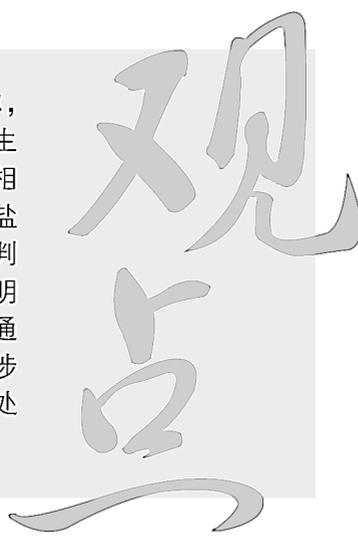


肉已经臭了,学校应对竟比肉更“臭”

近日,云南昆明有家长发视频称,官渡区云子中学长丰学校学生食堂的生肉有臭味,“整盆肉都是臭的”。经相关部门检验,该批次鲜猪肉的挥发性盐基氮指标超过了国家规定的标准,被判定为不合格产品。10月19日晚,昆明官渡区联合调查组针对此事发布情况通报,涉事企业被处以578万元处罚,涉事校长被免职,另有3名官员被停职处理。



校长陪餐制不该沦为虚设

纵观近年来发生的多起校园食品安全事故,之所以被网络曝光,要么是因为家长主动举报,要么是因为学生已经吃坏了肚子。这次也不例外,值得注意的是,是家长“违规闯校”直奔后厨,现场抓包。家长们闯校似乎是有备而来,说明该校食堂供餐已经不被家长信任。果不其然,据媒体报道,多位家长反映,长丰学校此前就有学生因吃了食堂的供餐导致腹泻,甚至有学生自己带饭。

值得追问的是,为何这次事件又是家长发现,而不是“守关人”学校领导发现呢?早在2019年3月,教育部、市场监督管理总局、国家卫生健康委员会等部门公布《学校食品安全与营养健康管理规定》,提出中小学幼儿园应建立集中

用餐陪餐制度,该规定自2019年4月1日起施行。

学校相关负责人陪餐制度,就是把学校领导跟学生绑在一条船上,同吃一锅饭,同上一张桌,倒逼学校主动及时发现问题,消除隐患。但是,实际情况并没有严格落实。试想,如果让校长与学生一起吃饭,吃一样的饭菜,学校还会对供餐公司的管理睁一只眼闭一只眼吗?供餐公司还会提供臭肉吗,校长还会对食材新鲜与否则不知情吗?

孩子们的健康成长,不仅需要知识的滋养,更需要安全、营养的食物来支撑。学校食品安全关系到每一个孩子的身体健康,关系到千万家庭的幸福,也关系到国家的未来。学校食堂是孩子们健康成长的保障,不能让它成为危害孩子健康的地方。

以“臭态度”应对“臭肉”事件,毫无责任感与公德心

“臭肉”事件发生后,校方曾组织众多学生家长进入学校面对面沟通对话。但在见面会即将结束之际,学校董事长无视家长提问,插兜离席,再次引发公众不满。

按理说,这样的事情出现后,官方也已介入调查,校方及时做好与家长的沟通,该回应的回应,该道歉的道歉,至少能做到与家长“共情”,也不过是最基本的要求。

学校组织家长面对面沟通,算是在这个方向迈出了重要一步。但从实际情况看,这场沟通显然难言成功。尤其是,学校董事长竟然无视家长提问“插兜离席”的举动,进一步点燃了家长的怒火,堪称事件处置的负面样本。

这样的回避与傲慢,不仅跟家长所期待的负责任态度形成了鲜明反差,也难免给公众留下更多疑问:如此傲慢,怎么解决问题?怎么让人相信,这样的学校能够真正保障好校园食品安全?

值得注意的是,有媒体梳理涉事董事长的“生意版图”发现,这位“以办学校为主的生意人”,实控企业有27家,其中绝大部分是培训机构

或学校、幼儿园。这里面,有19家处于存续状态,8家处于被注销状态。此外,其关联的企业达到31家,还在29家企业中担任职务。

如此庞大的“生意版图”,加上在事件沟通中表现出的傲慢,也不得不引发进一步追问:这位董事长名下的其他学校、幼儿园,食堂卫生状况和食品安全问题,是否可以让人放心?“臭肉”问题,到底是一时疏忽,还是长期以来的惯常操作?

对此,官方层面也不妨予以“打包调查”,以权威结论廓清家长的疑虑:有问题就该零容忍、一查到底,没有问题也该及时澄清,避免信任危机的蔓延。

需要重申的常识是,那些“办学校”的“生意人”,首先要有更强烈的责任感和同理心。如果在涉及学生健康安全的问题上都可以毫无敬畏,甚至在出事后仍以一副“臭态度”来对待家长,这不仅是丧失了作为教育者的公德心和社会责任感,也背离了基本的现代商业伦理,注定行之难远,并将付出代价。

综合自长城网、新京报等

(谕路 整理)

“徒手逮猪”,景区靠猎奇破圈非发展正道

□ 何勇海

游客在景区猎场徒手抓“野猪”“野兔”“山鸡”,抓到还可带走。近日,四川绵阳市北川羌族自治县一景区“徒手逮猪”旅游项目引发质疑。当地居民证实,“野猪”是景区放养的,近年来没有见过或听说九皇山上有野生野猪。景区负责人表示,目前景区内的“野兔”实际为当地养兔场提供的比利时兔,“山鸡”为人工饲养的环颈雉。

如今旅游景区竞争激烈,有景区推出“跟着团长打县城”等沉浸式影视体验项目,有景区招聘群演扮野人和游客互动……而九皇山景区结合当地羌族群众狩猎、杀年猪的习俗,开发出“徒手逮猪”项目,自然也是想以“博出位”引流量。

然而该项目首先存在安全问题。据报道,有游客称,“上次在九皇山和闺蜜逮兔子,给我们摔得厉害”;还有网友表示“三个人撑了几个小时,裤子都摔破了,一只也没逮到”。如果“徒手逮猪”项目长期运营下去,会不会发生更大的安全事故?难说。近年来,一些景区利用摇摆桥、滑道、漂流等体验项目吸引游客,但这些刺激好玩的娱乐项目暗藏风险,引发的安全事故并不少见。景区以人无我有的奇特项目“博出位”引流量,要建立在充分评估与保障游客的人身安全基础上。

其次,该项目存在虚假宣传问题。九皇山景区在“逮猪场”入口处介绍,可以追逐野猪、野兔、山鸡等各种野生动物。事实上,“野猪”是景区放养的,“野兔”和“山鸡”是人工饲养的,可谓“货不对板”,涉嫌侵犯消费者的知情权。

第三,这类娱乐化捕猎项目会严重误导公众。根据国家相关规定,明确将“人工繁育、人工饲养的陆生野生动物”列入全面禁止食用之列。景区以“逮猪野生动物”为名吸引游客,可能会误导公众认为野生动物是可以随便猎捕和滥食的,与国家倡导的保护野生动物、革除滥食野味陋习等价值观相悖。

由此可见,“徒手逮猪”项目暗藏安全隐患、合规性存疑,还是不搞为好。景区体验项目可以新奇,但不能过分猎奇。过分猎奇只会是昙花一现,喧嚣过后又重归寂静。比如,多年前有景区推出“土匪抢亲”“鬼子进村”等旅游项目,包括今年曾流行的“景区野人”等等,都有为了吸睛而猎奇和哗众取宠之嫌。要谨记,有的创新换来的不是流量馅饼而是流量陷阱,反而容易被流量反噬。跳出热度思维,沉淀下来,深挖自身特色,提升服务品质,降低游客消费成本,注重长期持续发展,才是所有景区最应该努力的方向。

不能任由“卖惨式营销”死灰复燃

□ 苑广阔

近日,博主“我叫牛一群”在网络上发布视频称,她在四川省凉山州盐源县卫城镇偶遇了一名当地男孩,这名男孩成绩优秀,但家境贫困,哥哥考上了北京大学,自己却辍学在家卖苹果。视频内容感动了不少网友,然而,据媒体报道发现,这些都是博主虚假摆拍的“剧本”。

哥哥考上了北京大学,弟弟成绩优秀,却因为家境贫困,不得不辍学在家卖苹果以供哥哥上大学……类似这样的新闻,往往很快就能吸引网友的关注,博得无数人的同情,从而要么进行网络打赏,要么直接提供捐助,或者是以购买苹果的方式,进行帮扶。

然而,这一切都是按照提前写好的剧本在演戏。经过当地有关部门的调查,视频中出现的男孩,其哥哥虽然在北京上大学,但上的并不是北京大学。而男孩自己也绝对不像博主所说的那样,成绩优秀,因为家庭困难才辍学在家,而是因为厌学严重才辍学。所有这一切,都是视频博主主导的,卖苹果的男孩,也是博主以每天200元的价格雇佣的。

毫无疑问,这又是一起十分典型的“卖惨式营销”,目的还是通过炒作,吸引眼球,增加粉丝以后,再通过各种方式进行变现。在这起案例当中,博主变现的主要方式,就是售卖苹果,但根据

当地干部的了解,视频中出现的男孩,家里虽然种有苹果树,不过还没到采摘的时候,也就意味着,很多网友看了短视频以后出于好心帮扶而购买的苹果,根本就不是男孩家种植的,而是博主通过其他渠道进货的。这就形成了对网友的“二次欺骗”。

在短视频刚刚兴起的前些年,这种“卖惨式营销”层出不穷,很多网友上当受骗,严重透支了网友对短视频所呈现内容的信任。从法律角度来看,打造人设,利用粉丝的同情心而销售产品,可能涉嫌欺诈、虚假宣传,需要承担一定的民事责任与行政处罚,骗取他人财物数额较大的,则可能构成诈骗罪,还将会承担刑事责任。

实际上,近來已有多位网红博主因为这样的“卖惨式营销”而付出惨痛代价。今年3月,四川省凉山州昭觉县人民法院对“凉山孟阳”“凉山阿泽”案一审宣判,“凉山孟阳”“凉山阿泽”等8人因虚假广告罪被判刑。

这样的教训足够深刻,而同样涉嫌骗取粉丝同情和爱心的视频博主“我叫牛一群”最终会面临怎么样的结局,现在还不得而知,但无论如何,不能再任由“卖惨式营销”死灰复燃。对此,不但需要网友的监督举报,更需要平台的规范和遏制,需要公安部门的依法严厉打击。