

治污就要“咬住问题不放松”

■刘毅

时事聚焦

最近,中央环保督察组“放狠话”的新闻,引来群众一片叫好。督察组就广东汕头练江流域污染整治情况开展下沉督察时发现,水体污染、垃圾遍地的情况触目惊心,整改任务严重滞后,有关区县、有关部门对环境保护、督察整改、项目建设等基本情况说不清、道不明。督察组建议“市领导跟老百姓一起住臭水边”,不仅是敦促领导干部真正重视环保,也是让他们亲身感受污染之弊,可谓用心良苦。

自5月底开始,6个中央环保督察组对第一轮环保督察整改情况开展“回头看”,发现了不少整改不力甚至虚假整改的情况:有的地方假整改、真变通,问题依然如故;有的地方整改措施和工作责任落实不到位,编造虚假文件应对督察组;还有的地方在上游加装曝气增氧机,通过“河上治污”应对断面考核。事实证明,只有树立起“咬住问题不放松”的鲜明导向,敢于动真碰硬,不达目的决不松手,才能真找准问题,真抓住问题,真解决问题。

此次中央环保督察“回头看”,发现“说起来重要、喊起来响亮、做起来挂空挡”的情况还不同程度存在,少数地方干部仍然认为抓环保会影响发展、损害效益。实际上,治污和发展决不是对立的。习近平总书记深刻指出:“如果经济发展了,但生态破坏了、环境恶化了,大家整天生活在雾霾中,吃不到安全的食品,喝不到洁净的水,呼吸不到新鲜的空气,居住不到宜居的环境,那样的小康、那样的现代化不是人民希望的。”发展是为了人民幸福,并不是为了一时的表面繁荣。以污染为代价换取暂时发展,终归会加倍偿还。

作为决定着生态环境保护能否落到实处的“关键少数”,领导干部应切实转变观念,树立正确的政绩观,落实绿色发展理念,把生态环境保护放在突出位置。“只有实行最严格的制度、最严密的法治,才能为生态文明建设提供可靠保障”,习近平总书记的要求掷地有声;“让制度成为刚性的约束和不可触碰的高压线”,中央的态度无比鲜明。整改任务就是军令状,军中无戏言。对于“回头看”发现的整改不力、弄虚作假问题,不能“下不为例”,触碰了生态环境高压线就必须受到应有的处罚。那些导致或者放任了生态

环境恶化的领导干部和企业负责人,一定会被终身追责。

打好污染防治攻坚战时间紧、任务重、难度大,必定要付出艰辛的努力。树立大局观、长远观、整体观,拿出高度负责的精神、壮士断腕的决心、破釜沉舟的勇气,绿水青山就一定是金山银山。例如,浙江省自2003年开始持续实施“千村示范、万村整治”工程,久久为功,扎实推进,造就了万千美丽乡村,取得了显著成效,有力支撑了浙江乡村面貌、经济活力、农民生活水平走在全国前列。领导干部要有“功成不必在我”的境界和“功成必定有我”的担当,以钉钉子精神,积小胜为大胜,一张蓝图干到底。

6月24日,《中共中央国务院关于全面加强生态环境保护 坚决打好污染防治攻坚战的意见》发布,进一步完善了生态文明建设的顶层设计。蓝天白云、绿水青山,都做不了假。各地区各部门当以中央环保督察“回头看”为契机,贯彻落实好这一意见,把生态环境保护摆在全局工作的突出地位,推进经济高质量发展,努力实现经济发展和生态环境保护协同共进、人与自然和谐共生。

(来源:人民日报)

世界杯广告 不是“法外飞地”

■张淳艺

世界杯足球赛精彩,但部分广告却频频被吐槽。当“某某电视,中国第一”八个字的广告语出现在本届俄罗斯世界杯德国队对阵墨西哥队比赛第75分10秒左右的直播画面时,不少守候在电视机旁的中国球迷露出了惊讶的表情。欧洲赛场上,自称“第一”的广告,是否涉嫌违反国内的广告法?

《广告法》第九条明确规定:广告不得使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语。之所以禁止使用这类绝对化用语,一方面是不准确,容易误导消费者。同时,也是在无形中贬低同类商品或者服务,造成不正当竞争。近年来,不使用绝对化用语已经成为社会共识和企业自觉,但仍有少数企业想方设法打擦边球,意图逃避法律的约束。

早在2016年,该品牌电视就把“某某电视,中国第一”的广告语打在了欧洲杯的赛场上,一度引来了不少争议。当时,该品牌电视公开回应表示,“法国的法律是允许有证据的前提下使用‘第一’的。也就是说,自己的广告是经过欧足联和法国广告审批机关通过的。”然而,这种说法是站不住脚的。

《广告法》第二条规定,“在中华人民共和国境内,商品经营者或者服务提供者通过一定媒介和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者服务的商业广告活动,适用本法。”从表面上看,企业在欧洲杯、世界杯这样的赛场上做广告,其行为是发生在境外,但通过电视和网络媒体转播后,其实质仍是向国内观众推销介绍产品。而广告语使用汉字,也足以说明其广告对象并非赛场看台上的外国球迷,是守在电视机、电脑前

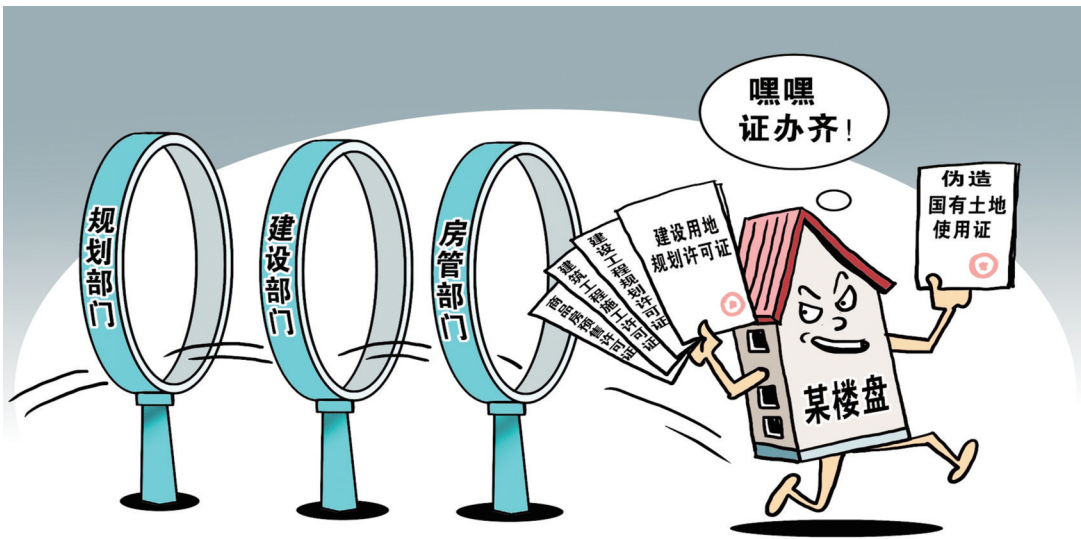
的国内观众。

全国人大常委会法工委编著的《〈中华人民共和国行政处罚法〉释义》指出:“违法行为地包括违法行为着手地、经过地、实施(发生)地和危害结果发生地”。该品牌电视广告的“违法行为实施地”虽然在境外,但“危害结果发生地”却是在境内,大量中国观众看到了这一广告语,引起广泛关注和讨论。据此判断,其“违法行为地”涉及中国,理应受到我国《广告法》的规制。“中国第一”的说法,显然符合《广告法》绝对化用语规定条款的禁止性规定,涉嫌违法广告。

近年来,国内企业纷纷走出国门,把广告做到境外。体育赛事具有巨大的宣传力和影响力,无论是美国NBA、英超、西甲等职业联赛,还是欧洲杯、世界杯等大型赛事,都经常出现中文广告的身影。一方面,我们乐见国内企业到境外去做广告宣传,向世界推销中国品牌;同时,更要提醒相关企业,境外赛场不是广告的“法外飞地”,也要自觉遵守广告法的规定。反之,一个不敬畏法律法规,不尊重同行和消费者利益感受的企业,即使广告打得再响,也难以引起消费者的认同。

对此,有关部门在强化宣传引导,提高企业守法意识的同时,更要严格执法,对于突破法律底线的广告予以叫停和处罚。试想一下,如果2016年欧洲杯上“某某电视,中国第一”的违法广告就受到应有的制裁,该品牌电视还会再把同样的广告打到今年的世界杯赛场吗?如果继续容忍企业在违法的道路上一路狂奔,很可能产生“破窗效应”,引发更多企业群起仿效,后果不堪设想。

(来源:北京青年报)



一路“闯关”

近日,西安市长安区一商品房项目土地审批手续造假问题引发关注。开发商用自己伪造的一张《国有土地使用证》,竟在规划、建设、房管等部门“一路绿灯”顺利办齐商品房预售的其余四证。如今,业主在入住“五证齐全”的房子多年后却无法办理房产证,而多位经办干部称伪造的证件“难以辨别”,当时依法依规履行了职责。

■新华社 朱慧卿

网络平台别成为招聘诈骗帮凶

■戴先任

随着毕业季的到来,有不少毕业生选择利用网络平台寻找工作。但这些网络平台上究竟有多少招聘信息真实可靠呢?从中国裁判文书网公布的近年来诈骗案例看,58同城、赶集网等网络平台上有为数不少的虚假招聘信息。

近日,澎湃新闻从中国裁判文书网搜索到近年来60起通过58同城、赶集网发布虚假招聘信息的诈骗案例,其中248名被告人通过发布虚假信息诈骗,超过5500名被害人受骗,诈骗金额近亿元,甚至有人落入卖淫窝点、诈骗集团。但是裁判文书统计到的还只是其中一部分,很多受骗者囿于维权成本高等原因,选择忍气吞声,让一些诈骗分子逍遥法外。

近日58同城通过官方微博回应称,相关报道引起58同城、赶集网的高度重视,并对媒体的监督表示由衷感谢。下一步将联合警方严打“网络黑产”。

从现有的判例来看,这些虚假招聘信息花样百出,如以各种名目要求应聘者交纳各种费用,诸如岗位保证金、服装费、办卡费、伙食费等;甚至还有医院与骗子合作分成,进行诈骗体检。

同时在58同城、赶集网等网络平台,还经常会出现“招聘兼职打字员”“淘宝客服”的虚假广告;此外还有诈骗分子以出国务工为诱饵进行诈骗。2017年12月,杭州中院就判决过一起涉案金额6000余万,受害人数2000余人的出国务工诈骗案。

最让人瞠目结舌的是,58同城、赶集网甚至还成了卖淫嫖娼违法犯罪的“温床”。一些卖淫组织团伙盯上了这些网络平台的开放性,通过平台招聘女公关,实际上就是引诱、控制妇女从事卖淫活动。

在得逞之后,这些诈骗分子迅速脱身,他们通过拉黑受害者、拖延、退还小部分诈骗款,甚至恐吓、殴打受

害者来“巩固战果”。

本是解决社会问题,为用户提供便利服务的网络平台,却变成了不法分子实施网络招聘诈骗等不法活动的工具甚至是帮凶。网络平台理应负有主管责任,对于在平台上发布招聘信息的用户,平台要起到监管责任;如加强事前审核,核实发布者信息的真实性,强化事中、事后的监管与惩治,对于发布不实信息、利用网络平台实行诈骗的,要依据情况做出处罚,或是注销、拉入黑名单等,对于发现涉嫌违法犯罪的,要移交相关部门处理。

另外,监管部门要加大对网络招聘诈骗的打击力度,同时督促网络平台积极履职,对于履职不力的要给予相应处置。作为应聘者也要谨防被骗,一旦被骗,及时向平台和公安机关举报。只有通过各方努力形成的合力,才能填平网络平台上的招聘陷阱,不再让诈骗分子“鸠占鹊巢”。

(来源:新京报)

账号注销是APP运营商义务

■关育兵

近日,媒体记者对微信、微博、支付宝等35款APP进行了能否注销账户的测试,发现摩拜、饿了么等21款APP应用内没有注销选项;快手、花椒直播等APP的注销需用户提供手持身份证照片等多种证明;拼多多、QQ的用户账号无法主动注销,饿了么客服虽承诺5日内进行注销操作,但5日后只是解绑了手机号,本应注销的账户依然存在。

APP账号难注销,原因无它,皆因利益所系。正如专家指出的,用户数量是代表APP竞争力的硬性指标之一,是吸引投资者重要的参考数据,只要不注销,APP的用户规模就不会受到影响;从另一个角度说,大数据时代用户数据非常珍贵,掌握足够数量的用户数据对企业未来制定发展战略,吸引新用户有着重要的参考意义。两个因素叠加,APP运营商自然会想方设法阻止用户注销账号,至少是为注销账号设置重重障碍。

企业是逐利的,有利益诉求可以理解,但账号难注销,对用户的影响却是极大的。首先侵害了用户的信息权和隐私权。账号不能注销,这就相当于用户在互联网上的痕迹没有被消除,用户隐私和个人信息被泄露的风险就大大增加。如果是手机注册的APP账户,手机号被原主人废弃,再被移动运营商“二次更新”,该手机号的新主人就有可能通过手机验证码登录原主人的账号,由此产生的影响难以估量。用户账号注册容易注销难,事实上还侵害了消费者的知情权和自主选择权。

对于市场环境建设来说,APP账

号难注销,是缺乏诚信的体现;对于投资者来说,有可能导致他们作出错误的决策。拥有虚假用户规模的APP,也会给市场释放虚假的信号,让更多投资盲目进入,造成市场资金的浪费。

事实上,对于APP账号注销问题,监管部门是有要求的。根据《电信和互联网用户个人信息保护规定》,APP方有提供账号注销服务的义务。这样的规定,目前来看显然过于原则。从此次调查来看,至少应该从几个方面进一步加以明确。其一,要对注销选项位置的规范。调查表明,几乎所有APP都将注册放在了最显著的位置,这可以理解;但注销却不应藏在隐秘的位置,和用户玩捉迷藏。因此,从规定上明确,注销和注册必须在相连的区域是很有必要的。

其二,要明确注销的程序。有APP虽然设置了注销通道,但规定的前提条件达到数个,而要完成这样的账号注销,对于用户来说几乎是相当麻烦的事,这实质上是阻碍用户注销账户。从规定上明确账号注销的条件或者账号注销的条件不得超过注册的条件,也是必要的。

其三,要明确APP定期撤销账号的义务。对于一定期限内未登录的账号,比如半年或者一年,APP应该对用户进行提醒,用户发生登录行为,账号保留;用户无登录行为,账号撤销。这样的硬性规定是一种倒逼,能督促APP运营商主动履行撤销账号的义务,也能更有效地保护用户个人隐私。

(来源:法制日报)