择手段成为网红的人不仅难以赚钱，而且还会受到谴责，以此阻断运用奇葩手段走红的通道。