

一网连心 将感动进行到底

■安传香

时事聚焦

坚者，韧性也；持者，耐力也。坚持者，意志坚强，始终如一，绝不放弃。因为坚持，人们翻越一座又一座山峰；因为坚持，人们跨过一道又一道难关；因为坚持，人们创造了一个又一个奇迹。坚持因不易而可贵，坚持者因梦想而伟大。

“中国网事·感动2018”年度网络人物以他们平凡而伟大的事迹，让坚持的品格再一次闪亮网络，将感动的力量再一次传向人间。

他们以百折不挠的意志告诉我们，只要坚持，平凡的人生也能开出传奇的花朵。

6岁身患“不死的癌症”——类风湿性关节炎，11岁开始与轮椅为伴，在很多人眼里，这样的人生可能从此黯淡；但吴晓沅却凭借顽强的意志和坚韧的毅力，在求学和科研的道路上“跑”出一段又一段精彩传奇：以云南省高考理科第16名的成绩被清华计算机系录取；获得清华仅10个名额的特等奖学金；被保送到计算机系人工智能研究所攻读硕士研究生，和团队研究出“九歌”智能机器人……

既是环卫工人，也享有国务院特殊津贴；一手拿着初中文凭，另一手却有9项国家专利、100余项技术创新；一边从事着“顶风臭八里地”的环卫工作，另一边却在不断寻求技术突破、提高机械化作业率解放双手……36年来，李德吃得苦、经得起磨难、耐得住寂寞，用自主创新实现了环卫工人“大国工匠”的完美结合。

顶着每秒20米的风速，冒着零下50摄氏度的严寒，迈着走十步可能要喘三十秒的步伐，拾起沿途遗弃在珠峰上的各种废弃物……从登山向导到环保卫士，从一人干到带动多人干，生长在珠峰脚下的次仁旦达，把珠峰当成家。在人类徒步能够到达的极限，他和珠峰环保卫士一起，用实际行动向世人证明，即使在海拔8844.43米的地方，中国人同样会把环保进行到底。

坚持，搭建起启程与抵达的桥梁。他们以矢志不移的追求告诉我们，只要坚持，平实的行动也能产生巨大的影响。

在教来自清的《背影》时，他把努力爬上月台的父亲的背影画到了黑板上；在教周敦颐的《爱莲说》和鲁迅的《故乡》时，少不了画莲、画“细脚伶仃”的杨二嫂……从18岁高中毕业到60岁退休，42年里，张举文扎根在宁夏西海固地区当一名乡村语文老师，在艰苦的教学环境中，用小小的粉笔画出一幅幅图案，给山里的孩子们心中播下一粒粒求知的种子。

为了让精神障碍患者放下戒备，搂着对方肩膀以兄弟相称；为了寻找线索，花一下午的时间在垃圾堆里翻检……23年中，李耀进翻烂了一本本电话黄页，找遍了各种老旧地图，帮助4260名滞留在杭州的救助对象找到回家的路，被失散人员称为归途的“灯塔”。

一岁多男童不慎掉进河中，88岁老人何有义跳入冰冷的河水中施救。15年前，他曾在同样的地方救起了另一名儿童。60多年前，在抗美援朝战场上，为了连上通讯线路，他曾将缺少一截的电线接在了自己身上……因为他是一名军人。不管过去多少年，他始终忘不掉自己是军人，“不管当时多危险，我都要去救人”。

出生时只有1.7公斤的患病新生儿“小精灵”，在彭锡萍等“代理妈妈”51个日夜的精心照顾下，战胜了一个又一个困难，长到了2.6公斤，最终康复出院。这样的“小精灵”不止一位。一本《代理妈妈日记》，记录的是每位重症监护室宝宝的成长全过程，也是彭锡萍等医护人员的艰辛付出、无私奉献。

坚持，谱写着执着与前进的乐章。他们以不忘初心的拼搏告诉我们，只要坚持，质朴的心灵也能释放感动时代的力量。

一个肺癌晚期的患者，怀着一颗对党忠诚的初心、一心为民的情怀，忘我奋战在脱贫攻坚第一线……55岁是可以安享晚年的年纪，余启良却还在“玩命”地带着乡亲们往前拼。他说，当选村官就是“抢”到了为村民服务的“机会”，“答应村民的事，不能半途撂挑子”。

他是火场中的逆行者，他是离死亡最近的人，他是奇迹的创造者，他是替我们负重前行的人……19年寒来暑往，陈三喜缺席家庭中的很多重要时刻；他和每一辆消防车、每一盘水带、每一支水枪在一起，在人民最需要的时候义无反顾冲锋在前，救民于水火、救民于危难，用鲜血和生命捍卫祖国平安、人民安宁。他以无数次出生入死，把一名消防官兵的价值诠释到了极致。

他有亲人要守护，却在替换人质时毫不犹豫；他有家庭要尽责，却在执行任务时勇往直前；他对家人会有愧疚，对人民却从来无悔付出……因为他是一名特警队员，是“特殊力量”的践行者，是正义的守护者。入警15年，王培时刻记着“立警为公，执法为民”，永远冲锋在前，用实际行动践行了入警时的铮铮誓言，诠释了人民警察为人民的真谛。

坚持，锻造出价值与意义的丰碑。他们感动你我，他们感动中国。他们用生命演绎精神不朽，他们通过网络让爱播洒，将感动进行到底。（来源：新华网）



投诉热点

湖南省消费者委员会近日发布2018年度受理投诉情况分析报告。报告显示，2018年，湖南省消委组织共接待消费者来访咨询91204人次，受理投诉27292件。其中，利用微信等手段非法搜集消费者个人信息、互联网装修公司卷款跑路成为两大投诉新热点。

■新华社 朱慧卿

小惩大诫尊重生命

■秋城

“你好，刚刚你拿着手机边走边过斑马线，根据《温州市文明行为促进条例》，行人横穿道路时低头看手机要处以10元的处罚。”近日，在温州市区学院路口，交警对斑马线上的“低头族”市民胡女士现场开具了处罚罚单。这也是《温州市文明行为促进条例》今年元旦开始实施后，行人在斑马线上看手机被处罚的首张罚单。

近几年行人过马路时使用手机且无视交通信号灯的现象屡禁不绝，酿成伤亡悲剧的情况也不在少数。或伤自己，或伤他人，但无论怎么看，这交通场上的“低头族”，都难掩给社会公共安全和秩序带来的隐患以及实质性的伤害。

在这种现实背景之下，公权力的及时介入和实际规范约束的形成，便

十分有必要。既合乎公共安全的追求，又合乎公共文明。所以，温州对斑马线上的“低头族”下手，进行必要的惩戒，进而规避危险，维护公共安全，是有益的探索，值得肯定。首张“低头族”罚单，有一定的先导意义。

就效果来说，用10元钱来提醒这些斑马线“低头族”，注重生命安全和公共安全也足够了，毕竟发力的不是那10元钱，而是生命安全和公共安全在人心中的重要地位，10元钱只是起了个提醒和唤醒作用罢了。正所谓“小惩大诫”，表面上来看，惩罚虽小，但所传递出来的警戒却是大的。

进一步解读，斑马线玩手机看起来只是所谓的“小过失”，但隐藏着大隐患，及时的惩戒，便能产生实质性

教训的体验感，进而规避大错误。海恩法则告诉我们，严重事故背后必有轻微的“过失”积累。所以，将每一个轻微的“过失”扼杀在摇篮里，便是社会层面的坚定追求，温州给“低头族”开的“10元罚单”，其真正的意义便在于此。也只有这样，个体的生命和社会的公共安全，才不会是“空中楼阁”。

不过，要想真正唤醒斑马线“低头族”的交通安全意识，光靠10元的处罚是远远不够的，还需要破解法不责众的心理。所以，除了制定条例，还需要寻找成本与效率兼顾的执法办法，在低执法成本的前提下破除法不责众的心理，让条例在执行环节体现出它的威力来，这样的执法效果无疑是最好的。（来源：钱江晚报）

骚扰电话禁止得了吗？

■扶青

卖房子、卖保险、银行理财……广告电话如今已成为许多人生活中挥之不去的阴影。江苏省十三届人大常委会第七次会议近日表决通过新修订的《江苏省广告条例》，明确规定未经当事人同意或者请求，不得通过电话或电子邮件发送广告。该条例将于3月1日开始实施。

江苏省这条新规并非“开创先河”，而是对相关内容的一次修订。早在2010年，《江苏省广告条例》就规定：“任何单位或者个人未经当事人同意或者请求，不得向其住宅、交通工具等发送广告，也不得以电子信息方式向其发送广告。”彼时，电子信息方式主要指电子邮件和短信，而随着通信技术的发展、手机用户的普及，推销电话逐渐变成了一种主流营销方式。与此同时，问题接踵而来，诸如贷款、理财、房产中介等骚扰电话全方位无死角涌入，有的甚至骚扰到了“110”“120”等公共资源。2016年送审的《消费者权益保护法实施条例》，也着重强调要规范电话推销，显然是基于骚扰电话成为“牛皮癣”的社会共识。

值得注意的是，江苏省在修改条

例中没有“禁止”骚扰电话，而是提出了“经当事人同意或请求”，这指向电话推销本身的含混之处：推销是客观行为，骚扰是主观感受，一个电话对某人是刚需，对另一个人就可能是骚扰。什么样的推销电话构成骚扰？依照这里的标准，“不经同意”是必要条件。但是推演到现实生活中去，“不经同意”太难实现了。当下，个人隐私数据几近透明，一个人已经决定不了谁能拥有并拨打自己的电话，也就根本没有“同意”一说。更进一步，即便未经同意拨打了，又能怎样呢？对此，这条规定基本是无力的，它无法获知具体内容，取证本身难度极大；即便认定是骚扰电话，也无相应的行政处罚。

骚扰电话令人如鲠在喉，但迫于它的定义不明确，也无法一竿子打死，过去一般由用户自行设防，比如“拉黑”或“标记”等。但除此之外，相关部门也可以大有作为。2018年7月，国家十三部委联合印发《综合整治骚扰电话专项行动方案》的通告，提出“严控骚扰电话传播渠道”，取得了立竿见影的效果。这里给我们的启示是，骚扰电话本身离不开拨打

者，可以充分将监管重心前移，从源头盯防一些异常问题。比如现今许多“95”“96”“400”的语音线路和号码资源，其实都是基础运营商提供的，这就得明确运营商责任，对开展电话营销的企业加强资质审查、合同约定。对一些利用“改号软件”绕过运营商的行为，应该全面清理网上不法软件和设备信息，切断相关软硬件推广、销售和使用渠道。

骚扰用户的方式在不断升级，归根结底还是个人信息被肆无忌惮地收集和滥用。所谓“未经同意”的广告，其实不止于十年前的骚扰电邮和短信，也不单指现在铺天盖地的骚扰电话，还有一些披着“算法营销”“大数据营销”的互联网广告，已经实现了对个人的深度定制——你刚浏览完电商网站，各种APP就可以精准展示商品。这种广告“润物细无声”，但其性质和骚扰电话是一样的，都未必征得了用户的同意。而在个人信息被高度数据化的今天，隐私泄露从某种程度上说更容易了，这个问题不解决，骚扰电话就类似于一个无解题目，徒令人悲愤罢了。

（来源：南方日报）

社交APP关键拼服务

■毛梓铭

近日，聊天宝、马桶MT和多闪这三款社交软件同日发布，引得网络江湖热议纷纷，叫好者为同台竞争点赞，“拍砖者”为其前景担忧，“三款APP宣战微信”的话题很快就登上了微博热搜。

创新是互联网经济的生命线。自社交媒体走入日常生活以来，这样的产品竞争一直在上演。从最早腾讯QQ和新浪UC在即时通讯领域开始相互“叫板”，到人人网、开心网等社交网站渐次登场，再到今天主要由微博、微信构成的社交生态。这其中，发生过技术迭代，亦不缺业态更新。因为创新，就是让一个个创意去经受过

市场的考验，在竞争中打开思路，并走向成熟。从这个角度来看，一日三款社交软件的发布，给互联网发展带来的积极影响仍值得肯定。

如把目光稍微地从社交领域移开，我们也会发现，历史总是惊人的相似。烧钱，仿佛成了获得用户的唯一前提。可问题在于，用户并不会为一点“小恩小惠”而持续买单。毕竟，创新只以实力论英雄。浩大的声势，更需要自身实力的匹配。多想一想自己能为用户创造什么，能为生活带来什么，在热闹的背后，一番冷静的思考反而更有必要。（来源：广州日报）