



今日金评

“问政”生命力源自舆论监督力



漫画 王锋

近日,山东广播电视台推出的《问政山东》,首次让厅局级官员坐在了镜头前,且“辣味”不减,直播形式不变,在切实解决了许多民生问题的同时,也把电视问政这一舆论监督形式推向深入。在这档省级卫视直播、问政厅局级官员的节目中,“辣味”是最常见的。节目的口碑立了起来,外省的电视台纷纷前来取经。(6月24日《中国新闻周刊》)

电视问政节目火过一阵子,然后又消失了一阵子,这两年好像又回光返照了。有说把官员问得直冒汗的、有说让看的群众直呼过瘾的,一些主持人火了,一些主事官员凉了。在作风建设如火如荼的当下,“问政”的速效和直接,让不少人对之爱恨有加。

说实在的,作为电视制片人,对于问政节目过山车般的命运,可谓感喟良多。

一方面,这是传统主流媒体的公信之光。电视问政属于舆论监督,监督有力、权力忌惮,为社会公共利益鼓与呼,这是媒体人最有价值、最有情怀的理想。比如主持人可以在《问政山东》里问当地公安厅负责人,“跑了三天,开了个没用的证明,您觉得这事儿荒唐不荒唐?”又比如可以对不合理收费发问,“便民意味着收费吗?”一问到底,追问不休,必能问出不作为、迟作为、乱作为的各种底子。公共权力若能因之洗心革面、刮骨疗伤,一个节目的灵魂和风骨便立了起来。

另一方面,这似乎并不能佐证舆论监督重新硬气起来。比如《问政山东》出台的背景,是2019年春节假期结束后的第一天,山东省政府召开工作动员大会,省委书记要求推行“电视问政”“网络问政”,把评判权交给服务对象和群众。可以想见的是,若没有一把手的推动,电视问政可能还是山高水长。

可问题是,舆论监督不应该是一个社会最稀松平常的事情吗?如果这个功能还要靠地方一把手来提醒,那么,媒体的舆论监督权就有点尴尬了。换句话说,如果其他地方一把手很忙,没来得及关注电视问政或者电台问政这种形式,我们的舆论监督还会如此叫人惊艳吗?

《问政山东》叫好又叫座,但这种成功能不能复制,是个最大的问题。对于公众来说,期待无非就两个:第一,希望《问政山东》能真正带着“辣味”继续火下去,还要能活下去,千万不要“试水”之后就掉进水里出不来了。第二,舆论监督、尤其是新闻媒体的监督权要落到实处,无论一把手有没有来得及亲自重视,每个社会主体都应当尊重记者、尊重采访、尊重舆论监督——这是一个城市法治与开放的试纸,这也是公共治理走向成熟的必经之路。

当然,问政不是“媒治”,很多问题还是要畅通日常的维权之路、诉求之门;问政更不是秀场,彼此带着台面上场的你侬我侬的互相表扬,只会让人觉得是在“互扇耳光”。电视问政的生命力源自舆论监督力,而不管新闻媒体有没有打着“问政”的旗号,只要涉及权力作为的部分,都应该像“电视问政”一样被正视、被重视。说到底,舆论监督有力量,这个社会才会更可信、更温暖。

邓海建

热点追评

震区“群燕飞舞”正是科普良机

6月24日凌晨0:11,四川省地震局官方微博发布了广大网友所关注的“宜宾长宁燕子成群飞舞”的调查结果:从有记载的地震震例来看,过去的震例显示部分地震前有动物异常,但宏观动物异常与地震没有一一对应的关系。现在地震谣言已经成为有感地震的次生灾害之一,大家不要相信,也不要传播;掌握必要的应对技能比担心更有效。(6月24日《成都商报》)

其实,燕子成群在空中飞舞,看似异常,其实也相当正常。问题是,“群燕飞舞”出现在长宁震区,有人便将其与地震灾害联系在了一起,并引发了担心和猜测。这时候,如果不及时对此现象进行解释,一旦有某些别有用心的人,拿震区“群燕飞舞”大做文章,制造谣言迷惑群众,就可能扰乱社会秩序。

因此,从尊重科学、维护社会稳定的角度出发,有关部门和专家及时站出来,对市民“担心和猜测”进行释疑解惑,是十分必要的。但是,在震区余震不断的非常时期,有关部门及其专家,仅出面回应称“从有记载的地震震例来看,过去的震例显示部分地震前有动物异常,但宏观动物异常与地震没有一一对应的关系”,显然不够科学严谨,也不通俗易懂,难以从根本上消除人们的担心和猜测。

退一步讲,即便是有关部门很权威地公开表示,震区“群燕飞舞”是一种正常的自然现象;但之后可能会有更多动物异动现象出现,让有关部门及专家疲于解释,而误了科学研究的大事。

勿庸讳言,自然灾害预测,是世界性的“天下第一难”。比如,目前还没有一个国家,能够用科学的方法,对地震做出准确的预测。但是,有关部门有责任,不断提高自身预测自然灾害的能力;同时也有义务,向全社会普及防治自然灾害的相关知识。

事实上,越是发生了自然灾害,或出现了动物异常现象,越是有关部门普及自然灾害常识和预防方式的最好时机。换言之,震区“群燕飞舞”,正是科普良机。有关部门及专家,应抓住这个机会,就自然灾害的形成及防治,锲而不舍地开展科普教育;同时,让信息公开更加及时和透明,让谣言不攻自破。因此,从某种意义上讲,普及科技知识,让人们认识大自然,比辟谣更重要。

张西流

百姓话语

请呵护好“雨天文明”

一年一度的梅雨季又到了,关于“雨”的各种民生事再次成为网上热点。在中国宁波网民生e点通群众留言板上,有网友发帖投诉雨中的不文明行为,也有网友发帖点赞在雨中感受到的城市温度。(6月24日《宁波日报》)

其实,在下雨的日子里,无论是开车出行还是步行外出,亦或是乘坐公交车,雨天成为一块“试金石”,考验着每一位市民的文明、素养和公德心。

有的司机雨天开车时,不是自觉放慢车速,而是和大晴天一样开得飞快,结果,带起地面上的积水溅了行人一身;有的人乘坐公交车时,不是自觉地先甩干雨伞上的雨水,而是直接放置在空座位上,结果,原本干净的座位成了“湿座”,后面上车的乘客只得“望座兴叹”;有的人进商场购物,不是把雨伞放在商场为顾客准备好的塑料袋里,而是直接拿着湿漉漉的雨伞就在商场里四处转,结果,商场的地面被弄得到处湿漉漉的,一些顾客,尤其是老人和小孩因地面湿滑而摔倒的比比皆是。

众所周知,雨天也是一面镜子,它能折射我们每一位市民的文明程度。因此,笔者以为,每一位市民在雨天外出的时候,首先要记得把“文明”随身带上,切莫置之于一边或丢了“文明”。开车的,要记得把车开得慢一些,不要把脏水溅人一身;乘坐公交车的,要记得把雨伞甩干了,不要把湿漉漉的雨伞放在座位上;逛商场的,要记得把雨伞用塑料袋装好,不要带着湿漉漉的雨伞四处走,把地面弄湿了。这些都是举手之劳的事,对每一个人来说,都并非难事。

因此,笔者相信,只要人人都养成良好的文明习惯,呵护好“雨天文明”,做到文明开车、文明乘车、文明逛商场,那么,即使是在雨天里,我们的身边也能处处洋溢着文明、充满着和谐,感受着温暖,我们的出行也就一定能顺畅、舒心和美好。

总之,一句话,请呵护好“雨天文明”,让“雨天文明”温暖你我他。

廖卫芳

不吐不快

“行业互助”莫成信息泄露“遮羞布”

颜女士一天接到10多个促销电话,均与自己装修房屋有关,她怀疑是在当地某个家具卖场购买家具后被人泄露信息。此后,她不断接到各种家装、家具推销电话,打电话的业务人员说是以每条0.5元的价格买来这些信息。(6月24日《武汉晚报》)

不管是买房、买车还是买家具,几天之后就接到大量同类或不同类商家的推销电话,这种事情很多市民都碰到过。但自己的信息是如何泄露出去的,多数人并不知情。随着媒体调查采访的深入,一种叫做“行业互助”的公民个人信息泄露途径,逐渐浮出水面。

所谓“行业互助”,就是一些商户在长期的经营过程中形成的一种行业潜规则:A商户有了一个新客户,在确定A客户不会再采购自家商品后,就把客户信息或卖给或送给相熟的合作伙伴B、C、D等商户。同理,B、C等商户遇到这样的客户,也会把信息反馈给A、D等同行。这就是同行之间小范围的所谓“行业互助”。

表面看,这是商家之间的一种互惠互利措施,但显然是以牺牲客户个人隐私信息为代价的。如果客户真的需要某种商品完全可以自己去买,而不是非要忍受商家没有节制的电话轰炸、信息骚扰。更加严重的问题在于,这样的“行业互助”已经成为一种行业潜规则。

由此可见,在很多行业内部存在的所谓“行业互助”,实际上已成为公民个人信息泄露的代名词,也是遮羞布。商家从中觅得商机赚了钱,但绝大多数的消费者却不堪其扰,苦不堪言。

2017年,最高人民法院、最高人民检察院出台“关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释”,对于非法获取、出售或者提供财产信息(房产信息属于此列)等敏感信息50条以上,非法获取、出售或者提供交易信息等重要信息500条以上,或者违法所得5000元以上的,即构成侵犯公民个人信息罪。

现在,最关键的就是执法部门对“行业互助”这种行业潜规则要给予足够重视,制定具有针对性的规范和打击举措,让公民个人信息得到更加有效的保护。

苑广阔



三江快评
有态度
有温度
有力度

投稿邮箱:

jinbaopinlun2012@126.com