

净化未成年人网络环境：监管追着痛点走

本报评论员 吴迪

问题新特点新表现，对各类违规行为保持高压态势，压实平台主体责任，健全平台未成年人网络保护机制，共同维护良好网络生态。

截至2023年6月，我国网民规模已达10.79亿，未成年网民规模已突破1.91亿，未成年网民成为网民中的重要组成部分。在暑假“神兽出笼”的当下，“清朗”专项行动剑指未成年人网络环境整治，十分必要。

清朗的网络环境对未成年人的健康成长至关重要。在违法和不良信息侵害、个人信息泄露、网络沉迷、网络欺凌等多重风险上“排雷”，保障未成年人在网络空间的合法权益，是网络空间治理的一项重要战略任务。

自2021年以来，打击网络水军、规范网络传播秩序等一系列“清朗”专项行动持续推进。今年开展的暑期未成年人网络环境整治，是近年来这一行动的延续，也是对今年初施行的《未成年人网络保护条例》的贯彻落实。

互联网时代，未成年人的网络世界出现不少问题，有的成为舆论关注热点，比如，电子学习机为增强用户黏性而内置游戏、暗藏不健康信息；网游以积分排行、功能解锁、背

景更新等为名诱导过度消费；网上“挂人”“开盒”背后往往与索要钱财等相关；一些网红博主为了流量而编造网络黑话、低俗流行语，向未成年人传播不良价值观，等等。

纵观历年“清朗”专项行动，可以清晰地看到，监管与时俱进，时时追着痛点走。最初，专项行动聚焦在“与学习无关的内容”上，后来延伸到整治网络欺凌、打击网络暴力，以及推广“青少年模式”“未成年人模式”等。今年的未成年人网络环境整治专项行动内容丰富、目标更具体、指向性更强。关注的平台既涉及短视频直播领域，也有社交领域和消费领域；关注的内容有“摆拍校园霸凌视频，将校园霸凌行为娱乐化”，对未成年人实施“网络厕所”“人肉开盒”，向未成年人售卖色情手办文具、动漫周边等商品，还有“未成年人模式”防逃避措施不完备，等等。

持续打击涉未成年人的网络问题，释放出鲜明的信号：网络空间，别打孩子的主意！

近年来，我国不断完善未成年人保护法律制度，健全未成年人网络保护顶层设计。公安、网信等有关部门持续开展“清朗”“净

网”“护苗”等专项行动，整治损害未成年人身心健康和合法权益的网络乱象，形成有力震慑。各网络平台积极配合，出台相应的网络社区管理规定。“组合拳”打下来，对破解网络生态新问题、新风险，呵护未成年人健康上网、快乐成长，取得了显著成效。

接下来，相关方面还要在尊重“网络原住民”成长规律，保障其数字权利，引导其安全合理使用网络的同时，通过合理设置权限、科学分配责任等方式进一步规范网络空间秩序，构筑起坚实的未成年人网络保护屏障。尤其要盯紧新问题，持续发力，针对部分聊天软件、小众APP存在网络诈骗、隔空猥亵等问题，以小见大，进一步规范网络空间秩序，构建起坚实的未成年人网络保护屏障。尤其要盯紧新问题，持续发力，针对部分聊天软件、小众APP存在网络诈骗、隔空猥亵等问题，以小见大，进一步规范网络空间秩序，构建起坚实的未成年人网络保护屏障。

建设好青少年聚集的网络平台，培育积极健康、向上向善的网络文化，必须构建多方参与、及时整治的未成年人网络保护工作格局，让家庭、学校、社会、网络、政府、司法等保护体系释放效能，汇聚未成年人网络保护的强大合力。

社评

中国新闻名专栏

在违法和不良信息侵害、个人信息泄露、网络沉迷、网络欺凌等多重风险上“排雷”，保障未成年人在网络空间的合法权益，是网络空间治理的一项重要战略任务。

近日，中央网信办印发通知，在全国范围内部署开展为期两个月的“清朗·2024年暑期未成年人网络环境整治”专项行动，针对短视频、直播平台、社交平台、电商平台、应用商店、儿童智能设备、未成年人模式等六个环节突出问题，要求各地有关部门密切关注涉未成年人

合理安排值班，让教师安心教学

戴先任

据7月13日澎湃新闻报道，近日，河南安阳市教育局印发《关于进一步规范学校值班工作的通知(试行)》。通知明确，法定节假日、周末、寒暑假无学生在校期间，实行学校领导带班、门卫24小时在岗值班，原则上不安排教师值班。近年来，全国多地陆续出台规范学校值班值守工作的文件要求，切实为基层减负。

此前，不少中小学校寒暑假会安排教师值班，甚至看守大门，令一些教师深感压力大。这样的现象在一些地方已经成为某种不成文的惯例。学校放假，学生都回家了，学校有保安值守的同时还安排教师去值班，更像是把教师当成了临时保安。当前，全国多地纷纷要求规范学校的值班值守工作，为基层减负，值得肯定。

一个人的精力是有限的，教师承担的非教学任务多，会增加其工作压力，削减其职业幸福感，进而影响工作热情和教育质量。此前，已有不少教师公开吐槽非教学负担过重的现象，引发各方关注。现实中，除了值班，有的中小学教师还面临各种开会、写报告等非教学任务。这背后原因不少。比如一些地方的相关部门习惯把学校当成一个“筐”，把各类工作都往里扔。同时，一些部门习惯搞形式主义，让教师假期值班、迎检查等等。

针对“假而不休”、无意义值班等现象，有关方面要坚决整顿并真正做到从源头减负。2019年12月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于减轻中小学教师负担进一步营造教育教学良好环境的若干意见》。各地近年来出台了中小学教师减负清单，建立健全教师减负体制机制。减轻中小学教师负担工作正在取得成效，但部分中小学教师仍被非教学任务所累。

对此，要细化教师减负清单内容，完善教师考核机制，改革对教师的管理与评价体系，让教师能够摆脱与本职工作无关的干扰项。另外，还要建立健全投诉机制，拧紧责任链条，倒逼相关部门、学校守土有责。

给教师减负，尽快将“减轻非教学负担”落到实处，让更多教师从非教学任务中抽身出来，回归教书育人的本位，是我们的共同期待。



图说

堵心

据华商报报道，近日，陕西西安两名残障人士前往某景点游玩，入园前被要求签署安全责任书：“残疾人如无成年人陪同，入园后的一切安全责任与景区无关。”两人感到被歧视，经过交涉，园方拿出第二份责任书，依然要求“残障人士需由有监护能力的游客陪同”。

想来，这两名残障人士的出游热情被园方的“服务”态度泼了一盆凉水。换汤不换药的两份“责任书”，反映的是景区“怕担事”的心态，也暴露出残障人士出游面临的普遍困境。如今，随着我国文旅产业发展和生活水平提高，越来越多残障人士希望奔赴“诗和远方”。对此，景区不应如临大敌，简单粗暴地将责任一甩了之，而要多一些人文关怀，改进无障碍设施，完善安全服务体系。毕竟，给游客“添堵”，折损的是景区的形象和声誉。帮助特殊人群更加平等、便捷地享受社会资源，是文明的体现。期待有关方面能够给残障人士多一些支持，让他们收获更多有爱无碍的出游体验。

李法明/图 陈曦/文

谁在打着“领高温津贴”的幌子要好评?

李英锋

近日，北京市昌平区的小郭在外卖平台下单菜品后接到自称商户打包员的电话，问其能否给个五星好评，这样他就可以获得一元高温津贴。小郭询问对方为何有这样的规定，并未得到回应。近来，不少消费者反映遇到类似以打包员、外卖员等身份索要好评的电话或短信，并将好评美化为“高温津贴”。有人询问商家后得到相同的回答：店家并未拨打过电话。(见7月12日《工人日报》)

炎炎夏日，户外劳动者在高温环境下工作非常辛苦。也正因此，当消费者接到以外卖员、打包员等劳动者的名义打来的主题为“给一个好评领一元高温津贴”“给一个好评得一元提成”等内容的电话时，常常会举手之劳给个好评。实际上，外卖员、打包员等劳动

者并没有以这样的方式向消费者索要过好评，相关外卖平台、商家等也没有“好评换高温津贴”的机制。打着替劳动者争取高温津贴的幌子要好评，始作俑者通常是管理商家后台账号的代运营公司。

打着要高温津贴的幌子要好评，本质是商业骚扰信息，欺骗了消费者的同情心，也可能触及法律红线和诚信底线。多部法律法规为此类商业骚扰信息划出了红线。电子商务法明确，电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。消费者权益保护法实施条例规定，未经消费者同意，经营者不得向消费者发送商业性信息或者拨打商业性电话。

打着替劳动者要高温津贴的幌子要好评，虽然是新套路，但仍属于编造用户评价，具有欺骗、误导消费者的成分，也会让商家获

得不正当的竞争优势，扰乱公平竞争的市场秩序。消费者不能轻易相信“给一个好评领一元高温津贴”等套路，要积极主动向市场监管部门举报。此外，不论要好评的电话和信息来自代运营公司还是商家本身，最终受益的是商家，法律后果也应该由商家承担。对这种有明确罚则的违法行为，有关部门应加强治理，让相关商家以及代运营企业付出必要的法律代价，释放监管的惩戒、震慑、警示效应。外卖平台也应把这种刷好评的新套路纳入负面清单，如发现商家有直接或间接向消费者发送“给一个好评领一元高温津贴”等信息的行为，采取取消推荐、限制流量等措施，并报告监管部门。

相关部门、外卖平台应针对打着要高温津贴幌子要好评的套路强化普法宣传，提示商户合规经营、正当竞争，引导消费者增强防范意识。

当然，有必要分清，哪些是正常的监督、评价，哪些是恶意诋毁抹黑。此次媒体梳理法院审理的多起典型案例，以案释法，一定程度上可以发挥震慑相关违法犯罪、加强企业人格权保护的积极作用，给企业吃下“定心丸”。从长远看，仍需各方重视起来，形成广泛共识，即在法治框架内，任何民事主体的合法权益都神圣不可侵犯。

莫让人格权侵权成企业的不可承受之重。民营企业、民营企业家是推动经济发展不可或缺的重要力量。尊企爱企，营造良好的营商环境，必须加强司法保护。近年来，国家越来越重视民营企业、民营企业家的作用，比如一些地方相继设立“企业家日”“企业家节”，肯定企业家精神。最高法去年底发布了《关于优化法治环境 促进民营经济发展壮大的指导意见》，特别强调要加强对民营企业和企业家人格权保护。

保护企业和企业家人格权，受益的是全社会。希望各方携手，着眼长远，共同助力民营企业、民营企业家成长为各地经济发展的“领头羊”，而不是坐视其成为“待宰的羔羊”，否则，市场不答应，法律不答应，公众也不答应。

工人日报 网评

未到午休集体离岗？公众较真的是作风而非三五分钟

龚先生

午休时间没到，工作人员已提前离开岗位，且被办事群众在食堂找到——这就有些尴尬了。网友们对相关新闻的评论区，说了不少有些讽刺、揶揄的话，人们其实不是在跟这三五分钟较劲，而是在跟有关单位及其人员的工作作风、责任心较真，是在跟一些职能部门的工作状态和形象、口碑较真。

此番事件也是对各地诸多职能部门、窗口单位的提醒。无论如何，不能给办事群众造成一种动辄“吃闭门羹”“电话无人接听”之类的印象，更不能让“躺平”“摸鱼”等成为标签。

网友跟帖——

@金羊：擅离职守，令人失望。

@曾哥：职能部门怎能是这样的工作状态？

阅读全文请扫码“工人日报e网评”

政务中心“衣帽间”何以赢得点赞?

孔德淇

颜色沉稳的男士衬衫，款式新颖的女士假领和外套以及色彩明艳、充满童趣的儿童上衣……当前正逢毕业季、旅游季和暑假，各地政务服务大厅迎来了申办二代身份证和办理出入境证件高峰。为了让群众“最多跑一次”，浙江杭州、福建福州、四川成都等地上线了贴心“衣帽间”服务，解决了广大群众拍证件照时“穿衣打扮”的困扰。(见7月14日《光明日报》)

政务服务大厅“衣帽间”服务，看似小事，却大大提升群众的办事体验。对于许多人来说，挑选合适的服装是拍照前的一大烦恼，既要考虑颜色、样式是否与自己的特点相协调，又要符合拍证件照的要求。政务中心的“衣帽间”直接为群众提供更多可选项，积极回应了这一现实需求。小小“衣帽间”，抓住了群众的“关键小事”，折射了基层职能部门工作作风的转变。过去，一些政务部门或窗口对群众个性化需求的关注不足，以身份证照片为例，网友纷纷吐槽自己的照片“丑哭了”。而一些地方政务部门或窗口推出的“衣帽间”“多次拍照、精心选取”等服务，则是从群众角度出发，积极主动想办法、出实招，让民生关切以看得见的方式实现。

群众利益无小事。为群众提供穿衣搭配服务，或许算不上什么大事，但对于办事民众而言，小诉求被看见、被满足，显然是一种细微真切的获得感。

两面镜子、几件衣服，这些实实在在的接地气措施，为办好民生实事提供了有益启示。比如，垃圾分类、物业管理等小事汇聚起来，对一座城市而言，则是需要积极处理的民生大问题。从公共治理层面看，再细微的诉求也对应着某些现实痛点，推动社会精细化治理也应该也必须面对这些小事。从这一意义上说，有关部门一方面要从思想上意识到“小即是大”——普通公众关心的“关键小事”往往是社会发展中的一个需要关注的重要切口，另一方面要在行动上做细做实，让以人为本的底色更亮，让难题“有解”更“优解”。

为民担当是具体而微的。深入百姓日常生活，深入社会的毛细血管，办好才可能有好办法。

媒体声音

◇为电动自行车扣紧“安全扣”

电动自行车锂电池强制性国标公布，江苏南京实施电动自行车赋码管理……各地针对电动车的安全治理实招频出。《人民日报》评论说，针对电动自行车非法改装、违规停放充电等问题，必须动真格，确保对问题单位和个人和企业形成有效震慑。针对电动自行车及蓄电池引发的火灾事故，有关部门应围绕生产、销售、改装、停放、充电等各环节实施溯源调查，倒查事故原因和安全责任。完善电动自行车全链条治理非一日之功，要共同推动电动自行车安全、便捷使用。

◇让老年人更好奔赴“诗与远方”

近日，“心连心·京藏号”旅游列车从北京西站出发，乘客多为“银发族”。时下，越来越多老年人去追寻“诗与远方”。《光明日报》评论说，老年旅游为拓展服务业态、培育银发经济、扩大国内需求提供源头活水。当然，也存在亟待补齐的短板。比如，基础设施老化改造滞后，购物、打车等日常需求存在“数字鸿沟”等。相关部门、行业协会、企业或通力合作，在妥善处理服务老年人与企业盈利的关系中，逐步构建老年友好型旅游环境，为养老服务高质量发展探索更多路径。

◇实现家门口“运动自由”

近日，国家体育总局相关负责人在发布会上介绍，到2025年，县(市、区)、乡镇街道、行政村(社区)三级公共健身设施和社区“15分钟健身圈”实现全覆盖。《经济日报》评论说，15分钟不仅是时间的尺度，也是人们健康生活的便捷度。推进全民健身，在继续解决“有没有”的同时，还应把精力放在解决“好不好”“优不优”上。要持续加大经费投入，丰富全民健身场地设施供给，让人们能就近便捷参与体育锻炼；要不断完善全民健身场地设施和配置标准，确保人们健身安全；还要加强宣传，普及“科学健身、文明健身”的理念。降低全民健身的参与成本，让更多人想健身、愿健身、能健身，也能助推体育产业加速“跑”。(陈曦 整理)

保护企业和企业家的人格权，受益的是全社会

戴圣宜

营商环境是企业生存发展的土壤，代表着一个地方的软实力和竞争力。在生产经营活动中，民营企业、民营企业家人格权很大程度上影响着企业的发展，加强对其人格权保护，对推动高质量发展、持续优化营商环境意义重大。近日，《法治日报》梳理了山东省青岛市崂山区人民法院审理的多起涉及企业家人格权保护案件，以案释法引导相关民营企业、民营企业家拿起法律武器，维护自身人格权益。

有人说：“企业在经济领域可能是个强者，但在社会领域可能是弱势群体。”人格权是民事主体最基本、最重要的权利。民法典

专编规定人格权保护，明确了自然人所享有的人格权和法人、非法人组织享有的人格权。法院发布民营企业、民营企业家人格权保护典型案例，是准确适用民法典、依法保护民事主体合法权益的重要体现。

实践中，涉民营企业、民营企业家人格权纠纷较多的是名誉权纠纷。比如，有的竞争对手找“网络黑公关”“网络水军”，恶意造谣抹黑企业，极大影响了企业和企业家的名誉、声誉和行业竞争力、社会评价。有的是个别消费者恶意维权，以虚假评价诋毁相关产品等。此前，有一些企业深受虚假信息所害，虽然拿起法律武器维权，但商机、口碑的流失却难以避免，最终“赢了官司，输了生意”的不在少数。

一些民营企业、民营企业家成为虚假信

息的“重灾区”，原因在于，一些人或自媒体为了利益，选择用编段子蹭热点等低成本方式去“碰瓷”“敲竹杠”。比如，此前有人为了获得赔偿，造谣某品牌汽车存在安全隐患，给相关品牌制造了危机事件。另外，市场主体之间不正当竞争也是重要原因。一些企业为了抹黑竞争对手，常常雇网络水军恶意评价、拉踩，恶意损害对手的形象声誉。同时，个别地方相关部门对此类行为不够重视，涉事企业及企业家维权耗时耗力。于是形成恶性循环：有关部门迟滞—企业维权艰难或知难而退—侵权行为受到“负面激励”。

涉企业人格权侵权案频发，损害涉民营企业、民营企业家的声誉与形象，影响企业正常运营，导致企业蒙受经济损失。这种不法行为会对营商环境造成恶劣影响，不能听