

“好人没好报”绝不是“南京胖哥”们的标签

本报评论员 钭科

“南京胖哥”的父亲还是走了。

据媒体报道,12月6日,曾因见义勇为身受重伤的“南京胖哥”发视频称,其患癌的父亲离世,遗憾没见到他最后一面。而就在今年9月,他刚出生20多天的女儿也因心脏病不幸夭折。女儿走后没多久,他就在社交平台发视频称,父亲被查出罹患癌症。当时他说,“我也不知道这个世界要把我折磨成什么样,又或者说想让我坚强成什么样,才愿意放过我。”令人遗憾的是,不幸最终还是降临了。

“南京胖哥”叫邱绍春,2021年5月29日,面对一名失去理智的持刀男子,他挺身而出,连中三刀,被送进ICU,经抢救才脱险。

邱绍春接二连三的遭遇,也引发了网友的一片唏嘘。“麻绳专挑细处断,厄运专找苦命人”“好人没好报”……诸如此类带着消极情绪的留言,在评论区时有见到。

短时间内连续失去至亲,这样巨大的

家庭变故,任谁也很难坦然接受。从这个角度说,网友们的消极言论,其实更多地代表了一种感同身受的共情,寄托了对遭受残酷命运考验的“南京胖哥”深切的同情,倒也无需苛责。但是,“好人没好报”,绝不应该成为某种思维定式,更不会是见义勇为者的标签。

有一点必须明确,邱绍春的遭遇,跟见义勇为显然毫无关系,只能说是一种偶发的小概率事件,不具有任何典型性和代表性。但是,即便这样的小概率事件,也同样值得我们思考,我们为见义勇为者做得够不够?

通过媒体报道可知,邱绍春曾拒绝社会给予的捐赠,只依据有关政策,从见义勇为为基金会领了数万元奖金。同时,他因伤病一度无法工作,在领取政府给办的低保金。给女儿治病时,因无法负荷高额医疗费用,他曾不得不上网筹款。由此可见,“南京胖哥”的生活并不宽裕。

但难能可贵的是,他却始终保持着宽柔、坚毅、乐观的品质,通过拍摄短视频、经

营店面等形式,尝试自力更生。女儿去世后,更是决定退回筹集的善款,并成立基金会用于帮助患先天性心脏病的儿童。

这就让人既敬佩又心疼了。“为众人抱薪者,不可使其冻毙于风雪”,作为一位挺身而出的英雄,当光环淡去,面临困境与无助时,全社会都有理由、也有义务及时伸出援手。譬如,当地政府和社会公益组织,是不是可以适时开展一些慰问活动,力争为其解决一些眼面前的困难。毕竟,人在最脆弱的时候,哪怕只是几句安慰的话,也能带来一缕萦绕心灵的温暖、几分摆脱痛苦的动力。这既符合社会主义核心价值观的要义,亦是最朴素的人性之光,还是对“好人没好报”最有力的回应。

不可否认,这些年来,随着宣传的持续深入和政策的不断完善,见义勇为现象越来越频繁地涌现,与之相对的,对见义勇为者的奖励与保障机制也越来越到位,“绝不让英雄流血又流泪”已成为全社会的共识。但是,“南京胖哥”的遭遇显示出,一张奖状、几笔奖金,并不应当

是给予英雄的全部回报,我们可以为英雄做的,还有很多很多。

我们期待,进一步完善见义勇为相关法律体系,依法保障见义勇为人员的权益,完善见义勇为为伤亡人员抚恤待遇的申报认定和落实制度,为英雄免去各类后顾之忧;

我们期待,不断健全政策性社会保障,统筹考虑见义勇为者及其家人在就业、就医等层面的优待条件,给予见义勇为者家庭以更多实质性关照与帮扶;

我们期待,全社会层面都能参与到对见义勇为者的关注中来,在弘扬社会正义的同时,为见义勇为者及其家人所面临的的各种现实性问题施以力所能及的援手……

换句话说,对见义勇为者的褒奖,可以是一次的、一时的,但对见义勇为者的关心、关怀、关爱,应当是长久的、持续的。

崇尚英雄、表彰英雄、关爱英雄,才会英雄辈出。每一位像“南京胖哥”这样的见义勇为者,都值得被这个世界温柔以待。

警惕网红零食“学历造假”

许朝军

农科院、农业大学研发的“宝藏零食”你吃过吗?如今,不少网红零食打着“农科院或农业大学研制”的旗号作为卖点。在社交平台上搜索零食推荐,不少博主都在倾力推荐此类零食,并称其“配料干净”“健康吃不胖”,是“国货之光”。

上海市消保委日前发布消息称,一款被称为“湖南农业大学研发”或“湖南省农科院美食”的“翻天娃辣条”,收货后发现包装上根本没有“农业大学或农科院研发”字样,湖南农业大学和湖南农科院也回应称没有研发该产品而且其宣传信息不属实。同样,一款宣称“东北农业大学”提供技术支持或者言辞凿凿称东北农大监制的所谓“农大蔬菜卷”网红零食,其实也和东北农业大学没有半毛钱关系。这些借助“高学历”旗号的网红零食,其实是彻头彻尾的“学历造假”包装而已。据有关部门抽查,个别产品甚至还存在含量与包装标识不符、含量超标等违法违规生产行为。

网红产品为何热衷“学历造假”?因为这些大学和科研机构几乎都是农业领域的技术和专业人员聚集地,打着这样的旗号,就可以披上高科技研发、高科技制作、一流标准监制的“外衣”。对于“学历造假”的网红产品,不仅消费者要关注,监管部门更要高度重视。

“虚假学历”的网红产品涉嫌虚假宣传,违反广告法。从产品质量安全角度考虑,一些标识与成分含量不符、宣传与实际不符的网红零食,潜藏安全隐患。从消费者权益保护角度而言,“虚假学历”网红零食其实是一种侵犯消费者权益的虚假宣传和欺诈手段。同样,对农业科研机构和高校而言,这种“傍机构”的产品,已经损害了它们的公信力,涉嫌侵权,更无形中消减了消费者对真正由科研院所研发产品的信赖和认可,这对于市场秩序会产生明显的销蚀效应。

对于“傍机构”、拿“虚假学历”充门面的网红零食,必须依法从严治理。当务之急,是市场监管、网信、工信、消保等机构通力协作,开展一场针对“虚假学历”网红食品的清埋治理行动,对于涉嫌“傍机构”的网红零食全面检查,发现虚假宣传、质量不过关的,要依据情节从严从重处理,同时追究平台监管不力责任和生产经营企业质量安全主体责任。与此同时,要溯源治本,建立健全科研院校产品研发、技术支持领域监督管理机制,堵塞“傍机构”漏洞。

相关部门要针对“虚假学历”蒙骗行为开辟信息公开举报渠道,建立快速反应、联合查处机制,从根本上杜绝“虚假学历”网红零食坑蒙拐骗侵害消费者权益和科研院校公信力的现象。



打击网络谣言离不开三个配套

特约评论员 陈曙光

近日,针对近期一些网络账号虚构突发事件、臆测编造公共政策、借社会热点造谣炒作等现象较为突出的情况,网信部门指导网站平台持续加大监测查证和处置曝光力度,累计处置违法违规账号1660个,并公布一批典型案例。被曝光的这批案例中,“爆炸”“失踪”“直播带货”“彩礼”等等字眼非常扎眼又颇为吸睛,收割流量的心思昭然若揭。

就笔者观察,中文互联网上的网络谣言大致经过了三个阶段:第一阶段是互联网在我国普及的初期,谣言主要在BBS、QQ等平台上制造和传播,由于当时互联网普及程度不高,各类平台功能有限,加之造谣者用来“有图有真相”的多媒体资源制造起来较为麻烦,所以谣言多以文字为主,传播量级也有限;第二阶段是微博出现以后,在多媒体功能和“谁都能看到”的特性下,各类谣言依

托微博产生、传播、发酵,甚至出现百万级、千万级传播;第三阶段是微信及其朋友圈功能的出现,很多谣言通过群聊或者朋友圈产生,借助各种转发,实现快速传播。

细究谣言为何产生,原因很多。比如:为了阅读量、关注度等眼球效应,故意造谣;借谣言打广告;闲来无事蹭热点等等。从社会治理的角度分析,谣言多发,一定程度说明造谣的代价较小,让一些人心存侥幸,或者根本没意识到后果。随着法律的日益严密,我国法律关于网络谣言的责任,根据行为的情节严重程度可能会承担民事责任、行政违法责任和刑事责任,造谣的成本越来越大。但由于多年积累的惯性,无法一下子刹住此类风气。从人性需求的角度分析,网络谣言的产生和传播,正是利用了人们的好奇心和关注度。以近年来数量较多的涉外卖员谣言为例,其主要原因就是外卖

员群体庞大,且渗透进大众的生活,但大家并未深入了解,于是围绕外卖员产生了各种谣言,网民的好奇心成为某些人博关注、赚流量的“工具”。

网络谣言有百害而无一利,必须强化治理、快速打击。笔者认为,应做好三类对应配套:一是法律配套,制定更严格的法律、更严格的处罚措施、更加便于操作的认定标准,让治理工作有法可依;二是压实平台责任,平台需负起监管责任,通过技术手段屏蔽谣言或者进行阅读提醒,通过审核强化信息甄别,对造谣者采取封号等措施;三是加大相关方面的信息公开力度,积极主动回应群众关注,让真相跑在谣言前面。

公布打击谣言案例,提醒大家注意甄别,只是其中重要一环。谣言止于智者。每个人都应该是信息的“把关者”,面对海量的网络信息,需要多思考、多判断,进而自觉抵制谣言,让谣言失去生存空间。