



话说“口头禅”

时下有的党员领导干部尤其是单位或部门的一把手,仍然会说一些不太合适的口头禅。例如,把单位提供的公务用车和司机叫作“我的车”“我的司机”,把办公室主任、财务科长说成“我的办公室主任”“我的财务科长”,在向他人介绍单位或部门副职时也常说这是“我的副手”。更有甚者,有意无意地说出“只要不出事,宁愿不做事”“等等别人怎样做再做”这样的话。经常这样说话,是规矩意识不强、工作作风不实的表现,也是党纪党规所不容许的。

口头禅体现一个人的说话习惯,也是其内心世界的自然流露。“我的”与“我们的”相比,虽然只少了一个字,但意思大相径庭。“我的”具有特定的归属之意,意在凸显自己的特殊定位,有鲜明的排他性;“我们的”则具有归属集体的意思,体现的是一种平等意识。领导干部是“关键少数”,其口头禅既是领导方式和工作作风的体现,也是其内心深处权力观、政绩观和群众观的下意识流露。特别是一把手,其口头禅甚至会成为一个单位、一个部门的风向标,不可不慎重对待。(人民日报)

无论如何也不能放纵滋事者

一方面是设置“委屈奖”安抚司机,另一方面却过于放纵滋事乘客,根本不是长久之计。要知道,给司机颁发“委屈奖”,只能起到一时的安抚作用。长此以往,还有可能致司机心理受到创伤,遭遇偶尔刺激后酿成更大事故。同时,以“打不还手、骂不还口”换来的“委屈奖”,并不会对滋事者产生任何压力,反而会形成“破窗效应”,让人产生一种公交司机可以随意辱骂、殴打的错觉。因而,从行车安全角度出发,设置“委屈奖”并要求司机做到“打不还手、骂不还口”以避免冲突升级有一定可行性。但势必严肃惩戒无端撒泼和滋事的乘客,让其成为人人喊打的过街老鼠。(北京青年报)



规则意识任重道远

在熟人社会,大多数人都会注意形象管理,向他人呈现出一个经过修饰和美化的“镜中我”。但是在公共场所,面对陌生人,行为的放纵所能带来的利益和享受则可能远超形象管理的好处。行为失范者大多缺乏对规则的尊重与敬畏,缺乏对文明的认同与遵循。而过低的失范成本,也是行为失范者在公共空间上演“变形记”的重要原因之一。没有公私界限与权责边界的行为,理应得到及时、有力的规劝与制止。

公共场合不断上演的行为失范现象,不止一次提醒我们,树立规则意识,减少丑行,任重而道远。

(光明日报)



有的差评信息被后台隐藏,有的消费者遭恐吓威胁

网购给差评何以成高风险行为

差评只有自己能看见

“被马蜂窝的好评坑到了,泰国酒店的体验根本没有评论说的那么好!”刚刚从普吉岛游玩回来的宋小芸(化名)告诉记者。

原来,宋小芸在去泰国游玩之前,特意在马蜂窝上看了攻略,尤其是在选择酒店时,很认真地看了大家的评论,看着好评如潮的某一“度假村”,宋小芸没有多想就预订了。

宋小芸告诉记者,到了泰国入住这家酒店后,体验并不好,于是就联系了客服,可是根本打不通,发出的电子邮件也石沉大海。最后投诉到315才有了回复,但是并未得到解决。

在这种情况下,宋小芸对酒店给出了差评。可是,让宋小芸意想不到的事情发生了。“用户只能看到其他人的好评,而看不到差评,我自己评价的差评只有我自己可以看到。”宋小芸气愤地说。

看到这一情况后,宋小芸立刻向马蜂窝的客服投诉,但得到答复是:“这是系统设置的问题,客服无法解决。”

在宋小芸的一再追问下,客服说:“您的评价肯定没有被删除,只是看不到,可能是排的太靠后,毕竟有几千条评论,您的要求客服部门无法处理,这是技术团队的问题。”在被一番推脱之后,宋小芸感到十分无奈。

打感情牌要求删除

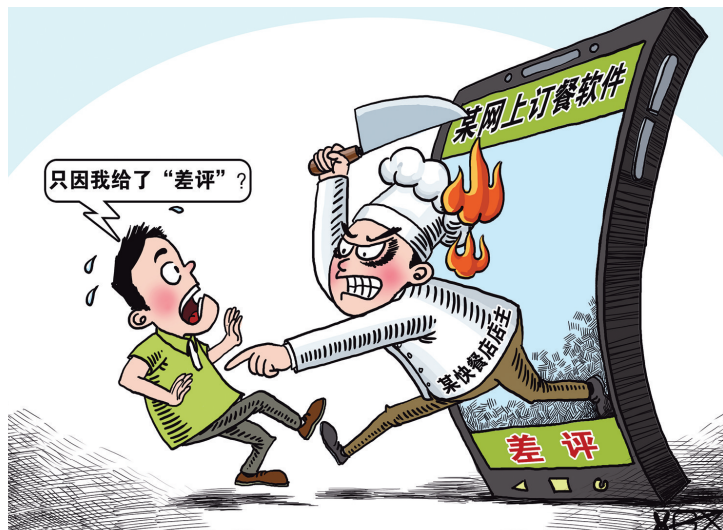
在北京某公关公司工作的王女士最近删了一条自己网购时给的差评。

王女士告诉记者,前几天在淘宝网上买了一双鞋子,收到货物后,她看到实物和图片介绍完全不符,想到退换货麻烦就没有退货,就给了卖家一个差评,谁知刚给完差评,王女士就收到了卖家发来的一条短信。

短信内容是:“亲,打扰了,我是个单亲的宝妈,为了自力更生努力生活着,还请您帮我删除下您的评价,给我们一次改进的机会可以吗?拜托了,给您补偿!”

“看到这条评价后,我觉得确实该给他们一次机会,就想和他们聊一下,想着把货退了。可是一忙就把这事给忘了。”王女士告诉记者。

“第二天,我又收到了一条短信,短



信写道:“亲,我是今天联系您的淘宝客服,麻烦您删除评价,老板给我下最后通牒了,恳请亲用一分钟时间换我一份工作,在此跪谢了,旺旺等您呢,给您返现补偿的,生活用品。”王女士说,在收到这条短信后,我就删除了差评,也没要什么补偿。

“不过之后我把这事和同事说,同事说他也遇到过类似的情况,我想这是卖家的一种手段吧。”王女士说。

给差评被人身攻击

在北京某大学读大一的小美(化名)是个甜食爱好者,经常在美国团外卖购买蛋糕作为茶点。可是最近的一次购买经历着实让她上火。

小美表示,几天前她在美团外卖订购了一款蛋糕,收到后口感特别不好。“太难吃了,没吃几口我就给扔了,然后就给了商家一个差评。”小美说。

小美告诉记者,在评价后的第二天,她看到了卖家的回评:“这么难吃?那为什么不打电话退款呢?为什么要忍气吞声的花钱受罪而不保护自己的权益呢?”

看到卖家的回评不客气,小美就私信了卖家,没想到在私信中卖家开始人身攻击小美,而且语气非常强硬,一直在质问小美。在短暂的交锋后,小美不再理会卖家的消息,但是卖家并未停止继续发消息指责小美。

之后,小美在美团App上投诉了卖家,并且发了微博,之后,美团客服微

博私信小美称,已经和店家沟通过了,不会再骚扰你。

据记者了解,随着移动互联网的快速发展,网络服务大多都建立有评价机制,但是买家给差评后常常会面临商家的骚扰、恐吓。

据相关报道显示,去年年底,郑州的小丽在淘宝购物后迟迟未收到货物,因此投诉店铺并给了差评。之后,小丽遭到卖家不断骚扰。几天后,正在上班的小丽接到自称快递员的来电,让她下楼取快递。当小丽来到电话中指定的快递取件点时,一名陌生男子突然冲出来对她一顿拳打脚踢。没等小丽反应过来,男子便逃离了现场。正当小丽惊魂未定时,再次接到了“快递”电话,对方称他就是那名淘宝卖家。

今年1月,一名女孩在网上购物,发现很多东西的实物与图片都不符,而且质量存在很严重的问题。在与卖家交涉无果的情况下,女孩给这家店铺一个差评。过了大概一个星期,女孩接到快递电话,说有新的包裹。打开包裹后,女孩发现商家居然给自己寄了一堆冥币,而且商家还多次诅咒女孩。

今年10月,家住黄石经济技术开发区的张大爷在网上购物时,因为给了卖家一个差评,竟遭到对方一天十几个电话骚扰,甚至发短信威胁,平静的生活受到严重影响后,张大爷无奈之下报警求助。

对话

记者:与线下购物不同,消费者网购时无法直接接触到真实的商品,这时,评论往往成为影响其消费的重要因素。尽管差评有其存在的意义,但一些商家在受到差评后,会先通过道歉、诉苦等方式恳求消费者删除差评;若遭拒绝,有的还会通过短信和电话骚扰、威胁等方式逼迫消费者删除差评。此外,网络上甚至出现了专门以帮商家“删差评”牟利的群体。您怎么看?

赵占领(中国电子商务研究中心研究员):目前已经实施的法律里没有直接对“删差评”的行为规定。一般商家通过电话骚扰威胁等方式要求消费者“改差评”的行为不一定构成犯罪。像一些口头上没有实际行动的威胁、电话骚扰可能违反治安管理处罚法。

邱宝昌(北京市律师协会消费者权益法律专业委员会主任):消费者享有充分的知情权、选择权和表达权。明年1月1日起,电商或平台如果删除消费者评价或进行恶意骚扰,将会受到相应的处罚。

张星水(北京律师):商家应尊重用户的评价,不能片面因为“差评”影响了其销售量就无所不用其极,用过激的方式去删除评价。

记者:对于卖家与消费者之间的纠纷,最便捷的解决方式是寻求平台的帮助。作为二者沟通的桥梁,平台掌握着双方的信息,其扮演的角色也至关重要。

赵占领:平台应当按照规则及时处理双方纠纷,按照法律规定履行对于商家的管理职责。当消费者在平台购物过程受到损害时,根据侵权责任法,如果平台对卖家侵权行为属于明知或应知的范围,平台将承担连带责任。比如,平台对于商家的商品内容进行了推荐(包括广告)、编辑、修改,平台被认定属于明知或应知的可能性比较大,由此可能会受连带责任。除此之外,一般情况下,平台对于卖家的侵权行为适用的是通知删除规则。当被侵权人向平台投诉时,平台若不处理,也会承担连带责任。

(法制日报)