

黄金大米,要科普更要“法普”

姜泓冰



今日论语

乱哄了数月之久的湖南“黄金大米风波”真相水落石出,中国疾控中心等机构公布调查结果,相关当事人被撤职或降级,在不知情的情况下食用转基因黄金大米的孩子家庭获得一定赔偿。昨日的例行新闻发布会上,卫生部发言人直斥少数科研人员“法律意识淡薄,科学道德失范”,一些单位“对个别科研项目审查不严”,应强化对科研人员的法律法规和科研诚信教育。

事后回看,“黄金大米风波”称得上是2012年中国社会一场相当

重要的科普和“法普”事件。科普,因为它意外地让许多国人由此了解了原本全然陌生的“黄金大米”这一专业名词,也又一次让人们充满忧虑地讨论、争议起各种转基因食品的安全性问题;“法普”,对象既是社会大众,更是所有从事科学研究的专业人员——他们中的绝大多数平时大概很少想到,科研项目选取和进程中的某一个环节不慎,竟然会激起轩然大波,甚至成为影响稳定的社会事件。

科普与“法普”,是紧密相关的。一个缺少科学常识、科学理性的社会,容易被各种谎言、流言所蒙蔽所激发;一群既缺少法制意识又缺少对他人生命和权利的尊重

意识的专业人士,也有为了急于达成专业目标而不择手段、背离科研初衷的危险。黄金大米参与者的犯规,最重要的动机就是“为了早出成果”,要保证实验顺利进行,最容易的方法就是将实验品化身为“营养餐”,刻意隐瞒信息,以便让实验对象稀里糊涂地就范。如此做法,内化于科研过程中,不像实验数据造假或论文抄袭那么容易揭穿、察觉,易于蒙混过关,对科研的内在伤害却更深更厉。

“黄金大米风波”其实还暴露出了中国科研领域存在的弊象,其中尤以一些科研项目管理、审查体系的松弛、混乱、失规无序为重。同

一项目可以改头换面、多头申报获得资助,一个参与者可以用职务之便自行盖章、轻易跳过伦理审查关,多家单位合作,写项目书、汇报成果时可以显得实力雄厚、与有荣焉,实际运作时却往往更像一个随意凑成的大拼盘,缺少了真正的管理与掌控,成了“三不管”……黄金大米演变成“事件”,虽是偶然和“极品”,却也自有其普遍和必然的存在基础。如果我们仅仅将其归结为“少数人”、“个别单位”,有失轻飘。唯有借机认真反思科研管理体制机制存在的漏洞、变为改革动力,才可能如卫生部新闻发言人所说,“杜绝此类事件再次发生”。



新民随笔

表达的年代

吴强

前天看世界围棋大师赛,古力决战李世石首盘。转播网站请来了韩国一元姓高手讲解。看棋的网友在为古力加油之余,迅速拿元姓开起玩笑。每每解说词还没出来,棋迷纷纷支招发声后,总要调侃解说者一句:“元芳,你怎么看?”

元芳,你怎么看?这句话不久前还大红大紫,微博上、网络中,几乎不知“元芳”难以为言。但要不是这次看棋,我感觉“元芳”已经淡出视野了。现如今,“元芳”已经被“切糕”代替,满网尽闻切糕声。可以预言的是,你方唱罢我登场,各领风骚三两天,切糕流行的命运也不会长久。试问你妈喊你回家吃饭的贾君鹏,有多少人还记得?

元芳、切糕、贾君鹏的命运,充分体现了成功的大众流行文化的特点:迅速地风靡一时,迅速地偃旗息鼓,来也匆匆,去也匆匆。元芳和切糕等附属而下之,高级一些的还有说三国、道论语的文化学者,以及如狼似虎的励志、剑拔弩张的说不等等,都很类似。当代流行的价值观念奉行:能流行总比不流行好,颇有点不能流芳百世也要遭臭万年的味道。因此,对流行者而言,流行起来就是成功,更别提流行背后,往往还有精心算计的文案、盆满钵满的营销、得意洋洋的推手。

那么,这流行的另一面——那些承载和构成流行的众人、看客、大多数——呢?

面对这种流行时,有事没事喊一嗓子、譬如不是凑个热闹。倘若真要问,为什么“喊”,是否应该“凑”,往往就瞠目结舌、无言以对,因为本来就只是人云亦云或者无聊消遣,根本没有想过那么多。然而,就在这“喊”和“凑”的过程中,宝贵的时间、独立的思考——说钱俗,我就不说钱了——都交付给了流行。因此,我的结论是:此类大众文化的流行,恰恰是衡量社会整体浅薄的尺度。越流行、越浅薄,因为在不知不觉中,流行取代了深刻、浮躁取代了力量。

当然,这种情形并非今天才有,只是得益于新媒体技术的发展,在今天尤其明显。人人可以发声,穿着马甲说话可以很随意。众声喧嚣,都想表达。没错,这是一个表达的年代。

然而,比怎么表达更重要的,难道不是表达些什么吗?那么,你,真的有什么可以表达么?

媒体视点

■ 人民日报《有宗旨意识,才能人民至上》:时代场景在变,人民期待在变,以人为本、科学发展,践行宗旨不但被赋予新的时代含义,也拥有了更高要求。做决策前要看一看:自己是不是站在人民立场、从群众利益出发?干工作时要问一问:自己是不是在为人民谋福利、呼应群众心之所愿?

(人民日报评论部)

■ 京华时报《奢靡风挥霍公信力》:官员的大吃大喝、大手大脚,花掉的不仅是公共财政,也在损害着党和政府的形象,挥霍着极为宝贵的公信力。(詹勇)

■ 新京报《从审批改革中寻求深化改革动力》:随着改革踏入深水区,改革的阻力越来越大,深化改革从何入手?行政审批改革应该就是新时期改革的最有力抓手之一。

(练洪洋)

观点圆桌

奉“照”成婚?

新闻焦点:据大河报报道,近日网上曝出某官员“艳照”,引来强烈反响。记者调查发现,帖子中涉及的河南省林州市卫生局纪检干部冯某已经和照片中的女子闪电结婚。林州市纪委一位领导表示,目前正在进一步调查。

不能有罪推定

“情妇”反腐“屡建奇功”,不能成为“艳照”反腐大行其道的理由。一来,“艳照”本身并不能作为有罪推定;二来,艳照频发是对个人隐私的侵犯。

武洁

查艳照也要查贪腐

纪检部门除了要查清艳照问题,还要查清冯某是否有贪腐问题。两个问题虽不直接相关,但已经让围观者产生联想,纪检部门就有责任和义务调查清楚。

晏扬

防止误入歧途

“艳照”反腐,泥沙俱下。推动官员财产公开,把权力晒在阳光下,才可能改变以生活作风问题作为反腐突破口和兴奋点的现状,令网络反腐不误入歧途。

张枫逸

政府形象靠公共服务非豪华大楼

新民网论

济南市政府大楼龙奥大厦,建筑面积37万平方米,造价40亿元,里面走廊周长为1公里,是世界第二、亚洲第一的单体建筑,全国最大的政府大楼。

龙奥大厦造价40亿元,显然超过了中央规定的市政府造价标

准。政府形象靠公共服务非豪华大楼。陕西宁陕县县委县政府办公楼是由上世纪90年代的单身宿舍改建而成,10年未装修,风格简朴,但县里却对1500多名高中生、400多名职高生实施了免费教育。云南昆明市嵩明县县委、县政府至今还在用上世纪70年代建的老房子,书记、县长的办公室都是“蜗居”,只要进去3个人就转

不过身来,但从2007年以来,全县财政将大部分收入投入教育,迄今已建成44所农村中小学标准化学校。只有为民生谋,才能树立更积极的形象。

政府大楼就是一面镜子,准确地映照出政府的民本意识、服务意识、公共财政意识。

(耿银平 全文刊新民网,网址 www.xinmin.cn)



只要付“大洋”就有“替罪羊”?

一些“电子眼”拍摄交通违法行为时不能拍到实际驾驶人,导致处罚“认车不认人”,网上因此出现“代扣分”业务。部分有本无车的“本本族”,也打起了卖分的歪主意。

天呈画

自由谭

中国电子商务市场正迎来一场前所未有的饕餮盛宴。继阿里巴巴旗下电商平台销售总额突破1万亿元,集团又将未来发展目标设定在10万个亿,预计8-10年实现。显然,中国零售业市场正经历一场巨变。

刚刚过去的双11、双12,很多企业都在津津乐道自己的辉煌战绩。但是否有人会问一句,品牌商,你真的盈利了吗?在服务于消费者,服务于平台之余,你服务好自己了吗?

电子商务市场的蓬勃发展令人欢欣鼓舞,但企业的盈利状况却令人堪忧。电商最大的成本来自几个方面:营销推广、人力、物流和产品。除了产品成本与传统零售相差无几,其它方面均已成为电子商务的重负。

以营销推广为例,随着电商的

兴起,流量资源已被炒成抢手的“稀缺资源”,价格一路水涨船高,最多翻了有10倍之多。对电商而言,这意味着沉重的成本负担和更高的竞争门槛。广告推广对于很多企业就像抽鸦片,一旦停下来,销售就像泄了气的皮球,萎靡不振。

电商人力成本居高不下。由于电商人才的极度短缺,企业面临找人难,请人贵,留人不易的局面。再加上组织结构不合理,导致成本高、效率低的现象比比皆是。

物流成本近年来一路上扬。很多企业的物流成本占到销售额的8%-10%。较几年前,这个数据仅有5%-7%。

中国网购的又一大特色是价格低。这是促进中国网购市场蓬勃

发展的一个重要动力,但也是未来架在企业脖子上的把利剑。低价真的能赢得市场和口碑吗?当企业都用低价策略吸引市场时,企业还有足够的盈利空间吗?是否还能实现良性发展呢?

大力度的促销使盈利更加困难。虽然销量在短时间内激增,但利润却远不如想象的丰厚。对于消化库存回笼资金而言,不失为好方法。但想盈利却很难。

从长远看,高成本低价格,必将成为电子商务发展面临的巨大挑战。能否化被动为主动,化挑战为机遇,化阻力为动力,是对企业的考验,也是促进企业创新发展的动力。

要解决高成本低价格这对矛

盾,要从“价值创造”和“运营优化”两方面着手。网购人群看重的是“性价比”,他们时刻在对比价值与价格是否相称。要打动“精明”的网购人群,必须在产品、服务、品牌和营销上下功夫。做到以人为本,真正使消费者体验到价值所在。另一方面,企业需要强化内功,增强企业运转效率,积极探索库存优化和成本控制方案。深入研究网购市场需求和消费习惯,实现品牌精准定位。只有价值得以体现,企业运营效率有所提升,企业才真正具备了胜出的条件。

网购市场很透明也很现实,在造就了庞大的电子商务市场,成就了淘宝之时,我们也希望看到企业能够顺势打造出品牌来。

电子商务盛宴狂欢的背后

邵洁云