



媒体聚焦

南方都市报：
“治癌症如同治感冒”
这不是骗子是什么

据报道，近日，湖北十堰武当山特区卫健局、市监局、公安局联合发布通报称，对网友关注的“药王谷抗癌中心”事件已依法立案，正在开展全面调查。此前，多名受害者实名举报，花费数万元接受治疗后并未好转，有的已经死亡。

“治癌症如同治感冒”“癌症治愈率保守估计80%以上”……这个所谓的“抗癌中心”，宣传话术之夸张令人瞠目。至于治疗效果，显然没有宣传的那么夸张，很多患者为此付出了沉重的代价。基于癌症治疗的复杂性，稍有常识就不难判断，一家医疗机构鼓吹癌症好治、宣扬高治愈率，其虚假宣传的嫌疑就非常大。患者要小心，监管机构也应该引起注意。只是直到那些夸张的宣传被媒体曝光，“抗癌中心”的头衔为外界所知，该医疗机构虚假宣传问题之严重、性质之恶劣似乎才引起注意。接下来，这个所谓的“抗癌中心”命运如何，但愿后续监管能给社会一个合理的交代。

新京报：
想方设法管住
狂飙的“小电驴”

近日，新华社记者在全国多个城市街头走访发现，电动自行车交通违法行为较为普遍，闯红灯、超速、逆行等屡禁不绝，导致不少交通事故和人员伤亡。

目前，我国电动自行车社会保有量超3.5亿辆，且仍呈增长趋势。据公开资料显示，山东淄博今年涉电动自行车一般程序事故死亡人数，占交通事故死亡人数的54.95%。对此，执法大棒不仅要高举，更要严打，对涉电动自行车的交通违法行为进行严管严查，努力营造安全有序的交通环境。拿超速来说，我国《道路交通安全法》明确规定电动自行车在非机动车道内行驶时，最高时速不得超过15公里。但现实中，不少呼啸而过的“小电驴”明显超过了限速。“狂飙的小电驴”的普遍存在，既需要职能部门不断创新执法方式、升级执法技术，开展全链条整治，也依赖全社会齐抓共管，共同维护交通秩序与安全。

扬子晚报：
公共场所
理应少点“明星优先”

据极目新闻报道，陕西西安的秦岭四宝科学公园内，游客们准备观看大熊猫时，被告知综艺节目《快乐再出发》正在录制，导致游客无法进入园区观看熊猫。对此，现场游客表达了强烈不满，并质疑节目组的特权。

出来旅游，图的就是一个心情愉悦，要的就是一个情绪价值，但是现在公园和节目组为了给明星录制节目强迫游客给明星“让路”，让游客有一种被轻视的感觉，自然破坏了愉悦的心情。可以说，这才是很多游客对公园和节目组表达不满的原因所在。既然是人人都可以来的公共场所，尤其是游客买了票入内参观的景区景点，就理应少点“明星优先”“明星特权”，多点对普通人的尊重。对于牺牲普通游客的利益而满足“明星特权”的做法，更是万万不应该。这倒不是说公共场所不能接待明星拍戏录制节目，而是需要管理方以及节目组平衡好两者之间的关系。

责编：孙友文 美编：宋笑娟 校对：彩华

征集“天价彩礼”解决方案
问政于民就该这样具体

瞭望塔

□据《中国青年报》

最近几年，天价彩礼、落后婚俗等具体问题，成为社会各界共同关注的话题。从权威部门到社会舆论，都试图理清其成因与现状，进而采取有效措施，对其加以解决。日前，安徽省委社会工作部通过官方公众号发布公告，向社会开展“倡树婚俗新风抵制高额彩礼”人民建议专项征集活动，再次引发社会讨论。

过去，社会各界讨论天价彩礼、落后婚俗等问题时，更多倾向于对其展开宏观分析，将其放置在社会风气、社会现象的框架下加以审视，进而寻求破局之道。相比之下，安徽在此次建议专项征集活动中提出的许多问题，更加微观、具体，显得非常“接地气”。

在相关公告中，有关部门一共

提出6个问题。其中，除最后两个开放式的“请提建议”问题之外，另外4个问题都有非常明确、具体的指向。前两个问题分别是“您认为多少金额算高额彩礼”和“您所在的村(社区)，彩礼一般需要多少”，指向的是高额彩礼的金额和形式。第三个问题，则直接面向公众征集“因婚返贫”“因婚致贫”或“低彩礼”“零彩礼”的正反两方面案例。第四个问题，提出了“制定农村彩礼倡导性标准”的设想，并询问公众“可以通过哪些方式和措施来引导群众自觉执行”。

仔细审视这些问题，不难理解其背后的用意。前两个问题的意义，在于调研当地彩礼实际情况，了解民众对“高额彩礼”的态度认知；第三个问题的意义，在于通过真实案例了解实际情况，具体认识“高额彩礼”如何损害民生，并从民间自发的“低彩礼”“零彩礼”案例中寻找破局思路；第四个问题的意义，则是典型的“问政于民”，在推出政策前，先向民众询问如何解决好其落地落实、使人自觉执行的问题。

总体而言，这组问题设计最主要的亮点，在于有关部门克服了先入为主观念的影响。对官方机构而言，也只有跳出主观意识的窠臼，深入民间、深入基层获取新鲜真实的一手信息，才能让调研取得实效。

落后婚俗属于社会结构性问题，与此相关的宏观分析不可或缺。部分地区深受“天价彩礼”困扰的现状，是各地经济发展、人口结构、文化背景等多方面因素影响的结果，本质上是“果”不是“因”，长期来看，必然会随着社会逐步得到缓解。实施移风易俗宣传活动、倡导文明理念，有利于社会充分认识落后婚俗的弊端，扭转不良风气。

但是，只从宏观理念层面进行倡导，而忽视解决困扰众多青年、家庭的具体问题，难以从根源上消除落后婚俗产生的土壤。对此，社会各界还需“两条腿走路”，兼顾社会全局结构与微观个体感受，同步展开有效的调查研究，进而提炼出可行的对策方案。这次安徽省提出的调研问题，体现了对微观个体感受的强烈关注。

热点话题

能分到“网红主播”蛋糕的人少之又少，年轻群体应当保持警惕，应对相关信息慎之又慎

免费包装素人网红？是陷阱不是馅饼

当你的短视频账号收到这样一条私信，不收取任何费用，可以把你打造成素人网红，还可以带货挣钱，你会心动吗？据央广网12月4日报道，有一家MCN机构——为网红和自媒体提供内容策划制作、宣传推广等服务的传媒公司，向9名年轻女孩提出优厚的签约条件，要把她们打造成素人网红。但是，签约后不久，该MCN公司就把这些女孩分别起诉到了法院，共索赔几十万元。

本质上，“包装素人网红”事件，就是一场实力不对等的较量。一边是涉世未深的年轻女性群体，另一边是MCN机构，及其聘请的专业律师团队。前者缺乏一定的社会经验，当“素人网红”“高额报酬”等字眼摆在面前时，一部分人难免无法拒绝，从而沦为MCN机构“猎物”。

其实，MCN机构套路并不复杂。首先，“广撒网”寻找目标，在社交媒体平台给大量女孩发送私信。其次，以“免费”“名额有限”等字眼，催促女孩与之签约；接下来，邀请签约主播进入“一对一运营服务群”，要求其在群内确认各项高额费用，以便后续作为诉讼证据。最后，拿出合同条款要求签约主播进行直播，被拒后提起诉讼，要求赔偿违约金等。

问题在于，MCN机构在与女孩签订合同之前，已经明确说明签约主播不需要直播，合同内

“主播每月直播不少于24天”等内容也只是模板，没有实质性作用。实际情况却是，MCN机构主张签约主播拒绝直播，并要求对方赔偿违约金。签订合同前后说辞、做法截然不同，MCN机构显然在求自身利益最大化，这也让合同于无形中变成“霸王条款”，稍有不慎，签约主播就会触发高额索赔，而这恰恰是MCN机构想要看到的局面。

一般来说，签订合同即同意合同内容，这是基本常识。那么，既然合同明确写着“主播需要直播”，为何这些女孩会相信“合同内容无实质性作用”等说辞？若只是因为缺乏相关法律知识，恐怕解释不通。

近年来，类似主播赚取高额收入的新闻并不少见，人们也愈发认为网红赚钱轻松容易，实际却是，只有极少数主播赚取绝大多数财富。此前一项调查显示，截至2022年末，我国以直播为主要收入来源的主播中，95.2%月收入为5000元以下，仅0.4%的主播月收入10万元以上。这就意味着，能分到“网红主播”蛋糕的人少之又少，年轻群体应当保持警惕，应对相关信息慎之又慎，别把陷阱误当成馅饼。

值得庆幸的是，此案经法院审理认为，MCN机构索赔违约金，没有依据。这也说明相关部门正在不断完善法律法规，斩断不良MCN机构非法盈利套路。评论员 任思凝



新华社发

欢迎赐稿：评读热点新闻事件，发出你的观点和声音，请发稿至黄河评论信箱：zghpl@163.com