



## 今日金评

6天吃掉12吨的“土豆宴”  
感动之余也应反思

近日,位于四川成都的电子科技大学食堂推出了高原生态“土豆宴”引发师生追捧和网友围观,据悉,“土豆宴”今年已经是第二年推出了,所有土豆均来自该校定点帮扶贫困村,今年预计采购50吨,全校师生6天时间已经吃掉了近12吨土豆。校方表示,采购贫困村的食材是一个双赢的模式,将会探索更多的合作方式。(10月20日《都市晨报》)

土豆回锅肉、土豆排骨、土豆泥、孜然土豆、狼牙土豆……电子科技大学所有校区的食堂都出现了“土豆宴”专属窗口,瞬时成为朋友圈火热的话题之一。

对于6天吃掉12吨的“土豆宴”,网络上叫好一片。确实,看到如此盛大的爱心盛宴,我们最大

的感受就是感动。为了支持脱贫工作,这所大学可谓尽心尽力了,当地村民的土豆终于不愁销路了。

我们为这种浓浓爱心点赞。然而,我们应该如何品味6天吃掉12吨的“土豆宴”呢?“土豆宴”固然是学校帮扶措施,是学生的爱心凝结。不过,这种方式毕竟不是长久之计。难道,学校要一直把“土豆宴”举办下去?难道,这个村的土豆销售只能依靠“土豆宴”?

村民脱贫不能永远指望6天吃掉12吨的“土豆宴”。我们必须找到这个村贫困的主要原因。不是他们的土豆不够好,从报道的情况来看,土豆滞销原因有二:其一,贵州这个贫困村没有像样道路,外地客商进不来,采购了土豆往外运输比较困难;其二,当地农作物品种不多,主要就是种植土豆和青稞,数量偏大,而且成熟季节比较集中;其

三,是这里的土豆宣传不到位,没有什么名气。

作为帮扶单位的学校,能够想到的办法就是实现“双赢”,既解决了学校食堂食材的问题,又解决了贫困村的土豆销售难题。不过,这显然是存在问题的。因此,我们在被6天吃掉12吨的“土豆宴”感动的同时,必须反思该如何扶贫的问题。这就是我们所说的要精准扶贫,一方面要打通这个贫困村与外界交流的道路,让农产品运输不成问题。另一方面要实现农产品与市场需求的完美对接,也就是我们说的“市场需要什么就种植什么”。总之,不能只是指望6天吃掉12吨的“土豆宴”来扶贫。

再说了,学校食堂需要多样化的食物,岂能让学生们总是吃土豆?土豆滞销办“土豆宴”,大米滞销办“大米宴”,白菜滞销办“白菜宴”,这样何时是尽头?  
郭元鹏

## 百姓话语

当不了谣言“粉碎机”  
但也别当谣言“搅拌机”

近日,一则甘肃玛曲县老师“格桑加”为贫困孩子募捐衣物的信息在网上被多次转发。《北京青年报》记者查询后发现,该信息早在两年前已经被辟谣。玛曲县委宣传部工作人员介绍,两年前曾有不少爱心人士向当地寄送衣物,多部门联合调查,已发布辟谣信息。(10月20日《北京青年报》)

这则谣言2017年已经出现过,如今又被再次搬出来,而且霸屏,实在让人匪夷所思,类似老谣言霸屏,甚至不断被翻新现象时有发生。隔几天就有老谣言出来,知道真相的人一笑置之,不知道的人信以为真,进行广泛传播,进而进入恶循环,引发恐慌等等。

近年来,微博、微信等网络社交平台不断普及,从整个社会到每个人,对互联网的依赖越来越强,使得网络早已不仅仅是虚拟空间,而是现实社会的真实反映。老谣言之所以成为打不死的小强,不断被重新推出也许不是出于造谣目的,有的不过是为了“好玩”,不过是弄点“奇声异响”来炒作一下,以引起人们注意,但无论如何谣言猛于虎,具有很大的杀伤力,带来很大的社会影响和一定的后果。专家们认为,谣言死灰复燃因辟谣不够彻底,网络平台应该承担相应责任。

对此专家表示,辟谣应该要彻底,不仅要发布辟谣信息,还应该通过技术手段删除谣言,防止其死而复生。作为网络平台应该承担社会责任,严格把关,防止老谣言死灰复燃;作为公众,应该明白,网络是公共空间,不是私人自留地。我们既要享受上网的权利更应有担当的义务。

每个网民应理智理性地看待各种海量信息,在没有弄清楚事件真相前,不能随意造谣传谣,无意识充当谣言的扩大器,不能把造谣传谣当成为茶余饭后的“兴奋剂”,为了满足自己一时的快感而充当谣言的二传手。而是要对自己的言行负责,嘴上多个把门的,要有自己的头脑,保持清醒,做到不传谣不信谣,做不了谣言“粉碎机”,但也别充当谣言的“搅拌机”。

左崇年

## 不吐不快

作协主席强制会员转发文章  
没有一点“文艺范儿”

针对网传江西赣州南康区作家协会主席赖某某强制要求协会会员转发文章,不转发者或被“点名”或被“清理出(协会)队伍”一事,此事当事人、赣州南康区作家协会主席赖某某10月20日上午回应澎湃新闻称,为了协会的发展,协会开会商讨希望会员多转发、传播协会文章,其否认自己的言论存在威胁,“仅是提醒、号召”。(10月20日澎湃新闻)

作协会员分享、转发其他会员的文章,无论对于作协公众号的运营发展,还是对于地方文化的传播,都是有积极意义的。可是,赖主席口口声声表示的“仅是提醒、号召”,如此带有文艺范儿的词语,在发布微信公告时却显得没有半点文艺范儿。

“这是我对你们提的要求,你们看着办吧。”“还没有分享的,别怪我不给你留面

子。”“不转发清除出协会。”……这些话出自一个文艺工作者之口,无法不叫人嗤嗤一笑:这文学界的领导,连基本语气语调都把握不好。

官腔浓重、派头十足、语带威胁、盛气凌人。你看赖主席那番话,典型的是“天下第一”的派头,如此娴熟的“语调”背后,可见其日常管理中的官僚主义做派。

其实,敦促协会会员履行转发、分享文章的义务,大可形成制度,让规矩说话。赖主席可能习惯了“先斩后奏”,所以先用个人意志代替了规章制度。这当然没错,因为反正规矩也许是由赖主席一个人制定或拍板的吧。因此说,赖主席的“规矩”遭受抵制并被发到网上,并不仅是有人厌恶他作为作协领导蹩脚的文字,而是因为他太过“官僚”。当官并不一定要“专业对口”,但起码要有点儒雅风范。  
金闻君

## 热点追评

当“骗子遇上骗子”  
所有人都是输家

18日,很多人的朋友圈都被“光能技术治痛经,百万阅读0转化”的消息给刷了屏,网红流量数据造假再次被热议。对于事实本身,江苏省妇幼保健院妇科汤娟娟副主任医师告诉记者,原发性痛经,对症治疗即可,镇痛药、口服避孕药都可缓解症状。(10月19日《扬子晚报》)

这起在网上闹得沸沸扬扬,受到无数网友关注的事件,极富戏剧性。先是有商家为了推广自己研发的号称通过光能技术治疗痛经的产品而找到了某微博头部机构和其旗下拥有300万粉丝的微博网红进行推广,结果在广告视频发出,获得几十万点击率,并且很多粉丝都号称已经下单、肯定购买的情况下,商家获得的却是0流量,0成交量。而背后就是我们所熟知的“刷流量”。

对此,有网友一针见血指出,这简直就是“骗子遇上了骗子”,最后只能是一地鸡毛。有人或许会问,花重金找网红博主进行商业推广的商家明明就是受害者,怎么也成了骗子呢?关键就在于他们所推销的产品,完全经不起科学与医学的检验,说到底无非是打着高科技幌子的一种忽悠,一种套路。所以才有网友“骗子遇到骗子”的调侃。

很遗憾的是,“骗子遇到骗子”,就是我们在很多时候所面临的互联网生态。一些自媒体,尤其是一些公司化经营,拥有动辄几百万、上千万粉丝的所谓网红自媒体,网络达人,通过刷流量造假营造虚假繁荣,然后以此来忽悠商家来投放广告,赚取巨额广告费的做法,已经是业内公开的秘密,严重损害了互联网正常、健康的生态。

雪上加霜的是,很多来找自媒体打广告商家,所推销的商品,同样问题多多。他们正是因为自己的产品有问题,在电视、报纸等传统媒体上无法刊登相关广告,所以才投向自媒体的怀抱,而自媒体来者不拒,给钱就行的理念,也让互联网商业生态进一步恶化,沦为假货泛滥,问题产品频出的帮凶。

当“骗子遇上骗子”,没有谁会成为赢家。做推广的商家被刷流量所欺骗,被曝光的自媒体平台失去了商家的信任,破坏了网络生态环境,消费者买到的可能是假冒伪劣产品。这样的互联网乱象,应该引起从监管部门到网络平台,再到我们每个人的认真反思。  
苑广阔

三江快评  
有态度  
有温度  
有力度

投稿邮箱:

jinbaopinlun2012@126.com