



媒体聚焦

正观新闻：

网红约架一人身亡，暴戾“江湖气”该刹住了

近日，吉林通化，当地2000万粉丝网红小娜娜团队成员刘野，与另一成员大拓打架身亡的事件，引发关注和热议。

刘野和大拓同属一个团队，各自拥有10万以上粉丝，原本应该携手合作，却因约架闹出人命。这起刑事案件离奇之外，更暴露出一个严重问题——部分网红身上低俗暴戾的“江湖气”，不仅突破道德底线、违背法治精神，还让整个网络直播的环境变得乌烟瘴气。这也提醒，有关部门应加大对直播行业的监管力度，从严惩处违法违规行为，以遏制这股歪风邪气。从审核监控到机制引导，平台应坚定设置红线，避免网红挟粉丝而自重，造成劣币驱良币的情况。低俗不是真性情，“接地气”不是“江湖气”，这次事件是一次深刻教训。

北京青年报：

“代画”参赛成了生意，谁该反思？

近日有网友反映，网上出现了一些为中小學生提供代画服务的商家，这些商家找成年人代画美术作品后，出售给家长用来以学生名义参加各类美术比赛。有的家长为了让孩子增加获奖可能性，选择了代画参赛。

比赛作品还能花钱请人代劳？画画本来是锻炼培养孩子想象力、创作力的教育方式，可是少儿美术比赛中却屡屡冒出抄袭、代画之类的丑闻，实在让人无语。商家为了逐利，“买假者”为了获得奖励，看上去是两相情愿各取所需，实则不仅助长了歪风邪气，还严重影响了教育公平。“代画”参赛成了生意，谁该反思？杜绝此类代画参与美术比赛，赛事主办方必须把好关口，不能走过场。“代画”与美育的宗旨格格不入，更不能让“代画”之风侵蚀玷污了孩子。

人民日报：

医保谈判不是随意砍价

“唇枪舌剑”“反复议价”“锱铢必较”……每年的国家医保目录调整，都需要经过谈判与竞价环节。谈判桌前，为了让患者用上更多高性价比的药品，确保医保基金的每一分钱花得更值，“灵魂砍价”已成常态。

医保谈判是集合13亿多参保人的用药需求，与企业进行的“以量换价”的市场化机制，应以不超出医保基金和广大参保人承受能力为前提，以药品临床价值的全面科学评估为基础。医保谈判是与企业的协商，绝不是“价格越低越好”的随意砍价，而是为参保人争取最大利益，同时赋能医药行业高质量发展。从这个角度讲，低降幅让创新药品进医保，同样是为了参保人的最大利益，能够实现多方共赢。如何在支持医药创新的同时平衡医保基金可负担能力，是一道长期考题。

交作业需付费？ 教育资源不应成为牟利工具



瞭望塔

□正观新闻·郑州晚报评论员 任思凝

1月7日，有网友投诉称，重庆西阳第一中学强迫学生家长花580元，购买“升学E网通”APP，有家长退款后，该校一名老师竟通过平台管理员查询退款学生名单。1月8日，当地教委发布情况说明：现我委已责令学校联系“升学E网通”，根据学生意愿积极开展费用清退，并进一步加强与学生及家长的沟通解释工作。（1月8日极目新闻）

近年来，随着智慧校园的推进，各类在线学习平台如雨后春笋般涌现。这些平台让教育信息更加透明化、公开化，为学习提供了更多可能性。然而，一些别有用心之人却把学习平台

当成变相敛财的工具，这无疑让家长增加了经济、心理负担，也剥夺了学生自主选择学习资源的权利。

对于学习平台开发方来说，追求盈利本无可厚非，但前提是不得损害学生和家长的权益。其提供的教育资源、学习支持是否真正有价值，能否真正满足学生的学习需求，是衡量开发教育类APP的重要标准。

根据当地教委会的回应，学校不存在强制学生和家長购买的情况，可事实真的如此吗？老师直接在家长群发布退款家长的信息，并质问“是不是我这两位申请退款的家长告的？”“举报平台还是会查出来的”。其一系列言行，严重损害教育的公信力，同时，在是否“自愿”的问题上，也让公众产生质疑。

事实上，此类现象屡见不鲜，虽然学校常以“不强制”“自愿”为由来回质疑，但是当学习平台与孩子的学习发展紧密相连时，家长即便内心存疑，往往也会为了孩子支付相关费用，“自愿”也就演变成了“被自愿”。那些未

购买的学生则可能会成为老师眼里的“另类”，甚至陷入孤立境地。

更深层面上，如此打着提升教育效率的旗号，将学习资源放在需要付费才能使用的平台上，不仅是本末倒置的做法，更是让教学流程复杂化，隐藏着巨大的安全隐患——被收集和绑定的用户信息，可能导致家长和孩子的隐私泄露，一旦被不法分子利用更是后患无穷。

教育资源不应该成为牟利工具，更不应该成为学校与家长之间的利益冲突点。这就要求，教育部门应当加强对学校教育技术应用的监管，确保技术的合理、合规、合法运用，学校也应该自查是否存在乱收费现象，主动接受家长及社会的监督。如此才能为学生创造一个健康、公正的教育环境。

数字化教育资源日益丰富，如何让每一名学生都能获得公平、优质的教育资源是摆在社会面前的一道重大课题。而只有当学习平台真正为学生、家长，以及教育公平服务时，才能称之为教育进步的推手。

热点话题

大众在媒介社交中所获得的下意识训练，所推动的集体叙事，才是两座城市出圈的基础

“小土豆”“小砂糖橘”里的语言密码

哈尔滨的文旅热潮正在复现“淄博撸串”的盛况。昵称南方游客的“小土豆”“小金豆”，喻指广西小游客的“小砂糖橘”，成为媒介传播关键词，连续多日登上各类热搜、热榜。

在互联网上使用转喻的词语指代一个群体，尤其是地域群体，本来容易引发歧义。但此次“小砂糖橘”“小土豆”却形成了一个完整的叙事情境，被赋予了一种“可爱”“萌新”的意味，隐喻了来客的尊贵、主人的谦卑，传递了一种热忱甚至宠溺的氛围。

一些媒介传播、公共讨论的规律，正在被普罗大众下意识地应用着。比如，对高共识性话题的甄别。从吃货人设开始讨巧时起，人们就慢慢发现，在以挂黑、互踩、拉黑、开撕为常态的新媒介社交中，饮食的讨论是难得的、参与度与和谐度双高的议题。打工人的辛酸与愤怒可以由一句“干饭去”收尾，各有立场的人不妨碍共同“吃瓜”，在其他议题上激烈对立的人群可以同看美食博主探店，而甜咸豆腐脑之争、甜咸粽子之争，几乎已经是网络媒介上最松弛的“争议”。淄博因为“撸串”而爆火，“小砂糖橘”引发善意刷梗，都是对共识度底层逻辑的会意。

并非所有回归生活的议题，都是可以放松讨论的。一个有意味的现象是，“饮食男女”这一代表市井生活的词语，却在新媒介传播中被分置于不同的光谱中，“饮食”成



新华社发

为和谐度最高的地带，“男女”则明显已是互联网中最紧绷的议题。这里面的原因分析起来可能相当复杂，也会有很多社会文化参数，但有一点区分倒是可以说说：“男女”是高观点性、低游戏性的议题，参与者必然是强输出的；“饮食”是低观点性、高游戏性的议题，参与者会把姿态放得比较低、比较松弛，这让话题本身变得较为安全，甚至可以当作社交货币使用。

这种放低身段以主导议题的方式，在去年夏天淄博的文旅宣传中获得过一次大规模的试炼，此次在哈尔滨文化形象的塑造中，又得到了一次明显的验证。文旅部门的策划推动固然是始动因，但大众

在媒介社交中所获得的下意识训练，所推动的集体叙事，才是两座城市出圈的基础。为了对冲“小土豆”“小砂糖橘”可能产生的误读，当地公众自嘲北方“大地瓜”、东北“大冻梨”，就是一种在网络社交生活中所形成的自觉与敏锐。在一个人人都是传播主体的时代，传播流向只能来自于这种集体选择，而很难想象由一两个主体、一两个机构引导和策划。

宠溺游客的叙事模板，已经被使用过两次，未来的传播效力可能会一次较一次更小。不过，寻找高游戏性的话题，树立低输出者的姿态，仍然是可以把握和不断应用的媒介规律。光明网评论员

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：zghhpl@163.com