

# 向道德模范的“精神高度”攀登

樊树林

“德耀中华——第八届全国道德模范颁奖仪式”11月5日晚在北京举行。颁奖仪式分为“助人为乐”“见义勇为”“敬业奉献”“诚实守信”“孝老爱亲”5个篇章,每个篇章包含播放短片、现场访谈、颁发奖章、致敬礼赞、文艺表演等环节。颁奖仪式大气庄重,充分体现荣誉感、仪式感,生动展示道德模范的感人事迹,大力弘扬道德模范的崇高精神,向全社会传递崇德向善、见贤思齐的鲜明价值追求。(据11月6日《人民日报》)

成为推动国家和社会发展、推进民族复兴伟业的重要精神支撑。

为别人点燃一盏灯,也会照亮自己的心灵。无论在哪个时代,道德模范都能对社会风尚起到非常重要的引领作用,能激发普通民众内心的道德因子,能传递积极向上主流价值观念。毫无疑问,用一个个道德模范的事迹去感召群众,激励更多人在新长征路上奋发有为,自然具有重大意义。

第八届全国道德模范的评选表彰,让无数人的目光再次聚焦到一个个道德模范身上。细看本届全国道德模范那一个个闪亮的名字,细读那一个个名字背后感

人肺腑的故事,都足以深深地打动人心、滋润心灵。无论是18年来创办“抗癌厨房”,用朴素的爱温暖无数家庭,氤氲出亲情味道的万佐成和熊庚香夫妇,还是面对百年一遇洪灾,冲锋在前、连续奋战而殉职的陈陆;无论是从“支姐姐”到“支妈妈”再到“支奶奶”,40年来扎根山区为孩子们燃起希望之灯的支月英,还是每天只睡三四个小时,始终在科研最前线与一线设计师并肩作战,彰显赤子之心、凌云之志的杨孟飞;无论是心之归处是敦煌,大半生研究、保护和弘扬敦煌文化,被冠以“敦煌女儿”称号的樊锦诗,还是坚信“有妈在,才有家”,带着瘫痪妈妈

上大学的女孩刘义桦……他们都用自己的一言一行,谱写了一个个感动,标注了这个时代的精神高度,温暖了一个又一个人。他们是道德实践的榜样,是践行社会主义核心价值观的楷模,是时代精神的缩影和体现。

全面建设社会主义现代化国家、推进民族复兴伟业,需要每一个人努力,需要凝聚中华儿女的力量。这就需要我们从道德模范身上汲取丰富营养,以道德模范为榜样,以良好的道德操守作为不断的追求。无论是在自己的平凡岗位上,还是在充满烟火气息的寻常生活中,自觉践行社会主义核心价值观,坚定自己

的善念,展现自己的善良,书写自己的善行,遵守社会公德、职业道德、家庭美德,自觉争做崇高道德的践行者、文明风尚的维护者、美好生活的创造者,让崇德向善、见贤思齐蔚然成风。

除了我们每个人自觉向道德模范的精神高度攀登,各地需要创新载体,强化道德模范对社会风尚的引领。要加大对道德模范的宣传力度,让他们的故事家喻户晓、妇孺皆知。同时,更需要秉承“好人好报、德者有得”的理念,给他们更多的礼遇关爱,让道德模范更好地成为奋进新征程的强大精神力量,让时代的精神刻度、高度更加闪亮!

李英锋  
给「种草式广告」围上「监管篱笆」

## 让“震惊体”网文失去生存空间

张立美

“震惊!”“快看!”“万分危急!”当你点开一篇“震惊体”网文时,也许有人正在收割利益。记者近日跟踪一起制作“标题党”虚假推文的网络黑产案件,揭秘流量变现背后的“生意经”。广州市公安局民警古悦雄介绍,一些公司通过“养号”、炮制网络“爆文”,赚取流量、收取广告费,用户每点击一次,公司就能赚取几毛钱。但他们发布的内容多数都是不实的虚假信息。(据11月5日新华社)

不少所谓的“震惊体”网文,内容要么是毫无营养的废话,要么是胡编乱造的虚假信息,实质上是网络谣言。这些“震惊体”网文往往是“标题党”网文,博人眼球,赚取流量,收取广告费。

“震惊体”网文以不实虚假

信息为主,容易误导大众特别是科学素养不高的网民,在客观上加剧人们的焦虑心理和恐慌情绪,扰乱人心,扰乱网络秩序,扰乱社会,尤其是涉及新冠肺炎疫情的“震惊体”网文,直接给疫情防控工作带来不利影响。可以说,“震惊体”网文是污染网络空间、危害社会安全稳定的毒瘤。

从法律角度说,如果炮制“震惊体”网文散布虚假信息、传播谣言,涉嫌违法犯罪。《互联网信息服务管理规定》规定,公众账号生产运营者不得有“操纵利用多个平台账号,批量发布雷同低质信息内容,生成虚假流量数据,制造虚假舆论热点”违法违规行为。《治安管理处罚法》第二十五条规定,有“散布谣

言,谎报险情、疫情、警情或者以其他方法故意扰乱公共秩序的”行为的,处五日以上十日以下拘留,可以并处五百元以下罚款;情节较轻的,处五日以下拘留或者五百元以下罚款。《刑法修正案(九)》规定,“制造虚假的险情、疫情、灾情、警情,在信息网络或者其他媒体上传播,或者明知是上述虚假信息,故意在信息网络或者其他媒体上传播,严重扰乱社会秩序的,处三年以下有期徒刑、拘役或者管制;造成严重后果的,处三年以上七年以下有期徒刑。”

让网络空间更晴朗,维护社会安全和公共利益,必须屏蔽“震惊体”网文,铲除“震惊体”网文生存空间,割掉这个网络毒瘤。这需要执法机关、职能

部门、自媒体平台企业等多方共同发力、齐抓共管,断了炮制“震惊体”网文的财路。

公安等执法机关要严格履职尽责,精准适用法律,依法打击炮制“震惊体”网文违法行为。职能部门要提前打预防针,让信息公开跑在谣言前面,并强化科普工作,提高大众科学素养,提升人们识别谣言的能力。自媒体平台要站在社会责任的高度,负起主体责任,强化内容审核,不推送“震惊体”网文,并及时屏蔽、下线,以及对相关账号进行封号处理。网民也要划好自己的网络生活红线,不做网络谣言的“二传手”,不转发“震惊体”网文,子女还要指导、引导老年父母的网络生活,不点击不传播“震惊体”网文。

你有被网络“种草”坑过的经历吗?日前,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对2013名受访者进行的一项调查显示,购物前,82.6%的受访者会搜索相关“种草”推荐。78.2%的受访者有被网络“种草”坑过的经历,61.7%的受访者觉得护肤品、化妆品是网络“种草”容易踩雷的一类产品。(据11月4日《中国青年报》)

“种草”是网络流行语,指把一样事物分享给他人,让他人了解、接受、喜欢该事物的行为或过程。“种草”的前提是真实,“种草”所呈现的分享推荐信息可能会受到“种草者”的个体差异和主观性影响,但必须基于真实的消费经历和体验。

然而,在现实中,不少主播、博主或其他网友通过相关平台分享的购物心得、消费体验等都打上商业宣传的烙印,要么是赤裸裸的“硬广告”,要么是含蓄的“软文”。一些“种草”笔记的背后是一套完整的营销产业链,写文、点赞、评论都有专门的分工,在有的平台,虚假的“种草”笔记并不少见,涉嫌夸大宣传,涉嫌对消费者构成误导。

众所周知,商业广告必须具有明示性、真实性。《广告法》第十四条规定:广告应当具有可识别性,能够使消费者辨明其为广告。通过大众传播媒介发布的广告应当显著标明“广告”,与其他非广告信息相区别,不得使消费者产生误解。该法第三条和第四条规定:广告应当真实、合法;广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者。

而一些商家或与商家达成商业合作协议的博主、主播等,假“种草”分享之名,行商业宣传之实,给商业宣传披上伪装,模糊了商业宣传的属性,弱化了商业宣传的显著性和可识别性,容易使消费者产生误解。如果“种草”的内容有水分,不真实,会进一步欺骗、误导消费者。“种草式广告”无论是形式上的伪装,还是内容上的虚假,都涉嫌逾越法律底线。

不管“种草”的载体和形式是什么,只要“种草”以直接或间接地推销商品或服务为目的,就具备商业广告的特征,就应该受到法律的调整、规制。因此,对“种草式广告”,市场监管部门应该加强关注,依法为其围上“监管篱笆”,不能再让其“野蛮生长”。

具体来说,市场监管部门应针对“种草式广告”的表现形式、特点和暴露出的问题,制定专门的监管规则和措施,给出“种草式广告”的甄别定性标准,明确发布“种草式广告”的显著标记义务,给“种草式广告”划出行为边界和底线,拉出负面清单。在此基础上,开展常态化治理,畅通投诉举报渠道,对违法制作发布“种草式广告”的行为进行查处,清理虚假广告,净化广告环境,并对相关案例进行曝光,向消费者发布警示信息。

相关网络平台也应依照《电子商务法》,承担起对市场主体以及商业宣传行为的管理责任,督导商家依法发布广告,履行法定的广告发布义务,并健全广告筛查机制,提升筛查能力,有效拦截、清除违法违规广告。

总之,“双十一”需要我们共同呵护,守护好其品牌价值,这样才能使各方受益。

## 留住人间美好 落叶缓扫,美好

江德福

11月6日,记者从成都市城管委获悉,随着季节转变,银杏等观赏性树木陆续变色、落叶,形成特有的街道景观,为了给市民、游客提供观赏便利,成都部分路段将延迟清扫落叶,保留秋冬的自然美感。(据11月7日《成都商报》)

无独有偶,北京日前也下发通知,北京城区有条件的公园、绿地均实行“落叶缓扫”,最大限度保留落叶景观,方便市民亲近自然,感受绿色生态之美。这已是北京连续多年实施“落叶缓扫”政策。

立冬至,天始寒,五彩斑斓的草木之色,将城市装饰得如同梦幻一般,为市民增添了许多美景,赏落叶、拍美照、晒美景成为许多市民的心头好。为了让广大市民尽享落叶静美,成都、北京等地实行“落叶缓扫”,不仅是为留住秋景,亦体现政府部门以人为本,以实际行动支持市民的审美需求和精神享受。

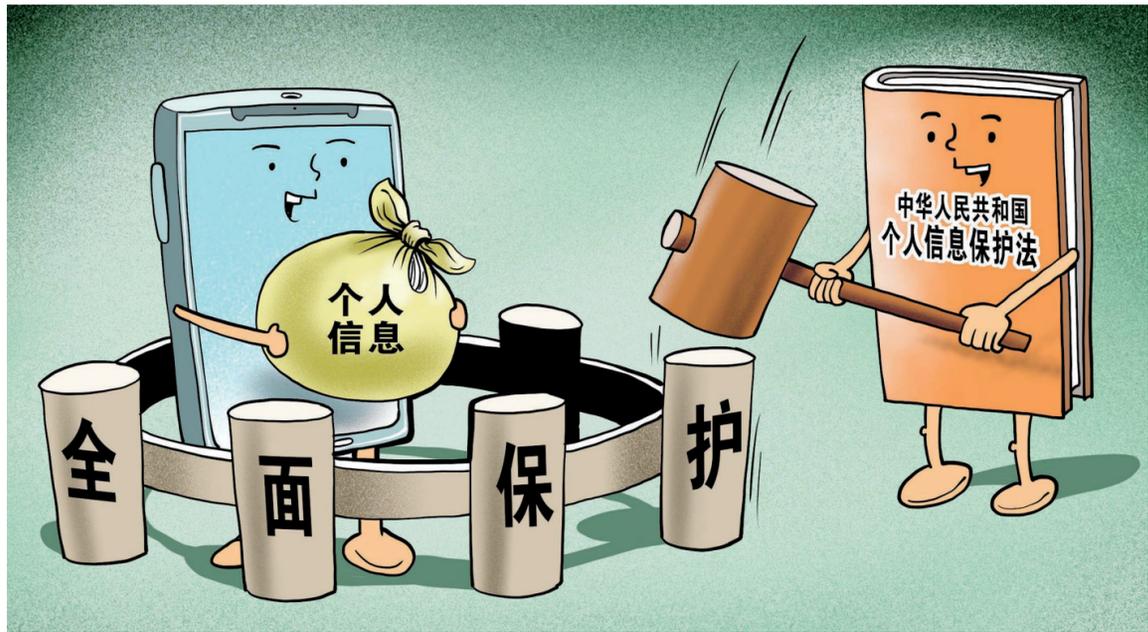
在很多城市,每个季节的景色各有不同,城市所种植的绿色植物随着季节的变化,展示出不一样的特色韵味,春天青葱翠绿,夏季繁花似锦,秋天色彩斑斓,冬季绿树长青,给市民带来别样的风景。虽然没有鲜花绽放时那样绚烂,富有生命力,可秋叶色彩丰富,在随风飘落时,则向世人展示生命的洞察,也有着独特的审美趣味。

在市民眼里,银杏、枫树、白杨等斑斓落叶飘散在城市街道上,犹如打翻的调色盘,养眼、舒心,不仅适合打卡拍照留念,还能借着欣赏美景调节心情,可谓一举多得。对于城市管理者而言,平日里需要保持街道整洁,勤于打扫,这是工作本分,而在秋末冬初实施“落叶缓扫”,则是另一种治理思维,为了美而暂时留住落叶,蕴含着更高级的人文关怀。

除了给市民带来更多美的享受,落叶还能够形成腐殖层,改善绿地土壤环境,为植物生长提供必要的物质基础,实现用生态的方法解决生态问题。这个细节方面的变化,同样折射出城市治理的进步。

据报道,有的城市的落叶美景,还在社交平台的推波助澜下,成为网红打卡景点,丰富了旅游资源,有旅行社还专门推出欣赏城市落叶的路线,促进当地旅游经济的发展。

各地城市可借鉴“落叶缓扫”政策,在不影响消防安全的前提下,减少清扫收集落叶的频率,保留水分含量高、颜色鲜艳的树叶,延长保留秋冬落叶景观,丰富市民的生活。



自11月1日起,《中华人民共和国个人信息保护法》正式施行,全方位保护我们的信息安全。包括过度收集个人信息、滥用人脸识别、大数据“杀熟”、个人敏感信息等方面,法律都有明文保护与制约的条款。比如规定,处理个人信息应当具有明确、合理的目的,并应当与处理目的直接相关,采取对个人权益影响最小的方式。之前的法律条款过于零散、不系统,如今有了统一、专门的法律,这只是一个开始,能真正落地并发挥威力,才是老百姓所期待的。

朱慧卿 文/图

## “双十一”需要我们共同呵护

刘天放

11月6日,市场监管总局下发《关于规范“双十一”网络促销经营活动的工作提示》,其中明确,切实维护“双十一”期间网络交易市场秩序,禁止采取“先提价后打折”、虚构原价、不履行价格承诺等违法方式开展促销。防止虚假交易、刷单炒信、虚假评价等不正当竞争违法行为发生。(据11月7日《北京青年报》)

“双十一”是各路电商翘首以盼的节日,也是“剁手党”的狂欢节。而对监管部门来说,是一个需睁大眼睛确保市场规范的非常时段。“双十一”这个刺激消费的日子,转眼已经走过十二个年头,这期

间,消费不断升级,经济不断增长,呈现出良好发展的态势,也展现出中国市场的巨大创造力。

从一年又一年的“双十一”火爆情况,可窥见中国消费市场的积极信号,那就是消费者强大的购买能力和消费需求,以及蕴藏在消费中巨大的市场潜力和商机。因此,各方都应该共同努力,以确保“双十一”行稳致远。

不过也要看到,每年“双十一”过后,一些不容忽视的问题也在出现。比如,每年“双十一”过后,“剁手党”往往会集体吐槽,诸如商家的套路太深,一些产品的质量、售后等也存在不

同程度的问题,在某些消费领域,“双十一”网购高峰之后就会出现“投诉高峰”。

因此,对监管部门来说,必须高度重视对“双十一”促销季的监管,以创新手段加大监管力度,把好质量关,及时处理出现的问题,及时约谈电商平台,督促其公布促销活动的期限、方式和规则,排查促销者的经营资质、身份信息,全面梳理近期网络商品价格,以防范商家采取“先涨后降”等方法虚构优惠促销,欺骗消费者。

对消费者来说,要谨防非理性消费问题。一些消费者在“双十一”期间一味“买买买”,几乎不顾自己是否需要或有足够的经济实力。而狂购节一过,那些不顾条件“买买买”的“剁手党”,立马变成“负翁”,苦日子也就随之而来,如此,反倒影响了正常生活。这其实是缺乏理性消费观念造成的。

而对电商平台和商家来说,一定要珍惜“双十一”这个促销良机。切莫为贪图利益而背离诚信,做出违法违规经营的事情来。电商平台和商家应将依法经营作为立足之本,抛弃投机取巧等手段。依法经营,才是获利根本。

总之,“双十一”需要我们共同呵护,守护好其品牌价值,这样才能使各方受益。