



一个街道办事处的部门负责人,在5年期间贪污公款数额竟然可以达到2000多万,这再次证明了作为城市政府最低层级的街道这个“庙”看似不大,“香火钱”却不少,不起眼处也能挖出大盗。实际上,在许多一二线城市,尤其是在寸土寸金的城市中心区,一些街道凭着管理商铺摊位、路边停车、出租房屋等权力,日进斗金,财源滚滚。这个现实,也是街道这个以往少人问津的“小庙”,却成了现今许多亮丽亮眼的人争相要进入的原因。

——光明网:《5年能贪污2000多万:街道这庙可不小》

这场“疏黄八角游戏”之所以能“长演不衰”,与当地有关部门松懈懈怠的监管有莫大关系。正是在商户“胸中有对策”、市场“提前打招呼”、监管“睁只眼闭只眼”的大环境下,“疏”动的八角才能横行无阻。

让人遗憾的是,2012年被媒体曝光后,紧随舆论监督而来的专项整治行动,虽然确实让疏黄八角曾经淡出过一段时间,其滋生的土壤却从未得到根除。不管是反思此前专项整治行动的失败,还是审视如今几乎裸奔的监管,当地职能部门欠账已然太多。

——新京报:《“未熏硫的销往国外”,疏黄八角专坑国人?》



## 【本期话题】

### 中秋蟹卡

“秋风响,蟹脚痒;菊花开,闻蟹来。”中秋将至,各种大闸蟹礼品卡已开始热销。这些制作精美、流转方便、兑换灵活的提货券,成为礼品市场的活跃品种,近年来更是出现了超发、空转的现象。蟹卡虽小,由此带来的廉洁风险不容小觑。你怎么看?

## 【议论纷纷】

**@环京津:**这一现象告诉我们,“送礼腐败”是打不死的小强,是野火烧不尽春风吹又生,总要变着花样与我们较量。送礼者是懂得“送礼文化”的,对策不断升级,即“投其所好”。当权者,面对各种诱惑一定要拒之门外,要保持高度的警觉,守住本色,真正做到不为私心所扰、不为名利所累、不为物欲所惑。

**@天府:**通过定期检查、不定期抽查、投诉举报快速处理,形成整治高压态势,让变味的“蟹卡”无所遁形。

## 【下期话题】

### “斗气车”

9月21日,北京某路段,一司机疯狂别车并向后车泼咖啡。视频中一辆黑色轿车在近700米的路程中,先后7次使用急刹车、突然变道等危险行为逼停后车,随后投掷出一杯咖啡直砸后车前挡风玻璃,导致后车瞬间“失明”。这段视频传出后,在网上引发热议与公愤,对此,你怎么看?

# “喂狼吃草者入黑名单” 划出文明旅游红线

□斯涵涵

9月19日,一段“家长带着孩子喂狼吃草”的视频在网络上热传,记者24日从北京动物园获悉,通过园区智慧安防系统快速进行人脸识别,视频中女子的影像已经找到,目前动物园已经将其列入“北京动物园不文明行为黑名单”。下一步,动物园将与公安部门取得联系进行身份信息核实,待核查完毕后上报北京市文旅局列入“北京旅游黑名单”。(9月24日《新京报》)

动物园平日给动物准备的饲料都是经过精心挑选、严格检查的,如青草由专门的青草基地提供,以保证饲料没有农药残留、没有辐射等。游客随意给动物投食,会破坏动物正常的饮食习惯,还可能造成动物偏食、营养不良。如游客爱喂的膨化食品、坚果等零食,食物中的糖、脂肪、添加剂会造成动物肥胖,影响它们的心血管健康。未加工成熟食的干挂

面中还含有不少碳水化合物。食草动物过量食用后,会导致腹胀、腹泻等消化系统疾病,甚至造成死亡。狼属于哺乳动物,喂狼吃草不仅不符合狼的食物属性,随意投喂更违反了文明游园的相关规则。

此种景象并不陌生。虽然绝大多数动物展区都有比较严格的防护,而且都有“禁止投喂”的提示标识,但游客携子投喂动物的现象络绎不绝。这个场面看起来似乎很有爱,带孩子看动物,与动物友好“互动”,是爱孩子爱动物的表现。然而,这是一种错位的爱。“喂狼吃草”会给动物带来健康隐患乃至生命危险,而漠视规则、肆意妄为也会给幼小的孩子树立不良示范。

据报道,大约2016年开始,先只是个人投喂动物,但是后来效仿的人越来越多,几乎天天都有。可见“随意投喂动物”行为制止不力,引发了破窗效应。此次“带着孩子喂狼吃草”的家长已被列入“北京动物园不文明行

为黑名单”,下一步还将列入“北京旅游黑名单”,也就是说,其在一段时间内再进入北京的公园、景区游玩都将受到一定的约束或限制。不知道她该如何应对孩子的疑问及旁人诧异的目光?希望此举能够醒目地“划”出文明旅游红线,有效警醒有类似行为的人们,不要把规则和公德不当一回事。

我们看到,北京动物园狼馆围挡外又增加了鹅卵石隔离层,园内也已经实现了智慧安防系统全覆盖,工作人员可不间断搜索园区不文明行为,还增加了巡查、宣传、举报力度,这些举措都将大大强化游客与动物的物理隔绝力度,使游客无法投喂,但属于治标之策。全面提升文明素质,知晓爱护动物的基本常识,尊重规则、守法循德,真正学会与动物友好相处,懂得他律与自律,时刻约束自己的自私行为,记得“言传身教”是给孩子最好的教育,方是减少、杜绝“喂狼吃草”等不文明行为的治本之道。

## “学生告赢金山毒霸”不是维权最优解

□戴先任

2年前,下载“金山毒霸”后,华东政法大学本科生李同学发现,自己的电脑中被捆绑安装了猎豹护眼大师与软件管家两款软件。为此,其与“金山毒霸”运营公司对簿公堂。历经一审宣判、上诉……近日,案件终于有了结果。经上海市第一中级人民法院主持调解,被告支付原告700元赔偿款。(9月24日《中国妇女报》)

小李认为,自己在下载金山毒霸软件时,未被明确告知捆绑安装其他软件,此行为已侵犯其知情权与自主选择权。而被告则辩称,猎豹护眼大师及软件管家并不是捆绑软件,而是金山毒霸的内置功能模块,系为给用户提供更多实用、方便的功能而设置;提供下载服务时,已在官网上载明该

软件的介绍,原告自身存在未事先阅读的过错,因此不存在侵害用户知情权和自主选择权的情形;至于推送广告的行为,则是行规。

被告的辩解不足以采信,消费者在选择下载金山毒霸软件时,必须同步下载及安装“护眼模式”及“软件管家”,且这两款软件并不能独立卸载。此举明显侵犯了消费者的知情权、选择权。而推送广告成了行规,这倒是句大实话,无意间透露了互联网行业的潜规则。

广大网友深受“霸屏”的网络弹窗广告困扰。而一些互联网平台搞捆绑安装,下载他们的软件后,还会搭售一些流氓软件,这些流氓软件还难以删除。

对于一般消费者而言,往往不会为了这些小事诉诸公堂。就如此案,历时两年,得到的赔偿款

不过700元,从经济的角度来说得不偿失。但通过李同学的诉诸公堂,金山毒霸捆绑软件的行为消失了,这就维护了广大消费者的切身权益。李同学所谋者大,她的较真精神值得所有消费者学习,但也不能苛求所有消费者像她一样较真,对于个人而言,这样的维权成本太高。

正因如此,对于网络弹窗广告、“捆绑软件”等网络顽疾,更需要监管部门能够加强监管,而不应寄望于消费者“一个人的战斗”。要能形成常态化、长效化的强有力监管,根治弹窗广告、“捆绑软件”等顽疾。“大学生告金山毒霸捆绑安装”是消费者维权的典范,但并非维护消费者权益的“最优解”,要打击横行网络的各路“毒霸”、打掉他们的网络霸权,还需要监管的霸气治理,才有望实现网络空间的长治久安。

## 体育课必留作业,这个应该有

□杨维立

教育部体育卫生与艺术教育司司长王登峰9月22日在国新办举行的新闻发布会上透露,将来体育课也必须布置作业,要把文化课的作业减下来、体育课作业加上去,这样才能确保学生掌握运动的技能。(据《北京青年报》)

此次教育部发布会透露,未来学校体育教育改革,首先就是推动在体育课上教会学生健康知识、基本运动技能和专项运动技能。体育课和语文、数学、外语课一样,课堂上教会的知识和技能,勤加练习,才能掌握到位、学有所获。倘若止步于短短几十分钟的课堂学习,结果势必难有保证。

与前些年相比,各地体育教育工作虽取得了一定的进步,但仍存在较大提升空间。今年6月,教育部对9个省(区、市)中小学生视力情况进行调

查,同比2019年年底的数据,接受调研的14532名学生半年近视率增加11.7%。同时,户外活动和体育锻炼对视力的影响也非常明显,每天接触阳光不到1小时、1到2小时、2到3小时和3小时以上的学生,近视率分别为61.8%、58.3%、59.8%和60%。调查还发现,近视的学生在疫情防控期间参加户外活动和体育锻炼的强度明显低于不近视的学生。

上述调查数据从一个侧面证明,上好体育课、布置体育作业越来越重要和必要。体育作业是检验、巩固学生学习成果,提高学习效率的重要途径,要取得理想效果,不仅学生要做出不懈努力,也有赖政府相关部门、学校、教师、家长等各方面的共同参与、合力推进。

首先,学校方面要精心组织、周密安排、务求实效。督促体育教师认真备课,布置作业要着重在培养运动兴趣、发展运动技能

上下足功夫,在丰富作业内容上多做文章,科学、合理地设定完成作业的时间、难度,还要认真检查、点评作业,奖勤罚懒,形成鲜明导向,提升学生体育锻炼的内生动力。

此外,在遵循教学大纲的前提下,学校也应该积极探索创新。这方面有例可循,如北京实验二小在今年寒假曾通过“体能天天练”微信小程序为学生布置了丰富多彩的体育作业,要求学生每日打卡、全班排名、上传锻炼照片、记录心率变化。事实表明,这些新举措有效促进了学生体育锻炼的开展,值得其他地方和学校借鉴。

其次,政府相关部门要积极解决好场地、安全、配套措施等问题,为学生做好体育作业提供坚实保障。家长们更应以积极的态度,与学校相互配合、相向而行,发挥好表率作用,多陪孩子锻炼,带动孩子完成好体育作业。



## 治理“有偿删帖”

近日,天津市公安局河北分局破获一起以网络“水军”形式从事非法经营活动的违法犯罪案件。据了解,该犯罪团伙通过有偿删除网络差评获利近300万元,涉及10余省份。目前,已有3人被检察机关移送审查起诉。这也是近年来全国破获此类案件中抓获人员最多、生态链条最完整、固定证据最全的典型案列之一。

(9月24日《人民日报》)

## 需打好监管组合拳

□张西流

“网络水军”有偿删帖等,说穿了就是操纵网媒和舆论。

事实上,早在2014年10月10日,最高人民法院公布了《关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》,这一司法解释明确了网络敲诈、有偿删帖等互联网灰色产业的责任承担规范。其中规定,法院不仅认定“有偿删帖协议无效”,而且支持“权利受到侵害者依法替自己维权”,同时,删帖委托人及受委托删帖的网站,均要承担法律责任。特别是,明确将有偿删帖以敲诈勒索罪论处,具有更大震慑力。

可见,治理有偿删帖,需打好监管“组合拳”。首先,应提高网络安全法的执行力,尽快建立网站准入机制和淘汰机制,严格规范网站的运营流程、删帖手续和责任权限,依法约束网络公司的经营行为,一旦发现问题,应严肃处理。同时,应建立规范的网络行业管理协会,加强网站内部的自律与管理,形成有效的内部管理机构和制度规范,防止网站为利所动、为权所用、为黑所控。特别是,应强化相关媒体和社会公众的维权意识,通过法律手段追究删帖者和背后“买家”的法律责任,消除“网络水军”恶意删帖的负面作用和不利影响。

## 差评权是网络信用的基础

□宋鹏伟

从互联网精神的角度说,公开经营的市场主体或产品,不存在隐私权的概念,应当接受公众监督,即消费者有权在网上发表看法。以网络购物为例,他人评价是商家信用的重要参考,刷好评和有偿删差评都是对这一机制的人为扭曲,为消费者决策带来极大干扰,甚至形成了劣币驱逐良币的结果。

另一方面,由于用户有差评权,自身权益也可以得到更好保障。无论是无理由退换货,还是限时送差评等服务,商家之所以尽心尽力让消费者满意,也是忌惮他们手中的差评权。

“有偿删帖”流行,究其原因,一方面在于有些企业过于爱惜自身羽毛,不能忍受哪怕一点点对自己的合理质疑。这样的企业,往往也最热衷于同“水军”或“黑公关”合作,美化自己抹黑对手;其次,不相信法律,更相信江湖。在遇到负面消息后,很多企业不愿意走法律途径,而是热衷于“以恶制恶”还治其人之身,客观上壮大了“水军”和“黑公关”的实力。最后,部分企业自身管理存在漏洞,通过内外勾结,使得有偿删帖差评得以轻易实现,甚至形成一条灰黑产业链条。

互联网时代,企业要学会在“在口水里游泳”,也要擅用法律武器保护自己,而不是动辄雇佣“水军”维护自身形象。毕竟,只认钱的“水军”,随时也可能调转枪口。