K铿锵杂谈 KENGQIANGZATAN

治理校园欺凌要拿出行动

□胡 浩

近日，有关北京海淀区中关村第二小学发生“校园欺凌”一事引发社会热议。校园欺凌危害校园秩序，损害学生身心健康，须提高认识、切实治理。

值得注意的是，此事发生在国务院教育督导委员会办公室组织开展全国中小学校校园欺凌专项治理的第二阶段，即专项督查阶段。按照国务院教育督导委员会办公室印发的《关于开展校园欺凌专项治理的通知》要求，专项治理期间仍发生校园欺凌事件，造成恶劣影响的，将予以通报、追责问责并督促整改。

而就在11月1日，《教育部等九部门关于防治中小学生欺凌和暴力的指导意见》发布。意见要求，各地要建立中小学生欺凌和暴力事件及时报告制度，一旦发现学生遭受欺凌和暴力，学校和家长要及时相互通知，对严重的欺凌和暴力事件，要向上级教育主管部门报告，并迅速联络公安机关介入处置。

国务院教育督导委员会办公室的通知和九部门的意见，重在纠正一些地方和部门在治理校园欺凌中存在的主体责任不明确、制度措施不健全、教育惩戒难落实等薄弱环节，目标是做到早发现、早预防、早控制，通过自查、督查及时发现问题，让专项治理形成合力。当前，各地各部门应按通知和意见要求进一步强化治理工作，尤其要注意排查隐患，不留死角。

九部门的意见要求建立校园欺凌和暴力事件报告制度，是基于校园欺凌事件当事方多为未成年人，事件背后往往又有复杂的社会和家庭因素，多方介入比关起门来“协调”更有益于化解矛盾。

治理校园欺凌不能有“家丑不可外扬”的心态，以“让教育问题回归校园进行处理”为借口将问题淡化处理，是对欺凌行为的漠视，不仅无益于尽早化解矛盾，甚至会酿成严重后果。

防治校园欺凌，需要家庭、学校、社会的共同努力。为人父母既要珍视自己的孩子，更应有“幼吾幼以及人之幼”的胸怀；作为学校，应当教书育人、立德树人并举，重智育更需重德育，面对纷繁世相，应有坚守正义的定力；而全社会则应努力维护公序良俗，以清正之气熏陶孩子纯洁的心灵。

R热点关注 REDIANGUANZHU

“故里之争”何时休

□夏白桦

因为一场跨越两省的隔空“口水战”，宁静的桃花源再次跳入民众的视野。针对重庆酉阳高调推介并宣布自己为“正宗”桃花源的行为，湖南桃源奋起反击，称重庆酉阳涉嫌炒作，自己才是“正宗”。这场涉及两地的抢夺，算是一次新的“故里之争”。（人民网）

这样的新闻早已无数次上演，从南方的桃花源，到北方的杏花村，两大古代名家笔下的“名地”都陷入了被争抢的境地。至于那些名人故里，就更不用说了。各地争抢名人、名地，或许是出于对名人、名人故里的尊崇，或许是出于对文化的情感，这些都是好事。从文化历史的发展角度来说，比起名人被遗忘、名人故居被破坏的文化冷漠，各地争抢名人及其故里，多少能让时下的民众对历史和文化加深些了解。

然而，从各地“赤膊上阵”的表现来看，似乎更重视的是经济，对名人本身的关注反倒在其次。仅从此次“桃花源”之争来看，两地纷纷以排他的姿态来捍卫自己的“正宗”地位，这不符合文化的“共享”特征。

从国内许多地方的“套路”来看，先抢几个名人，再修几处故居，开几场研讨座谈，申请几个项目，就可以以“某某故里”自居，堂而皇之地进行宣传。已经故去的名人，就这样变成了一些地方的“摇钱树”。这些套路，是典型的“吃祖宗饭”闹剧。

稍微梳理一下就可以发现，热衷于争抢名人的地方，只想借名人故里，吸引外界关注，尤其是外界的投资，也就是“文化搭台经济唱戏”。遗憾的是，许多地方既缺乏文化底蕴又不懂文化和经济和谐发展的道理，只会盲目开发。不但内容空洞、形式老套，有些还以破坏名人故居为代价，“闲来争名人，忙时毁故里”就是其中的写照。

让人担忧的事情还有很多，一些地方上的名人故里项目，动辄投资上千亿，占地数千亩；与此同时，一些所耗不菲的工程半途而废，也不得不让人心痛。曾有媒体报道，耗资巨大的河南汝南梁祝故里变成一片荒凉，山西娄烦孙大圣故里两年只建成一座接待中心。

争夺名人的故事已有很多，教训也不算少。在唯经济指标马首是瞻的争夺过程中，一些地方对待历史名人的态度变得越来越实用主义，对文化与经济的理解越来越浅薄，对历史、文化的敬畏也越来越少。这种集体的无意识，可能在悄然伤害我们的文化和价值观，这才是最值得警惕的。

（请本版作者速与本报联系，以奉稿酬）

Y一家之言 IJIAZHIYAN

网络打赏应有法可依

□陈 城

近期，深圳罗尔“卖文救女”事件引发舆论关注。随之而来的，还有关于微信公众平台文章赞赏功能是否应纳税的讨论。据腾讯公司介绍，赞赏所得金额会直接进入公众号所绑定的个人微信号的零钱包中，赞赏金额每日上限5万元。（新华网）

近年来，各类社交平台相继开通了类似于微信“赞赏”的金钱打赏功能。从各平台的规则来看，这一设定的初衷是为了鼓励原创、维系用户群体等。当下，网络打赏已成为自媒体盈利的重要手段。通过公众号“卖文救女”，罗尔获得微信赞赏200多万元。如此巨大的金额，可以全额任意处置，难怪网友会对此类行为质疑。

通过网络打赏行为获得的钱款，如何划分性质、是否需要纳税，尚无明确的法律规定。网络打赏是被视作赠予行为，还是被视为著作权人的劳动所得，还没有明确的界定。目前，我国尚未开征赠予税，自然人之间的赠予行为无须缴纳税费。但网络打赏需要经过社交平台中转，“赞赏”等打赏类功能属于企业为其产品运营所设置的营销活动，由此可依据财政部、国家税务总局2011年颁布的《关于企业促销展业赠送礼品有关个人所得税问题的通知》征税。该《通知》指出，企业向个人赠送礼品，按照“其他所得”全额适用20%的税率缴纳个人所得税。网络打赏行为获得的钱款如明确是个人劳务报酬所得，则须按现行税法缴纳相关的劳务税费。

公众对网络打赏的质疑，不止于被打赏人是否需缴税、需缴纳多少。腾讯在《微信公众平台赞赏功能使用协议》中表示，“腾讯仅作为提供信息发布功能的中立平台方，赞赏用户应依法缴纳的各种税费，由赞赏用户自行缴纳”。此声明看似合理，但实质上是企业规避责任的行为。如何监管其纳税行为，也就成了空白。

这些空白，是法律制订、监管跟不上互联网发展的结果。互联网发展日新月异，有必要针对网络特点修改完善相关法律法规，及时填补空白，让互联网世界真正做到有法可依，让网络打赏这一新生事物得以规范发展。

给儿童专用食品打打假

□范子军

让孩子吃得好、长得壮是所有父母的心愿。随着市场的细化和多元化，市场为家长们提供了更多的选择，各种儿童专用食品层出不穷，儿童酱油、儿童面条、儿童饼干……这些打着“儿童专用”旗号的食品，真的适合孩子食用吗？（《工人日报》）

一袋重280g的儿童高钙挂面售价11.8元，普通面条600克仅需8.9元，同等重量的面条一旦贴上“儿童专用”标签，价格翻了倍；一瓶160ml的儿童有机酱油26元，普通成人酱油一瓶500ml才9.9元，售价更是翻了数倍。“既然是儿童食品，那应该比普通食品的添加剂少。为了孩子的饮食安全，贵就贵一点吧。”家长们这样的心态显然具有一定的代表性。

然而，有关专家却直言，大部分儿童食品在成分上和成人食品没有太大差异，通常只是把大包装换成精巧的小包装，价格就比同类成人食品高出一大截，那些标注含高钙、微量元素的食品，孩子吃了之后能不能真正起到补充营养的功效，实际上无法认证。商家抓住家长希望孩子健康成长的心理玩营销噱头，明摆着是“卖概念”忽悠消费者。

虚构的“儿童食品”不仅会给家长带来“营养”误导，而且客观上构成了以欺骗手段牟取不法利益的商业欺诈，甚至反而可能对孩子身体健康造成潜在危害。这固然提醒广大家长理性消费，不要盲目迷信“儿童食品”，避免花冤枉钱只买个心理安慰，同时更要求相关职能部门有所作为，对这一明显违背商业诚信的行为依法亮剑，维护健康的市场秩序。

《刑法》明确规定，以非法占有为目的，用虚构事实或者隐瞒真相的方法，骗取数额较大的公私财物的行为，构成诈骗罪。对类似虚假、夸大宣传，欺骗和误导消费者行为，广告法、消费者权益保护法也做出了禁止性和规定。“儿童食品”具有很强的蒙蔽性，侵害群体数量庞大、涉案金额也非同小可，对社会诚信的隐形伤害也不容小觑，绝不能听之任之。

W微点评 WEIDIANPING

12月11日下午，在南京大厂扬子生活区一住宅楼里，一对年轻男女疑因琐事纠纷，女子气愤之下欲从四楼跳下，被男子一把抓住。就在男子大声呼救之际，两名男子在三楼女主人的协助下进入阳台，从下面托举住快要坠下的女子，一场险情转危为安。（《扬子晚报》）

【点评】

@不久一定会：遇事要想开点，千万不能有过激行为。

@华剑0217：为两位“托举哥”点赞！

广西柳州工业博物馆24小时列车书吧近日正式对外开放。书吧是利用两节“退役”绿皮车车厢改造而成，车内设置有空调等设施，可容纳一百多人，有纸质书籍1000多册，还有电子书，免费向公众开放。（新华网）

【点评】

@肥城小伙杂：资源循环利用，这个可以有！

@金雕的玩家：好想去体验一下。

边打吊瓶边改作业的老师你见过，那么边打吊瓶边送快递的快递员你见过吗？日前，有网友在浙江丽水景宁街头偶遇快递小哥，一边打吊瓶一边送快递，让人既感动又心疼。（中新网）

【点评】

@墨心心：估计是请不了假吧？

@喜狼狼9527：兄弟，身体要紧。

@人生旅者：这是哪家快递公司？