

表面是科普背后是生意,“伪科普”的“流量病”得治

社评 中国新闻名专栏

信息繁杂的时代,“去伪存真”是一个永恒课题。我们乐见有关方面各担其责,合力将网络科普引入规范化发展轨道;我们也期待更多专业人士主动走向科普舞台中央,用良币驱逐劣币,让真科普的声音嘹亮起来,传播开来。

国家卫生健康委7月4日举行新闻发布会,新闻发言人表示,当前,医疗科普是短视频平台的热门话题,越来越多的医生通过直播和短视频来传播健康科普知识。但是有的“网红医生”把医疗科普当作牟利工具,滥用专业权威为自己背书,假借科普名义违规导

医导诊,线上问诊,线下引流,直播带货甚至高价开药;还有的通过夸大治疗效果、虚构病例、杜撰故事等手段误导公众、敛财牟利。国家卫健委将与相关部门一起,加大互联网健康科普乱象的整治力度。

随着自媒体的发展,不少医生主动“触网”,用通俗易懂的语言分享医学知识、临床案例,并与网友实时互动,答疑解惑。毫无疑问,专业、负责任的医疗科普能够提升公众的健康素养,也能打破信息不对称,增进医患双方的互信和理解。一些医生博主凭借生动、清新的科普风格“破圈”“出圈”,广受网友好评。

不过,这股浪潮中,也有一些“网红医生”在借科普之名“夹带私货”。这当中,有的博主确实是医生,但打着传播知识的幌子,在线收费看诊、推销高价“神药”和偏方,甚至“跨专业输出”,什么流量高蹭什么,为带货做准备;有的则是社会人员“套”上白大褂,与网红孵化机构合谋,用医生的名头招摇撞骗,编造诸如“生酮饮食能饿死癌细胞”“耳朵有折痕预示冠心病风险”等谣言,或是演绎一些狗血剧情,为了吸睛、涨粉、变现,无所不用其极。

表面是科普,背后是生意。这些“精心包装”的“伪科普”很容易对公众造成误导,尤其

是数字素养偏弱但更关注健康问题的老年人,一旦听信“伪专家”的话,购买其推荐的所谓“特效药”,轻则钱财受损,重则延误病情、危及生命。“伪科普”的大行其道,也在无形中稀释着医疗行业的公信力,干扰正常诊疗秩序,有损医护人员的形象。

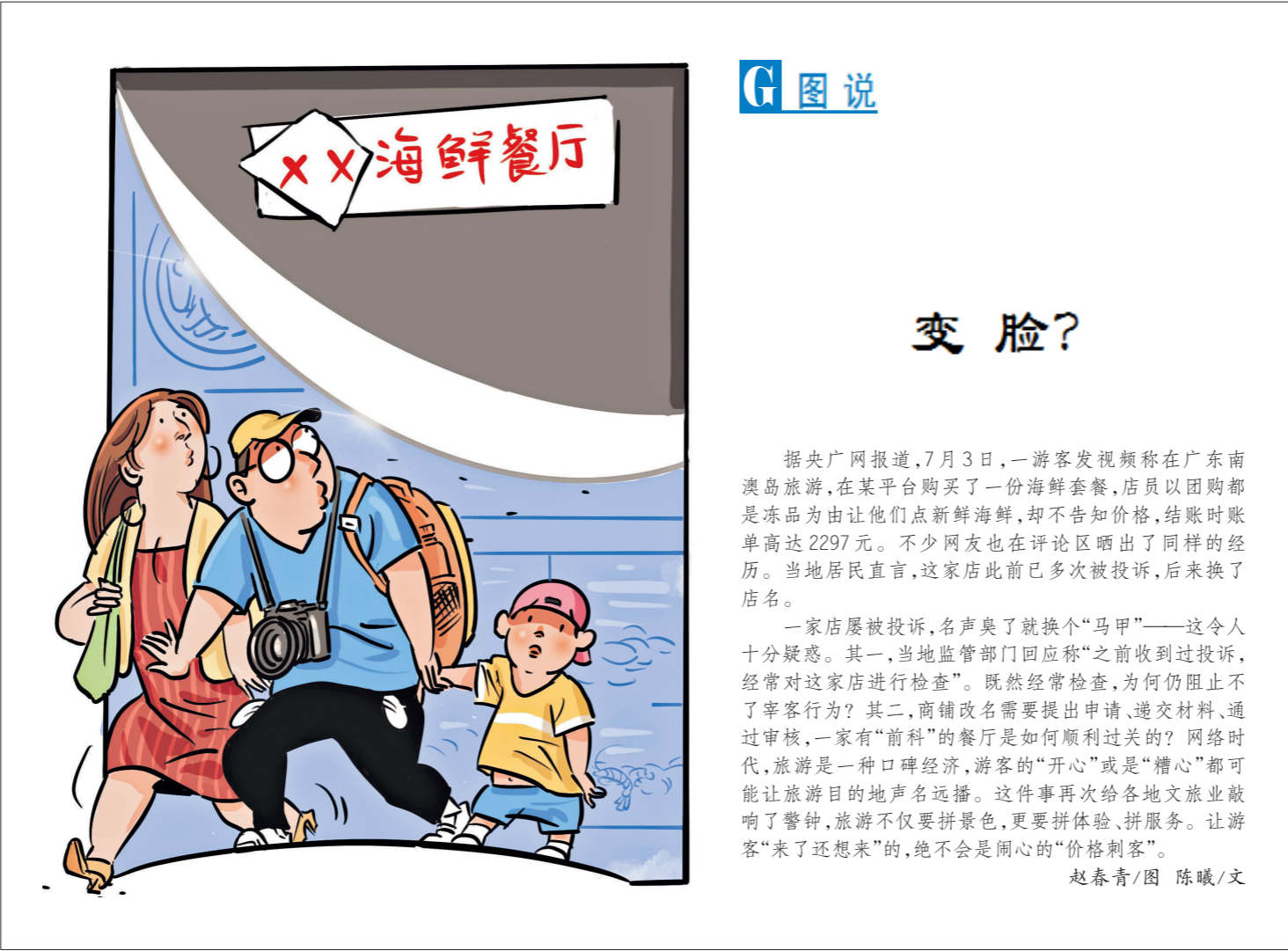
医疗科普应以科学为根本,既不容真医生大肆敛财,也不容假医生兴风作浪。破解“网红医生”布下的“迷魂阵”,需要多方共同努力——医疗机构应加强医德建设,制定相应的行为规范,为医务人员参与自媒体画出红线;市场监管、网信等部门须加大惩治力度,严查假冒医务人员等行为,“顺藤摸瓜”揪出其背后的运营团队。对博主的“安利”和“种草”,屏幕前的人也要提高鉴别能力,身体出现不适要选择正规医疗机构就诊,而不是迷失在“伪科普”中的一句句“马上见效”里。

让人担忧的是,心怀鬼胎的“伪专家”不仅存在于医疗科普领域。一段时间以来,社交平台、短视频平台上涌现出诸多“网红律师”“农业专家”“金融大V”等,其简介中的“权威”头衔、奖项让人眼花缭乱,也因此粉丝众多。然而,“塌房”往往就在一瞬间。类似虚假人设背后,很可能是一条灰色产业链。

2023年,中央网信办发布《关于加强“自媒体”管理的通知》,其中明确提出,对从事金融、教育、医疗卫生、司法等领域信息内容生产的“自媒体”,网站平台应当进行严格核验,并在账号主页展示其服务资质、职业资格、专业背景等认证材料名称,加注所属领域标签。对未认证资质或资质认证已过期的“自媒体”,应当暂停提供相应领域信息发布服务。

某种角度上,“专业人设”正在成为收割流量的一把“新镰刀”。对此,网络平台不能作壁上观,一方面要加强内容审核,以技术力量击穿伪装,及时清理“伪科普”内容、账号;另一方面要改进算法推荐机制、健全流量分配体系,扩大优质内容的触达范围,用更多科学的、严谨的、真实的内容,压缩那些虚浮夸、低劣甚至违法违规内容的生存空间。

信息繁杂的时代,“去伪存真”是一个永恒课题。我们乐见有关方面各担其责,合力将网络科普引入规范化发展轨道;我们也期待更多专业人士主动走向科普舞台中央,用良币驱逐劣币,让真科普的声音嘹亮起来,传播开来。



图说

变脸?

据央广网报道,7月3日,一游客发视频称在广东南澳岛旅游,在某平台购买了一份海鲜套餐,店员以团购都是冻品为由让他们点新鲜海鲜,却不告知价格,结账时账单高达2297元。不少网友也在评论区晒出了同样的经历。当地居民直言,这家店此前已多次被投诉,后来换了店名。

一家店屡被投诉,名声臭了就换个“马甲”——这令人十分疑惑。其一,当地监管部门回应称“之前收到过投诉,经常对这家店进行检查”。既然经常检查,为何仍阻止不了宰客行为?其二,商铺改名需要提出申请、递交材料、通过审核,一家有“前科”的餐厅是如何顺利过关的?网络时代,旅游是一种口碑经济,游客的“开心”或是“糟心”都可能让旅游目的地名声远播。这件事再次给各地文旅业敲响了警钟,旅游不仅要拼景色,更要拼体验、拼服务。让游客“来了还想来”的,绝不会是闹心的“价格刺客”。

赵春青/图 陈曦/文

“背调”评价岂能成为侵权评价

李英锋

近日,北京市丰台区人民法院审理了一起求职者主张背景调查未核实信息真假侵害其名誉权,起诉要求背景调查公司赔偿的案件。法院在审理中明确,背景调查公司在出具背景调查报告时,应对调查来源的可信度、调查内容的真实性等尽到合理的核实注意义务。未尽到合理的核实注意义务就把信息记载于调查报告并作出负面评价,使第三人所知悉并使求职者的社会评价降低,构成对他人名誉权侵犯,应当承担相应的法律责任。(见7月7日《新京报》)

背景调查一方面会影响用人单位的决策,另一方面会影响劳动者的就业、职业发展以及相关待遇。如果背景调查操作不当或越界,还可能会侵犯劳动者的隐私权、名誉权

等。上述案件暴露出一些用人单位或其委托的第三方调查机构未合理审慎使用背景调查权而产生的侵权风险,强调了背景调查的边界或底线控制义务,给用人单位敲响的法律警钟。

法律明确了劳动者如实说明与劳动合同相关情况的义务,也赋予了用人单位对应的知情权。总体而言,背景调查有助于用人单位作出用人决策,提升人岗适配度,提升劳动管理的精准性、规范性。然而,用人单位的背景调查权不是无限的,其底线和边界对应着劳动者的隐私权、名誉权等权利的边界。若未核实信息来源与可信度就对求职者的价值观、生活作风等作出负面评价,并造成负面评价信息在一定程度上扩散,显然构成了侵权。

“背调”评价不能成为侵权评价。背景调查关乎劳动者的切身利益,用人单位或其委托的第三方调查机构应该在劳动管理知

情权与劳动者合法权益之间寻找平衡点,遵守有关个人信息保护的合法、正当、必要和诚信原则,把背景调查的劳动者信息范围压缩到最小。比如,以调查与工作有关的信息为常态,以调查其他信息为例外,以个人隐私权、名誉权等权益为禁区。针对有可能侵犯劳动者的职业发展权益或者人格尊严、个人信息权益的调查及信息发布,要承担更高的注意义务,多方求证,合理评估,在下结论之前用法律的尺子和劳动者权益的尺子多量一量。

有关部门要进一步完善背景调查的规则和标准,明确背景调查的信息范围和行为方式,拉出负面清单、划清底线;通过以案说法、送法入企、法治体检、执法检查等方式,加强对用人单位的法治教育和日常监督,引导用人单位规范合理使用背景调查权,共同为构建和谐劳动关系添砖加瓦。

入专业机构、聚焦职工和子女多元化需求,还开发“职业启蒙+劳动教育”特色活动,让职工子女走进父母工作场所开展“我是小工匠”活动。当孩子们走进工厂来到父母身边,这种极其温暖的场景,既丰富了托管体验,又实现了职业认知教育与劳模精神传承,可谓一举多得。

暑期托管看似是“带娃”的小事,实则是关乎民生福祉、社会治理的大事。当前,已经有不少地方都在纷纷探索类似的“互助式”托管模式,以“互助”破“困局”,以“共享”促“共赢”,不仅为职工子女提供了优质的暑期选择,更探索出一条政府主导、社会协同、公众参与的公共服务创新路径。

在人口流动加剧、家庭结构变化的当下,这种结合自身实际、富有特色的做法,无疑为各地破解暑期托管难题提供了有益借鉴。有心意自然就会有“新意”,期待更多地方以“互助”为钥匙,打开民生服务的诸多新可能,让每个家庭都能卸下假期看护孩子的负担,让更多孩子收获成长与快乐。

卢越

近日,有网友在广州一餐厅就餐时被收“白开水费”的消息引发关注。据上游新闻报道,该网友发帖称,和朋友前往某餐厅用餐,进店后表示不想喝茶,却被服务员告知一定要点,最终选择了58元一壶的陈皮水,结账时却发现还被额外收取11元白开水费和10%的服务费。工作人员表示,菜单和点心单都是明码标价,陈皮水按人数收费,单独要白开水则另外支付费用,11元一位。

去餐厅被收“白开水费”,引发不少消费者的质疑。通常来说,一壶茶可供多人共享,按人头收费违背常理。并且,一杯白开水竟收费11元,远超成本。

外出就餐遭遇“价格刺客”,消费者对此并不陌生。比如此前引发关注的“天价大虾”“景点宰客”等,商家采取的套路要么是“按只算或按份算,故意不说清”,要么是以“时令价”“特价”等模糊表述吸引顾客后再坐地起价。这些都是对消费者权益的侵害,有关部门也对此进行了查处。

此次“白开水费”事件有所不同:11元一位的白开水费用写在了餐厅菜单上,算是明码标价。当地市场监管局工作人员也表示“现场如果有明码标价的话,是可以收的”,如果消费者能证明餐厅存在强制消费行为,将依法查处。

依据价格法规定,经营者销售、收购商品和提供服务,应当按照政府价格主管部门的规定明码标价,注明商品的品名、价格或者服务的项目、收费标准等。因此,明码标价是前提,是法定义务,是合规经营的底线。

然而,明码标价并非不合理收费的免责条款。从法律上看,首先,商家有充分告知的义务。拿“白开水费”来说,在大多数消费者的传统就餐认知里,商家提供免费白开水是“标配”。如果喝一杯白开水要收费且不方便,对如此“反常”的情形,商家有义务以合理、显著方式提醒消费者注意。

其次,明码标价并不等于合理定价,商家自主定价也并不等于可以任意定价。价格法第七条要求经营者定价应遵循公平、合法和诚实信用的原则。如果收费远超合理成本,且无法提供与之匹配的增值服务,则可能违反公平、合法和诚实信用的原则。

现实中,一些商家虽然明码标价,但巧立名目、价格畸高或者不规范标价的情况时有发生,引发消费者“暗着宰表明着宰”的质疑。监管部门需要进一步细化规则,明确各类收费项目的合理范围和标准,加强监管力度,对商家的乱收费违法行为依法予以处罚,维护市场公平竞争秩序和消费者合法权益。

近年来,我国法律法规围绕“明码标价”“合理定价”等问题均有进一步细化约束,各地也出台餐饮行业经营者价格行为合规指引。例如,河北保定规定,对容易引发消费纠纷、需要向消费者特别提醒的价格信息,应采用显著、有效的提示方式进行强化标示;在消费者点餐后、提供餐饮服务之前,应向消费者出示消费清单,待消费者确认同意后再下单,等等。这样的指引,能进一步规范餐饮行业价格管理,引导经营者诚信经营,促进餐饮行业公开透明,值得更多地方借鉴。

11元的白开水着实有些“烫嘴”。对于消费者来说,钱花得明白、花得超值,体现在不需要“拿着放大镜看菜单”,不会在“明码标价”下“被动买单”。对于商家来说,“诚信赢天下”的商训任何时候都不过时,只有切实提升服务质量和水平,才能真正地留住消费者的心。

“已故人员领高龄津贴”是不该有的“失误”

李丁乔

据7月7日央视新闻报道,近日,“山西怀仁23名死亡人员领高龄津贴”一事引发广泛关注。记者从当地相关部门了解到,目前,怀仁市纪委监委正对相关责任人进行问责,怀仁市民政局已全部追回超期领取的高龄津贴20100元。

高龄津贴是真金白银的惠民好政策,也是改革发展成果由人民共享的生动实践。今年1月,《全国高龄津贴提标扩面实施方案》正式落地,中央定底线、地方提标准,不同年龄津贴不同,不同地区标准不同。但不论各地有多少差异,一个共同的基本标准都是老人健在,这也是最根本的前提和常识。新闻中出现的多名已故者仍在领取高龄津贴一事,显然“事出反常必有妖”。

一般情况下,高龄津贴由村(社区)来负责宣传、申请、变更等。申请时,考虑到群众利益和满意度,有关方面往往本着快办、办好的原则让真金白银落袋为安。但在监管上,难免出现后续信息更新不及时等薄弱环节,如果群众不主动告知老人已去世,上述现象就更难避免。所以,一定程度上看,“已故人员领取高龄津贴”是由于个别基层干部失责所致,问题原本是可以避免的。

实际上,不少地方通过采取部门联动、数据比对、实地核查等方式实现了高龄补贴“免申即享”,同时强化了政策落地的精准性。但数据不是万能的,尤其是在地广人稀的农村地区,当高龄老人去世的信息没有被录入系统平台时,数据监管就成了盲点。

线上看动态,线下也需查实情。“已故人员领取高龄津贴”事件,既存在信息上的滞后,也反映出核查上的漏洞。如果发放资金前详细核实,也不至于出现这样的“失误”。其实,监管并非难事,只需要基层干部去老人家中走一走、看一看,便能掌握最真实的情况。对于外出没在家的老人,也可通过电话、视频等方式取得联系。难就难在,不担当、不作为、不善为。

好政策要发挥好效果,涉及群众的津补贴关系政策落地实效,关系群众切身利益,关系社会公平正义,这需要广大基层干部厚植民本情怀,强化责任担当,把稳原则标准,用心用力服务保障民生,把群众的事情真正办到群众心坎上。总之,“已故人员领取高龄津贴”这样的“失误”绝不该再发生。

明码标价不是『漫天要价』的挡箭牌

酒后开启“智能驾驶”? 掩耳盗铃难掩酒驾本质

童方萍

据7月7日澎湃新闻报道,日前,浙江嘉兴秀洲区传媒中心发布一起醉酒驾驶案例,经秀洲区人民检察院起诉,秀洲区人民法院以危险驾驶罪,判处男子宋某拘役一个月十五日,缓刑三个月,并处罚金3000元。案例称,驾驶员宋某酒后启动智驾系统,在遇到交警查酒(醉)驾时,非但没有停车配合检查,反而倒车逃避。

这起案件是一堂法治课,折射出部分驾驶员对法律与技术的误解——将智驾系统视为“反正不是我开车”,试图以此逃避酒驾的法律责任。

从法律视角看,酒驾的本质从未因“智驾”而改变。道路交通安全法明确规定,驾驶人血液酒精含量超过80mg/100ml即构成醉驾。法律对危险驾驶罪的判定,始终以驾驶人的实际状态为准绳,技术工具无法转移主体责任,即“智驾”仅是“辅助”,驾驶员仍是第一责任人。

技术层面,“智驾≠无人驾驶”的真相不容混淆。当前智能驾驶系统依赖传感器与算法,在恶劣天气、复杂路况下存在诸多盲区,越来越多车企在宣传中也将“智能驾驶”“自动驾驶”等表述更正为“辅助驾驶”,体现了所谓“智驾”功能其实仍不能完全“大撒把”。在公共安全面前,当“智驾”技术尚未有实质性突破和兜底性保障时,驾驶员保持警觉与操控能力,本就是不可推卸的义务。

每一次侥幸上路,都可能酿成无法挽回的悲剧。醉驾入刑十余年来,仍有驾驶员心存侥幸,试图以各种理由逃避检查,本质是法律意识与公共责任的缺失。法治社会容不得“揣着明白装糊涂”,法律的威严更不允许“耍花样”。

在技术与法律的双重框架下,驾驶员需更加理性。一方面,车企应加强技术引导,清晰界定辅助驾驶的使用边界;另一方面,执法部门需强化普法宣传,让“酒后禁驾”成为不可触碰的红线。更重要的是,每位驾驶员都应筑牢法治意识,摒弃侥幸心理,敬畏规则、敬畏生命。

酒后开启“智驾”被判刑的案例,当成为一面镜子,照见无知与侥幸的代价,更照出交通法治建设的紧迫性——将规则意识内化为行动自觉,才能真正守护道路安全,让技术进步服务于文明出行。

“互助式”托管破解暑期看护难题,值得推而广之

胡欣红

“职工通过参加社区治理等志愿服务累积积分,其子女可以优先获得寒暑假免费托管资格。”近日,山东省青岛市西海岸新区总工会干部介绍,新区总工会今年实施的“互助式”托管新模式,不仅解决了职工子女寒暑假托管难题,还激发了职工参与社区志愿服务的热情。(见7月7日《工人日报》)

孩子放假,暑假如何托管是一个困扰众多家长的问题。以青岛市西海岸新区为例,96%的职工有寒暑假托管需求,但托管机构管理不规范、费用高昂等问题让不少家庭望

而却步。即便是一些公益性托管,大多只是看管孩子写作业,既不教新知识,也缺乏丰富的文体活动,难以满足不同家庭的差异化需求。一言以蔽之,家长既希望托管服务触手可及、成本可控,又期待内容丰富、兼顾教育与成长,单一主体供给的传统模式难以同时满足多重诉求。

在这样的情况下,西海岸新区总工会探索“阵地、人员、资源、制度”四维互助体系,通过整合多方资源,创新服务机制,实现了从政府或学校“单打独斗”到社会力量多方“抱团取暖”的转变。

具体而言,大抵可以归结为“近”“活”“暖”三大特点。

一是“近”,为社区和企业职工提供“家门口”“广门口”的托管中心。区总工会会有条件的社区、镇(街)、企事业单位利用闲置场地单独设立互助托管点,这种“就近托管”模式,既降低了家长接送成本,又解决了机构场地租赁的高成本问题,实现了资源利用效率最大化。

二是“活”,这个主要体现在多元化师资库的构建。除了职工家长、退休教师、大学生志愿者等之外,“娃娃带娃娃”互助小组更让更多孩子成为“小老师”,挖掘了学生群体更多潜能。这种“人人参与、人人受益”的模式,既解决了师资短缺问题,又培育了互助精神。

三是“暖”,该区对接普惠化课程清单,引