



事实上,体育基础设施和健身公共服务体系,也是现代公共服务的重要组成部分,无论城市还是乡村,都应该获得公平的保障。对于绝大多数人而言,如果说奥运会是四年一次的“视觉大餐”,那么全民健身则是每一个平凡日子里都不应少的“油盐酱醋”,同样值得充分重视。

——光明日报:《关注争金夺银,勿忘全民健身》

总之,基层减负,减掉的并不是基层政府的责任,减负是为了轻装上阵,更有效地克服基层的难题和挑战。上级政府在向基层放权、赋能的同时,也仍然需要加强对基层的调研和资源支持,尤其是人力资源,毕竟基层治理人才之缺乏是提升基层治理能力的最大短板之一。

——法治日报:《基层减负是为了轻装上阵》

是什么让平台甘愿冒着被卸载的风险,也要把弹窗广告“印”上页面呢?唯利是图。弹窗广告的背后,已经形成了一条成熟的产业链,平台就是获利方之一。据行家披露,按照每条弹窗广告低至1分钱、每家公司单日最高提供100万条来计,虽然单价不高,但其受众面广、总量大,利润十分丰厚。

说到底,因影响使用体验而损失客户的价值“比不上”设置弹窗获取的暴利,导致“牛皮癣”花样翻新、禁而不绝。

——广州日报:《关不了的弹窗向谁“示威”?》



【本期话题】

炒作“网红儿童”

让自家孩子在镜头前做吃播,导致孩子3岁体重就达70斤,并且还在向100斤迈进;还在学龄前,就要被安排学习表演各种影视桥段;故意给小宝宝喂酒,以此来拍摄其表情以取悦观众……越来越多的儿童被父母推到镜头前当起了网红,并频繁接受商务合作,以获流量变现。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

⑨九九归一“网红儿童”直播炫富拜金、奢靡享乐、流量当道、扮丑卖乖等现象,扭曲了真实生活,给触网未成年人价值观造成巨大冲击。

⑩茯苓子 一些家长把未成年人当成挣钱工具,过度透支他们的体力精力,或者泄露孩子的个人信息,甚至让孩子干违法的事情“搏眼球”,给孩子的身心健康造成极大伤害。

⑪大东北 相关网络平台要完善自律机制,通过实名认证、人脸识别、人工审核等措施,确保主播注册实名制落到实处,封禁未成年用户的打赏功能,及时清理下架未成年人违规视频,从而净化网络环境。

本期话题下期继续

捍卫食品安全 不能总坐等媒体曝光

□张国栋

据报道,奈雪的茶涉食品安全问题被曝光后,北京、广东市场监管部门相继出手。广东市场监管部门约谈奈雪的茶,并开展食品安全专项检查。北京行业主管部门责令企业停业整改,并立案调查,严肃处理。

(8月4日中国新闻网)

近日,大名鼎鼎的奈雪的茶因门店被曝蟑螂乱爬、用发黑芒果、标签日期不符等问题再度引发社会舆论高度关注,各地相关部门闻“曝”而动相继出手,相信涉事商家及其门店将会为此付出相应的代价。可问题是,这样的“模式”似曾相识,甚至屡见不鲜。由此人们不禁要问,下一个被曝光的问题食品将是什么?依靠媒体曝光来推动问题的解决,是否太过被动?如何才能让监管与惩处更有力有效?

食品安全是最基本的民生问题。中央领导多次强调,要加大监管力度,严把食品安全关。

颁布食品安全法、成立国务院食品安全委员会以来,食品安全在国家层面受到前所未有的高度重视。但在实际中,却未能真正落地落实,不时曝光的问题食品就是例证。

从当前情况看,高度重视食品安全的意愿、举措以及法规还没能传递到基层农场、工厂、门店、市场和监管层,更没能产生应有的效应。以此次曝光的奈雪的茶为例,虽然表面上看,问题是出在其门店的内部管理和控制环节,但究其根本,还是没有把食品安全当回事,以致乱象丛生。

可以说,食品产业规模化、组织化、规范化程度不高,行业自律约束机制不健全,企业质量安全管理能力较低以及门店无视规章自行其是等,是食品安全处于风险高发期和矛盾凸显期的重要原因,但这决不能成为问题食品频现的借口。

就监管执法而言,不能总是

坐等媒体曝光之后才有行动。要让日常监管硬起来,一方面要充实基层监管力量,配齐装备,更新标准,培训人员,提升监管能力。同时,要保持监管的独立性,杜绝监管人员和被监管对象相依共存,提高基层监管执法的公信力。

说到底,捍卫食品安全是食品生产经营者、监管部门和各级政府的法定责任。各地各部门既要支持企业发展,也要严格监管。只有与时俱进,不断创新食品安全监管惩处体制机制,严惩违法犯罪行为,才能强化对生产经营者的外部约束力,促进其内部管理和控制能力稳步提高。这虽然不是一朝一夕之功,却是强基固本之策,是捍卫食品安全的不二选择。期待各地各相关部门提高认识,不忘初心,锚定目标,各个击破,切实答好捍卫食品安全这道必答题,以实际行动回应社会舆论关切。

恢复测温亮码也是一种随“疫”应变

□叶金福

街坊请注意!今日起,广州公交、地铁将恢复测温、亮码。需强调的是,红码和黄码人员不得搭乘公共交通工具。据介绍,根据广州市最新通知要求,为进一步加强广州市城市交通防控措施,8月4日起,广州城市交通将实施如下措施:地铁方面,进入地铁站搭乘地铁的乘客须测温、亮码、佩戴口罩。常规公交方面,搭乘公交车的乘客须测温、佩戴口罩。

(8月4日《信息时报》)

自去年年初新冠肺炎疫情暴发以来,测温、亮码、戴口罩成了广大民众出入公共场所的“必备动作”。这既是自身防疫安全的需要,也是对社会公共防疫安全的负责。

但随着国内疫情形势的持

续稳定、向好,一些地方把原先“测温、亮码、戴口罩”的防疫要求做了适当的调整,改为只“戴口罩”,省去了“测温、亮码”等环节。这说明,我们的疫情防控工作取得了阶段性的胜利。

如今,广州等地又重新恢复“测温、亮码”,这并非“多此一举”,而是鉴于当前一些地方的疫情又“死灰复燃”,出现了“反弹”。近段时间,全国多省份多城市出现多例本土病例,且有传播、扩散和蔓延之势。在此大背景下,“恢复测温亮码”无疑是疫情防控的一个有效举措。

虽然进入公共场所“恢复测温亮码”确实显得有些麻烦,但这与我们自身的防疫安全相比,这点小麻烦又算得了什么呢?可以说,广州等地“恢复测温亮码”也是一种随“疫”应变,既是

积极应对疫情“反弹”的一种应对举措,更是对广大民众生命健康安全负责的一种积极态度。

因此,笔者以为,对于“恢复测温亮码”之举,广大民众要给予充分理解,大力支持,积极配合,出入公共场所既要养成“戴口罩”的防疫习惯,也要积极配合“测温”“亮码”,切莫抱怨,甚至不配合。

据专家分析预测,“疫情防控”将会是近一个时期的一项常态化工作。因此,笔者以为,无论你所处的城市目前有没有疫情,都应始终保持防疫的“警惕性”,每一位民众都应严格按照防疫总体要求,自觉做到“测温、亮码、戴口罩”,从而既守护自身的防疫安全,又为国家的防疫大局负责,这才是广大民众打赢疫情防控战的“正确方式”。



警惕!有人把夏令营变成了夏“利”营

□钱凤伟

“一头连着课堂,另一头连着广阔的自然与社会”“乘风破浪的少年”……暑期来临,各式夏令营、研学活动逐一登场,成了不少家长解决暑期孩子托管问题、让孩子增长见识、锻炼身心的重要选择。然而记者调查了解到,在火爆的市场背后,一些夏令营的带营老师资质存疑,师生比过小,管理存在漏洞,部分机构存在“霸王式”签约,给参营安全和消费者维权带来隐患。

(8月4日新华视点)

说起夏令营,宗旨是提高青少年的综合素质,印象中应该是公益性的活动,一直以来也都把关爱青少年的社会效益、价值引领放在首位。当然,现在夏令营市场化运作,收费或也随行就

市,但夏令营的性质,决定了不应该以赚钱为唯一目的。即使是赚钱,也不能丢了“以孩子为主、安全为上、资质为先、教育为本”的初衷。但现在宣传广告名不副实,转包生源、霸王条款……各种手段之下,主办方赚得盆满钵满,夏令营变成夏“利”营,盯住的就是家长的口袋。

而于家长,同样是出于急功近利的目的,参加夏令营是为了让孩子多一点今后竞争的本钱。如此从众心理,必然“哄抬”了“供不应求”的市场“紧缺”。而老师为夏令营多拉一点生源,当然是为了让自己从中分得一杯羹。社会的势利、功利让夏令营变成夏“利”营。

当然,从根本上说,是监管的乏力乃至缺位。“国家层面几乎没有针对夏令营市场管理进行立

法。”“夏令营监管几乎是一个盲区”。比如,“记者相继拨打文旅、市场监管和教育部门等7个省市级服务热线和相关人员电话,询问夏令营或研学游学中出现纠纷应向哪里投诉,均未得到明确答案。”于是,“只要有生源,谁都能办夏令营,这个行业几乎没有准入门槛”“只要通过学校和老师招来学生,就能自行组织夏令营,这早不是什么行业秘密。”夏令营因此异化,已不可避免。

有专家建议:“应尽快制定出台《夏(冬)令营管理条例》,以法律的形式规范夏令营市场,建立标准的资质评价体系和准入机制。既要严格监管,又要保证市场的活跃度。”那么,还有什么事比事关孩子成长的事更大更急?显然,有关方面应该尽快把强化夏令营的监管,提上议事日程。



卖惨牟利骗局

身世凄惨、上不起学的小姑娘引来一众网友购买当地村民的苹果;丈夫患有肝癌、自己在工地扛水泥的妹子获得很多网友打赏……这些博得众人同情的案例最终却被证明是骗局。在互联网上,有些人通过编造离奇的剧情,卖惨炒作骗取关注、吸引流量,实现带货、非法牟利的目的。这样网络卖惨牟利的骗局,已形成一条黑色产业链,整治刻不容缓!

(8月4日《工人日报》)

打它要用“组合拳”

□廖卫芳

笔者以为,要戳穿卖惨牟利骗局,需打好“组合拳”。首先,监管要到位。网信部门要积极承担起监管的主体责任,要对各种短视频进行经常性的认真督查,甄别真伪,以防“摆拍卖惨”短视频忽悠、欺骗公众,消耗公众的爱心和怜悯之心。其次,平台要把关。短视频网络平台应严格把好审核关、准入关,绝不让各种“摆拍卖惨”短视频进入发布平台,混淆是非,玷污网络环境。其三,打击要从严。相关部门应对恶意的“摆拍卖惨”短视频行为进行从严打击,该罚款的要罚款,该封号的要封号,该取缔发布资格的要取缔发布资格,该追究法律责任的要追究法律责任,让那些无良策划者付出应有的代价,倒逼其遵纪守法。

另外,不妨设立举报奖励制度。网信部门以及平台,要积极鼓励网友对“摆拍卖惨”短视频行为进行检举揭发,并给予举报者一定的经济奖励,从而让“摆拍卖惨”短视频者如“过街老鼠”,人人喊打,使其没有市场。

平台不能熟视无睹

□卞广春

网络上卖惨牟利,是电商打“悲情牌”售卖苹果、鲜笋、菠萝等套路的延续。对此,网络平台不能对卖惨牟利熟视无睹,不能让卖惨牟利畅通无阻,而应肩负起审查监督相关信息或内容的职责,使网络更清明,社会更文明。

首先,必须斩断悲情剧在网络平台不时上演的黑色产业链。据悉,网络卖惨有专业公司、专业团队的介入,有从编剧到演员培训等一系列服务,存在技术化、团队化、流程化的操作,且剧情不断翻新升级。这种现象严重触犯了经营、做人、监管的底线,必须严肃查处。

其次,网络平台应有所作为,对卖惨牟利不能熟视无睹。3月,抖音安全中心发布的《“卖惨带货、演戏炒作”违规行为处罚公示》显示,平台已对卖惨带货、编造离奇故事、演戏炒作等行为进行违规处罚,30天内处理相关违规直播间446个,封禁违规账号33个。抖音短视频平台的做法,为其他同行做出了良好示范。

其三,监管部门应对卖惨牟利行为联合发力。卖惨牟利与网络环境、市场销售、规范经营等相关,不可能所有网络平台都严肃面对卖惨牟利,卖惨牟利不可能被所有网络平台发现和甄别,网络平台也不可能对所有卖惨牟利现象紧追不放,这需要网络监管、市场监管、价格监管等部门和消费者协会擦亮眼睛,鼓励举报,高举法律大旗,对卖惨牟利商家或平台实现有效监管,不让卖惨牟利有喘息的机会和生存的空间。