

| | |
|---|---|
| <p>热点主题 79</p> | <p>“避雷帖”真能“避雷”吗 (@浙江宣传 2024.11.7)</p> |
| <p>热点背景</p> | <p>“这家店‘避雷’，来了就后悔”“xx 城市‘避雷’的十大景点”“听劝，买 xx 时一定要避雷”……在社交平台“冲浪”时，我们常能看到各式各样的“避雷帖”。如今，不论是美食、旅游、美妆等日常消费，还是志愿填报、就业求职等人生大事，许多人习惯先上网刷刷网友评价，看是否有需要“避雷”的地方。</p> |
| <p>出题方向</p> | <p>“避雷帖”，你怎么看？</p> |
| <p>应用领域</p> | <p>社会现象</p> |
| <p>问题/表现</p> | <p>有人称赞“避雷帖”是“消费风向标”，也有人提出其“情绪多于有用信息”等质疑。“避雷帖”是否真能“避雷”，我们又该怎样看待“避雷帖”？</p> |
| <p><input checked="" type="checkbox"/> 现状分析 <input type="checkbox"/> 影响分析 <input type="checkbox"/> 原因分析</p> | <p>——①分享故事经历型。一些博主常作为“主讲人”，绘声绘色、事无巨细地分享自己“一把辛酸泪”的“踩雷”故事，而一些网友作为“吃瓜群众”，一边前排围观，一边“捧哏”帮着谴责，时不时补充自己的相似遭遇。</p> <p>——②爆料内幕黑料型。有的博主自称有长期“踩坑”经历，站在“过来人”的角度，分析各种现象、总结经验教训，不输出情绪、只提出忠告；也有博主自称是具有多年相关工作经验的业内人士，甘当“正义的化身”来起底行业内幕和“潜规则”，头头是道提出各类建议。</p> <p>——③提供红黑榜单型。一个人的“踩坑”经历有限，秉持着“众人拾柴”“专业全面”的原则，有的“避雷”博主还化身“投诉信箱”“知心姐姐”，把身边案例、网友投稿、专家建议等搜集起来，汇集成“避雷帖”的红黑榜，如“xx 找工作‘避雷’名单第 x 期”“xxx 不建议报考的院校黑名单”等。</p> |
| <p><input type="checkbox"/> 现状分析 <input checked="" type="checkbox"/> 影响分析 <input type="checkbox"/> 原因分析</p> | <p>[积极影响] 真情实感、言简意赅、信息丰富的“避雷帖”的确实实用。现成的“避雷帖”就如同一个个警示标识，指引我们躲避前方的“雷区”，找到适合自己的“性价比”之选。“避雷帖”一定程度上隔绝了消费主义话术的噪声。“避雷帖”用“不要买”“不要去”的鲜明劝诫削弱了消费冲动，也让部分上头的网友重归理智，守住钱包。</p> <p>[消极影响] 另一方面，“避雷帖”里也不乏鱼龙混杂、真假难辨的信息，有时用来“避雷”的帖子本身反而成了“大雷”。比如，有的博主观点偏激甚至无理取闹，把一些个人特殊的感受视为应该人皆有之的“雷点”，将“我不喜欢”和“要避雷”画上等号；有的博主表面是分享“避雷”经验，实则出于牟利目的，明里暗里拉踩同行、推销产品，从而实现流量变现。</p> |
| <p>对策分析 ★★★★★</p> | <p>——①理性跟帖，不当“键盘侠”。“避雷帖”往往带有强烈的主观色彩和个人情绪，刷“避雷帖”，理性和平常心很重要，一旦为戾气所裹挟，带着不理智的情绪宣泄跟帖，甚至扩展到地域黑、行业黑，就可能“避雷”不成，反而陷入网络暴力的漩涡，成为“导致雪崩的一朵雪花”。</p> <p>——②擦亮眼睛，识别“营销号”。“避雷”与“种草”看似天壤之别，其实只有一线之隔。如果不加以甄别，那么结果不仅没能“避雷”，反而容易进入“越避雷越要买”的怪圈。这个时候，有主见、坚守底线就很重要。要想清楚真正需要的是什么，才能理性筛选有效信息，根据实际情况精准“避雷”。</p> <p>——③兼听则明，不做“跟风党”。要想获得更全面客观的信息，让网络资源充分为自己所用，在刷“避雷帖”的同时，不妨从更多渠道获取信息，如出门旅游前看看当地官方媒体推荐的攻略，报培训班前多问问身边的老师同学，装修前多跑几家装修公司、建材城等，保持一份多听、多看、多思考的清醒。</p> |
| <p>金句集锦</p> | <p>◎在五花八门的“避雷帖”中，有人悲伤难过，有人愤怒不已；有人放肆发泄，有人理智告诫；有人毅然揭底，也有人浑水摸鱼。要想不被这些帖子牵着鼻子走，就很有必要练成“以我为主，为我所用”的功夫。</p> <p>◎“避雷帖”虽然红极一时，但若只是没有感情的套路和一阵风似的热闹，终究难以长久。如何让“避雷帖”真正发挥“避雷”的效果，让生活中多一些可靠可信的建议，是值得我们思考的问题。</p> <p>◎漫游在网络世界，一味“种草”不可取，老是顶着“避雷针”也并不高明。“一千个读者有一千个哈姆雷特”，每个消费者都有不同的需求和喜好，“被避雷”并不一定意味着不值得或不好，“彼之蜜糖，我之砒霜”，反之亦然。</p> |

| | |
|------|---|
| 案例积累 | / |
| 小试牛刀 | ☆如今，不论是美食、旅游、美妆等日常消费，还是志愿填报、就业求职等人生大事，许多人习惯先上网刷刷网友评价，看是否有需要“避雷”的地方。有人称赞“避雷帖”是“消费风向标”，也有人提出其“情绪多于有用信息”等质疑。对此，你怎么看？ |