



## 媒体聚焦

正观视评：  
机械师排查高铁故障被撞  
官方通报何必避重就轻？

10月29日，铁路南京站通报称，27日，D5518次动车行驶至紫金山东站附近时，因为野猪侵入高铁联络线与列车相撞，机械师在下车处置中被邻线列车碰撞身亡。

一个生命的流逝让人感到无比伤痛和惋惜，也让人质疑，如此惨痛的事故为何在27日当天的通报中却仅用“设备故障”一笔带过。官方通报含糊不清，小道消息满天乱飞，倒逼官方再发通报，这暴露了舆情素养专业性的缺失。此举容易让网友产生偏袒包庇、拒不认错等负面联想，反而刺激舆情扩大。及时承认错误才能改正错误，野猪侵入高铁联络线是小概率事件，机械师和调度人员很可能经验不足，导致了悲剧的发生。官方通报及时敲响警钟，加强安全培训和应急管理，才能对得起血的教训。只有官方“把该说的话好好说”，公众才能对“该体谅的不执着”。

南方都市报：  
对照“双十一”提示  
平台商家请自查

近日，各大电商平台已陆续拉开“双十一”网购促销的帷幕，包括河南、江苏、山西、贵州、浙江宁波在内的多地市场监督管理局或者消保委纷纷发布“双十一”促销合规提示及消费提醒。

“双十一”期间发布消费提醒已经成为一种常规操作，这种操作呼应了消费者的诉求，即如今的“双十一”不单纯是一个消费狂欢节，还充满各种消费陷阱，需要仔细甄别，理性消费。几乎就在各地发出消费提醒的同时，有媒体报道不少消费者投诉质疑称，有电商平台“双十一”预售产品比直接购买更贵、预售结束后立刻降价，“尾款人”变“韭菜人”。“双十一”本应该是一次双向奔赴，商家通过适度让利，以价换量，薄利多销，而让消费者得到一定的优惠，消费意愿提升。各地监管部门发布消费提醒，可谓是有为的放矢。面对这样的提醒，不仅消费者要小心，防止掉进消费陷阱，电商平台和商家也应该对照自查。

新京报：  
大学选课“红黑榜”：  
别让“水课”上“红榜”

“某某老师的太极拳课程很轻松，红榜！”据报道，选课“红黑榜”在很多大学存在。课程轻松、给分好的列为“红榜”，课程困难、给分差的列为“黑榜”。每到选课时，“红榜”老师的课程总是供不应求，而“黑榜”老师的课少人问津，甚至有些课程因选课人数太少而取消。

以成绩的合格率、优秀率高低来排课程“红黑榜”，这是从学生角度出发，可以理解。但学校、老师不能迎合这种选课心态，降低课程要求、考试难度，成为学生好混学分的“水课”，而要坚持严把培养质量关，打造高质量的“金课”。简单以成绩合格率、优秀率排“红黑榜”，不仅不会引导学生理性选课，还可能严重影响大学教风、学风。对此，大学必须坚持人才培养定位，加强课程建设，确保每门课程都“货真价实”，每一个学生获得的学分都有含金量。

家用电器怎就成了  
养生保健神器

瞭望塔

□据《北京青年报》

据央视《财经调查》报道，某商家在网络视频中推销多种能量舱，宣称功能强大，有的可以排毒养颜，有的可以消除结节，只要人往里一躺，开启电源就能开始养生、治病。央视记者调查，其实就是个桑拿舱。

在商家的嘴里，所谓的能量舱疗效神奇，养生保健功能十分强大，几乎包治百病，堪称保健神器。商家的说法与生产企业的说法大相径庭，中间隔着的是商家的虚假夸大宣传。根据广告法，除医疗、药品、医疗器械广告外，其他任何广告都不得涉及疾病治疗功能，不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。即便

是医疗、药品、医疗器械广告，也不得含有“表示功效、安全性的断言或者保证”“说明治愈率或者有效率”等内容。

反不正当竞争法规定，经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传。能量舱实为家用电器，无论是生产者还是销售者，声称或暗示能量舱具有疾病预防、治疗等功能，甚至拉来“诺奖科学家”做背书，均背离了事实，构成虚假夸大宣传，欺骗误导了消费者，扰乱了市场秩序，践踏了法律底线和诚信底线。

事实证明，越是被包装得神乎其神、无所不能的养生保健神器，其可信度就越低，对法律底线和消费者权益的冲击就越强烈。对于种种养生保健神器，不仅媒体要持续监督、揭露，相关监管部门也要增强责任意识，健全联合治理机制，加大治理力度，形成常态长效的治理态势。市场监管、公安等部门应有的放矢地扩大巡查覆盖面，增加巡查频次，并以媒体曝光的问题和消费

者的投诉举报为线索，顺藤摸瓜，严查深挖，该处罚处罚，该下架下架，该曝光曝光，斩断非法养生保健产品的产销链条，让非法经营者付出必要的代价，充分释放监管的惩戒、震慑、警示效应。

监管部门还可与消协、行业协会等采取联动措施，拉出养生保健产品的正面清单和负面清单，对商家虚假夸大宣传的侵权套路进行剖析，对消费者进行提示、引导。电商平台、社交平台等也应承担主体责任，通过智能+人工等方式对商家虚假宣传养生保健神器的广告语、关键词、敏感词、替代暗语等进行筛查、过滤、屏蔽，如发现商家有虚假宣传、使用广告禁语、消费欺诈、销售假冒伪劣产品等行为，及时采取限制账号功能、限制流量、取消推荐、要求商家下架商品等措施，并报告监管部门。

消费者也应对包治百病的养生保健神器增强警惕防范意识，多留个心眼，多一分理性和谨慎，少一分盲目和冲动，避免稀里糊涂就掉进商家的养生保健陷阱。

## 热点话题

如果不只是借“抓马”嘉宾的极端言行进行营销，还能引发一些严肃的思考，那么就是非常有益的

## 看情感综艺，我们该看什么？

近些天，情感观察类综艺节目《再见爱人4》火了。相关话题频频登上热搜，对节目内容和参与嘉宾的讨论席卷社交媒体。那么，网友为什么如此关注一档以“离婚”为主题的综艺节目？是因为节目中的情节格外“抓马”吗？

这首先是情感综艺自身发展的结果。从最早的相亲类节目火爆，到约会恋爱类综艺兴起，层出不穷的情感综艺让观众从各种角度看够了恋爱婚姻中的甜蜜。就像糖吃多了会腻，甜甜的恋爱看多了，观众也会兴趣下降。于是，综艺从业者开始另辟蹊径，着眼于展现婚恋中的矛盾冲突，并将嘉宾的婚恋困境与社会话题相结合，制造出一个又一个舆论热点。

当然，关注离婚主题的情感综艺，不等于自己想离婚，观众更多的是从节目内容和嘉宾表现中找到自己关注的话题，并就此展开讨论，是“从他人的生活中看见自我”。实际上，以《再见爱人4》为代表的节目也确实展现了婚恋中的一些共性问题。

都说“婚姻是一场修行”，那么对于屏幕前的夫妻或情侣来说，有哪些注意事项或者“避坑指南”？从这个角度说，这类综艺节目也是一堂情感教育课，正如有媒体评论的，节目在呈现最真实的情感困境的同时，更将两



节目视频截图

性关系从“爱与不爱”的单一规则，拓展出“社会环境变动对婚姻观的影响”“婚姻矛盾中的主要责任人与次要责任人”等更加丰富的维度。

节目中的夫妻就像婚姻生活的样本，被放大、解剖，进行各种解读。而解读的背后，则是社会观念的转变。近些年来，随着两性平等意识的提高，越来越多女性开始关注自身需求，并积极发声为自己争取权益，这不可避免地与传统观念发生冲突。

同时，男性和女性在各自表达的过程中频频产生摩擦，舆论场中群体极化的效应开始显现，导致两性的撕裂越来越明显。因此，两性关系日益成为社会普

遍关注的话题，一个小小的事件就可能导致“火花四溅”。人们在观看的过程中，将自己的情感投射其中，谈论节目的过程其实也是借他人酒杯浇自己的块垒。

当下，随着老龄化的加剧和出生率的下降，婚姻、家庭、生育这些私域话题的公共价值日益凸显，越来越多的专家、政府部门开始关注这些问题，并提出种种措施来引导年轻人正确对待婚恋。

因此，一档热门综艺，如果不只是借“抓马”嘉宾的极端言行进行营销，还能引发一些严肃的思考，让人们对社会问题提出更多理性的、建设性的意见，那么就是非常有益的了。

据澎湃新闻

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