



# 看不清“拉面哥”爆红实质 这场围观注定是一场闹剧



华夏全媒体  
主管主办  
华夏日报社出版  
国际标准刊号  
ISSN2521-0289

## 编委会

李克炎 江单 张华  
勇 黄浩 李增勇  
龚德贤 张邦毛 齐  
明利

顾问 | 方智平 姜义  
华 邓飞

社长 | 李克炎  
总编辑 | 江单  
常务副总编辑 | 邱  
亮

执行总编辑 | 张华  
勇

执行社长 | 黄浩  
副总编辑 | 李增勇  
蒋靖善 龚德贤  
视觉总监 | 古风

## 采访中心

主任 | 董哲

## 编辑中心

主任 | 罗阳

经济新闻中心主任 | 龙波

视频新闻中心主任 | 罗明荣

区域新闻中心主任 | 潘利求

评论新闻中心主任 | 贺强

国际新闻中心主任 | 黄浩(兼)

新闻影像中心主任 | 巢砥平

## 驻境外记者

驻澳门记者 | 王强

驻台北记者 | 李冰洁

驻东京记者 | 向建国

驻新加坡记者 | 毛周

驻新德里记者 | 黄朝

驻阿拉木图记者 | 周璐

驻耶路撒冷记者 | 贺友

驻纽约记者 | 罗韵诗

驻开罗记者 | 吴志刚

驻莫斯科记者 | 朱可夫

驻奥斯陆记者 | 向建军

驻伦敦记者 | 邓联辉

驻巴黎记者 | 卢伟平

驻巴西利亚记者 | 尹志强

驻堪培拉记者 | 欧阳子

最近,山东费县的“拉面哥”程运付火了,而且是在他极其“不想火”的情况下被动地火了!

与其说是他十五年如一日,坚持卖三块钱一碗的拉面让他火了,倒不如说是那些拿着长枪短炮从各地蜂拥而至的自媒体人让他火了。

我不仅仅极其厌恶那些犹如“跳梁小丑”一般,将人性丑恶裸露殆尽的所谓博主、网红,更是担心“拉面哥”会经历一个从“不想火”,到“顺着火”,到“享受火”,再到“后悔火”的“过山车”似的浮沉;不想他步“妖娆甩面哥”田波和“甩面西施”张玲的后尘;更不想他将像“小马云”那样,被人消遣利用之后又惨遭抛弃!

“成也萧何,败也萧何”。现在的网络想让一个人红一夜之间就可以,可是想要毁一个

人也是一夜之间的事。

就在几天之前,“拉面哥”还是一个在农村小集市上默默无闻拉拉面的农民,干了整整十五年都没有火起来。没想到几天后他就稀里糊涂地一下子“举世闻名”了。这不得不让我们感叹网络的力量。

当今社会经过了太多的浮躁,人们开始重新渴望社会的本真。十五年一直坚持卖三块钱一碗的拉面,是因为担心“涨钱了,那些干体力活的农村老百姓喝不起”。“拉面哥”这种根植骨髓的质朴与善良,发自内心的为别人着想,不重商不重利,诚实本分的精神品质,才是他真正能打动人心的地方。

他对自己生活的知足,对他人的善意,对社会的感恩,正是大多数老百姓崇尚渴望的社会风气,也是全社会要大力宣传和弘扬的传统

美德。没有了这些,他的爆火必定是昙花一现而已。

人们对利益的追求是一种本能,也是社会乱源。俗世中多数人都需要正确价值观的引导,这些价值观是社会共同体得以维系的基础,虽然能否变成现实受多种因素制约,但我们不能悲观。“拉面哥”事很小,但是折射的精神不小,他代表了一个时代的精神,留给人们一种精神净土。我们的国家只有多一些这样的纯朴善良,诚信普爱,多一些正能量,才能真的强大起来。

“拉面哥”之所以能火,也是人们对人性回归和善良回归的呼唤,是社会主义核心价值观在现实生活中的体现与传承,就像有媒体曾评价其为“对社会群体中唯利思维的一种温暖中和……他的面不仅可以填饱肚子,还能填补和一些人们久违的对质朴和

真诚的渴望”。

而在“拉面哥”的真诚质朴和善良利人面前,这些天来趋之若鹜的许多自媒体人的表现,实在令人不敢恭维。他们简直就是一个个小丑,甚至让人觉得有些无耻和可恶。

从网络上传播的视频中可以看到,那些人在拍够了“拉面哥”之后,又开始变着法儿自导自演自拍一些极其恶俗的视频,有征婚拜师的,有强拉硬拽认亲的,有披麻戴孝“卖身葬父”的,甚至还有乞讨、打架、“碰瓷”的……一个个在现场撒泼打滚,上窜下跳,鬼哭狼嚎,洋相百出。这些被人们嗤之以鼻的“魑魅魍魉”“牛鬼蛇神”,为了一点利益,不得不说是穷尽其“能”,频使歪招,真是丢人现眼,其价值观、审美观已经严重扭曲。

其实,网络就是一把双刃剑。平台能造就

网红,却像网游一样可怕,有着太多套路和陷阱。一旦商业资本介入,原汁原味的东西必将变得铜臭味十足。被流量裹挟着的“拉面哥”,最终能否守住初心,保持本色?目前来看,尚不得而知。

衷心希望那些如潮围观的自媒体人,不要再把“拉面哥”的质朴善良当成营销的利器,以潮流的名义把他推向商业变现的快车道。不仅仅为了拍视频蹭热度而一味地跟风起哄,更应该通过实际行动,把“拉面哥”身上闪耀的人性光辉发扬光大。

同时,也希望“拉面哥”在疯狂的流量面前,不要迷失自我。否则,这场围观终究会沦为了一场一地鸡毛的闹剧。

■首席评论员 董哲

# 赶走“视频神医”,还要揪出背后“导演”

当下,短视频平台已成为大家消遣消费的一个重要途径。然而,一些“神医”又开始盯上了这个市场并开始疯狂表演,污染了平台更值得警惕。在视频平台上劲爆表演的“神医”并非医生,不过是一群“群演”在按剧本演戏而已。“神医”是幌子,卖假药赚钱才是目的。消费者不但钱财被骗,疾病治疗也被耽误。“神医”公然行骗,监管部门必须依法严惩。(3月2日《新华每日电讯》)

随着“横屏时代”向“竖屏时代”的转变,如今的“神医”已经从

电视里走进平台里,昔日在电视里摇唇鼓舌的骗子们换了个舞台,又开始演出了。在手机里的各种自媒体视频号里,你不经意就能刷到“神医”的视频。有的鼓吹“长生不老”,有的话说“神秘偏方”,有的宣讲“健康知识”,有的推介“高科技”。说过来道过去,最终目的都是在推广某一种所谓的“高科技保健品”。可以说,“神医”们是无所不能,就连癌症也能治愈,就连绝症也能根除。

不能任由“视频神医”在“横屏”里摇唇鼓舌。对于“视频神医”

需要来一场暴风骤雨般的清洗。这就需要管理部门给视频平台施加压力,让所有视频平台管好自己的一亩三分地,不让“视频神医”继续演出。一个方面是,需要对眼下视频平台上的“中医号”“医生号”“营销号”进行清理,将装模作样的“假华佗”清理出去;一个方面是,要对传播虚假治疗信息的平台进行处罚,没有管好自己的一亩三分地,就理应受到连带处罚。唯此才能真正净化网络信息。

赶走“视频神医”其实挺简单,只要敢于

较真,只要敢于叫板,只要按照法律规定进行查处就可以了。但是,赶走“视频神医”容易,而真正杜绝“江湖骗术”则是不容易的,因为其背后是一条长长的灰色利益链条,还需要摧毁这个利益链条。这就需要在赶走“神医”的同时,揪出背后的“导演”。

每一个“神医”的背后都坐着一个“导演”。这个“导演”就是最终的非法利益获取者。在当初“电视神医”兴风作浪的时候,查处的案件里,“神医”们都是受雇于他人的。“神医”不过是个“演员”,而

更可恨的则是背后的“导演”。其实,找到这些“导演”也很简单,只要顺着“神医”的藤蔓,就能摸到背后的利益之瓜。“神医”鼓吹的神药,鼓吹的理疗产品是谁生产的,背后的企业是谁,一查一个准。只是赶走“神医”并不能终结坑蒙现象,只有将雇佣“神医”的“导演”一起处罚了,捣毁“草台班子”的老巢,让虚假神药没有了市场空间,才能真正维护消费者的利益。

■郭元鹏

# 用汉服照登记结婚,不违规何妨多些包容

近日,无锡唐女士网上发帖称,自己的汉服证件照在进行婚姻登记时遭到拒绝。唐女士是一名汉服爱好者,此前她发现其他城市出现过汉服登记成功的例子,于是和丈夫拍了汉服证件照,尺寸背景等符合婚姻登记照规范。唐女士称,民政局给出的拒绝理由是该服装像戏服。对此民政局工作人员称,此前无锡没有先

例,因此未予同意,并表示此前对“戏服”的表述不准确,后续是否会认可汉服证件照形式,还需要研究。

根据民政部《婚姻登记工作规范》和现行的《江苏省婚姻登记工作规范》,结婚的当事人双方应当提交3张2寸近期半身免冠合影证件照片,至于是否能穿汉服,没有明确要求。在无锡的这起事件中,

新人的穿着并没有违反规定,涉事民政局仅以“没有先例”作为拒绝理由,在法律上显然是无法使人信服的。

再则,结婚确是件严肃的事情,但汉服是中国传统服饰,算不上夸张和猎奇。用汉服证件照进行婚姻登记,显然也并不违背公序良俗。

既然如此,民政部门不妨尊重年轻人的个性化选择,给予人们的

审美需求更多的包容。事实上,近年来,出现了越来越多的汉服爱好者,这体现了审美的差异化、多元化,允许以汉服照登记结婚,也有助于弘扬中国传统文化。

制度的制定,需要结合本地风俗传统,倾听百姓诉求,征求人们的意见,在实际操作过程中,逐步明确统一标准并进行公示,方能让政策既合理合情又贴近

民心。同时,在制度执行过程中,也要保有一定的人性化理念和开放空间,在符合规范的情况下释放个性而不是“墨守成规”,从长远来看,这也是推动社会文明向前的一步。希望涉事民政局的后续“研究”能给公众一个满意的答复。

■强亚娟