

# 不必赋予春晚那么多“责任”

□苑广阔

“如果张艺谋执导春晚,中国文化能否再让老外折服?”1月20日有网友发帖讨论如何把春晚办成弘扬中华文化的年夜饭大餐——据1月21日《新快报》报道,不少网友认为,近年春晚不受欢迎,根本原因在于没有从丰厚的中华文化土壤上深耕细作,因此央视应把中华文化作为经营春晚的主题,推出一台能振奋民族精神、大众喜闻乐见的节目。

春晚年年搞,年年不讨好,央视春晚似乎陷入了一种尴尬境地,很多人看完了就骂,甚至还没有就把要骂的词儿准备好了。这给演职人员造成了不小的心理压力。

家庭主妇要做一家的饭菜,要让每个人都吃得开心,也不是件容易的事,何况是面向全国观众的春晚大餐呢。其实,无论导演还是观众,都不必这么累,春晚不过是年夜饭上的一道菜,做好了就多吃点儿,做不好就少吃点儿,何必非要赋予它那么多功能和“社会责任”呢?

中华文明上下五千年,多么厚重和丰富,一台4小时的文艺演出如何弘扬得了?认真看过春晚的人都知道,春晚一直没有放弃在传统文化上的努力。比如,作为国粹的京剧和其它地方戏曲,很多年轻人基本看不懂,也不愿意看,但它们年年都在春晚上占有一席之地。试想,如果整台都是类似的节目,那还是全国人民的春晚吗?

人们对春晚的建议和批评不少,春晚剧组每年也在汲取民意,做出改进。但现在观众的欣赏水平提高了,口味要求丰富了,春晚也愈加难办了。客观地说,这不是春晚的错。假如央视停办一年春晚,会怎么样?只怕失落者也会不少吧。

# 站在现实立场解读“公众环保指数”

关于“中国公众环保指数(2008)”调查数字的解读,成了近日不少大小媒体的话题。调查结果由中国环境文化促进会公布。调查显示:2008年环境污染问题在“我国公众最关注的社会热点问题”调查中排名第三,紧跟在“物价问题”和“食品安全”之后,已连续三年进入该项调查公众关注热点的“前三”。

本报本周一的一篇报道,将对调查数字的解读落脚为《环保:公众如何变“抱怨”为“行动”》。因为调查显示,尽管公众对环境问题的危机意识在增强,81%的公众认为“我对环境保护负有责任”,却只有26%的公众表示“经常采取环保节能行为”,47%的公众在日常生活中“不会”向有关部门举报环保违法行为,公众的环保意识依然处于较低水平,环保参与度不高,环境保护真正成为全体公

在环保事业起步不久、民间力量尚没有强大起来的现实下,政府部门的强力引导与示范至关重要。最需要的是提升公众对环保前景的信心,让公众从政府行动中看到希望与激励的力量

众的自觉行为依然任重道远。其中,环保素质仍是“洼地”,并成为制约环保水平提高的最大障碍。因为高达72.2%的公众不知道6月5日是“世界环境日”,能够正确回答“对本辖区环境质量负责”的机构是地方人民政府的公众仅为11.2%。

这样的数字并没有责备谁的意思,因为它的主体是公众而非特定人群,为其脸红的人不会太多。但这不等于问题不严重。

环保素质,环保意识是公民素质、公民责任的一个组成部分。如果我们将公众环保意识与行动的讨论放在公民责任的平台上,就

更容易认清问题的实质。期望某些与同类相处还不习惯考虑对方感受的人肯为环境的事操太多的心,尽太多的力,现实吗?看看我们周围,大街上痰迹、小区里宠物粪便不时“横空出世”,公共场合大声喧哗者如入无人之境,在如此公民素质之下,环保素质有可能“单兵突进”吗?尽管经过2008年北京奥运会洗礼,国民公德意识有了一定强化,但德行、素质之类的东西,并不是连着吃一个星期的红烧肉,脸色就能迅速红润那样来得快。

抱怨到行动,要澄清一个观念,并不只是少用塑料袋,自觉给宠物收拾粪便,才是环

保行动。主动举报污染现象,提出可行性建议,通过合法渠道呼吁政府部门承担起环保的责任如公开环保信息、细化立法等,都是典型的公民环保行动。而这些行动体现的参与环保意识,更是我们的弱项,也是更较真的指标。

期待所有的人或大多数人为了环保事业而义无反顾,并不现实。我们的社会需要为未来、为某种理念而无私奉献的人,但他们真正能够起到的引领社会的作用,往往并不会立竿见影。这一点,我们不能过于乐观。现实当中,人们看到的是为环保公益事业四处奔波者,最终看到是为环保的正义上的支持往往

多于现实的成功。一些环保民间组织在艰难而孤独中坚守。在此情形下,我们最需要的是什么?是提升公众对环保前景的信心,让公众从政府行动中看到希望与激励的力量。

调查显示,当前环境保护中“政府强势、企业忽视、公众漠视”的现象依然存在,这与中国现阶段的国情极为吻合。在环保事业起步不久、民间力量尚没有强大起来的现实下,政府部门的强力引导与示范至关重要。“政府的环保信息应该更公开”,“应该进一步提高对环保事件的处置能力和效率”,政府部门应该从公众期待中看到需要改进的地方。

我们相信,调查本身、数字公布的本身也是一种力量、一种警示——它不只是对学者而言,更应该是对全体公众,包括政府相关部门。

## 圈点新闻

### 照顾明星脸

据《新快报》报道,央视春晚导演组正在给节目进行最后“瘦身”,为了照顾明星们的露脸机会,大批明星将以合唱的形式亮相。

不是为了迎合观众口味,而是为了照顾明星脸,这样的春晚还能有多少吸引力?不少人之所以期待并力挺“山寨版春晚”的横空出世,原因就在于,年年看着同样的脸,以及万变不离其宗的内容,胃口已提不起来了。

### 饺子巨无霸

近日,在郑州市政府组织的“欢乐购物”促消费活动现场,两家速冻食品企业展示了两个特大号饺子——据《东方今报》报道,每个饺子最宽处超过1.8米,光面粉就用了270公斤,加上馅共重600公斤。

从月饼王、粽子王到饺子王,厂家无非是炒作自己,至于是不是浪费,似乎并不在考虑之列。挨骂算个啥?或许对某些企业来说,挨骂恰恰正中下怀,达到了做广告的目的。

### 购物篮“垢污”

据《文汇报》报道,上海最近一次调查显示,大型超市循环使用的购物篮(车)已经成为“垢污篮”,霉菌检出率达75.8%,扶手的霉菌检出率达61.7%。

购物篮(车)一直都是公共场所卫生监督中的盲区。意识到购物篮(车)的不堪状况是一回事,如何改变这一状况却还有许多事情要做。卫生是件大事,万万不可疏忽。

## 新闻观察

### 拉动消费不妨学学杭州的“傻”点子

据近日《新闻晨报》报道,为避开受金融危机影响而逐渐冰封的旅游市场,杭州计划在今年2月底向外地市场启动4000万元杭州旅游消费券派送活动,同时杭州人使用市民卡参加指定线路一日游,可享5折优惠。

面对金融危机,扩大内需尤为重要,而旅游市场的拉动尤其艰难。道理很简单,当生活压力增加时,怎么去游山玩水?于是,杭州出了奇招。

送旅游券,外地人会被吸引来吗?如果

来了,还要少收入4000万元,划算吗?似乎有点儿“傻”。但换个角度想,杭州市显然算了一笔大账:第一,根据拟定的规则,外地旅游散客来杭旅游时,可在旅游券指定使用的消费场所使用旅游券,按实付金额,每40元抵10元。如果花完全部的4000万元消费券,游客在杭州的消费总额起码在1.6亿元,这可是个不小的数字。

第二,如果一个人手上有几百元消费券,他只要来杭州旅游,其消费肯定不止消费券面额的4倍,很可能是十几倍、几十倍。

第三,送出的4000万元并不是物质成本,旅店和旅游景点即使空置,也会折旧和损耗,

而少赚钱总比不赚钱好。

第四,即使不能吸引来多少旅游者,也并不损失什么,不就是花点印务费和派送的人工成本吗?何况,这派送本身就是一次极好的促销。可见,杭州的“傻”点子只有拉动旅游、增加收入的可能,没有什么损失。

其实,杭州在旅游促销上,类似的“傻”点子也不是第一次了。2003年起,杭州对西湖环湖公园景区开始实行免费开放,至2005年末,由西湖风景名胜17家事业单位管理养护的80多个景点,已有62个实行免费开放;2007年,为鼓励杭州市民在黄金周期间将核心景区让给外地游客,10月8日至14日,杭州市民

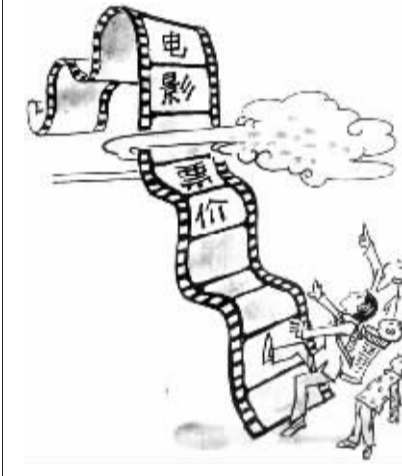
可凭身份证、市民卡半价游览西湖景区内23个收费景点……

这些举措,不仅带来了社会效益,经济效益也十分明显。2007年初杭州市审计局公布的调查报告显示,西湖免费开放后,景区每年直接减少门票收入2530万元,但带动了景区商业网点经营价值的提升,通过拍卖、出租或承包景区商业网点经营权等市场化手段,不仅弥补了门票损失,而且带动旅游产业新增经济效益上百亿元。

可见,出“傻”点子对消费者让利后的结果是双赢,这对于其它地方如何拉动消费,应该有所启发。

## 图说

### “天梯”



重庆晚报记者调查发现,在重庆,看电影成为普通市民的一种奢望,一张票四五十元,有八成市民5年没有进过电影院了。

电影当然是在影院里看最有感觉,无奈票价太“平民”了。为了经济实惠,人们只好选择买碟,或者在网上看。其实,把票价降低些,进电影院的人就会多起来,商家未必少赚。也许商家有更精明的算法?

# 仅有GPS“定”不了公车滥用的“位”

## 大众话题

### 把GPS“定”不了公车滥用的“位”

据1月20日《广州日报》报道,广州市政协委员黄慧敏提出,应该给公车装备GPS以遏制“公车私用”的腐败,并针对广州市纪委监察局“考虑到费用问题,条件尚未成熟”的答复表示:装一个GPS和后期维护费用并不多,关键是看有关部门有无这个决心。

《西游记》里的孙悟空本领强大,性格顽劣,但只要唐僧念起“紧箍咒”,也只能满地打滚,俯首帖耳,唯命是从。可见,给孙悟空戴上“紧箍”,是管理它的最有效办法。GPS定位车辆追踪的技术已相当精准,

把它装在公车上,约束公车滥用,能否像“紧箍咒”一般管用?公车滥用,是缘于技术落后吗?有了GPS,就能实现有效监管吗?值得商榷。

笔者以为,公车私用滥用现象之所以顽劣,并非技术手段落后,以致不能翔实掌握公务车的出行轨迹。现实中,公车私用已是公开的秘密,尽管有关部门一直致力于严厉打击和治理,但效果并不明显。

原因何在?公车的管理者也是官场中人,怎么敢和自己人甚至是顶头上司过不去呢?得罪了人家以后的日子还好过吗?何况,那车也不是自家的,油钱也不必自己掏,何必那么认真?于是,明知是私用,也听之任之,睁一只眼闭一只眼算了——如此潜规则,显然是GPS这样的高新技术所不能处理得了的。

事实上,在公车管理方面,一些并没有使用GPS定位技术助阵的地方,却处理得十分恰当。在芬兰首都赫尔辛基市,只有市长一人享受配备固定车辆和固定驾驶员的特权。在意大利,曾经有一位市长因妻子使用了公车,而被判刑监禁半年……

“紧箍”能否生效,不在于其技术含量有多高,而在于“咒语”是不是真管用。靠GPS解决问题,无疑是陷入了“技术崇拜”的误区。真想让GPS成为公务车的“紧箍”,公车管理机制的变革是无法绕过的前提。

之,睁一只眼闭一只眼算了——如此潜规则,显然是GPS这样的高新技术所不能处理得了的。

事实上,在公车管理方面,一些并没有使用GPS定位技术助阵的地方,却处理得十分恰当。在芬兰首都赫尔辛基市,只有市长一人享受配备固定车辆和固定驾驶员的特权。在意大利,曾经有一位市长因妻子使用了公车,而被判刑监禁半年……

“紧箍”能否生效,不在于其技术含量有多高,而在于“咒语”是不是真管用。靠GPS解决问题,无疑是陷入了“技术崇拜”的误区。真想让GPS成为公务车的“紧箍”,公车管理机制的变革是无法绕过的前提。

# 三鹿系列刑事案件昨日宣判

张玉军耿金平一审被判处死刑,三鹿集团原董事长田文华被判无期徒刑,其他18名被告人各获刑罚

新华社石家庄1月22日电 (记者张景勇)1月22日,社会关注的三鹿系列刑事案件,分别在河北省石家庄市中级人民法院和无极县人民法院等4个基层法院一审宣判。

石家庄市中级人民法院经审理查明,2007年7月,被告人张玉军等人明知三聚氰胺是化工产品,不能供人食用,以三聚氰胺和麦芽糊精为原料,配制出专供往原奶中添加,以提高原奶蛋白检测含量的混合物(俗称“蛋白粉”)。至2008年8月,张玉军累计生

产“蛋白粉”770余吨,销售600余吨,销售金额683万余元。张玉军等人生产、销售的“蛋白粉”被某些奶厂(站)经营者添加到原奶中,销售给石家庄三鹿集团股份有限公司等奶制品生产企业。

被告人耿金平为牟取非法利益,伙同他人自2007年10月开始购买含三聚氰胺的“蛋白粉”共计560公斤。2007年10月至2008年8月,被告人耿金平等在明知“蛋白粉”为非食品原料,人不能食用的情况下,将约434公斤“蛋白粉”添加到其收购的900余吨原奶中,销

售到石家庄三鹿集团股份有限公司等处,销售金额280余万元。

三鹿集团使用含有三聚氰胺的原奶生产的婴幼儿奶粉流入市场后,导致全国众多婴幼儿因食用含有三聚氰胺的婴幼儿奶粉引发泌尿系统疾患,多人死亡。国家投入巨额资金用于患病婴幼儿的检查和医疗救治。

2008年8月1日,河北出入境检验检疫局检验检疫技术中心出具检测报告,确认三鹿集团送检的奶粉样品中含有三聚氰胺。同日,被告人田文华等召开集团经营班子扩大会议

行商议,在明知三鹿牌婴幼儿系列奶粉中含有三聚氰胺的情况下,虽然作出了暂时封存产品、对库存产品的三聚氰胺含量进行检测以及以退货形式换回市场上含有三聚氰胺的三鹿牌婴幼儿奶粉等决定,但仍准许库存产品三聚氰胺含量10毫克/公斤以下的出厂销售,直到被政府勒令停止生产和销售为止。经检测和审计,2008年8月2日至9月12日,三鹿集团共生产含有三聚氰胺的婴幼儿奶粉904.2432吨;销售含有三聚氰胺的婴幼儿奶粉813.737吨,销售金额47560800元。此外,三

# 锦州铁路公安处确保春运安全

本报讯 锦州铁路公安处在春运期间,针对历年中小學生、附近村民、施工人員入网上线、拾捡烧荒、摆放障碍、击打列车等可能危及行车安全、造成人身伤害的治安问题,集中警力深入管内铁路沿线,采取宣讲爱路护路知识、发放宣传材料、组织文艺演出、签订安全协议等多种方式,在辖区1800多公里铁路沿线逐个车站、逐个村屯、逐所学校、逐集市、逐道口、逐施工现场,开展了大规模的爱路护路宣传教育。

在学校、村屯,锦州铁路警方设立了爱路护路宣传专栏,发放“致广大村民、中小學生的一封信”,与学校师生、村干部签订了安全包保协议。组织文艺宣传小分队,以喜闻乐见的文艺节目,宣传《铁路法》、《铁路安全保护条例》,用民警自己创作的《拍手歌》、《三句半》、《爱路护路四季歌》、《情景短剧》等寓教于乐的节目,增强人们爱路护路的自觉性。他们还针对一些新招收的农民工不懂得铁路安全常识的状况,组织民警深入施工现场,对农民工进行铁路安全知识培训,为春运营造了良好的治安环境。(杜铭)

## 新华社记者 张晓松 徐博 崔静

临近春节,为让广大群众度过一个放心、舒心的节日,国家工商行政管理总局、国家质量监督检验检疫总局、国家食品药品监督管理局结合学习实践科学发展观活动,认真履行职能,采取有力措施,强化管理力度,切实做好食品安全工作。

### 工商总局:全面开展春节食品市场督查检查

工商总局党组高度重视春节食品市场监管工作,专门组成16个督查组,对全国31个省、区、市开展春节食品市场监管工作情况进行了督查,共检查近300个县级工商局和基层工商所,近200个批发市场和集贸市场,300多个食杂店,对发现的问题及时纠正,并有针对性地提出改进措施和指导意见。

与此同时,各地工商机关按照工商总局要求,集中执法力量,突出消费量大、消费者申诉举报多以及与人民群众节日消费密切相关的食品,以城乡接合部、旅游景区、车站码头、特别是农村地区为重点区域,以商场、超市、批发市场、集贸市场和食品经营企业为重点场所,以小食品店、小摊点为重点对象,对食品经营者进行了全面清理检查,严格监督食品销售者落实进货查验、进货台账义务,强化食品质量监管,结合春节食品消费特点有针对性地加大打击力度,依法严厉查处无照经营食品以及销售不合格、过期失效、假冒仿

# 让群众度过一个放心舒心的节日

——有关部门切实做好春节食品安全工作

劣食品等违法行为。据不完全统计,截至1月14日,各地工商局共出动执法人员25.3万人次,检查食品经营者77.2万户次,查扣不合格食品2.8吨,查处制假售假伪劣食品案件1599件,有力地维护了春节食品市场秩序。

### 质检总局:开展食品安全集中整治

质检总局要求各地,认真组织食品安全大检查,有针对性地开展加工食品安全集中整治。食品安全大检查以监督检查生产企业为重点,以提高质量安全水平为目标,着力把加工食品质量安全隐患消除在生产加工环节。

针对食品安全大检查发现的突出问题,认真组织食品生产加工环节集中整治,规范整治潜在的企业质量安全隐患,规范整治滥用食品添加剂和使用非食品物质生产加工食品的违法行为,进一步加强小作坊监管。为降进口食品安全,质检总局专门发出通知,要求各地检验检疫部门严格把关,防

止不合格食品进口。同时,采取有效措施,加快验放,保证满足境内消费者对进口食品的需要。

围绕社会关注、群众反映强烈的食品质量问题,质检总局还将组织开展执法打假行动,突出重点企业、重点区域,狠抓大案要案,依法查处在生产加工中违反强制性标准、掺杂掺假、以假充真、以次充好,以不合格产品冒充合格产品、违法添加非食用物质和滥用食品添加剂等违法行为。

### 国家食品药品监督管理局:妥善处置餐饮消费突发事件

国家食品药品监督管理局要求各地切实加强领导和统筹协调,落实食品安全监管责任,妥善处置餐饮消费中的突发事件,保障餐饮消费环节的食品质量安全。春节期间,各级食品消费监管部门将采取突击检查与常规检查相结合的方式,深入

基层,加强对重点食品的检测和重点区域的执法检查,加强对餐饮经营单位、集体食堂、旅游景点、农家乐、农村集体聚餐和流动供餐的监管。

国家食品药品监督管理局表示,将在春节期间重点检查食品或食品原料进货验收、索证索票制度,食品卫生许可证和从业人员健康证,履行餐饮加工不添加非食用物质和滥用食品添加剂承诺的情况。对各类举报反映的餐饮经营单位违法违规经营行为,一经查实,将及时依法处理。

为应对食物中毒等餐饮消费中的突发事件,国家食品药品监督管理局还要求各地切实做好食物中毒预防和突发事件的调查准备工作,对餐饮消费环节可能出现的食物中毒突发事故,要依据《突发公共卫生事件应急条例》和本地的突发事故应急处理预案,快速控制事态,做好人员救治、善后处理等各项工作,降低损失程度。(新华社北京1月22日电)

## 深入开展学习实践科学发展观活动