

垃圾车凌晨两点半进小区,天天被吵醒

常州一小区居民求助“快快帮”,监管部门表示将督促解决

快快帮

热线 | 025-96060
微信 | xiandaikuaibao

每天凌晨两点半左右,垃圾清运车都会准时进入小区清运垃圾,轰鸣的机器声经常会把睡梦中的居民吵醒。在常州市武进区湖塘镇香江壹品小区,这样的情况已经持续两年多,居民苦不堪言。此前,他们曾向小区业委会和当地监管部门反映,遗憾的是,事情并未得到妥善解决,无奈之下只好向现代快报“快快帮”求助。4月11日,辖区监管部门向现代快报记者表示,会尽快督促小区业委会协调解决此事。

现代快报/现代+记者 宋体佳 陈云龙



11日凌晨三点左右,垃圾清运车在小区作业 投诉人供图

居民反映 经常半夜被垃圾清运车噪声吵醒

“基本上每天都是这样,我问了,今天是凌晨两点二十进来的。”家住常州香江壹品小区的王先生告诉现代快报记者,为了方便居民放置生活垃圾,该小区物业在每栋住宅楼楼下都安置了多个垃圾桶,王先生所在楼栋下就分3个点放置了9个垃圾桶,每天都有清运车进入小区将垃圾运走。这原本是

件好事,但两年前开始,垃圾清运车每天凌晨两点半左右进入小区清运垃圾,每次作业都会产生较大的噪声,吵得居民难以入眠。

为此,王先生曾向小区物业(实际是小区业委会,记者注)反映,希望能够调整垃圾清运时间,遗憾的是并未得到解决。王先生又找到当地监管部门,但仍没有

任何进展。“找到辖区物管部门,最后又都回转到物业来处理,就成了一个无解的难题。”王先生告诉现代快报记者,4月11日凌晨2时30分左右,王先生一家再次被垃圾清运车的噪声吵醒,他随即用手机自带的噪声检测软件测量,垃圾清运车产生的噪声已经达到60分贝以上。

记者调查 垃圾车每天清运4次,有1次安排在凌晨

4月11日下午,现代快报记者来到香江壹品小区,由于正值午间,小区内行人较少,小区大门口正停放着一辆黄色的垃圾清运车。“凌晨确实有车子来运垃圾,声音也比较响,我们有时候也会被吵醒。”小区内一位居民如是说。

随后,现代快报记者从该小区

业委会主任芮先生处获悉,负责清运垃圾的车辆为电动三轮车,每天会来该小区4次,分别在3时、8时、14时、17时,每次经过固定线路,按途经顺序清理垃圾。之所以在凌晨进行清运,是为了方便早上出门的居民扔垃圾。“居民上班上学的时候会

把头天的垃圾带下楼,所以要在清早

之前清空垃圾桶,腾出空间。”王先生向现代快报记者提供的噪声检测数据显示,事发时的声音高达66分贝。按照国家相关规定,城市居民区白天声音超过50分贝,夜间40分贝以上就算扰民,王先生检测到的数据已经远超这个标准。

监管部门 将督促解决,避开凌晨三点作业

“去年接到投诉后就已经跟负责清运垃圾的师傅进行了沟通,当时也制定了方案。”业委会主任芮先生表示,之前就曾要求垃圾清运人员避开凌晨三点左右的作业时间,避免扰民。没想到,近期由于负责小区垃圾清运的工作人员调

换,再次发生噪声扰民的事情。当天,现代快报记者找到辖区湖塘镇建设局物管科。得知事情发生在香江壹品小区,物管科一名负责人介绍,和其他小区不同,这个小区没有物业公司,日常的保洁和安保等工作都是业委会自行聘用人员

处理的,管理起来相对较为复杂。听说王先生一家长年累月地承受着垃圾清运车的噪声打扰,该负责人表示,将立即联系小区业委会,督促他们解决此事。对此,小区业委会也表示,将会配合物管部门,调整垃圾的清运时间。

链接

市民可以通过以下途径与“快快帮”联系:

1. 登录现代+APP,点击快快帮栏目;
2. 拨打现代快报025-96060热线;
3. 关注现代快报官方微信公众账号并留言;
4. 关注现代快报官方微博,发私信,加标签 #现代快报快快帮#

虚拟情绪商品走俏网络

花小钱买开心,究竟值不值?

分手后下单一份“失恋陪伴”,将会收获陌生人的悉心开导;备考时购买“云监督”服务,便有监督员时刻盯紧你的学习进度;无聊时入手一只“虚拟蚊子”,店家就开始对你发起“嗡嗡嗡”攻势……近来,五花八门的虚拟情绪商品风靡各大电商平台,销量一路走高。

不同于寻常网购,虚拟情绪商品无需发货,消费者收到的可能是一条祝福、一个表情、一段陪伴,抑或只是一份愿景。虽然看似无厘头,但一些年轻人乐此不疲,那些无处安放的情绪仿佛找到了“电子出口”,评论区不少消费者反馈“物超所值”“下次还来”。虚拟情绪商品何以有销路?为情绪买单,究竟值不值?

据工人日报

当“情绪”成为生意

“‘爱因斯坦的脑子’,拍下后自动长到你的大脑上,买过的都说好用……”2023年,“爱因斯坦的脑子”入选淘宝年度十大商品,成为历年首个跻身此列的虚拟商品。

记者调查发现,现有百余家店铺正在售卖“爱因斯坦的脑子”,售价从几角到几元不等,销量最高的一家卖出超8万单。任选一家下单之后,记者收到了一段700多字的祝福:愿智慧之光照亮你前行的道路,愿你的创造力和洞察力如繁星般闪烁……

激烈竞争之下,不少商家玩出新花样,上线了“社交脑”“面试脑”“学霸脑”等细分产品,还有店铺推出了“更适合中国宝宝体质”的“孔子的脑子”“鲁迅的脑子”。

比商品本身更有创意的,是消费者的留言。

在评论区,有人问“买到了什么”,几位买家回复称“脑细胞”“一股神力”“讨个彩头”;还有人问“管用吗”,下面的回复令人捧腹:“生活能自理了”“高考考了一万零一分”“正在研究超导体”,俨然一场自娱自

乐。

记者观察到,按照情绪需求,平台上的虚拟情绪商品大致可以分为四类。一是祈福型,例如“好运喷雾”“爱因斯坦的大脑”;二是娱乐型,例如“野生霸王龙”“虚拟蚊子”;三是疗愈型,例如“骂醒恋爱脑”“心灵树洞”;四是陪伴型,例如“叫醒哄睡”“云监工”。

南开大学社会学院社会心理学系教授管健分析称,当前,情绪价值成为年轻人买单背后不可忽视的重要因素。年轻人追求情绪价值的最大化,商家大胆创新情绪资源挖掘,在供给侧与需求侧的合力推动下,“情绪经济”正不断解锁出消费新场景。

提供心灵慰藉和情感出口

“电子祈福很流行,这是我们‘00后’的时尚。”一场求职面试结束后,焦急等待之余,王溪入手了一份“好运喷雾”,并留下自己的愿望,让商家帮忙“施法”。“其实就是买个心安,看着客服发来的吉祥话,忐忑和焦虑就能减轻一些,如果我能通过,一定到评论区还愿。”王溪告诉记者。

“进度怎么样了”“今晚能完成吗”“不要看手机”……最近,正在为5月的CFA(特许金融分析师)考试苦读的乔泽,花300多元购买了一个月的“云监督”服务。每晚7时,他和监督员准时相会在“腾讯会议”,对方通过视频监督他自习3个小时,并按照制订好的学习计划检查完成情况。

“白天要上班,晚上难以集中注意力,有人拽一把会好一些。”对乔泽来说,监督员更像一个“不会不耐烦”的朋友,“陷入自我怀疑时会开导我,疲惫时会鼓励我,开小差时会‘骂醒’我,备考的时光单调又寂寞,有了陪伴更容易坚持下去”。

同样花钱买“情绪”的,还有刚刚开始“北漂”的关晨。陌生的城市、严厉的领导,每当在新环境中受挫,她都会下单“心灵树洞”,对着客服倾吐一番。“不想让家人担心,身边也没有境遇相同的朋友,我的负面情绪需要一个‘垃圾桶’。”电话另一端的声音总是温柔可亲,发泄般的大哭一场后,关晨才有了再出发的勇气。

“情绪消费是需求,社会心态是起点。”管健表示,现如今生活节

奏加快,价值选择更趋多元,青年难免会在各种价值碰撞中产生困惑和焦虑,虚拟情绪商品一定程度上提供了心理慰藉和情感出口。

此外,管健认为,随着消费“从有到优”的升级,青年一代对物质的要求相对饱和,对情感的诉求越来越高,更加关注商品提供的情绪体验。作为“数字原住民”,他们利用数字技术寻求情感个性化体验服务,这也是表达自我、彰显个性、寻求文化身份认同的一种方式。

商品可虚拟,规则不能缺

“心灵树洞”泄露消费者隐私,“失恋陪伴”变相提供不良服务……作为一种新业态,“情绪消费”在激发市场活力的同时,也暴露出一些不容忽视的问题和漏洞。

“一些虚拟情感类商品打法律和道德的‘擦边球’,不仅违反社会公序良俗,而且给青年人的人生观和价值观带来负面影响。”管健表示,亟待出台相关法律法规,建立更有效的投诉和预警机制,让情绪消费有法可依、有章可循,减少市场风险和消费纠纷。

在北京志霖律师事务所律师张

清鑫看来,监管部门应尽快明确虚拟情绪商品的准入标准、单个产品价格上限等;电商平台要加强对虚拟情绪商品的上架审核,对商品展示、交易内容、售后服务等作出规范;商家要加强自律,不做虚假或引人误解的宣传,应提醒消费者所购商品的特殊性,保障消费者知情权。

国家二级心理咨询师马俊巍告诉记者,虚拟情绪商品的走俏,反映出年轻人在主动寻求情感支持,这提示我们要完善社会心理服务体系,加强对青年群体的心理健康教育,建设更全面、更真实的人际支持系统,帮助他们建立更加自信平和、从容乐观的生活态度。

“虚拟商品只能短暂地满足个体被陪伴、被关怀、被安慰的情感需要,很难实现高质量的情感抚慰,唯有基于人际陪伴的,可触摸、可感知、被温暖的亲密关系才能帮我们走出情绪泥沼。”管健建议,青年群体要把握情绪消费的边界,增强消费风险防范意识和信息安全底线思维,同时避免沉迷于虚假情感而不能自拔,陷入数字化情感漩涡而影响理性生活。

(部分受访者为化名)