

全知道

广东10所学校入选全国急救教育试点

羊城晚报讯 11月29日,教育部公示了首批全国急救教育试点学校名单,全国共201所中学、普通高校、职业院校等拟入选,中山大学等10所广东学校在内。

根据《教育部办公厅关于开展全国学校急救教育试点工作的通知》,经学校自主申报、省级教育行政部门推荐,教育部网站11月29日公示了首批201所全国学校急救教育试点学校名单,公示期为2021年11月29日至12月3日。

记者了解到,广东有10所学校拟入选,分别为中山大学、华南理工大学、广东工业大学、佛山科学技术学院、广州科技贸易职业学院、广州体育职业技术学院、广州华夏职业学院、深圳科学高中、广东广雅中学、中山市华侨中学。其中,中山大学为省级协作组组长单位。

暖干或成广州天气今年的主题词

羊城晚报讯 记者梁泽韬报道:11月29日,广州观测站录得27℃的当天最高气温。根据广州市气象局统计,尽管广州在今年年初受到“跨年寒潮”影响出现霰和霜冻,今年10月又因冷空气频繁来袭创下1980年以来10月同期气温最低值,但总体来看,广州气候仍是偏暖趋势。截至11月28日,广州今年全市平均气温为24.8℃,较近十年同期偏高1℃,为1951年以来同期排名最高。

除了“暖”,从今年1月1日至11月28日,广州全市平均降雨量为1370.8毫米,较近十年同期偏少25.9%,为1951年以来同期排名第六少。按现有趋势,暖干有可能成为2021年广州天气的主题词。

根据广州市气象台11月29日傍晚的预计,在新一股中等强度冷空气影响下,广州11月30日至12月2日期间以晴天为主,平均气温下降4-6℃。12月3日至6日广州维持晴间多云或晴到多云天气,市区最低气温从10℃升至12℃,最高气温从21℃升至23℃。

广州市气象部门提醒,寒冷干燥天气易诱发心脑血管、呼吸道等疾病,特别是老人、儿童和体弱病者应注意适时添减衣物,建议相关部门组织做好疾病预防、供气供电调度等相关工作。天气干燥,需注意森林防火和用火用电安全,请勿携带火种进入林区,使用燃气设备注意保持通风,谨防一氧化碳中毒。

百事通

市场监管总局拟出新规,进一步强化互联网广告管理

互联网广告有望一键关闭 直播推销商品将纳入监管

羊城晚报讯 记者丁玲报道:近日,国家市场监督管理总局公布《互联网广告管理办法(公开征求意见稿)》(以下简称《办法》),向社会公开征求意见。《办法》回应社会关切,进一步强化对互联网广告“一键关闭”等的规定,并对互联网广告经营者、发布者以及提供互联网信息服务的平台经营者提出明确要求。

互联网广告应显著标明关闭标志

“本想利用空闲时间认真学习会儿英语,但学习软件中时不时弹出的广告很难让人不开小差。”近日,有使用“6分钟英语”软件学习英语

的用户向记者抱怨,该学习软件隔一阵就出现全屏广告弹窗,且能够有效关闭广告“关闭”按钮是在广告播放了5秒后才“延迟”提供。

这一引发用户不满的操作将有望得到解决。《办法》指出,以启动播放、视频插播、弹出等形式发布的互联网广告,应当显著标明关闭标志,确保一键关闭,不得以欺骗、误导方式诱使用户点击广告。其中,《办法》禁止的情形包括:没有关闭标志或者需要倒计时结束才能关闭;关闭标志虚假、不可清晰辨识或定位;实现单个广告关闭,须经两次以上点击;在浏览同一页面过程中,关闭后继续弹出广告等。

《办法》要求,未经用户同意或

者请求,不得在用户发送的电子邮件或者互联网即时通讯信息中附加广告或者广告链接,不得向其交通工具、导航设备、智能家电等发送互联网广告,不得在用户搜索政务服务网站以及相关应用程序时插入广告。

针对互联网直播内容构成商业广告等情况,《办法》也作出明确规定。其中要求,互联网直播内容构成商业广告,相关直播间运营者、直播营销人员应当履行互联网广告经营者、广告发布者或者广告代言人的责任和义务。不得利用互联网直播发布医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械或者保健食品广告。

建立有效的投诉、处置机制

“打老婆的人不借,不打老婆的即时到账”,这句近期在电梯楼宇广告、广告反复出现的某互联网贷款APP广告词引发不少质疑。有网友表示,这种广告借抵制家暴获取更多曝光效应,是一种恶俗表现,应该尽快下架。

长期以来,互联网广告环节多、链条长、主体复杂,监管难度大。对此,《办法》要求,互联网广告经营者、发布者应当按照国家有关规定,建立、健全互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度;查验有关广告证明文件,核对广告内容,对内容

不符、应取得而未取得行政许可或者其他证明文件不全的广告,不得提供设计、制作、代理服务,不得发布。

对于提供互联网信息服务的平台经营者,《办法》要求,应当采取措施防范、制止虚假违法广告,完善发现、处置违法广告活动提供广告推广以及在广告服务中植入恶意代码或者插入违法信息的技术措施。同时,要记录、保存广告主和互联网广告经营者、广告发布者的名称、地址、联系方式等信息,相关信息记录保存时间自信息服务提供行为终止之日起不少于三年。建立有效的投诉、举报受理和处置机制,设置便捷的投诉举报入口或公布投诉举报方式,及时受理和处置公众投诉举报。

生活圈

今后买防晒服请注意: 6A级产品质量最高

羊城晚报讯 记者马驹报道:11月29日,广东省标准化协会发布《高品质防晒服》团体标准规定,高品质防晒服分3A、4A、5A、6A四个等级,最高端的6A级产品防紫外线性能技术指标UPF值(紫外线防护系数)≥1000、UVA(长波段紫外线透过率)≤1%,按该团标生产的高品质防晒服与欧美和日本等地市场上的高端产品相比毫不逊色。

防晒服的主要作用是防止太阳紫外线对人体的直接照射,以保护皮肤免受紫外线损害。近年来,我国防晒服市场迅速增大,且追求高品质化体验升级的需求趋势十分明显。于是,不少生产厂家竞相推出具有更高防护系数的产品,但因未有统一标准,各说各话,莫衷一是。

《高品质防晒服》团体标准规定,对防晒服的核心技术指标防紫外线性能进行分级并大幅度提高了

指标要求。比如,在防紫外线性能四级中最低一级AAA级的技术指标UPF≥80、T(UVA)≤4%,明显优于现有标准规定。

在安全性能方面,该团标在要求各项技术指标符合国家标准的基础上,增加了清洗染色程度、烷基酚+烷基酚聚氧乙烯醚的考核要求。据悉,这两项要求事关人体健康和环保,该团标从严规定了限值。

该团标还提出“防晒+”概念,除对防紫外线功能规定外,还把多功能作为高品质防晒服的内在要求,明确了透湿率、抗敏性能、抗菌性能、瞬间接触凉感、防风性能、防泼水、耐磨性能等七项常用附加功能的核心技术指标。

该团标要求,凡吊牌有明示的功能,均按规定的指标考核,指标值起码采用国家标准规定的一等品要求,有些则明显优于已有标准的要求。

新闻下午茶

一小时微创手术 解决了尿失禁难题

孙逸仙纪念医院开展华南首例“加强版”男性尿道球部悬吊手术

度,来到中山大学孙逸仙纪念医院泌尿外科就诊。通过尿垫试验、尿动力学检查、膀胱镜检等检查后,该院黄海教授团队明确其为“压力性尿失禁”。

经过评估,黄海认为,彭先生适合进行尿道球部悬吊术。但由于男性肌肉发达,常规尿道悬吊术很难达到较好的治疗效果。因此,黄海团队采用新型合成材料,为其开展了华南地区首例“加强版”的男性尿道球部悬吊术。整个手术历时不到一小时顺利完成,术后拔除尿管后彭先生走路活动均无尿液漏出。

“11月25日,我康复出院后再也不用穿‘尿不湿’出门了。”彭先生激动地说。

“男性球部尿道悬吊术是微创手术,只需在患者会阴部切开一个约5厘米的小口,采用特殊的手术器械,将一种钛化聚丙烯合成材料做成的男性吊带置入患者体内,就

能起到拉长尿道、提高松紧度、增强控尿能力的作用。手术用时短、损伤小。”黄海表示,治疗压力性尿失禁的手术是微创的,该项新型手术目前已在中山市孙逸仙纪念医院泌尿外科开展,填补了广东省甚至华南地区男性压力性尿失禁手术治疗的技术空白。

“压力性尿失禁发生后,若不及时治疗会引发阴道潮湿、尿路感染、湿疹等严重并发症。”黄海表示,压力性尿失禁是由于无逼尿肌收缩、腹压突然增加引起的尿液不自主性漏出,常见于分娩后的妇女或者50岁以后的女性。但男性进行尿道前

列腺切除及前列腺根治术,多会发生产后尿失禁。近年来,前列腺切除术过于强调切除的彻底性,术后尿失禁的发生率略有增长。过多切除前列腺组织导致尿道闭合压降低是发生压力性尿失禁的重要因素,长期尿失禁发生率约2.2%。

羊城晚报 时评

局长受聘私企“艺术总监”,需有一个明确说法

首席评论

□陈广江

一则获聘私企艺术总监的消息,让陕西延安市体育局局长牛春拥陷入舆论漩涡。11月28日,有网友反映,延安市体育局局长牛春拥被“延安刘军文化传媒股份有限公司”聘任为艺术总监。而此前,该公司曾中体体育局相关项目。(11月29日澎湃新闻)

《公务员法》明确规定,公务员应当遵纪守法,不得违反有关规定从事或者参与营利性活动,在企业或者其他营利性组织中兼任职务。因此,延安体育局局长牛春拥受聘私企“艺术总监”一事引发热议,并不奇怪,有关方面应及时回应舆论关切,尽快出面澄清此事。

令人费解的是,涉事各方在接受媒体采访时给出了大相径庭的说法。涉事企业称,牛春拥喜欢、支持当地民俗文化,便为其颁发了聘书,但不存在利益关系;牛春拥称,“没有这个事,我没有当他们的艺术总监,我都不知道艺术总监是个啥名头”;而延安市体育局一工作人员则直言:有人在恶意造谣、诽谤,没这回事,网传颁发聘书的照片“估计是由人P的”。

相关说法截然不同,问题貌似越来越复杂,网上要求“查清”的质疑声越来越多。从现有信息看,要么各方之间存在一些误会,要么有人故意造谣。无论哪种情况,都不能含糊而过,而应有一个明白白的说法。一个是私企,一个是政府部门负责人,

双方应该是既“亲”又“清”的新型政商关系,若是说不清、道不明,则很容易让人产生诸多遐想。

巧合的是,今年10月,延安市体育局作为采购人,向社会公开招标延安市第七届运动会开幕式、闭幕式项目服务,其中开幕式预算为180万元,闭幕式预算为100万元。而招标结果显示,两个项目被牛春拥获聘“艺术总监”的延安刘军文化传媒分别以178万元、98万元竞得。

虽然这并不能说明招投标存在什么问题,但涉事企业分别以低于预算2万元的价格拿下这两个项目,多少显得过于巧合,而各方对牛春拥获聘该企业“艺术总监”一事的说法又相互矛盾,难免让人产生质疑。公

开资料显示,牛春拥曾在延安黄龙、甘肃等多地担任纪委书记近十年,应该很明白其中的“利害关系”。

古语云,瓜田不纳履,李下不整冠。即使不存在任何利益关系,双方也应有避嫌意识。事实上,不管以何种形式,只要牛春拥接受了涉事企业“艺术总监”或“顾问”的聘书,对该企业来说都是一种“无形资产”,可使其在市场竞争中占领“C位”,这对其他同类企业来说显然是不公平的。

总之,到底有没有体育局局长受聘私企“艺术总监”一事,网上流传的颁发聘书的照片究竟怎么回事、各方的说法为何截然相反等,需要相关部门给出一个权威说法,而不是任由涉事各方自说自话。

热点快评

莫让“恶搞零食”对未成年人“双重施害”

□戴先任

近日,深圳的张女士在14岁儿子的床头储物盒里发现了一堆疑似“计生用品”的盒子,张女士仔细一看,里面装的竟是一种“恶搞糖果”。记者在某电商平台发现,有几十家店铺将零食包装成恶搞礼物,这些零食的售价在几块钱到十几块钱不等,大部分是以“礼盒装”形式售卖,美其名曰“整蛊、恶搞”,一些商家还“贴心”地备注上“保密发货”。(11月29日《北京青年报》)

在一些电商平台上,这些“恶搞零食”比普通零食更有市场,成了网红零食,占据零食店货架的C位。这些“网红恶搞零食”的消费者多为未成年人。未成年人好奇心强,一些未成年人喜欢标新立异,“恶搞零食”抓住了他们的消费心理。但一些“恶搞零食”往往包装低俗,比如“姨妈巾棉花糖”、“计生用品”的包装,还有诸如“老婆乖乖丸”、“老公温顺颗粒”等的“恶搞零食”。一些中小学生在接触到这些“恶搞零食”,就可能由此受到不良影响。

另外,“恶搞零食”还存在食品安全隐患。如江苏省苏州市市场监管部门对部分网红零食开展专项突击检查中发现,有两家店铺售卖的29种、503件“网红”零食存在问题,大部分是“恶搞”糖果。很多“恶搞零食”并没有标注生产厂家等信息,属于“三无产品”。

根据《食品安全法》第七十一条规定,

学会和良莠不齐的网上医疗信息打交道

□罗志华

近日,1岁的小宝半夜发烧抽搐,宝爸上网一查,以为是热性惊厥症状,没当回事。可第二天小宝表现反常,在宝妈强烈要求下,一家人带着小宝来到广东省妇幼保健院就诊,没想到被确诊为脑膜炎,疾病凶险,但万幸的是,经过了2周的规范抗感染治疗,这名患儿痊愈出院。个中教训,十分深刻。(11月29日《信息时报》)

通过网络搜索寻医问药,已成为多人的一种习惯。当前,这种习惯又出现一些新表现,除了通过网络搜索之外,有的还通过“轻问诊”、网友互助问答、直播间问诊等其他途径来解疑释惑。一些人的确通过此类渠道获得了帮助,但被误导甚至耽搁诊疗的现象更为常见。让人困惑的是,除了那些不靠谱的信息不值得一提之外,有时网上信息的似乎头头是道,但真正按其所述提供的方式治疗时,为何总是出错?

从这个典型案例当中,可以为此类困惑找到答案。这位宝爸上网查阅后得出的结论是,“孩子1岁,发热出现抽搐,是热性惊厥症状,长大一点就好了”。这是典型的单线思维,并且这种思维方式在网上十分常见,即由甲推断出乙,由乙推断出丙,没有旁路可走。但疾病是复杂的,一种原因可以得出多种结论,一种结论也可能由多种原因造成。宝爸获得信息过于简单和绝对,是其险些误事的根本原因。

更需当心的是,信息在传递过程中,会出现变化,有时甚至是颠覆性的变化。比

如,“孩子可能是热性惊厥症状”这个不太肯定的说法并不能算错,但当事人很容易忽略“可能”二字,完全当其热性惊厥症状来看待。像什么就是什么,将可能性当成必然性,这种十分普遍且看似无关紧要的做法,容易导致出现“言者无错、听者出错”现象。

一个结论往往由多种原因造成,也是民众在看待医疗健康知识时,需要牢记的一个原则。比如,当前“恐癌”心理十分普遍,部分防癌行为也过分过激,有的老人将可能致癌的食品一概忌口,肉制品稍微做了一点就不敢再食用,把只属于可能性的原因,当成全部且具有必然性的原因,无论防癌还是防范其他疾病,都容易出现钻牛角尖和不当防范等现象。

网络信息浩如烟海,医疗健康信息更是鱼龙混杂,既有十分权威的知识,也充满了谣言与谎言。要加强到网络平台的管理,减少虚假、伪科学信息,维护好互联网医疗健康信息的生态环境。但想让网上的医疗健康信息和医疗咨询内容都正确,也很不切合实际。学会和芜杂的网上医疗健康信息打交道,方能让网络搜索为求医问路探路,而不是反受其误导。

避免被此类信息误导的直接办法,是大幅提升民众的健康素养。培育科学精神,提升科学素养,让民众遵循科学原理、利用科学方法,来甄别网上的医疗健康信息,显得十分重要和紧迫。

今日论衡 何勇海

买卖“死亡证明”: 要将“鬼生意”严打成“短命鬼”

如今代办业务颇受市民欢迎,您是否听说过“死亡证明”也能代办?近日,记者调查发现,在网络平台花费不到200元便能得到死亡证明。一名商家“贴心”表示,若是需要打官司增加筹码,还可以代开“病危通知书”,相比开具“死亡证明”更有效力。值得一提的是,在调查过程中记者注意到,商家代办的“死亡证明”模板五花八门,有的连基本身份信息都不完整。(11月28日《新民周刊》、26日《成都商报》)

真印证了那句“只有想不到,没有做不到”,“死亡证明”竟能代办,让人差点惊掉下巴。“死亡证明”关乎人的生死,没有做不好,“死亡证明”竟能代办,让人差点惊掉下巴。

“死亡证明”关乎人的生死,没有做不好,“死亡证明”竟能代办,让人差点惊掉下巴。买卖“死亡证明”乃至“病危通知书”,真能为购买者带来好处吗?据报道,商家代办的“死亡证明”模板五花八门,有的连基本身份信息都不完整,属于“一眼假”。有律师表示,随意开具的“病情鉴定”“死亡证明”等,如若用于纠纷处理,法院也需要考察其真实性。有的“假死”以骗保者,或在纠纷、案件中“假死”以脱罪者,往往会被“偷鸡不成蚀把米”,因涉嫌伪造国家机关公文、印章等行为罪加一等。假“死亡证明”卖家所说的“保真”,等同于一句“鬼话”。

引人深思的是,买卖“死亡证明”这门“鬼生意”背后,电商平台到底在干什么?这类黑产早已不是首次被报道,平台为何仍允许其存在?据报道,代办“死亡证明”网店往往只是在电商平台引流,通过微信洽谈和交易。然而,媒体记者在平台检索“病危”等关键字,就弹出这类代办业务,为何负有责任的平台不能强化平台治理责任?另外,代办“死亡证明”生意背后,没有医院、居(村)委会、公安司法机构等正规渠道在帮忙,也值得调查与追问。