

本版电子邮箱:wywywy7591@163.com

今日关注

### 灾难报道 理应心存敬畏

□欧阳榕(郑州)

4月22日下午,宝兴县灵关镇中坝村近百名村民集体向记者反映情况,部分微博以及新闻报道者未经核实,只看到家家户户在吃肉,就播发“中坝村村民地震期间大吃大喝”的不实报道,颠倒中坝村村民积极灾后自救的根本事实。(4月23日人民网)

关注民生

### 监管有“黑名单”,百姓才有“放心奶”

□苑广阔(广西)

为强化生鲜乳收购站监管,广西水产畜牧兽医局已在全区试行生鲜乳收购站质量安全“黑名单”制度。对列入“黑名单”的生鲜乳收购站,除依法处罚外,还将列为重点监督对象,每年抽检不少于4次。(4月23日《南国早报》)

公民声音

### 不要把善意的期待说成“逼捐”

□朱四倍(河南)

4月22日,号称“最赚钱银行”的工商银行在官方网站上披露决定向四川雅安地震灾区捐款1500万元,工、农、中、建、交五大国有银行捐赠金额悉数亮相。不过占据A股市场利润半壁江山的银行在捐赠数目上未达公众预期,5家大行捐赠总额还不及一家制造企业。(4月23日《广州日报》)

网友@肠胃镜在微博上还原整个事件:原来是所谓的“志愿者”经过中坝村时,好心村民把自家舍不得吃的猪肉分给他们吃,没想到他们在微博上大肆渲染“村民灾后大鱼大肉”,而媒体记者未经核实,便制作了这条假新闻。

面对灾难,我们理应心存敬畏;对于灾难报道,媒体更应敬畏受灾群众、尊重事实。在“志愿者”和媒体眼里,“村民顿顿吃肉”只是灾难中的“花絮”,他们或许只是为了博取眼球、增加点击量。然而,不负责任的报道却给当地村民带来困扰,村民舒正山

为了救助村民,将自家准备宴席的猪肉分给村民,且出于好心帮助前来救援的志愿者,而媒体的报道严重扭曲事实——不仅严重损坏受灾群众勇敢自救的形象,更是让民众产生受灾群众“灾后像过节”的错觉,致使部分民众不愿再救援这些受灾群众。

在没有核实信息的前提下,媒体报道这类伤害受灾群众感情的新闻,无非就是为增强灾难报道的“娱乐性”,寻找沉重话题背后的“花边”,岂知这样的报道已经背离职业道德,对灾难没有丝毫的悲悯敬畏之心。连日来,救灾新闻的夹缝里总能窥见“花絮”:雅安走红

女主播私房照曝光,这样的“曝光”让艰难度日的受灾群众情何以堪?“最佳室友”拯救寝室财产荣誉登各类媒体娱乐版,硬是将“灾难”涂上娱乐色彩……

“泛娱乐化”灾难报道不绝于耳,倘若灾难报道仅仅只是为了博取点击率、收视率,只会让受灾群众和救灾者心寒。天灾无情人有情,在地震面前,个体都是脆弱的,只有相互帮扶,我们才能战胜灾难。因此,灾难报道理应更多地关注受灾群众的真实生活,关注受灾群众需要的救援信息,关注民众的救灾行动,做好信息服务工作,传递人间的大爱和温暖。

所谓的生鲜收购站质量安全“黑名单”制度,就是职能部门每检查一家生鲜乳收购站,都会将检查内容登记造册,其中关键项5项,重要项20项,若生鲜乳收购许可证、生鲜乳收购站开办主体、生鲜乳制冷与存储、有毒有害化学品监管及生鲜乳交接单等关键项中,有一项不达标,则一票否决,列入生鲜乳收购站质量安全“黑名单”。

而一旦被列入“黑名单”,不但要依法处罚,还会成为监管部门的重点监管对象,除了增加抽检次数之外,企业在两年内不能申请各级畜牧部门管理的奶业类项目。言外之意,只要企业被

列入了“黑名单”,不但要面临更加严厉的监管措施,而且在“黑名单”生效期内其他“财路”也被相应阻断了。这样的代价,势必会让企业有所忌惮,进而在产品质量安全、内部生产管理上更加重视,以避免自己被列入监管部门的“黑名单”。

乳制品安全是最近几年备受消费者关注的老问题了。参照以往媒体的报道,不管是婴幼儿奶粉出了问题,还是其他乳制品出现了问题,很多企业都会把责任推到生鲜乳的头上,推到奶农甚至是奶牛的头上。而监管部门对生鲜乳收购站建立“黑名单”制度,客观上正有利于这一问题的

解决。因为不管是婴幼儿奶粉,还是其他类型的乳制品,最终都要以生鲜乳作为生产原材料,如果能够保证生鲜乳这一环节的质量安全,也就等于是在源头上保证了产品原材料的安全。

监管有“黑名单”,百姓才有“放心奶”。既然“黑名单”制度具有如此重要的意义,那么它完全可以走出广西,走向全国,并且不仅仅限于水产畜牧兽医部门对生鲜乳的监管,也可以由乳制品生产行业各个环节对应的监管部门建立,比如农业部门,比如质检部门等。如此一来,全程都有“黑名单”,则所有的乳制品才有望都成为“放心奶”。

媒体评说

人民日报

#### 景区门票中的“芝麻”与“西瓜”

五一临近,景区门票再次成为关注话题。湖北318家景点门票降价,云南全省景点门票打八折,山东曲阜推出“背《论语》免费游三孔”活动……与往年不同,今年假期,各地景区门票不再是“涨声”一片。继博物馆免费开放、高速公路假日免费之后,一些地方的公共景区门票减免举措,是可贵的公益属性回归,其意义也将逐步显现。这些年来,门票价格之所以牵动国人神经,直接原因是一个“贵”字。倘若仅仅因为门票价格,就将许多人挡在门外,不仅会带来新的文化鸿沟,也是典型的“捡了芝麻丢了西瓜”。

广州日报

#### 对趁灾打劫行为应零容忍

在全民关注雅安灾区人民安危之时,一些不法分子开始趁火打劫,打着“爱心捐助”、“赈灾捐款”等旗号招摇撞骗,试图发不义之财,甚至以伤者家属的名义公布高额吸费号码等,一旦拨打,就会产生高额话费。要在平时,早已见惯形形色色诈骗短信的公众不那么容易上当,而地震之后,灾情紧急,在此关头,这种诈骗短信极具迷惑性。一些急于捐款献爱心的群众一不小心就会上当,善款没落到受灾群众手中,反而肥了骗子,是可忍孰不可忍。对于这种行为,有关方面不能坐视不理。按照《最高人民法院关于依法做好抗震救灾期间审判工作切实维护灾区社会稳定的通知》,“以赈灾募捐名义进行诈骗、敛取钱财”是应依法从重处罚的犯罪行为。

南方都市报

#### 宜居和安居是抗震的永恒原则

四川雅安芦山地震死亡人数已经接近200人,受伤逾万。随着时间推移,伤亡人数还可能会增加。毫无疑问,芦山地震再次提出了世界各地都认同的一个理念——选择宜居地带栖息和建筑抗震的安全房屋是预防和抗御地震灾害的金标准。对世界各国过去的地震灾害统计表明,地震中95%以上的人员伤亡是由房屋倒塌造成的,仅有不足5%的人员伤亡是直接由地震及地震引发的水灾、山体滑坡等次生灾害导致的。地震中房屋倒塌主要有两个原因,一方面是房屋设计和建筑结构不符合抗震标准或质量不过关,也就是房屋不安全;另一个原因就是在不宜居的地方修建家园,如在地震好发的地质断裂带修建房屋居住。这次的芦山地震也再次证明了这两点。

京华时报

#### 地下水污染整治要与摸底并进

虽然来得有些迟,但总算来了。等啊等,终于等来了关于地下水污染的权威数据。这数据,虽然没有出乎人们的意料,却仍是那样触目惊心——国土资源部20日公布《2012年中国国土资源公报》显示,198个地市级行政区4929个监测点,近六成地下水为“差”,其中16.8%的监测点水质呈极差级。这不是国土部第一次发布“国土资源公报”,公众却是第一次见到较为详尽的关于地下水水质的权威数据。地下水污染至此,公众方知实情,管理部门难言负责难言称职。地下水有多重要,地下水污染问题有多严重,已经人所共知。现在,是到了马上行动的时候了,整治地下水污染,刻不容缓。

电话: 0371-87551028 66383538  
网址: www.zbspjx.com  
**2013郑州食品包装及加工设备展**  
范围: 各类食品包装机械、食品饮料酒类设备、面食机械、油炸机械、烘焙机械、防伪设备、检测仪器、肉类设备等。  
时间: 2013.4.26-28 地点: 郑州国际会展中心  
咨询热线: 0371-87551018  
协会网站: www.hnmeat.com  
**2013第九届中国郑州肉类工业展览会**  
范围: 保鲜分割肉、清真肉食品、各类肉制品、休闲肉制品、火腿系列、肉食加工机械、检验分析设备、包装机械等。  
时间: 2013.4.26-28 地点: 郑州国际会展中心

河南省报纸新闻名专栏

### 消费者被欺诈将获两倍赔偿关键在落实

□武文(安徽)



就笔者的看法,这不仅仅是企业的问题,更是一个社会问题、民情问题,更大的意义上,是一个社会成熟度是否提高的问题。面对“号称全民所有的国企,给自己发福利的慷慨解囊,豪爽大方!面对社会责任时,顾左右而言他”的批评,结合我国银行业长期的暴利嘴脸和对公众服务的傲慢,笔者并不认为,诟病“赚钱容易掏钱难”是逼捐,相反,这是一种善意的提醒,而对银行业来说,唯有惊醒于民众

的期待,才能树立起自身的形象,否则,就意味着与民情的落差越来越遥远。更何况,逼捐是一种“道德绑架”,是一种恐吓,而网友的情绪则是善意的期待。尽管企业进行捐赠,献身于公益事业,需要有一定的经济能力和实力作为基础,但民众对银行业的要求是建立在理性估计基础之上的。一个简单例证就是,银行赚钱能力非常强,且数家银行前三名高管的薪酬总和也超过千万元。从常识来说,一个企业挣钱越

4月23日首次提交全国人大常委会审议的消费者权益保护法修正案草案加大对欺诈行为的惩罚力度。草案规定:“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接收服务费用的两倍。”这比现行法律的规定提高了一倍。草案还规定赔偿的最低金额为500元。(4月23日中国广播网)

面既有立法更有规定,关键在于落实。现在社会上欺诈现象仍不少,不论是生活中还是从报纸、电视报道中都不乏遇到或看到。有了互联网后,又增加了网上欺诈。昨天从央视2套财经节目中还看到有位消费者看到有人在一家知名的网站上销售手机,并保证假一赔三,然而这名顾客在发现网购的是假货后费用尽周折却一直没能得到赔偿。电视节目主持人也只能呼吁消费者当看到“假一赔三”这样的承诺,千万不要轻易相信。

多就应该回馈社会越多,如果违背民众的普遍意愿,会伤害到消费者的情感,会影响企业的形象。站在这样的立场上,诟病“赚钱容易掏钱难”决非逼捐,一方面是公众公认的暴利行业,另一方面是在社会责任方面的缺失——“只知赚钱,不知回报社会”,隐藏其后的事实民情期待落差。

企业慈善捐赠作为彰显企业社会责任的具体形式之一,正越来越受到重视,全面考验着作为社会公民的企业家的社会责任感。企业的捐赠行为是否合理,企业的慈善捐赠对市场产生何种影响等,这不但是社会公众关心的问题,更是企业关心的问题。有学者指出,企业的慈善捐赠只有被消费者认为是真正的企业责任行为时才能建立正面的声誉资本,如果被认为是设计出来用以讨好和影响企业所在社区的顾客时,则会腐蚀企业已经建立的声誉资本。

企业是社会的有机组成部分,只有承担责任,成为企业公民,才能取得长足的发展。否则,只能让消费者用脚投票。

我们知道,每年3·15都会有很多消费者集中投诉,而这些投诉者往往都是或上当或受骗后得不到合理赔偿,只好寄望于在这种消费者权益保护日为自己的损失或伤害得到相应的补偿。但有谁知道,即使在这样一个特殊日子中,又有多少上当受骗的消费者真能如愿呢?

随着社会的不断变化,我国消费者权益保护法不断完善不断进步,这对广大消费者来说,当然是好事。但最好不仅在赔偿数额方面加大力度,更要紧的是还要考虑如何才能真正落实这个保护法。不然,规定赔偿的再高,最后却是得不到赔偿,岂不是让消费者很失望吗?

### 读报短评快