

# 破除黑恶“保护伞”，让法治的阳光普照大地

本报评论员 吴迪

“保护伞”问题7.66万起,党纪政务处分6.32万人,移送司法机关8829人。截至今年10月底,全国扫黑办挂牌督办的111起案件中,查处涉黑涉恶腐败及“保护伞”4100余人。

从云南孙小果案、湖南操场埋尸案,到安徽省高院原党组书记、院长张坚违规帮助涉黑涉恶罪犯减刑假释、再审改判,以及内蒙古锡林浩特监狱相关领导为黑社会性质组织人员充当“保护伞”,导致罪犯服刑时脱离监管场所、重新犯罪……这些案件让人们看到黑恶“保护伞”“关系网”问题的触目惊心。

难以想象,7.66万起涉黑涉恶问题背后,曾掩盖了多少滔天罪行?让多少不法分子逍遥法外?又曾有多少无辜者遭受不公对待?日前,天津政法委梳理案件发现,80%的黑恶势力将手伸向公共土地资源,矿山开发、交通运输等领域是黑恶势力长期盘踞的重灾区,其中,会有多少国家资源和财产蒙受巨大损失?会对党和政府形象造成多大的伤害?

扫黑除恶专项斗争自2018年初在全国

范围开展以来,成果颇丰。其中,“打伞破网”是重点工作之一。然而,真正查到和惩处“伞”“网”并不容易。一是因为少数地方政治生态不佳,个别人互相掩护、抵触和对抗调查;二是有的地方和部门对自己的干部盲目乐观,存在一定的“护犊子”心态,甚至担忧“牵连甚广”而对打击“保护伞”不积极;此外,此类案件普遍隐蔽,核查难度大。

困难重重中,取得现在这样的成果,实属不易。这体现了国家对扫黑除恶的决心,也是在打击力度、工作方式上不断提出新要求的结果,同时表明各地对“打伞破网”有助于提升扫黑除恶整体工作质效已经逐渐形成了共识。

扫黑除恶专项斗争以来,不少地方经常通报一些涉黑涉恶腐败及“保护伞”问题并查处相关党政干部,这既是猛药去疴,也是防治未病;这既是对相关工作的总结,也是为很多人敲响警钟。此番中央纪委监委公布黑恶“保护伞”数据,释放了强烈而清晰的信号——专项斗争即将告一段落,但扫黑除恶永远在路上。

今年是扫黑除恶专项斗争的收官年,按

照既定部署,各地会致力于长效常治工作机制的建立和完善。经过一年打击遏制、两年深挖根治,各地对发现和甄别黑恶腐败及“保护伞”问题上积累了哪些经验,在线索核查及有关部门提前介入、协同上案、以案促改等方面摸索出哪些有益做法,如何防止涉黑涉恶人员及其“保护伞”东山再起,如何实现“查处一个、警示一片、治理一方”等,都有待进一步梳理、总结,形成可复制、可推广的制度性经验。

时下,尤其需要警惕一些苗头,比如,三年为期的扫黑除恶专项斗争即将结束,个别地方难免有“松口气”心态,某些潜藏起来的涉黑涉恶组织认为“风头已过”,以更加隐蔽的方式重操旧业,令查处打击变得更难,等等。

扫黑除恶,依法惩治群众身边涉黑涉恶腐败问题,铲除黑恶势力生存的土壤,确保百姓的获得感、幸福感、安全感,让每个人都能看得见法治的阳光、培育起对法治的坚定信仰,是打造扫黑除恶长效常治工作机制的核心,是公众对社会主义法治国家的必然期待。

## 不能放任“禁闭挑战”的风险

江德斌

近日,在网络平台上有多家公司举办“禁闭挑战”活动,挑战者须在没有任何电子设备、无任何时间提示、与外界零接触的房间里独自生活30天。挑战成功能获得5万元到10万元不等的奖金。心理专家认为,禁闭挑战属于反常态类型,普通人不具备现实可能性,甚至会对挑战者的身心健康或日后生活产生不良影响。(见11月14日《北京青年报》)

“禁闭挑战”即把挑战者关在封闭空间,不允许携带手机等电子设备,不让她与外界接触,只提供基本生活物品。由于人是群居动物,对社交有着强烈的需求,长期脱离社会,精神调整能力不足的话,有可能诱发精神崩溃、失常。

“禁闭挑战”越来越火爆,有着现实的市场基础。一是现代社会生活节奏快,很多人工作繁忙、生活压力大,参与这类活动算是一种“逃避现实”的解压行为;二是不乏年轻挑战者抱着好奇、求胜心理,图一乐呵。现实来看,完成“禁闭挑战”的难度非常大,争议也很多。从海内外类似挑战情况来看,绝大多数人都高估了自己的能力,没坚持几天,就纷纷退出了。

如果将“禁闭挑战”作为市场项目发展,经营者很容易在“注意力经济”中实现盈利。比如,报道中的公司就采取了“挑战成功奖励”与“挑战失败惩罚”并举的模式,一个流程下来,盈利的概率非常大。

“禁闭挑战”与密室逃脱、真人推理等类型相似,有较大的市场需求,也潜藏安全风险。比如,“禁闭挑战”最大的风险就是挑战者在幽闭环境下,无法长期独自生活,精神状态容易崩溃、失常,诱发自残、暴力等行为,甚至患上“幽闭恐惧症”,给未来的工作、生活造成负面影响。因此,活动的组织者有必要对挑战者进行精神测试,并采取全时段监测,观察挑战者的精神状况,并有相应的预案、预判,及时进行干预,以防出现极端事件,最大限度保护相关参与者的人身安全,比如心理医生支援等。这是对类似活动的基本要求,也是所有商业活动应当严守的底线。



## “羞辱式”销售？

近日,某大型超市的一张女装尺码建议表引发网友吐槽,其将S、M、L、XL、XXL尺码对应为瘦、美、烂、稀烂、稀巴烂,同时标注“仅限18~35岁女生,根据身材请先咨询客服”。随后该超市发表声明称内部管理出现漏洞,导致宣传材料“措辞不当”,目前已撤下并保证此类事件不会再次发生。

“身材不好也轮不到别人侮辱”,估计不少女性的自信和自尊会被商家一个“烂”字深深打击,这也是该超市遭到质疑的重要原因。商家在促销上奇思妙想无可厚非,但不注意分寸和语言、不考虑消费者的感受,甚至充满羞辱的色彩,显然不合适。以前,有商家贩卖家长对孩子的成长焦虑,兜售“聪明药”“长高胶囊”等商品;如今,“看脸时代”又开始贩卖身材焦虑,在尺码文字上直接刺激人心。但愿更多商家能引以为戒,以尊重、善意对待每一位消费者。

李法明/图 弓长/文

## 把好电子处方关,网售药品才能更安全

冯海宁

国家药品监督管理局近日发布新修改的《药品网络销售监督管理办法(征求意见稿)》,就规范药品网络销售行为再次公开征求意见。其中规定,在符合“确保电子处方来源真实、可靠,并按照有关要求进行处方调剂审核,对已使用的处方进行电子标记”等条件下,药品零售企业可以通过网络销售处方药。(见11月15日《医药经济报》)

处方药是必须凭执业医师或执业助理医师处方才可调配、购买和使用的药品。近年来,“不得通过网络销售处方药”的有关要求逐渐深入人心。但事实上,网上违规销售处方药的现象并不少见。比如有媒体曾对18家网络购药App展开测评调查,发现其中16家不合规展示或销售处方药,甚至还引发了

悲剧——2018年,两名女孩先后网购秋水仙碱片剂的处方药,均因过量服用而亡。

在互联网时代,网售处方药会成为未来的一种趋势,但其不能一直游离于监管之外,而必须通过有效的应对举措,保证其平稳、有序、合法合规运行。

如何确保处方来源真实、可靠?首先,要推进电子处方共享,即建立电子处方信息共享平台,医生根据患者需求开具电子处方后上传,医药电商平台按照共享处方“见方抓药”。去年,全国首个省级“电子处方信息共享平台”已在甘肃启动,其他地方也在推进,效果值得期待。其次,审核处方是必要程序。曾有新闻报道称,在没有处方的情况下,用宠物照片充当处方也能成功下单药品,这凸显“药师审核”形同虚设,也为用药安全埋下隐患。再有,严格落实好对已使用的处方进行电子标记的要求,防止滥用电子处方,避

免重复购买、过量服用处方药。

从过去情况看,指望医药电商平台完全自律不太现实,因而征求意见稿中的相关要求增加了平台的成本。无论是电子处方共享,还是处方审核等,都应该在监管者严格监督之下,既要通过完善的制度设计不给平台方留空子,也要充分利用大数据等技术手段进行全程监控。

网售处方药,从之前拟禁止到今后拟放行,已经为医药电商平台提供了难得的发展机遇。平台应珍惜机遇,而不是在利益驱动下胡作非为。对于那些漠视制度规定和患者用药安全的平台,只有依法严惩,才能倒逼网售处方药处于安全轨道。

同时,有必要采取奖惩结合的措施促进医疗机构的医务人员开具电子处方;在处方审核方面,可以探索推行医疗机构药师与平台药师“双审核”,监管再抽查的多重保险机制。

“瓷都”,人们首先想到的多是景德镇,另外几个“瓷都”虽被协会认可,但难以撼动景德镇在人们心中的地位。

值得关注的是,在相关协会、机构等组织的评价规则中,参评“×都”通常需要缴纳参评费、服务费等等,且相关称号有若干年的有效期。这样的规则很可能让一些更具竞争力的产业集群地或文化代表地“落选”,而个别地方可能出现了为地方形象不惜花钱、跑关系“争戴高帽子”的情况,导致评价结果的客观性、公正性、公平性遭受质疑。

“都文化”虽然可能给地方经济发展和旅游带来助力,但其本质是一种伴随产业自然发展而来的现象。因而,“都文化”的事更多的还是应该交给市场、交给社会、交给时间,少一些外力“加冕”和干涉。从这个角度看,争“×都”的帽子,更要争一争的是提升产业影响力的本事。

自然口碑才是最客观、最真实的,也最具生命力和公信力。“都文化”,“乡文化”“基地文化”等等,也是这个道理。



## “凡尔赛文学”，不过是“口嗨式”造梦的变体

龚先生



这几天,“凡尔赛文学”在网上突然爆火,“考古”一番才明白,就是:将刻意炫耀藏在不经意间。

“凡学”的当事人是不是真正拥有优越感并不重要,重要的是炫耀本身,以及炫耀的手段是否高明、不留痕迹。他们更看重的是炫耀带来的目光灼灼,是人们的注意力,以及由此获得的心理满足感。

从网友的群嘲可以发现,“凡学”很像一面镜子,它凸显了部分人精神的贫瘠与自卑。这样的小打小闹并不会让正确的价值观“歪楼”。

网友跟贴——

@毕竟曾经：真正的富足，是精神世界的辽阔。

@大器晚成的摩羯：真正的富人思维是用财富解决问题，而不是用财富制造问题。



阅读全文请扫码“工人日报e网评”

## 公众参与考古:从好奇中来,到敬畏中去

何勇海

据中新社报道,河南安阳即将开启“公众考古模式”——向外界招募考古志愿者,凡是热爱考古事业、本科及以上学历、身体健康、年满18周岁,均可报名。

近年来,我国在公众参与考古方面有所探索,比如开放考古现场,让有兴趣的百姓参观、与专业考古人员交流;一些考古活动通过“云端”直播,让网友参与“云考古”;也有个别地方尝试了真正的“公众考古模式”——在全国范围内招募“江口沉银遗址”相关考古发掘项目志愿者,并让最终选定的志愿者,参与考古工作各个环节。一定程度上帮助了考古文化“出圈”。

“公众考古模式”有助于为公众揭开考古的神秘面纱,生动解释“考古是什么”以及“考古为了什么”等问题。近年来,“盗墓”题材的小说、游戏、影视剧等层出不穷,让不少人尤其是年轻人误以为考古即是“持证挖宝”与“法律允许的盗墓”。这无疑加深了人们对考古工作性质、方法以及价值的误解。

博物馆免费游、数字故宫等让越来越多的人了解了我国璀璨的文明,这种公众参与模式的创新,其实也是对传播传统文化工作方式的一种启发。“公众考古模式”本质上如同“云游故宫”等一样,让更多公众了解、热爱、珍惜文物,甚至可能激发部分人的理想和兴趣,立志保护珍贵文物——正如一名志愿者说,走进考古现场感知文物,非常震撼,古朴的花纹、岁月的侵蚀,真的像是在诉说历史,对文物的敬畏油然而生。

长期以来,考古专业人才缺乏。在这种情况下,打通专业知识与考古欲望的壁垒,搭建考古学家与公众之间的合作桥梁,让有兴趣的志愿者参与到考古中来,同时设置一些识读课程和具有一定专业水准的培训,不失为发掘考古人才的一种渠道。

期待更多地方根据实际情况探索“公众考古模式”,让人们从好奇中来,到敬畏中去,让更多人成为考古文化的拥趸,成为延续民族根脉的坚实基础。

## 媒体声音

◇学校满意度调查发标准答案,形式主义!

近日,山东一名家长爆料,老师在家长群里发了一份针对教育局即将进行的满意度调查的“标准答案”,例如,孩子完成家庭作业的时间,要答一、二年级没有作业。

《光明日报》评论认为,形式主义的调查反映不出实际情况,测评失去存在的意义,依据调查问卷的后续改进措施的推进,更是无稽之谈。让老师全身心投入到教书育人工作中,要平衡好管理与教学的关系,让老师静心、舒心、安心地回归课堂。满意度测评能拟定标准答案,但学生的成长不行。培养一个优秀的孩子需要精力,需要投入,不要再给老师和家长加码了。

◇视频会员涨价,年轻人为何不淡定

有视频网站表态:目前视频订阅价格偏低,将来有机会将进行调整。很多人吐槽说,这比房子涨价更让他们不爽。

澎湃新闻评论指出,让市场的归市场,个人归个人。消费者永远觉得贵,商家永远觉得便宜。规则和公平,就是在这样的对立依存中建立的。事实上,哪怕吐槽涨价的声音,平台可以不理;而在另外一个方面的批评,却应该引起重视:内容质量应该跟上。某种程度上说,内容生产力决定了平台的议价能力。用户尊重市场化的定价规则,企业也要满足用户的期待。

◇比校园霸凌更可怕的,是纵容与漠视

11月12日,广西柳州一小学生被校园霸凌,无助地哭喊。当地教育局表示,该事件已进行处理,具体情况有待官方通报。

“中青评论”发表文章说,施暴者年龄之小,下手之凶狠,言谈之冷漠,令人瞠目。学校应当重视起来,决不能纵容少年施暴者的麻木与嚣张。首先,对于事件本身,要严格依法依规处理,避免“大事化小”的错误倾向。同时,学校要加强对欺凌者的严格教育和训诫,而不能满足于表面的“悔过”和道歉。比“花样百出”的校园霸凌更可怕的,是对此类行为的纵容与漠视。完善事前防范机制,重视对每一起暴力事件的严肃处理,才能让祖国未来的花朵不受摧残。(嘉潮整理)

李英锋

“中国醋都”只有一个吗?据11月15日澎湃新闻报道,江苏镇江市日前被授予“中国醋都·镇江”称号,镇江醋业协会会长称镇江是第一也是唯一,而出产山西老陈醋的山西清徐县自2007年起已在推广“中国醋都”这一城市名片。

我国有很多叫“×都”“××都”的地方,比如“瓷都”“药都”“酒都”“煤都”“铜都”,以及“小商品之都”“物流之都”等,这些“都”都是(或曾是)某种产业的集群地,产业规模、技术、品牌等往往在国内名列前茅,具有较强的

竞争力和代表性。

此番“醋都”之争背后,更值得思考的,是“都文化”的演化及相关评价规则、机制等。

评价“×都”通常有两种渠道:一是市场渠道,社会各界经过较长时间的接触和感知,对一个地方的产业或文化现象自然而然地形成共同的印象和口碑,“×都”称号实至名归或者约定俗成。如江西景德镇的“瓷都”、安徽铜陵的“铜都”以及安徽亳州、河北安国、江西樟树、河南禹州的“药都”等,都是经过数百年甚至更长时间的积淀而来。

另一种渠道是行业协会等组织机构认定。比如,中国美术家协会、中国轻工业联

合会、中国陶瓷协会等组织曾先后授予福建德化、浙江龙泉、河南禹州、福建永春、河北唐山、广东潮州“瓷都”称号,中国轻工业联合会和中国酿酒工业协会联合授予四川宜宾、江苏宿迁“中国白酒之都”称号,中国食文化研究会授予贵州仁怀“中国酒都”称号。

当然,这两种渠道评价出的“×都”也存在不少重合之处,因为某些城市本身在历史上就具有比较雄厚的产业基础和良好的品牌效应。但有些时候,人们也会对这两种渠道评出的“×都”出现一些认知落差——自然积淀形成的“×都”往往知名度更高,而机构评出的可能认可度较低。比较典型的例子就是