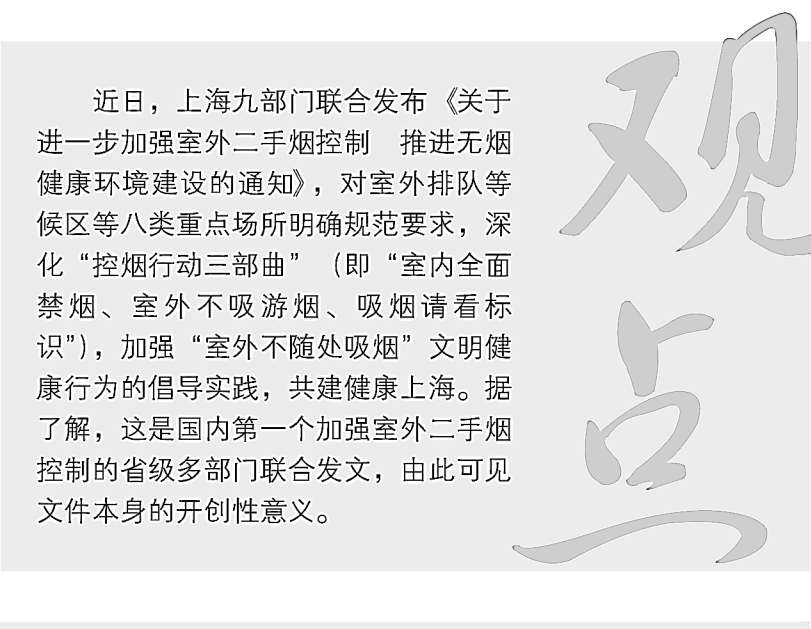


让“控制室外二手烟”成为社会共识



近日，上海九部门联合发布《关于进一步加强室外二手烟控制 推进无烟健康环境建设的通知》，对室外排队等候区等八类重点场所明确规范要求，深化“控烟行动三部曲”（即“室内全面禁烟、室外不吸游烟、吸烟请看标识”），加强“室外不随处吸烟”文明健康行为的倡导实践，共建健康上海。据了解，这是国内第一个加强室外二手烟控制的省级多部门联合发文，由此可见文件本身的开创性意义。

控制室外二手烟，别让“游烟”扰民

一些烟民可能会有些疑问：“室外吸烟也不行？”但根据社会调查，室外空间恰恰也是被动二手烟的高发区。上海多部门曾联合开展市民室外二手烟（游烟）相关情况调查，共有超万名市民参与，其中近六成市民经常遭遇“游烟”，逾九成市民对“游烟”表示反感，超七成市民表示不能接受“游烟”。

二手烟的危害已经不言而喻——相关报道显示，中国约有 7.4 亿非吸烟者遭受二手烟暴露的危害，全国每年有超过 10 万人因二手烟暴露导致死亡。因此，将室外二手烟也纳入规制，是全面控烟大背景下不可或缺的一环。

从《通知》的内容看，着眼点主要还在提高意识层面，措施主要是增加警示和进行劝阻。这也是比较务实的举措，在人们逐步意识到“室内不吸烟”的背景下，应当逐步填补上认知拼图，培养室外的吸烟规范，在稳

步推进的基础上形成全民共识。

此外，《通知》也做到有张有弛，针对不同场景平衡了市民和烟民不同诉求。比如在室外排队等候区、学校门口等区域，都要求对吸烟行为进行劝导；而在商场及商务楼出入口，则允许在远离出入口处合理规范设置室外吸烟点。

当然，室外区域相对广泛，如何保证劝导及时有效，未来是否有可能形成更具强制性的规范，这也有待于社会的进一步探索。相信接下来，无论是加强室外二手烟控制，还是推进无烟健康环境建设，都会在生动的城市生活实践中提供更宝贵的经验。

持续的控烟探索，正在塑造新的社会氛围；规则、文明意识的提高，终究是控烟最深层的力量。为了我们的亲人、爱人和朋友免受二手烟的困扰，还需要每个人用实际行动积极响应，当文件规范内化为行为自觉，实现控烟目标也就有了更坚实的基础。

城市控烟的精细化程度，往往关联着文明程度

早在 2017 年，上海就实行了“室内全面禁烟”，现下，从“室内禁烟”转移到“控室外二手烟”，条件也逐渐成熟，这就属于“合理进化”范畴，是遵从治理规律，追求“更高品质无烟环境”的必然结果。

细看上海这则《通知》，确实可圈可点。其没有模棱两可的官话套话，也不是那种一看就很难落地的“拍脑袋”式规定，而是用很细节、现实可操作性强的举措来进行支撑。比如，室外排队等候区增设劝阻吸烟及烟草危害相关健康提示，人行道和路口红绿灯等候区域，在有语音播报提示的路口增设不吸“游烟”的倡导提醒，对相关场所的工作人员，加强烟草危害健康知识及控烟劝阻技能培训等。可以看到，《通知》充满着治理巧思，整个底色都是善意的、实事求是的、建设性的，让人感觉很接地气，也很务实。

控烟，除了守护健康外，更是文

明的彰显。城市控烟的精细化程度，往往关联着文明程度。控烟每取得一次实质性进展，群众健康水平会随之提高，公民素养也会有所提升，这都是“城市文明”的有机组成部分，文明自然也能向上多走一步。随着上海控烟不断精细化、法治化、全面化，我们相信，换来的会是一座健康之城、文明之城。这也是对全国各地的一种鞭策与激励，更为全国各地在控烟这件事上“向何处去”，指明了具体方向。

《“健康中国 2030”规划纲要》提出，到 2030 年，15 岁以上人群吸烟率降低到 20%。必须承认，现实情况距离这一目标，仍有很远的距离。那就需要更多地方站出来，向上海的有益探索学习，借鉴好的经验，承担起该有的“责任”，并转化为有效行动。这样的话，即使目标再高，也未尝不能“放手一搏”。综合澎湃新闻、潮新闻等（业勤 整理）

别让“网络水军”搅浑舆论“清水池”

□ 孔德淇

日前，公安部公布依法打击“网络水军”违法犯罪 10 起典型案例。今年以来，全国公安机关共侦破案件 900 余起，抓获嫌疑人 5000 余名，通过阶段性打击，全力挤压“网络水军”违法犯罪活动空间，切实维护网络公共秩序。

从此次公布的典型案例来看，有的“网络水军”受雇于利益团体，凭借编造虚假的好评信息，来为一些质量堪忧的产品或服务进行“站台”，试图误导广大消费者；有些则是恶意指控抹黑他人的谣言内容，对一些无辜的个人或者机构进行诋毁，之后再以帮忙消除这些负面信息为由，向受害者索要高额的“封口费”；还有部分颇具影响力、粉丝众多的账号，也参与其中，不断蓄意传播不实消息，让网络空间变得乌烟瘴气。

上述案例都是现实中颇具代表性的常见违法行为，明显背离了网络正常使用的准则。

首先是真实性原则。网络环境中，真实信息交流是健康生态基石，“网络水军”却背道而驰。在商业领域，虚构评价、扰乱市场；在社会维度，捏造谣言、破坏和谐；在文化方面，捧劣压优，戕害创新。其种种行径，对于遵规守正者显失公平，也让公众对网络的信

任逐步瓦解，正常的信息传播、舆论引导及网络社交受到阻碍与干扰，甚至可能引发一系列社会矛盾和不稳定因素在网络空间滋生蔓延。

其次是公正客观标准。网络舆论本应秉持公正，对存在问题合理指出，对好的现象正面宣扬。但这些唯利是图的“网络水军”，完全是看谁给的报酬高，就帮谁说话，全然不顾事实真相。

营造良好的网络公共秩序，当然不是要杜绝网络上的各种声音，更不是反对正常的舆论传播，而是要压实平台主体责任。一方面，需要加强信息日常监测、当好“守门人”，并做好与监管部门的信息互通，及时察觉“网络水军”蛛丝马迹，将其扼杀于萌芽。另一方面，还要强化技术运用，借助智能算法构筑反制系统，精准识别虚假信息的传播路径和源头，深度挖掘“网络水军”的组织脉络与操作规律。

网络舆论的真正意义，应当是激浊扬清，客观公正地呈现事实，督促相关主体改进不足，而不是营造一个被利益操控、是非颠倒的混乱局面。希望通过案例发布和持续整治，进一步肃清网络舆论的规范秩序，让理性、真实且有价值的声音在网络世界畅行无阻，推动网络空间成为促进社会发展、文化繁荣与思想进步的重要阵地。

炒作“春运抢票”，铁路部门不能只是“正告”

□ 郭元鹏

铁路部门提醒：近日，某第三方平台公开宣称“春运抢票开始”“最早可提前 90 天预约”，纯属平台营销炒作，与铁路 12306 平台无关。该行为严重误导广大旅客，扰乱火车票正常票务秩序。对此，铁路 12306 平台正告相关第三方平台，务必立即中止此类营销炒作行为。

每年这个时候，都会出现类似的炒作。今年似乎更为离谱，不少第三方平台大量散播关于“春运抢票开始”和“最早可提前 90 天预约”的信息。

那么，炒作“春运提前 90 天预约抢票”到底想干啥？在众多平台上，“春运抢票”的概念往往能够快速捕捉人们的关注焦点，这些平台巧妙地利用人们的春运返乡、回乡购票焦虑进行炒作。通过提前发布虚假信息，制造紧张氛围，试图吸引更多用户点击、浏览和购买相关服务或产品。通过发布虚假抢票信息，第三方平台不仅可以快速提升自身的影响力和曝光度，还可借助人们的焦虑情绪推销各类“抢票神器”“加速包”等辅助服务，从中牟取不正当利益。

面对第三方平台的营销炒作行为，我们不能一笑而过。炒作“春运提前 90 天预约抢票”为的是在“贩卖焦虑”中浑水摸鱼、从中牟利。作为广大旅客应保持清醒的头脑，要学会识别虚假宣

传，不可人云亦云，避免被误导而陷入不必要的困境。对于那些故意制造混乱、误导消费者的行为，我们应坚决予以抵制。

铁路 12306 平台作为官方售票渠道，对于第三方平台的营销炒作行为进行了正告。这种正告不仅是对消费者的提醒，更是对整个市场的警醒。但是，也应该看到的是，铁路部门的正告显得羸弱无力。一个方面是，通过媒体曝光的时候，使用的是“某第三方平台”，这个“某”到底是谁？有什么不可“指名道姓”的？“姓甚名谁”不能说个清清楚楚明明白白吗？一个“某”如何让消费者预防？而最重要的是，既然第三方平台已经侵犯了自己的利益，已经扰乱了市场秩序，那就需要毫不客气的治理，要“撕破脸”。

平台炒作“春运抢票”，最好的正告是报警。对于那些故意制造混乱、误导消费者的平台炒作行为，不能只是所谓的“正告一下”，铁路部门应积极与相关部门合作，及时对这类行为进行查处和打击。

春运抢票是每个返乡人都要面对的问题，但绝不能成为某些平台炒作牟利的工具。第三方平台“贩卖焦虑”也提醒铁路部门要搞好服务，不给第三方平台留下可钻的空子。