

关注

借科普导流当止

□唐传艳

当下,在互联网上,健康类信息检索查询需求旺盛。殊不知,在一些社交平台以及搜索引擎平台上,科普内容经常被用来给一些医疗机构宣传导流。在同一个页面,医师的健康科普内容下面,经常会出现包含功效的医疗推销文章,诱导人们在阅读科普文章时点开。由于披着科学的外衣,导致这些医疗广告更具迷惑性。(10月21日中工网)

在网上阅读医疗科普文章,是当前网民了解疾病知识的主要途径。并且和过去的网络搜索相比,现在的医疗科普文章可以提供更加具体的病例、更为全面系统的知识。此外,科普文章还可以留言互动,更为网民所喜爱。相关部门鼓励医务人员积极参与线上医疗科普活动,原因就在于这种方式契合信息时代的发展潮流,具有广泛的群众基础和广阔的发展前景。

然而,部分医疗科普文章名为科普,实际上却是为医疗机构物色和导流患者。如此“明修栈道暗度陈仓”,网民中计的可能性大增。接收这类信息之后,网民很可能误以为找到了一家好医院,哪曾想到,所谓的科普,却是经过了精心伪饰的推销文章,倘若网民果真照着这类科普文章的“指引”去看病,就可能掉进医疗欺诈的陷阱当中,不仅病治不好,反而会导致看病钱被騙走,以及接受低质量的诊疗。

此外,伪科普和真引流,不仅毫无科学性可言,而且为了自圆其说,往往生搬硬套,错漏在所难免。接受错误的知识容易,消除错误知识的影响很难。尤其是上当的人多了,必然会影响这种科普形式的声誉,让那些真正想通过这种形式普及医学知识的人,也极难获得社会的认可与信任。

《互联网广告管理办法》规定,介绍健康、养生知识的,不得在同一页面或者同时出现相关医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品的商品经营者或者服务提供者地址、联系方式、购物链接等内容。此外,2021年11月,多部门联合发布《医疗机构工作人员廉洁从业九项准则》,对医务人员帮助推销行为等进行约束。这方面并不缺乏法规,但对于新的医疗推销文章违规行为,监管还须尽快拿出针对性强的举措,尽早遏止住其发展势头。

传统的医托,是多人配合在医院里物色患者,一人假装同情相怜,另一人假装热心帮助,唱双簧唆使患者到黑诊所看病。如今在网上借科普之名行引流之实的做法,则是一种新的医托形式。医托利用了互联网,不仅波及面更广、隐蔽性更强,而且对患者的误导也更深远,伤害也更大。打击医托,既要针对线下的“实托”,更要针对类似线上的“虚托”,进一步维护好医疗秩序和患者的利益,也让真正的医疗科普文章,能够更好地发挥普及医学知识和提升民众健康素养的作用。

“体测焦虑”要不得

□刘天放

近段时间,北京各区中小学陆续开展四年级、六年级、八年级的体质健康测试。一时间,校外体育培训在线上线下抢尽了风头,众多家长也在被渲染的“体测焦虑”下纷纷报名。北京日报记者近日调查发现,一边是培训需求迅速升温,一边则是校外体育培训机构乱象丛生,很多培训机构在从业人员、培训场地等方面并不符合规范。

而且,无论大班培训、上门私教“一对一”还是占用公共场地培训,都乱象重生。即便如此,体育培训仍热度不减。就像报道中提到的,有家培训机构教练透露,近段时间前来咨询的家长络绎不绝,得提前预约才能“抢”到教练。这无疑是“体测焦虑”在家长中传播蔓延的结果。

体育培训过度,会增加课业新负担。“双减”将中小学生的课业负担减轻,但体育培训中解脱出来,可如果又让其增加另外一种负担,这显然是给“双减”帮倒忙。如果体育培训过度,就将变成了另一种“应试教育”。尤其是在体育培训机构加快扩张,而师资场地等都紧张的情况下,更要谨防体育培训功利化、应试化倾向。

众所周知,体育不仅能强身健体,还能培养“健全人格”,包括尊重对手、遵守规则、接受失败、全力争胜、团队合作、强化记忆、培养解决问题的能力、利用环境、控制情绪、缓解压力等,如此让孩子们更好地面对生活中的种种困难和挑战,使心理更健康。但如果仅是为了体测,无疑偏离了方向。

2021年10月国家体育总局曾发布通知明确,坚决抵制“应试教育”思维,引导广大青少年学生和家形成长正确的观念。可见,对体育培训规范管理势在必行,谨防跑偏。家长也要配合,莫让“体测焦虑”变为“鸡娃”。重视校园体育,让学生“校内吃饱”,给异常的体育培训降温,如此才能使体育培训回归正常。

善做“加减法” 村播更有为

□吴志明



近年来,泉州各地“村播带货”方兴未艾,越来越多村民化身乡村带货主播,年轻人选择返乡直播创业,村干部打造直播平台甚至参与到直播带货中,为当地的农产品从田间地头走进千家万户打开了便捷通道,带领当地村民致富,助力乡村振兴。但村播在发展过程中也遭遇了各种瓶颈。笔者认为,要想让村播“播”得更好、“播”得更远,相关部门就要学会做“加减法”。

顾名思义,村播就是乡村直播,指主播们通过网络直播平台,向广大网友推介乡村,既推动农产品销售,又带动乡村旅游。近年来在乡村振兴的战略背景下,农村物流体系得到快速发展,政策方面也是暖风频吹,“建设农副产品直播电商基地”写入了今年的中央一号文件,互联网和移动支付逐渐在农村普及,短视频平台也在积极扶持与培养……在这些肥沃的“土壤”中,村播应运而生。它为农村带来了更多的就业、创业机会,吸引年轻人返乡,为乡村振兴注入强劲动能,有效提高农民收入。正如农业农村部信

息中心副主任张国庆曾表示,村播作为乡村振兴的新型人才,为乡村振兴带来了人才的“源头活水”。

中国是农业大国,近年来随着农业农村现代化加快推进,乡村特色产业急速发展,各地农产品种类繁多、品质优良。然而,受时间空间限制,许多特色农产品面临着信息不对称、销售渠道窄、价格低廉等问题,有的甚至出现滞销。而村播则通过现场直播,将农产品直接展示给更广泛的消费者,消费者可以更直观地了解产品的品质和来源,这样就消除了中间环节,让农产品卖得更远、卖得更好,带动农民增收致富。同时,伴随着村播们的镜头,乡村原生态的文化民俗、美丽的田园风光、淳朴的风土人情、美味可口的蔬菜水果,以及民俗、采摘园、农家乐也得到了展示,吸引城里人到乡村旅游、休闲、康养,满足了他们渴望逃离喧嚣、追求宁静的需求。

虽然村播在发展过程取得了一些成绩,但也面临着一些挑战和问题。人才缺口、流量不足、产品缺乏标准、生鲜配送不及时等问题依然制约着“村播带货”的发展。笔者认为,要想让村播走好长远,相关部门就要学会做“加减法”。首先在人才培养上应做“加法”,相关部门应整合资源,为村播们提供集中培训、业务咨询的“大本营”,通过培训提升其创造力和平台学习力。其次在产品

品牌塑造、完善售后保障工作上也要做“加法”,无论通过什么形式卖产品,核心还是产品质量。相关部门应整合社会资源,对当地零散农户的农产品统一收购、统一销售,打造品牌,让农产品变成文创品,提升农产品的议价能力,让其更标签化,更有价值,并进行传播推广,提升品牌价值。此外,在扶持力度上也要做“加法”,逐步完善农村软硬件基础设施,加大支持力度和政策引导,改善乡村村容村貌,吸引城里人来创业,也吸引本地外出人员返乡创业,打造良好的营商环境和农产品生产销售链条。在做好加法的同时,还要做好“减法”,比如对符合条件的村播,在办理相关资格证、网店认证审核时简化办理流程,提供资金支持时简化审批手续、减免利息,对农产品流通环节税收进行减免……

总之,村播是个“综合体”,涉及农户、快递物流、电商平台、运营方、主播等,各方要做到价值共创、利益共享,多方联动,形成抱团合力、资源集聚。只有把各方面工作都做好,才能让村播在乡村广阔天地向下扎根、向上生长,在未来开出更多繁花,结出更多助力乡村振兴的丰硕果实。



2023年第三季度,人民银行依法对3家拒收人民币现金的单位及相关责任人作出经济处罚。违法事实包括:所运营的展览会馆拒绝公众使用人民币现金购买门票、拒绝公众使用人民币现金支付车位购置费、所运营的学校食堂拒绝公众使用人民币现金支付餐费。(视觉中国)

规范求助行为,让网络募捐更安全

□汪昌莲



慈善法修正案10月20日提请十四届全国人大常委会第六次会议审议。此次提请审议的慈善法修正案,增设规范个人求助行为等规定。明确个人因疾病或者其他原因导致家庭经济困难,向社会发布求助信息的,求助人和信息发布人应当对信息真实性负责,不得通过虚构事实等方式骗取救助。个人求助网络服务平台应当承担求助信息真实性查验义务。(10月21日澎湃新闻)

近年来,借助移动互联网技术飞速发展移动支付手段日益成熟的东风,加上“突发重大疾病的人不至于致贫返贫”“为遭遇不幸的家庭雪中送炭”的美好愿景,网络慈善快速崛起。但在高速发展的背后,慈善组织与募捐信息平台、捐赠人、受益人之间法律关系不清晰,部分网络慈善募捐平台自律、让网络募捐真正能够雪中送炭,成为公众关注的焦点。基于此,慈善法修订草案填补网络个人求助法治空

白,新增关于个人求助和个人求助网络服务提供者的规定,明确求助人和信息发布人的诚信义务等。

事实上,《慈善法》第二十二条明确规定,慈善组织开展公开募捐,应当取得公开募捐资格。2016年8月,民政部公示首批慈善组织互联网募捐信息平台遴选结果,轻松筹、水滴筹等13家平台入选。可见,这些众筹平台,也是合法的慈善募捐机构。同时,根据《慈善法》规定,慈善组织以及有关部门应当依法履行信息公开义务;慈善信息公开应当真实、完整、及时,不得有虚假记载和误导性陈述;如果平台没有尽到审核责任,发布了虚假众筹项目,就要承担连带责任。

然而,此前据媒体报道,网上购买虚假病历能通过初审,轻松筹、水滴筹、爱心筹三大网络众筹平台,均不保证发起筹款信息完全真实。同时,轻松筹、水滴筹招募大量所谓的“筹款顾问”,进行“扫楼式”筹款,每推一个单收入几十元到上百元不等,显然已经背离了大病众筹的公益初衷。特别是,诈骗募捐事件时有发生。比如,被告莫某隐瞒名下财产和其他社会救助,违反约定用途将其所筹集的款项挪作他用,构成违约,被判全额退还筹款15万余元并支付相应利息。同时,法院要求

水滴筹平台后期应准确将善款返还赠予人。

必须承认,网络募捐的风生水起,说明这种慈善形式,在中国社会有一定的市场,也说明了网络众筹平台,是民间公益和慈善事业的一种有益探索和补充,作为一种新生事物,需要政府以包容的心态,给予它一定的发展空间;同时从立法、行政等多个角度,加强对网络募捐平台的规范,使之趋利避害,真正为民间善举。然而,近年来,由诈骗募捐等引发的负面新闻,频频见诸媒体,损害了网络募捐的公信力。

可见,规范个人求助行为,让网络募捐更有感召力。这就要求,网络募捐相关的立法,可以更加规范和完备,让网络募捐的阵地更加有序、更加有效、更加有力。同时,对网络募捐的主体资格,设定必要的门槛,给予合乎条件的公益性社会团体或事业单位必要的网络募捐主体地位,对参与网络募捐的行为,进行一个准确的定位和定性。再者,不管是网络募捐主体,还是受助对象,均要公开善款使用情况,主动接受社会各界的广泛监督。只有网络募捐安全可靠,真正让受助对象获益,才能广泛传播公益慈善理念,营造人人关爱、人人互助的良好社会风尚,使网络募捐成为大众的普遍情怀。

地铁“卸妆进站”无可厚非

近日,有广州的网友发布视频称,有人乘坐地铁时被要求卸妆后才能进站,消息冲上热搜引发热议。广州地铁方面表示,根据《广州市城市轨道交通乘客守则》,在出入口、通道、站厅、站台、列车车厢等轨道交通区域或其他轨道交通设施内的禁止行为,其中包括:赤脚、赤膊、衣冠不整或妆容、装扮容易引起他人不适或造成恐慌的行为。(中国青年网10月19日报道)

房清江点评:广州地铁禁止“惊悚妆”进站,得到网友近乎一致的支持,不仅在于“惊悚妆”本身的行为很另类,与大众的审美格格不入,也在于其形象本身可能让人感到不适,不符合人们对公共环境安全、安宁的心理诉求。所谓禁止进站,也不是地铁方面拒绝其乘坐,而是要求其卸妆清理后再进入,并且地铁方面还提供卸妆水、卸妆棉、纸巾、清水等物品,无疑管理富于人性化。地铁、影院、图书馆等公共场所,“公共”是基础属性,与私人场所环境有质的不同,这也决定着个人在公共场所的行为受到一定约束,个人的利益、自由服从于多数人的共同利益,不能将其凌驾于公共利益之上,应该成为普遍的认识。

大楼贴膜护鸟 尊重生命

近日,“深圳一大楼贴膜防止鸟撞”这个话题上了热搜,原因是这两天,腾讯深圳总部滨海大厦的外墙,贴了一张特殊的“膜”。走近看,这张“膜”上布满了整齐的白色波点,而这些波点并不是装饰品,其实是为了让鸟儿能“看清楚”玻璃,防止“鸟撞”事故发生。(《钱江晚报》10月19日报道)

杨朝清点评:鸟类因无法辨认出玻璃的存在,与建筑相撞导致受伤或死亡的现象,在全球多个城市上演。仅次于流浪猫捕食,“鸟撞”问题是第二大威胁鸟类生存的人为因素,已在全球范围内成为重要的鸟类保护课题。因此,更好地保护鸟类、打造鸟类友好型建筑,需要成为一种社会共识。生态环保观念也有一个不断深化、细化的过程,“慢了一拍”的认知短板也需要被补齐。爱鸟护鸟、保护生态环境是一件有价值、有意义的事情,需要增强“等不及”“伤不起”的紧迫感 and 使命感。不论是通过设计和建设鸟类友好型建筑,还是改造已有的建筑,都可以减少“鸟撞”这一空中悲剧的发生。而从内心深处敬畏自然、尊重生命,这既是生态环保的应有之义,也是我们面向未来的理性选择。

大V前台实名 强化管理

近日,有消息称,超过一定粉丝数的微博大V将实行前台实名制,即在微博首页展示姓名、职业信息。微博CEO王高飞在微博上表示,实名针对的是粉丝超过100万的自媒体账号。此消息引发围绕微博百万大粉前台实名制,网友们掀起了一波讨论热潮。(大洋网10月20日报道)

胡建兵点评:要求微博百万大粉前台实名制,对于打击带节奏、蹭热度、恶意造谣和网络暴力等困扰公众已久的行为来说,是利之举,是件好事,不仅有利于帮助网民有效辨别网络信息真伪,还在一定程度上降低了社区管理的难度,便于平台实施有效管理。“前台实名制”前台实名亦加大了全民监督的力度和范围,让大V们在发言之初就要为自己的言论而负责,这是约束部分网民不良网络行为、肃清网络环境的有效方式。当然,在搞好“前台实名制”这项功能的同时,也要防止产生副作用。大V的隐私保护也需要被重视,毕竟真实信息的暴露会提高信息被不法利用的风险。由此,对网络平台要搞好精细化管理,从更高的层面来完善个人信息安全的保护措施,让真实信息公开的大V安全上网、安心上网。

挂羊头卖猫肉 必须严惩

近日,由江苏张家港出发的一辆非法运猫车辆被爱心人士拦截,当地警方接警后立即出警,农业农村局也已介入。据知情人士介绍,“这些猫以每斤4.5元的价格卖出,并被包装成各种可食用肉,制成烤串、火腿肠……而消费者则是以购买猪牛羊的价格买下这些未经检验的肉,并始终蒙在鼓里。”(澎湃新闻10月22日报道)

史洪举点评:羊肉、牛肉的价格一般是三四十元每斤,报道所指的猫则是4.5元每斤,即前者价格几乎是后者的10倍。故此,用猫肉冒充牛肉、羊肉,制作成火腿肠、烤串销售的话,可以获利不菲。如果不是经过DNA这种代价较高的检测,即便是权威人士,恐怕也无法肉眼辨别。这种用猫肉冒充羊肉、牛肉的掺假行为,既欺骗了消费者,也带来了食品安全隐患,更冒犯了很多人的感情。“挂羊头卖猫肉”实属利欲熏心、丧尽良知、毫无道德的恶行,理应承担高昂代价。其对消费者构成欺诈,应当承担退一赔三且不低于500元的赔偿,若其生产、销售不符合安全标准的食品还应追究刑事责任。