



技术革新与信息保护不应成为一道单选题,方便快捷也不应以用户隐私来换取。期待新能源汽车在加速驶入智能“快车道”的同时,更要系牢隐私保护安全带。

——经济日报:《充电桩也要做好隐私保护》

“顺手买1件”不能成为“顺便坑1次”,平台和商家设置促销活动吸引消费者无可厚非,但不论何种促销,都应该遵守法律法规。建立在遵守法规、尊重消费者权益的基础上,“顺手买1件”应该更加公开透明,让消费者可以比质比价,如此才能实现各方共赢。

——光明网:《“顺手买1件”怎成了“顺便坑1次”》

平台逐利无可厚非,但不能挣满是腥臭的钱;强调用户意识也没错,但不能在一味迎合中丧失基本的价值观。当一个平台进行“一对多”的传播,就天然地具备了公共属性,那就必须扛起引领价值的社会责任。整治直播乱象,要在制度层面规范,在技术层面优化,但最为根本的,还是要打破流量至上、不问价值的算法逻辑。

——北京日报:《玩命式直播何以大行其道》



## 【本期话题】

### 被罚的“最终解释权”

日前,河北秦皇岛一美容会所因在对经营项目进行说明时使用“最终解释权归××美容会所”的内容而被罚款5000元引发关注。记者梳理发现,因为规定经营者单方享有解释权或者最终解释权而被处罚的商家并不少。你怎么看?

## 【议论纷纷】

孙建国 商家因亮出“最终解释权归本店所有”而被市场监管部门处罚,是其咎由自取,因为这种做法属于霸王条款,涉嫌违反《民法典》和《消费者权益保护法》有关格式合同的解释规则,为法律不容!

微水四街 商家的做法,排除或者限制了消费权利、加重了消费者责任,却减轻或者免除其自身责任,被消费者诟病、痛恨一点儿也不令人意外。

本期话题下期继续

# 莫被明星减肥 带偏了科学减肥节奏

□郝冬梅

近日,《漫长的季节》带火了男主角秦昊的减肥食谱。秦昊的妻子伊能静分享了他的瘦身食谱。爱美人士用这一食谱减肥靠谱吗?5月23日,记者就此采访了南通大学公共卫生学院营养与食品卫生学系主任徐广飞。

(5月24日本报5版)

如今“跟着明星减肥”十分盛行。在社交媒体上,不少明星都会与歌迷、影迷互动,分享一些自己的减肥经历、减肥心得。应该说,这种互动和分享是值得点赞的。但是,需要区分的是“明星减肥”是真科学还是伪科学?无疑,只有“明星减肥”采取的是科学手段,

根据《中国居民营养与慢性病状况报告》最新数据显示,目前中国的成人中已经有超过1/2的人超重或肥胖,成年居民(≥18岁)超

重率为34.3%、肥胖率为16.4%。从健康的角度而言,我们每一个人都应该重视自身的健康,关注科学减肥尤为重要。

就拿“明星的减肥食谱”来说,专家分析后就给出了否定的答案:从伊能静公布的食谱中,可以看出秦昊的饮食很单一,属于极低热量食谱。尽管“秦昊食谱”在短期瘦身上确实有所成效,但专家并不赞成这种极端的饮食方法。这对长期控制体重肯定行不通,对身体也是很不利的——伤身还易反弹。

“跟着明星减肥”可以,但是不能是“跟着明星不健康地减肥”。对于有关部门而言,需要对“明星减肥方法”进行把关,正确的减肥方法可以推广,而如果是错误的减肥方法,则不能任由其传播。对于广大市民而言,则需要多些理智的减肥态度,对“跟着明星减肥”不能鲁莽,不能是“跟错了人”。



## 对“习以为常”的违法不可小视

□宝哲

一辆普通客车因超重载货爆胎失控,导致他人伤亡,车辆保险公司需要承担赔偿责任吗?记者22日了解到,崇川法院审结了这样一起案件。

(5月24日本报6版)

此次判决是一堂普法课,对当事人也是一次教训。

现实生活中,超重载货成了很稀松平常的事情,没有谁会当回事。驾驶员会认为一旦被查处,也就是交点罚款的事情。总之,成为了“习以为常”的交通违法。但问题是:越是“常见

的违法”越是不能视而不见,越是不能习以为常。

现实生活中,我们身边有着太多的“习以为常”的交通违法。比如,外卖小哥为了抢时间,就“习以为常”地横冲直撞;比如,一些汽车驾驶人在开车的时候,就“习以为常”地接打电话;比如,一些坐在汽车后座上的人,就“习以为常”不系安全带;比如,一些骑行自行车、电动车的人,在红绿灯路口等红灯的时候,就“习以为常”地刷抖音,以至于身处险境而不知……

这些“习以为常”危害

不小。从一个层面而言,某些“习以为常”会带坏社会的风气;从另一个层面来说,某些“习以为常”会破坏社会的秩序。

生命没有重来,每一起交通事故的发生都不可能进入“时光倒流”的通道。因此,对于“习以为常”的交通违法,我们就是要少些习以为常的态度。作为普通市民,我们需要告别此类坏的“习以为常”;作为执法部门,则要勇敢地亮剑,叫停“习以为常的违法”。一定要谨记一点:不能拿生命赌明天!

## 为单身青年创造更多“遇见”机会

□知新

昨天下午,我市举办“情暖江海 爱在通城”婚恋交友活动。当天,全市各界1000多名优秀单身青年相聚紫琅湖畔。

(5月19日本报2版)

这场婚恋交友活动很潮,不仅为单身青年搭建了拓宽交际圈、结识另一半的平台,而且让他们在交流沟通、才艺展示中收获了友谊与幸福。期待此类专场招聘会能够制度化、常态化。

帮助未婚青年“脱光”,离不开组织的关心关爱,群团组织、社会组织更是责无

旁贷。要切实发挥“娘家人”“红娘团”的作用,通过广泛搭建平台、精心设计载体、持续教育引导,为青年婚恋交友提供必要的基础保障和适合青年特点的便利条件,切实打通青年婚恋的“最后一公里”。

为单身青年创造更多“遇见”机会,组织婚恋交友活动很有必要。当下而言,要围绕青年人的所需所盼,紧密结合他们的心理特点和社交需求,精心安排各类活动,不断丰富寻爱内涵。比如,可以创设短途旅游、拓展互动、厨艺比拼、心动告白等多种形

式,让他们在愉快交流中拥抱友情、收获爱情;又如,面对“婚恋中的烦恼”,可有针对性地进行心理辅导和答疑解惑,主动帮助他们解开心结、健康交友。

“互联网+”时代,各类移动社交平台和新媒体发展日新月异,为单身青年创造了更多的“遇见”机会。“线上+线下”,互动的“界面”到处都是,要进一步完善数据库、适应新需求,为单身青年提供屏对屏、心贴心、实打实的服务,全力搭建起一个自由、浪漫、平等、真诚的交友平台。



## 推进垃圾分类

昨天,我市组织开展“生活垃圾分类宣传教育基地”公众开放日活动,邀请市民群众走进基地观摩研学,让垃圾分类科学知识和实用常识变得更有趣。

(5月24日本报4版)

## 多建这样的宣教基地

□邓为民

推广生活垃圾分类是一项利国利民的大好事,但在实践中却时好时坏。从要我实行垃圾分类,到我要实行垃圾分类,看似一小步,却要在宣传工作上迈出一大步。

通过组织市民群众到垃圾分类宣教基地参观学习,可以让大家对生活垃圾现状、为什么要分类、垃圾怎么分类、垃圾去哪儿了有更清晰的认识。同时,宣教基地借助文字、图片、影视、互动游戏等多种可视化手段呈现垃圾分类知识,可给予游客直观的、身临其境的沉浸式体验,使广大社区居民很快掌握垃圾分类的正确做法,也会提高垃圾分类投放的积极性。

有句话说得好,“垃圾是放错地方的宝贝”。所以,要提高公众的环保意识,宣传力度一定要加大。笔者以为,这样内容丰富、形式活泼的宣教基地应该多建,从而真正让垃圾分类工作可持续地开展下去。

## 在四个“化”上下功夫

□新平

垃圾分类宣传有很多具体工作,笔者以为,其中最为关键的是要在四个“化”上下功夫。

宣传方式要渠道多样化。宣传垃圾分类知识既要通过海报、标语、展板等传统方式,也要注重利用抖音、小红书,以及今日头条等广受欢迎的自媒体平台,进行垃圾分类知识的宣传。

宣传内容要简单明了通俗化。在垃圾分类知识的宣传宣讲上,既需要内容丰富多彩,也要用简单通俗的语言,使宣传内容简明易懂、直白易记。

宣传营造氛围要全员化。垃圾分类知识宣传不但要走进校园、小区、企业,也应深入乡镇农村,确保宣传宣讲不留盲区、不漏一人。

宣传要坚持不懈常态化。只有持之以恒进行常态化宣传,才能真正让垃圾分类成为每一个市民的自觉行为。