

劣迹斑斑的艺人, 理应被社会抛弃



本报评论员
高路

艺人要对公众负责,对自己的行为负责,不能一边享受着来自公众的红利,一边又以私生活为借口拒绝来自公众的监督。

据央广网报道,3月16日,国家广播电视总局发布《中华人民共和国广播电视法(征求意见稿)》(以下简称“征求意见稿”),向社会公开征求意见。征求意见稿规定,广播电视节目主创人员因违反相关法律、法规而造成不良社会影响的,国务院广播电视主管部门可以对有关节目的播放予以必要的限制。

对劣迹艺人来说,限制节目的播放,等于被卡住了流量变现的路径,等于被剪断了翅膀,扑腾不起来了,销声匿迹已是必然。这条规定,是对全体艺术人的一个提醒,也是对社会公众的一个表态。能预料到的是,社会风气将会更好。

有些艺人,人前人后两张皮,人前光鲜靓丽、完美人设,背后却很不堪。一段时间以

来,艺人圈里丑闻频传,吸毒、嫖娼、抄袭、偷税漏税、代孕等等,突破道德的底线,越过法律的红线。这些丑闻进入公众视野,造成不小的震动,影响恶劣。

劣迹艺人中,不乏知名度非常高的。有的人网络粉丝动辄几百万上千万,片酬动辄上千万甚至上亿,走到哪都前呼后拥。但他们的艺德,严重不匹配他们强大的吸金能力、广泛的社会影响力;他们的法治观念和社会责任感,严重背离社会期待。

可即便这样,仍然有相当多的平台争相邀约他们。在流量为王的追求下,抄袭者成了座上宾,劣迹艺人上了热搜。这是一种畸形的流量观,只要流量,不管流量为何而来。它传递出一种信息,似乎艺人做错事没什么大不了的,照样可以活得很滋润,甚至还能更

有名气。别小看了这些现象,往小了说,这是是非不分,往大了说,这是污染了社会风气,给青少年树立了坏榜样。

一些艺人则有选择性地解读责任和权利,认为私生活别人无权干涉。但他们应该知道,身为公众人物,承担着一份特殊的责任,应该向社会传导正面的力量,包括在私生活领域。艺人要对公众负责,对自己的行为负责,不能一边享受着来自公众的红利,一边又以私生活为借口拒绝来自公众的监督。

中国庞大的人口基数、高速发展的经济,带来了一个巨大而繁荣的影视市场,这个市场给艺人带来超高的流量和超高的收益。艺人是这个大时代的受益者,理应应以过硬的作品、良好的形象来回报这个时代。

外卖商家乱象频出, 管理部门和平台不能“蒙着眼”



本报评论员
魏英杰

更合理的办法是,主管部门对平台加大监督力度,用规则来约束平台,让平台落实严格管理。

一碗粥背后有大猫腻。经常外卖点粥的同学,这两天估计不淡定了。福建电视台“第一帮帮团”栏目暗访发现,知名连锁餐饮品牌曼玲粥店、三米粥铺存在多项卫生问题,最令人震惊的是,福州曼玲粥店一分店的工作人员竟然把员工吃剩的排骨洗一洗熬成粥售卖。这种神操作,恐怕没人能料到。

曼玲粥店、三米粥铺的经营模式类似,都是主打线上外卖,在各地的分店、加盟店均超过千家。据钱江晚报旗下“杭州吃货”公号消息,曼玲粥店在杭州有20多家门店,不少单店外卖月销售数据达到五六千单,三米粥铺在杭州有近60家门店,个别门店外卖月售上万单。杭州这些门店的差评也不少,如三米粥铺就因为粥里有异物(钢丝绳、头发、虫子)而被多次投诉。

三米粥铺、曼玲粥店是2020年中国粥品三甲品牌的冠亚军。其规模那么大,名气那么响,管理却如此之差,这些乱象其实并非个例,反映的是外卖行业监管不到位、管理混乱以及商业道德缺失等普遍问题。

外卖行业的一个特殊性,在于消费者和商家不大会面对面接触。一个消费者可能在这家店消费了100次,却连这家店在哪里、店门长啥样都不知道。如果说到店消费,消费者对商家会形成一种无形的监督,在外卖行业,这种制约几乎等于零。在这种情况下,如果管理部门、平台也“蒙着眼”,那么对食品质量与安全的把关,很大程度上就只能依赖于商家自觉。但是大家都知道,单纯靠自觉的话,这就像是摇骰子、抽奖一样。

外卖行业的扩张模式,会将其隐患放大。近年来,从奶茶店到咖啡店,乃至像粥店这样的小吃店,都笃信快速扩张、头部为王的经营模式。从资本角度来讲,不断加大投入、迅速做大,再到资本市场套现,这似乎没什么问题。坏就坏在,餐饮服务行业是一个慢工出细活的行业,又涉及公众食品安全,要做得又快又好是很难的,更多的是把问题留给以后去解决。这样的话,玩的就是广大消费者。

再有就是平台管理和部门监管的问题。

对于在线外卖平台来讲,商家数量、店铺佣金,是盈利的决定性因素,所以不太会有动力对商家的环境卫生、服务态度进行动真格的监督。到目前为止,无论是三米粥铺还是曼玲粥店,在外卖平台上都没有下线,就是明证。而且,同一品牌的其他门店是否有类似问题,难道不需要调查吗?

加大管理力度、严格处罚违规商家,虽说是主管部门的职责,但是光靠一阵风式的整治,或者重点抽查,无论如何也做不到“零容忍”。这是一个无奈的现实。所以,更合理的办法是,主管部门对平台加大监督力度,用规则来约束平台,让平台落实严格管理。如果发现违反食品安全法规的店铺,就无条件下线整治,这些商家还敢心怀侥幸吗?

外卖行业的乱象,提示了一点:新的业态生成,需要监管措施与时俱进。将吃剩的排骨回收熬粥,说明商家根本没有食品安全意识,不仅败坏消费者的胃口,也是在败坏整个外卖行业的公众形象。这种胆大妄为的心理从何而来,正是监管发力的方向。

连玩都不会的孩子, 更令人痛心



特约评论员
胡欣红

疯玩的孩子令人担心,但连玩都不会的孩子更令人痛心。把课间十分钟还给孩子,刻不容缓。

日前,教育部办公厅印发《关于开展2021年春季学期近视防控宣传教育月活动的通知》,要求课间必须让学生出教室活动、远眺。杭州胜蓝小学针对快乐课间十分钟,开展“课间1平米”活动,让学生走出教室,在脚下1平方米的位置上边健身、边远眺,一、二年级原地提踵、宽距半蹲;三至六年级靠墙静蹲、靠墙俯卧撑;期末将选出护眼健身小达人。

近些年,中国儿童青少年近视发病形势非常严峻。世界卫生组织的研究报告显示,我国的近视患者高达6亿人,其中中小学生人数超过1亿,近视率近50%,初高中生近视率高达80%。国家卫健委统计的数据显示,2018年,中国儿童青少年近视率已达到53.6%,其中,6岁儿童近视率也高达14.5%。

为了守护孩子明亮的眼睛和光明的未来,

近视防控刻不容缓,而保证孩子有充足的户外活动时间,无疑是重中之重。课间十分钟怎么过,关乎学习过程中的身心调节,关乎视力。

令人遗憾的是,在很多学校,本该热闹的课间十分钟却异常安静。中国青年报的一项调查显示,75.2%的受访家长称身边中小学“安静的课间十分钟”现象普遍,且在小学中最为突出(77.2%),高于初中的比例(69.8%)。

玩要是孩子的天性,“安静的课间十分钟”不利于孩子的身心健康。“一张一弛,文武之道”,让孩子在课间十分钟好好活动,其重要性众所周知。而学校的顾虑是,一旦放手让孩子疯玩,可能出现磕磕碰碰等安全事故,一些家长则会指责学校管理不到位。

如今,在国家高度重视青少年近视防控的形势下,课间十分钟问题受到大家的关

注。胜蓝小学的“课间1平米”活动,在兼顾学生安全和户外活动方面作了有益探索,值得肯定。

把课间十分钟的快乐和健康还给孩子,须多方配合。作为家长,要充分理解此举的重要性,万一孩子有一点磕磕碰碰,应理解为这是成长过程中必然会遇到的小小风浪。同时,也应与孩子沟通,告诉他们什么样的危险应该避免。

学校和老师更应该担起责任,除了不拖堂、不占用课间,还应提高安全意识和管理水平,策划指导学生进行安全文明的活动,避免危险的发生。

疯玩的孩子令人担心,但连玩都不会的孩子更令人痛心。把课间十分钟还给孩子,刻不容缓。