



高毒农药禁用 图/蒋燕南

高毒农药“退出江湖”要有执行力

□余明辉

记者4日从农业部了解到,今年农业部对硫丹、溴甲烷两种高毒农药发布了公告,确定将于2019年全面禁用。同时,涕灭威、甲拌磷、水胺硫磷将于2018年退出;灭线磷、氧乐果、甲基异柳磷、磷化铝将力争于2020年前退出;氟化苦、克百威和灭多威将力争于2022年前退出。(据《法制晚报》)

想要让呼吁已久的高毒农药真正“退出江湖”,无疑要在各个环节发力。

比如,要加强危害和责任意识教育。一方面,向农药生产和使用者、经营者进行宣传教育,使其自觉自愿不生产、使用高毒农药;另一方面,加强对地方官员和部门执政、执法理念教育,切实认识到确保百姓食品安全的重要性。再比如,强化处罚力度,对生产、销售违规高毒农药的,要一查到底;另一方面,对使用、失职失察监督使用高毒农药的人和事,进行及时严肃的追责。

只有这些措施配套明确有力了,瓜果蔬菜等不得施用剧毒、高毒农药的规定,才能被严格执行和有效落地。



【今日话题】

反对“划重点”

网络爆料,广东海洋大学一学生给校长发短信,说老师都给划重点,导致他跟其他同学拉开差距,恳求校长改变这种现状。结果却是遭来“骂声一片”、攻讦不断。尽管该事件被证实“学生”并不真正存在,但事件背后所反映出的问题却令人深思。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

◎储旭东:尽管划过重点之后,不论是班级均分还是学生成绩都会更加“好看”,却难掩自欺欺人的事实,从表面上看是破坏了考核公平公正的氛围,实质上却是给学生留下了不务正业的“可乘之机”。

◎丽都:要不断完善课程体系、优化专业设置,加强与用人单位、科研院所的紧密联系,回答好学生应该学什么、教师必须教什么等问题,主动推陈出新,克服照本宣科,从单纯的划重点变为知识点的充分运用、实践,彻底激发学生的学习兴趣。

【明日话题】

“醉驾不起诉”

“醉驾入刑”经过几年法律实施,已经深入人心。这让许多喜欢杯中物的人,再也不敢向法律叫板。但在近日瑞安发生的一起醉驾中,当地检察院竟然决定不起诉,而是由当事人“自愿”完成30小时的社会服务。据悉,这在国内尚属首例。对此,你怎么看?

“神药”疗效争议 需一个权威结论

□南都

12月2日,“丁香医生”公众号发布文章《一年狂卖7.5亿的洗脑神药,请放过中国老人》指出,莎普爱思滴眼液已经成为眼科医生们极为痛恨的一种药,因为并没有任何科学证据支持该滴眼液可以预防和延缓白内障。

但由于广告存在夸大宣传,许多病人的治疗时机被耽误了。文章援引莎普爱思公司2016年的年报数据指出,当年该公司的广告费用高达2.6亿元,而同年药物研发的费用只有0.29亿元,白内障相关药物研发费用仅550万元。

“丁香医生”的数据披露和大众的认知是符合的,因为从省级卫视到各个地方电视台,莎普爱思的广告经年累月,未曾间断。从眼科医生群体的反馈来看,90%的老人在决定做白内障手术前,都曾滴过莎普爱思滴眼液。事实上,莎普爱思滴眼液在1997年上市之后,一度着力向各大医院推广,不过收效甚微,碰壁之后才转向普

通公众。医生群体的拒绝主要是基于科学疗效做出的。目前,国内外的主流专家都否认存在手术以外的途径可以延缓白内障病症。美国眼科学会曾发布《成人白内障临床指南》,明确对于人类来说,目前并没有发现任何一种药物能够有效治疗或延缓白内障的进展,国内各大医院眼科的资深医生也纷纷表达了类似观点。

全球眼科医生的共识,没能阻止莎普爱思走向大众。在这个过程中,主管部门、媒体、大众、代言的明星都承担着各自的责任,但最重要的一环则需要由主管部门来承担。2004年,此前只能主攻医院市场的莎普爱思转攻患者市场,因为就在这一年,国家药监局批准将莎普爱思滴眼液转换为OTC药物,打开了直接向公众销售的大门。

2004年,中国药监局受理了10009种新药申请,并批准了绝大部分申请。直到2015年,中国新药审批中心的审批业务员尚未超过100人,而美国FDA为

5000人。但在2004年,美国FDA通过审批的新药物仅148种。

一直以来,眼科医生们的共同希望是,当初上市的药物假如存在无效或被怀疑无效,应该由企业提供补充数据证明疗效,否则就应该退市。但事实却是,莎普爱思所在地的主管部门一直没有做出反应,相反,莎普爱思通过邀请郎平担任广告代言人,并在各大电视台进行狂轰滥炸,最终获得了白内障辅助药物领域绝对的龙头产品地位。

当然,并非所有媒体都缄默不言。2014年,莎普爱思药业通过证监会上市审核之际,经济参考报就曾报道,该公司多次因产品质量问题、违规发布广告被处理。

但结果却是,一边是医生质疑和媒体监督,一边是莎普爱思不断上升的市场占有率。对此,药监局理应尽快做出反应,因为真正的主动权掌握在负责审批、监管的主管部门手里。也只有在强力监管之下,公众的健康才能获得基本的保证。

理性的舆论场表现值得点赞

□杨鑫宇

近日,在社交网络上,两件事先后成为舆论热点。第一件事,是自媒体大V“速报哥”爆料,日本演员矢野浩二多年前在日本参加一档综艺节目时,曾经公开批判他在中国生活时遇到的不文明养狗现象,并气愤地总结说“中国人没资格养狗”。第二件事,则是知名拳击运动员邹市明公开宣称,自己在数月前输给日本选手的那场“拳王争霸赛”有人暗动手脚,但WBO(世界拳击组织)在调查之后,否认了邹市明的指控。(据《中国青年报》)

这两起事件原本是很容易让人“情绪激动”的热点,不过,大多数网民都表现出了高度的理性。他们先是指出:矢野浩二作为中国人的女婿,将中国视为第二故乡。他通过表演,为反映和反思日本战争罪行作出了贡献,他在电视节目上发表关于“中国人养狗”的言论虽然

有些情绪化,但此举远算不上“辱华”。

而在邹市明发表“比赛有人动手脚”的言论之后,大多数网民也纷纷理性地指出:邹市明的指控缺乏证据,并未得到WBO的认可,且击败他的日本选手木村翔穷困潦倒,毫无背景,在现场又是以TKO(技术击倒)而非计分方式战胜的邹市明,几乎没有作弊可能,因此并没有因邹市明是中国人就对其予以支持。

长期以来,在国家尊严受到侮辱,同胞受到侵害时,不论在线上还是线下,国人从来都不会退缩不前,这一点无疑值得称道。然而,这种美好的爱国心和民族情绪,有时也会受到撩拨与利用,趋向极端,产生负面效果。

以往,就曾发生过无辜的外国艺人因误传“辱华”而被“抵制”,乃至于这些艺人的粉丝都受到攻击。现实之中,甚至有人打砸同胞购买的日本汽车,乃至伤害车主。这些事件破坏了民族情怀

的美好价值,损害了“爱国者”的形象,也撕裂了社会认同。对此,主流舆论一直呼吁,希望公众能够理性爱国,平和地抒发民族情绪。最近这两起事件说明,公众确实已经变得更加理性,这一点令人欣慰。

近代以来,中华民族曾经蒙受过不少屈辱与欺凌,前事不忘,后事之师,对于这些屈辱与欺凌,我们应当牢记心中,以此自励。但今天,中华民族早已走出了屈辱的历史,强大起来,成为屹立于世界民族之林的中坚力量。

今天的国人,不该抱有敏感脆弱的“玻璃心”,动不动就觉得自己“辱华”,而应以自信、自强的态度,开放包容地面对批评,理性有力地反击污蔑。我们既不应媚外,也不应仇外,而应以平等、平和的心态面对中外各国的人与事,这才是一个大国与强国应有的气象和气质。今天,舆论场的表现,说明公众克制情绪的能力确实在进步,迈向理性,可谓一大幸事。

规范“特色小镇”只为了能更好地发展

□然玉

近日,国家发展改革委、国土资源部、环境保护部、住房城乡建设部发布《关于规范推进特色小镇和特色小城镇建设的若干意见》。《意见》指出,各地区要准确理解特色小镇内涵特质,不能把特色小镇当成筐、什么都往里装。(12月6日《21世纪经济报道》)

短短几年时间,官方已经公布了两批次全国特色小镇名单,与之相较,各式各样的省级特色小镇更是不胜枚举。面对这种显而易见的过热情绪,相关部门发布指导意见、调高监管定调,可谓及时而必要。此举在确保特色小镇短期降温的同时,也必将从长远上推动其有序发展。

结合实际来看,异常火爆

的特色小镇建设热潮,已表现出某些走偏、走远的倾向。这其中,最令人担忧的就是房产化和虚无化。一些地方的所谓特色小镇,依旧遵循着圈地盖楼、物业租售的老套路,不仅毫无“特色”可言,而且造成了大量的房产空置和土地浪费;而在另一些地方,花样繁多的特色小镇大兴求新求异之风,诸如机器人小镇、人工智能小镇等高大上的噱头层出不穷,却往往是名不副实、不知所云。

说到底,特色小镇并不会凭空而来,而必须立足于地域化的风土人情,或者是具备比较优势的产业集聚。而在现实中,不少特色小镇完全是一派“另起炉灶”的姿态,甚至将原住民整体迁出,几乎完全割裂了“小镇”与当地的脉络联系……

脱离地域人文和产业基础,

让太多特色小镇遭遇了“建成即荒废”的尴尬。而另一些稍有人气的特色小镇,很多也未能摆脱度假小镇、旅游小镇的俗套,这显然与“特色小镇”原本的政策定位有所背离。当然了,梳理各地的案例,也不是没有成功样本。比如,浙江等地以创新创业平台作为特色小镇建设的主要模式,就取得了很好的社会效益和经济效益。只是很可惜,类似的经典范例,还很有有限。

在一段时间的狂飙突进之后,我们或许确有必要重新自问,“特色小镇”到底是什么?又该怎样去建设?须知,出台规范,终究是为了更好发展。对于特色小镇建设而言,当然可以有探索和试错,但在积累了足够多正反经验之后,特色小镇建设,也该在调整和洗牌中,重新校准方向了。



自动驾驶,是科技问题;但自动驾驶公交上路,就不只是科技问题,更是涉及交通安全的公共问题,要谨慎前行。自动驾驶是基于人输入固态指令而作出相应的动作,缺乏突发事件的处理能力,更缺乏紧急情况下的决策能力,要想完全实现自动驾驶还需要更成熟的技术和更审慎的应用。

——网友@田忠华谈#无人驾驶智能公交上路#

巴菲特把饭局做成了慈善午餐拍卖,马云跟比尔·盖茨在饭局上讨论公益。无论以什么样的名义,“吃瓜群众”总能解读出不一样的韵味来。在我看来,他们更多的是繁忙工作之余身心的一次放松,不必过多解读,就当是普通民众在巷弄吃毛豆、嚼扎啤一样。

——网友@大象谈#互联网大咖饭局#



卖凉茶的王老吉 咋成了卖瓜的王婆

□苑广阔

12月6日午间,广药集团发布消息称,广药集团董事长李楚源在出席《财富》国际科技头脑风暴大会时宣布:国家863计划研究结果表明,喝王老吉可延长寿命大约10%。广药网披露的信息称,这一观点得到华大基因首席执行官尹烨等嘉宾的点赞认同及全场掌声。随后,尹烨进行了否认,表示当时自己只是“礼节性点头”。

(12月6日 中青网)

两个人本来只是“点头之交”,结果一方硬说另外一方是自己的“铁哥们”,而且还打着对方的名义行事,现在对方却感觉自己被人当枪使了,于是进行了否认,显然双方都会比较难堪。事后尹烨通过微博调侃说,“以后参加论坛别随便点头”。

但是随着“喝王老吉可延长寿命10%”的所谓“科研成果”的公布,不但加多宝不淡定了,网友们也无法淡定了。这样的结论是真的吗?正如尹烨在随后的回应中所表示的那样,“关于人类寿命延长是综合课题,迄今为止没有任何单一因素能形成如此显著的差异。”这其实就已经否定了李楚源的说法。

其实了解内情的人,对王老吉方面的这套说辞,应该不会感到陌生。事实上,在2013年、2016年,王老吉方面先后在不同的场合表示过喝王老吉可以延长实验动物的寿命,只不过动物毕竟不是人,所以当时没有引起太大的反响。这大概也让王老吉方面不太满意,所以这次干脆说成是延长人的寿命了。反正这种牛吹起来既不违法,也不上税,关键是没有人能够在短时间内通过科学的方式去验证、去反驳,也就成了一种自说自话。

当卖凉茶的王老吉成为卖瓜的王婆,消费者却未必会买账。有人甚至调侃道,听了这套理论,赶快喝瓶加多宝压压惊。这说明,在消费者变得越来越理性、也越来越崇尚科学的当下,不是依靠一两句话就能够忽悠的。而没有节制、夸大其词的宣传营销,可能只会对企业和产品的形象带来损害,得不偿失。