

卫生学校不“卫生” 根在学校不像学校

□ 朱昌俊

据媒体报道,近日有网友在微博爆料,江苏省徐州市新沂的徐州卫生学校食堂存在卫生问题,表示先后在食物中发现胶皮、头发丝、铁钉,甚至蚯蚓等。据爆料,学生称徐州卫生学校不允许学生在外就餐,但学校食堂出现卫生问题时也不给予解决。

事件最新的进展是,针对“徐州卫生学校食堂吃出蚯蚓”事件,新沂市卫生和计划生育委员会发布通报回应称,调查事件属实,市场监管部门已对食堂负责人进行现场约谈,下达整改通知书,并将根据调查情况对相关责任人依法依规予以处理。

学生吐槽自家学校食堂,

这不算什么稀罕事。可一个学校的食堂几乎是经常性让学生吃到异物,以至于部分学生不得不感慨“求放过”,确实还挺少见的。更重要的是,这还是一家曾获得过省级“文明学校”荣誉称号的“卫生学校”。虽然此“卫生”非彼“卫生”,但对比之下,还是显得很魔幻。

类似问题一而再再而三地发生,恐怕不只是操作失误的问题,而像是管理态度出了问题,服务意识出了偏差。从媒体披露的这一问题在该校的发酵过程看,其中的“态度”问题则体现得更明显。几个细节让人印象深刻:

食堂卫生问题被曝光后,有学生在学校群中贴出了相关报道的截图,没想到校长的回应居然是“怎么上课玩手机

啊”。对问题视而不见,却不忘先“教育”一下学生,这种回应思路和顾左右而言他的“淡定”,不得不说很是清奇。

当然,该校食堂的饭菜似乎也不是一直都很差劲,如被曝光后,遇到“检查的人来就做的贼好”,只不过,“事后又跟没事一样”。另外,学生反映问题后,学校“每次都说调查,最后不了了之”。这样的阳奉阴违与“拖字诀”,屡试不爽。

对于最新的食堂卫生问题,该校办公室行政人员回应记者,“辣汤中发现蚯蚓”的事件属实,但其他相关事宜还需要等待校领导稍后打电话给记者进行详细说明。最后,该工作人员还告诉记者,“如果觉得我们在拖(延),可以再打电话来催。”最后一

句“叮嘱”,可能真的是为了强调校方回应舆论监督的诚意,但结合此前屡屡被曝光又一切照旧的校方态度,却难免让人读出些许“挑衅”和“叫板”的意味。

在以上几个细节的衬托下,整件事不得不让人怀疑,这样充满浓浓官僚气息的做法当真是出自一所“以德立校”的学校吗?学校变得不再像学校,或正是一个看似很小的食堂卫生问题长期无法解决的根源所在。

正常情况下,学校服务上出现问题,接到学生反馈举报,事情就该完全可以通过校方的内部管理解决。而在该校,食堂卫生问题即便被媒体曝光过多次,也依然未有任何改观,这是不把学生诉求当回

事的表现。此次当地卫计部门出手介入,希望不会再变成“高举轻放”。

一边是以维护安全名义阻止学生外出就餐,一边却是对学校食堂的饭菜卫生听之任之。这样的矛盾事件及其背后的荒诞逻辑,当前在不少学校或许都不同程度存在。而其中的病灶都一样,那就是学校的角色扮演和自我定位跑偏了,或者说迷失在了利益和权力的惯性之中。如这次事件所示,还是那个经久不变的诘问:学校食堂真办好了,还用得着如临大敌般禁止学生叫外卖,不让学生外出就餐吗?说到底,学校做回学校该做的事,把学生真当学生,这样的荒诞与身份反差,就会少得多。

一瓶鸿茅药酒 几多“皮里春秋”

上接 02 版



□ 邓海建

近期,鸿茅药酒因一场“诡异”的跨省抓捕身处舆论漩涡。4月16日晚,国家药品监督管理局对此事件作出回应:要求内蒙古责成鸿茅药酒就虚假广告问题作出解释;已经组织有关专家,对鸿茅药酒由非处方药转化为处方药进行论证。

曹雪芹老先生早就熬过一碗万年老鸡汤:机关算尽太聪明,反误了卿卿性命。此诗用来作为时下火热的鸿茅药酒事件的总结陈词,也非常妥帖——“跨省追捕”的故事,本是路人皆知的醉翁之意,没成想却搬起石头砸了自己的酒。

据不完全统计,鸿茅药酒广告曾被江苏、辽宁、山西、湖北等25个省市级食药监部门通报违法,违法次数达2630次,被暂停销售数十次。但是,内蒙古食药监局作为监管部

门和广告批文核准部门,却一路为鸿茅药酒广告“开绿灯”。

10年违法路没人管,一朝小吐槽被拘捕。这样的反差,起码不是地方法治生态的荣光。说“鸿茅药酒是毒药”当然有放大夸张的嫌疑,但民事领域能解决的问题,为何使用刑事手段介入?这种急吼吼的姿态,传递的究竟是怎样的“个案公平”?

鸿茅药酒是酒还是药?估计很多人也是直到2018年4月13日,才恍然惊觉这款有事没事喝两口的“保健品”是一种非处方药。有几个数字,挺耐人寻味:2016年,鸿茅药酒在电视广告投放额前十名中排名第一。而根据央视市场研究媒介智讯(CTR MI)的数据,2016年鸿茅品牌(包括酒精饮品、活动、商业及服务性行业等)在电视广告中的投放额为150亿元。这些熟悉的操作,与前段时间处在风口浪尖的莎普爱思不谋

而合。

有钱砸广告,顶多是个经营理念问题,算不得原罪。不过,违法广告一路畅通,如入无人之境,这就叫人百思不得其解了。2015年9月1日,新《广告法》实施,鸿茅药酒先因明星代言成为上海市查处首例广告违法案件;2016年1月,又因广告违法118次严重违法被重庆市食药监局通报。然而,就在2016年1月至10月间,内蒙古食药监部门一如既往地给鸿茅药酒核准269个广告批文,对其在广告违规上的劣迹斑斑视而不见听而不闻。

一家被10省市18次采取暂停销售的行政强制措施的企业,在涉嫌广告违法问题上可谓臭名昭著,竟能畅行无阻地获得数百个广告批文,地方警方就没有嗅出其中的诡谲?而且,直到近期媒体对这起“民事纠纷刑事化”的事件进行报道讨论时,这个广受各界质疑的公司却还在收割荣誉。4月13日,内蒙古鸿茅国药股份有限公司董事长鲍洪升荣获2017内蒙古年度十大经济人物。

俗话说,是药三分毒。“鸿茅药酒,每天两口”的诉求,让人联想到网友曾评选出的“神药届四大天王”,他们靠广告为生、靠忽悠续命,和“中华广告表演艺术家”一起,构成了医疗卫生和广告领域一道暧昧的风景。

可以想象,这杯一言难尽的神酒,如果没有“跨省追捕”,也许在这个春天依然会混得风生水起。鸿茅药酒作为一款甲类非处方药品,其违法广告背后,真正被忽视的是无数中老年群体的用药安全问题。现下舆情汹涌,食药监管、司法及监察部门恐怕不会袖手旁观。撤出护身符、扯下遮羞布,相信只是个时间问题。

本次经济传媒协会换届是在传统媒体持续下滑、经济转向高质量发展背景下进行的。经济日报、科技日报、经济参考报、金融时报、健康时报、界面/财联社等一批主流媒体的负责人,人民网、新华网、中国经济网、新浪网、网易网等有影响的网络媒体加入了协会,广电和出版也首次加盟,特邀常务理事中出现了金融家、数据专家和媒体传播教授的身影。专家评点,经济传媒协会未来的发展,如同其宗旨与名称变化一样,顺应媒体融合发展趋势,呈现出新的增长点和生命力。

作为国资委授权的党建管理部门,中国物流与采购联合会会长何黎明见证了中国经济传媒协会成功换届。他评价,协会开展的“中国经济新闻(大赛)暨经济新闻人物评选”活动,是全国评比表彰达标保留项目。五年多来,协会紧紧围绕经济社会发展的中心工作,评选出一批代表了国内经济新闻报道水平的优秀作品,推评出一些在全国或业界都具有很大影响力的经济新闻人物,形成了强有力的舆论正能量。希望协会珍惜这个全国唯一的经济新闻和人物评选项目,在有关部门的支持和指导下,进一步创新提升,将其培育成为业界的品牌项目。

经济传媒协会新任负责人表示,伴随我国经济高质量发展,协会崇尚专业主义的精神,聚焦为会员和企业、行业提供专业服务,先办好五件实事:一是配合国家重大战略组织主题报道活动。以精准扶贫为例,市值及品牌居全球保险集团首位的世界500强企业中国平安集团,2018年将正式启动总公益投入100亿元的“三村建设工程”,面向“村官、村医、村教”三个方向,实施产业扶贫、健康扶贫、教育扶贫,助力美丽乡村的建设。协会与平安集团协商合作,欢迎更多企业和媒体参与其中。二是提升“中国经济新闻大赛暨经济新闻人物评选”的专业内涵、品质、形式和公信力,将这一连续举办了29届的经济新闻界仅有的全国评比表彰达标保留项目,培育成为中国经济传播领域最有影响力的奖项。三是为经济媒体对接企业和市场提供跨界服务。四是与学界合作提升经济传播的专业影响。五是加强党的领导,提升协会自身的专业服务能力。