



媒体聚焦

人民日报：
多地文旅账号“卷疯了”
热闹之下也需“冷思考”

最近，随着哈尔滨旅游爆火，各地文旅部门纷纷利用社交媒体“花式整活”。河北、吉林文旅“听劝”式改名，内蒙古、重庆文旅请来明星代言……文旅部门卖力吆喝，热情展示大好河山、特色美食，内容更新频率之高、花样之多，让网友直呼“卷疯了”。

流量时代，注意力是稀缺资源。用网络平台“借势营销”，体现着工作意识的转变、工作方法的创新。但热闹之下，也需要一些“冷思考”。文旅产业说到底拼的是产品和服务。扎扎实实完善各类设施、改善商业环境、提升服务品质，夯实基础，才能接住营销之后带来的“泼天富贵”。更重要的是，在营销和宣传上靠“抄作业”肯定不行，而必须坚持实事求是，在挖掘、彰显自身优势和特色方面下功夫。

澎湃新闻：
严禁高薪抢挖农村教师
留人不能只靠禁令

据人民网“领导留言板”消息，针对网民关于“江西教育厅发文禁止跨市教师选调”的咨询，2023年12月，江西省教育厅和省人社厅联合发文，明确严禁通过高薪酬高待遇抢挖人才，特别是从薄弱地区、农村学校抢挖优秀校长和中小学教师。

义务教育均衡发展靠什么？靠优质教育资源的均衡配置，而教师资源是所有教育资源中最重要的资源。只有留住了教师、校长，则地方的教育事业发展才会留下元气。说到底，重视教育，不是把人拴在一个地方。一个地方的教育均衡，不能只靠禁令，而是要下大力气，真正正推动资源的更平衡、待遇的更公平、机会的更充分。

北京晚报：
PPT时代
莫擦掉板书笔迹

近日，浙江永康市大司巷小学二年级语文老师吕晓君，因精美手绘板书在网络走红。四年时间里，她不用PPT教学，而是精心创作了二百多幅板书传授知识。网友称她是“一位被语文耽误的美术老师”。

近年来，老师用PPT上课成为主流，既提高教学效率，也丰富展示方式。和板书相比，PPT教学存在短板，比如有些老师习惯照着课件讲，激发不起孩子的听课兴奋感，导致课堂互动不足。就像吕老师说的，技术手段再进步，通过板书帮助学生厘清学习思路、总结学习要点，仍是课堂教学中不可或缺的一环。其实，板书美不美，不是衡量老师工作的唯一标准；是否能够真正做到传道授业，才是评价老师的关键。新式教学技术和教具，节省了时间和劳动力，但板书优势难以替代，既让黑板熠熠生辉，也让教室更有人情味。

“摇一摇”跳转广告泛滥
侵权式引流当休

瞭望塔

□正观新闻·郑州晚报评论员 周也琪

“接了个电话手机差点给我买台电脑”，网友的戏谑背后，是对手机APP里泛滥的跳转广告深感无奈。据《北京日报》报道，1月15日，中国消费者协会发布了2023年四季度消费维权舆情热点，其中“摇一摇”跳转广告泛滥现象被点名。江苏省消保委的一份调查数据显示，有九成投票者厌恶“摇一摇”跳转广告，认为此功能侵犯了自己的权益。

消费者可谓“苦跳转广告久矣”。“如何关闭摇一摇广告”等话题不时引发热议，不少网民表示“想关又不能关”。然而，一些企业不仅没有针对消费者诉求改进相关服务措施，反倒抓紧推广“摇一摇”广告。

这些投机取巧的广告设计，是一种变相的“强制交易行为”，侵害了消费者的自主选择权与公平交易权。并

且，平台方为实现跳转广告的精准投放，甚至可能涉嫌违规收集用户信息、侵犯用户隐私等问题。这些违规广告之所以能够如此泛滥，主要是因为软件企业和广告投放者，抓住了用户忍让和监管困难的软肋。

2023年2月，武汉大学学生张馨月因不满多次被迫触发“摇一摇”开屏广告，将某APP运营方告上法庭。法院最终判决被告停止侵权，保证非用户主动触发跳转的情况下，不会进行误导、强迫跳转。

然而，像张馨月这样有意识且有能力维权的个体，毕竟是极少数。对大多数用户来说，因没有造成真正的经济损失，往往抱着多一事不如少一事的心理，选择“忍忍算了”。而无孔不入的跳转广告因为数量巨大、覆盖面广，使得行政监管难以完全覆盖。

而对于广告投放者和APP运营方来说，跳转广告实际上是一种很划算的推广方式。它成本低，效果好。通常情况下，跳转广告按曝光量收费，最低1万元即可起投；相比于传统广告，它的覆盖面更广，还能实现精准投放。对于软件运营方来说，几乎“不需要什么实际成本”。

一边是“民不告，官不究”，另一边则是双方“你情我愿”，导致这些违规广告不断试探用户的底线。尽管有关部门就此乱象出台过多项规定，但技术更新的速度、新问题涌现的速度，总比规则制定的速度快。有学者建议，治理互联网广告，需要转变思路，主动拥抱技术，而不能头痛医头脚痛医脚。

实际上，消费者真正讨厌的并不是广告本身，而是它错误的打开方式。用户只能被动接受网页跳转，这种广告流量怎会是真正的流量？广大商家应认清这一点，着眼于消费者的体验感，用好玩有趣的广告吸引消费者，而不是心存侥幸、强行安利。

要让“摇一摇”跳转广告不再侵权，需要各方形成合力。手机厂商要采取措施，保障用户可以关闭针对特定APP的相应权限。用户再遇到莫名跳转、关不掉的烦人广告时，不妨试一试维权。有关部门要进一步畅通投诉通道，降低消费者维权成本，对违规商家依法严惩。

总之，企业采取手段引流，需建立在尊重消费者权益的基础之上。期望手机广告回归正常，让用户享受清爽冲浪。

热点话题

监管部门的高效回应给举报奖做了坚实的铺垫，让举报奖的成色更足、分量更重

对旅游投诉最好的奖励是“有诉必查”

1月15日，一则“小伙吐槽贵州旅游获奖3000元”的视频在网上走红，引发网友热议。据媒体报道，当事网友龙飞呐（网名）吐槽、举报了贵州当地多个涉旅问题，在有关部门查处问题后，他收到了贵州文旅部门3000元（税后2400元）奖金。

事实上，文旅部门查处的旅行社、导游或其他商家违法侵权案件中有很大一部分是由游客提供的线索，而举报奖励机制为游客投诉举报提供了更强的动力。但游客投诉举报的第一诉求或主要诉求是维护权益、解决问题、查处并整治有关违法侵权行为，附带的诉求才是获得举报奖。文旅等监管部门对游客或网友举报旅游乱象最好的奖励则是快速反应、有诉必查、有查必果。如此，既有助于及时调查处置游客反映的问题，也能彰显对游客投诉举报的重视，彰显维护旅游市场环境的决心和诚意。

监管部门的高效处置让存有忽悠外地游客、诱导消费、擅自更换履约主体等问题的旅行社付出了沉重的代价，也让举报者以及其他游客、围观网友感受到了监管部门对旅游乱象“零容忍”的态度和果断纠偏治乱的执行力。监管部门的高效回应给举报奖做了坚实的铺垫，让举报奖的成色更足、分量更重，也是相关获奖视频在网上走红的重要原因。

令人乐见和欣慰的是，越来越多的地方提升了对游客投诉举报的重



视频截图

视程度，都把高效回应、快查严处作为维护游客权益、优化旅游市场环境的重要手段。比如，最近爆火的哈尔滨，也出现了一起监管部门处置游客投诉举报的典型案——有游客反映，1月12日晚在哈尔滨打车时，2公里路程被驾驶员要价50元。哈尔滨市交通运输局1月13日就迅速完成对驾驶员违法违规行为的核实。涉事出租车公司对驾驶员处以停运15天处罚，并将于停运期满后与其解除合同。行业管理部门将锁定其从业资格6个月，移交属地执法部门依法进行处罚，并责令涉事企业立即整顿。本来，游客反映的问题属于负面事件，但监管部门的处置效率和结果却赢得了网友的一片点赞声，这就是

良好的监管环境优化旅游市场环境的有力证明。

近些年，很多地方都在“拼”旅游，都使出浑身解数抢人，“卷”出了很多新花样。其实，一个地方，不管是已经红了的地方，还是想红的地方，监管环境都是影响其旅游市场核心竞争力或长久竞争力的重要因素。旅游地被游客投诉举报，偶现负面舆情并不可怕，可怕的是有关监管部门不重视游客的投诉举报，遮掩拖拉、敷衍塞责、偏袒本地商户或长期整改不到位等。显然，各地在“拼”旅游时，都该“卷”一“卷”监管环境，比拼一下针对游客投诉举报的反应和行动。据《南方都市报》

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