

### 今日评论

## 切勿让公款吃喝死灰复燃

文/完颜平

“北京城建建设工程有限公司党委副书记、原纪委书记刘斌等人接受该公司成都项目部的公务接待,违规饮用项目部提供的高档白酒共5瓶。”“黑龙江省佳木斯市国土资源局在接待过程中,提供高档菜品、香烟和酒水。”……梳理各级纪检监察机关近期通报的典型案例可以发现,仍有部分单位、少数党员干部对有关规定置若罔闻,在公务接待上碰了“红线”,栽了跟头。

“上百个文件管不住一张嘴”,公款吃喝曾是久治不愈的顽症。享乐奢靡之风一度泛滥成灾,触目惊心,人民群众对此深恶痛绝。党的十八大以来,党中央相继出台《党政机关厉行节约反对浪费条例》《党政机关国内公务接待管理规定》等文件,为公务接待画出了不可逾越的“红线”。经过几年的不懈努力,面上的违规公务接待问题基本刹住,但必须清醒认识到,违规公务接

待问题具有顽固性、反复性。“四风”问题是长期形成的痼疾顽症,不可能在短期内彻底消除,不能指望一下子解决所有的问题。

当前,享乐主义和奢靡之风虽然在面上有所好转,但树倒根在,防止反弹的任务依然艰巨。“一张嘴的问题”看似管住了,其实目前阶段仅仅是“不敢”,还没有做到“不能”,更没有达到“不想”。在高压态势下,“四风”问题更加隐蔽,穿上“隐身衣”,进入“青纱帐”,有的坐公交、打出租车参加宴请,有的躲进培训中心、私人会所、单位食堂大吃大喝,甚或量身打造“一桌餐”。

防止公款吃喝死灰复燃,关键是要扎紧制度的笼子。“违反公务接待管理规定,超标准、超范围接待或者借机大吃大喝,对直接责任者和领导责任者,情节较重的,给予警告或者严重警告处分;情节严重的,给予撤销党内职务处分。”这是新修订的纪律

处分条例关于违规公务接待的处分规定。近期,各级纪委监委通报多起违规公务接待的典型案件,下大力气整治违规公务接待问题,为广大党员干部和公职人员敲响了警钟。同时,也是发出强烈信号,“对吃吃喝喝没有松懈”,任何人任何时候都不能以任何理由践踏“红线”。

实践证明,好的制度在于施行,而通报曝光,以及强有力的问责是制度施行的重要保障,各级纪检监察机关要加大对违规公务接待的整治力度,采取更加有力的措施,从具体问题入手,发现一起、严惩一起、通报一起,绝不姑息。同时,要从源头上管起,加强对公务接待经费的预算管理,合理限定接待费预算总额,拧紧花钱的“阀门”,严格控制接待范围和项目,强化公务接待费用的报销结算管控,把防止公款吃喝这篇文章往深里抓、实里做。

### 特别关注

## 确保食品安全,一环都不可缺少

文/高露

近日,上海市公布了中芯学校食品安全风波的调查结果,经查,民办中芯学校食堂存在蔬菜霉变、半成品提前标注加工日期、调味品和半成品超过标注的保质期等问题,已对涉嫌存在食品安全违法行为的上海“怡乐食”食品科技有限公司立案调查,查实违法行为将依法从严从重处罚。如在调查中发现学校和企业利益输送,将严惩不贷。

发霉的番茄,“早产”的猪皮,沾着洗洁精的餐具,还有提前3天泡发的木耳……而这竟然是给学生准备的食物,民办中芯学校暴露出的食品安全,再次突破底线。

这件事的首要责任当然在涉事的餐饮企业身上,食品安全问题,与谋财害命无异,拿正在发育成长中的中小學生下手,更是恶毒之极。这样的企业理应重罚,不仅要没收它的违法所得,还要追溯责任。《食品安全法》对这些行为的处罚有明文规定,情节严重的还要吊销许可证,更不能让问题

企业轻松过关。

至于“怡乐食”内部到底出了什么问题,是企业有目的的统一行为,还是某些员工挖墙角,有待进一步的调查。这件事一开始原本是在规范化的轨道里运行的,高标准的餐费、知名的学校、专业的配餐公司,供应商也是家委会参与选出来的,一切看起来都是无可挑剔的,可为什么种下的龙种最后收获的却是跳蚤,就很值得寻思了。

新闻中有一个细节颇耐人寻味,家长在为餐饮标准过低维权时,提出要去看食堂看看,校长和供应商都同意,这是否意味着,食堂问题的严重性和失控状态也同样出乎了他们的意料?

可见,食品安全,不是搭一个市场化的架子这么简单,还要做好各种细节问题。光有一套现代化的生产设备,光靠几个制度还不足以让食品安全起来,要从田间地头到餐桌,一环一环做起,环环相扣,其中

有一环有漏洞,就可能被钻了空子。

正因为环节太多,监管更得时时在线。学校的供餐企业,当然学校是第一监管人,学校管理人员和老师每天都要接触这些食品,当然对情况更了解。很难让人相信,24元的餐费标准,竟然只能吃这么简单的东西,这样的事正常吗?

家长屡次向学校投诉,可见出问题不是一两回了,学校方面对此毫无察觉很难让人相信,难道从校长到老师,一个个都是不食人间烟火,不知米价肉价的人?或者正如通报中所指出的,有可能涉及利益输送问题而选择睁只眼闭只眼?

还有监管部门,问题发生了,又是检查又是处罚,这当然是必要的,可是如果能在发生问题之前防患于未然,不是更好吗?食品安全不比别的行业,发现问题之时往往已经铸下大错,不能被动地等待,而应该积极地作为。

### 大众话题

## 莫让WiFi探针非法窃取用户信息

文/丁远郭

据媒体调查发现,目前市场上出现一种WiFi探针的广告营销设备,该类设备通过获取用户手机MAC地址收集用户信息。有些设备可以强制用户手机弹窗,并冒充已连接WiFi在微信置顶界面投放无法消除的广告。微信方面对此表示,目前已监控到此类恶意欺骗行为,并对监控到的情况进行技术应对。

据了解,所谓的WiFi探针,虽然换了个马甲,寄居在流行的社交软件之上,但实质与过去群发垃圾短信的伪基站并没有本质不同,就是非法利用公民个人信息的欺诈行为。这跟它所标榜的广告营销没有必然关系,属于应该依法严厉打击的对象。

与游走法律边缘的广告营销设备使用者相比,更应该引起关注的是为这些机构提供用户信息的“合谋者”,主要是电信运营商和一些用户大数据持有者。因为没有这些机构提供的用户隐私信息,所谓“精准投放”就无法实

现。而这些机构并不拥有这些信息的所有权,更不允许倒卖牟利。

现在很多倒卖个人信息的机构和人,都打着“用户画像”和“大数据营销”的幌子,给自己披上新技术的外衣。其实他们的行为,与基于大数据的精准服务有本质区别。大数据分析是基于整体数据或全量数据的,只见森林不见树木,不会精细到每个用户的个人隐私信息。而网络诈骗所需要的,恰恰是个人的精准数据,具体说就是手机号、微信号等隐私信息。

近期“史上最严”的欧洲通用数据保护条例实施,更是让个人信息保护上升为全球性热点话题。与之相比,我们的信息保护也不能仅仅停留在打击非法倒卖个人信息阶段,需要从制度和理念上转型升级。

公民为了获得各种社会保障和更好的服务,经常需要向有关机构提供个人信息,但都仅限于确有必要的范围之内,而且获取个人

信息的机构有义务保护这些信息的安全。如果因为信息安全意识和能力跟不上,造成个人信息泄露,就要承担相应的责任,更不要说故意倒卖个人信息牟利。

当前互联网技术发展迅猛,技术进步的同时,也在不断制造新的安全漏洞。这需要更高层次的制度设计,需要政府提高监管能力和水平,同时也需要调动更多社会力量,发挥企业和市场的作用。当今的互联网安全技术,大多掌握在一线企业手中,领先企业的安全能力,基本上代表着国家的网络安全能力。

因此,保护个人信息安全,一方面要紧盯手握大量用户数据的机构和企业,为它们定规矩明边界,防止非法牟利;另一方面,对数据开发和利用也不能管得太严密,毕竟网络的整体安全水平是所有互联网参与者共建共享的结果,是在对数据开发、应用不断规范的过程中螺旋提升的。

### 新闻内外

## 让“没底线”的谣言无法蛊惑人心

文/宁平

不久前,一条“伊利股份董事长潘刚被带走协助调查”的谣言,从微信公众号“吉祥财经”发出后,在各网站和社交媒体上大量传播,让与伊利公司相关的奶农、上下游合作商、企业员工以及资本市场投资者感到恐慌。今天上午,经内蒙古自治区呼和浩特市回民区人民法院第一法庭公开宣判,两位造谣的自媒体作者分别获刑。

这一案例,还只是自媒体沦为“谣言集散地”“谣言放大器”的沧海一粟。清博研究院的《造假风暴和大数据异常分析报告》显示,2016年抽检的近万个疑似造假账号中,自媒体占比近88%,尤其是营销、公关类公众号为重灾区。而今年以来,从“企业家被抓”“企业家子女表白”之类的恶意指向,到“明星出轨”“明星怀

孕”之类的无中生有,再到涉机构改革、涉军涉警谣言兴风作浪,对当事方造成极大困扰,在社会上产生恶劣影响。

近年来,社会各方面辟谣机制建设不断加强,严惩网络谣言成为社会共识。与此同时,需看到,自媒体网络谣言层出不穷,一波未平一波又起,造谣速度和数量甚至远远超过辟谣。为什么会呈现这样的反局局面?我们看到,尽管许多造谣传谣者因为诽谤、寻衅滋事等违法行为被惩处,但仍有大量自媒体运营者甘愿火中取栗铤而走险。有调查表明,利用自媒体造谣传谣已呈现公司化、产业化趋势,生产、传播环节明码标价,“以谣生利”让谣言屡禁不止。

非重拳惩治不足以激浊扬清。自媒体不仅需要反“三俗”,更需“打假”“扫黑”。自媒体

网络谣言可能嚣张一时,但终究难逃法网,难阻网信事业发展洪流。对那些借越法律红线、撕裂道德底线的自媒体造谣者,对那些散布谣言、侵权他人的网络大V,对那些妄图通过谣言诋毁竞争对手的不法经营者,对那些想借助谣言进行商业营销、抬高自身名气的人,都应当依法予以严惩。正如有论者所建议的,不妨像打击假冒伪劣产品那样,认真来一次涤荡自媒体不正之风和不良言行的“新风行动”,让“没底线”的谣言无法蛊惑人心。

今天,信息化为中华民族带来了千载难逢的机遇,网络生态是否天朗气清,网络空间是否安全可靠,事关8亿多中国网民的福祉。坚决抵制网络谣言,严厉惩治造谣传谣者,我们才能从网络中收获更多获得感、幸福感和安全感。

### 画说

## 部分医院“傍名牌”调查:一搜“协和医院”,跳出1700多家

近年来,以“协和”二字冠名的医院如雨后春笋般出现在许多地方,有的自称“协和医院某某分院”,有说是属于“协和医疗集团”,有说是“北京协和医院的连锁医院”或“与北京协和医院是技术上的上下级关系”。记者以“协和医院”为关键词检索发现全国竟有1700多家。这些“XX协和”往往盯住“下三路”和“难言之隐”,多主打妇科、男科、皮肤科、人流等。不少患者在“名牌”光环下,进去容易,被“狼宰几刀”才能出来。(新闻来源:新华社)

切中要害方能止乱。山寨医院“傍名牌”现象泛滥的一个重要原因是对正牌医院的知识产权、商标保护力度不够。遏制此类乱象,有必要启动医疗领域“老字号”保护工程,如此既可以避免品牌被滥用,也可以规范医疗市场秩序,保护患者的合法权益。

文欣桦图/佚名



### 新媒体广告软文并非法外之地

《一大清早女儿对妈妈说了句话,妈妈瞬间落泪!你家孩子肯定也对你说过》,付亚辉(化名)看了一眼标题,觉得这一定是一则暖新闻。然而,这是卖北极甜虾的《七夕1致爱人:我想从容的度过这一生》,品味有些“小资”的付亚辉满怀期待地点开这篇文章,翻到半截才发现,这是卖香皂的。“标题往往很吸引人,文字也很优美,看着看着才发现其实是卖东西的广告软文。”付亚辉发现,这些软文一些在文末标注有“推广”字样,一些却并未注明,很容易对读者产生误导。(新闻来源:法制日报)

新媒体广告软文泛滥不仅占用受众阅读时间容易引起反感,更重要的是大量“带病”“带毒”广告可能隐藏其中。新媒体软文广告不管有多“软”,其本质还是广告,不应成为监管的法外之地。清朗新媒体阅读环境,清洁自媒体软文不可或缺,不仅要升级监管技术手段,也要加大法律法规的宣传力度,切实落实相关惩处机制,使新媒体平台承担起广告发布者责任,动员全社会睁大眼睛去盯防。文/万琳图/宜文



### 楼道里种菜施肥,不是拿你没办法

家住杭州市武林桥河下12幢2单元的一位网友爆料称,从7月份开始,同幢楼4层的一户人家开始在楼道里种菜,一开始并没有什么异常,到9月份,这户人家开始用动物内脏粪便作肥料,天天施肥,弄得整个夏天楼道里苍蝇成群,走到3楼时就会闻到阵阵恶臭。现在更是愈演愈烈,不但4楼臭,整栋楼都弥漫着一股恶臭!邻居反映过多次,也曾向警方和社区求助,但问题还是没有得到解决(10月23日《钱江晚报》)。

公然占用楼道的住户大多天然地以为家门前那块地儿就是“自留地”,想干啥就干啥。殊不知,除了住宅、经营性用房等专有部分属于业主所有外,楼道、电梯、小区内道路和绿地等其他区域均属于全体业主共有。在楼道长时间堆放垃圾、杂物甚至将楼道“圈起来”据为己有的行为,侵犯其他业主共有权,还会给整栋楼的消防安全埋下隐患。

一旦邻居的行为有损自己的合法权益,先协商,协商不成,可以向物业、业主委员会、居委会或者房产管理部门投诉,要求解决问题。从网友爆料来看,以上救济手段一一试过均失灵。面对如此“顽固”的侵权人,受侵害的业主不妨以个人的名义向法院起诉,要求侵权人停止侵害、排除妨碍、恢复原状、赔偿损失。

想忠告那些“圈地务农”的业主,一墙之内养花种菜是自由,一墙之外不是私人领地。维护环境人人有责,莫把邻居的忍耐当应该。对那些道理说尽也不改的业主,物业、业主委员会、居委会以及相关管理部门,态度该硬起来,该拆的拆,该罚的罚,切实履行职责,为业主们维护好应有的宜居环境。文/高扬