

## 森林防火才是最终目的

□柏拉拉

有人说,行祭礼并不是因为鬼神真正存在,只是祭祖先的人出于孝敬祖先的感情。所以礼的意义是诗,不是宗教。

的确,祭祖扫墓,是作为传统节日清明节必不可少的一项活动。多少年来,人们借此以庄重的形式表达对先人的感恩、敬意与缅怀。庄重的仪式是一种情感的、诗意的、道德意义上的真实,



与此同时,在祭祖活动越来越丰富的今天,我们有了更多方式的选择,而最重要的“主线”,是出于对森林防火安全的重视。

本地依然保持上山祭祖的习俗,伴随着这样的习俗,森林防火就显得尤为重要。要知道,森林火灾是森林最危险的敌人,也是林业最可怕的灾害,它会给森林带来最有害且具有毁灭性的后果。森林火灾不只是烧毁成片的森林,伤害林内的动物,还会降低森林的更新

能力,引起土壤的贫瘠和破坏森林涵养水源的作用,继而导致生态环境失去平衡。而引起如此严重的后果,也许只要祭祖过程中点烛、燃香、烧纸、燃放鞭炮时的一丁点星火。为了森林消防安全,近些年,我们提倡不放鞭炮、不点蜡烛、不烧纸钱,以及树苗换香、网络祭扫、鲜花祭扫等一些文明祭祖行为,确保山上无香火,但又保持祭祖的心意依旧,一举两得。

“清明时节雨纷纷,路上行人欲断魂”“梨花风起正清明,游子寻春半出城。”……古人借清明抒情,如今,清明节因文明而更具韵味和深意。但不得不承认的是,旧习俗不会立刻消除,所以每年清明节都可见各地政府在公墓附近安排工作人员,鼓励市民不要带火种上山。当然近些年的提倡,使得绝大多数的市民主动参与文明祭祖,甚至有“先见之明”地带着鲜花上山。但也不否认有市民妄想成为“漏网之鱼”,宁愿绕行山路,带香火上山,或等上几日,“风声没那么紧了”,再带香火上山。

笔者宁愿相信,坚持带火种上山的人们,说到底是为了坚持某种习惯。如果是这样,希望他们能明白禁止携带香火上山的规定,不是为了为难任何人,而是为了促进尽快转变祭祖形式,让文明行得更远,让山林更青更美。

## 别拿爹娘开玩笑

□话 唠

前几日,笔者去一远亲家做客,在小花园里赏花时,正好碰到远亲上初中的儿子小强打电话。“爹啊,我是小强,你干嘛呢?”握着手机,小强突然来了这么一句。正打算往客厅走的笔者愣住了,此刻小强的爹正在客厅,父子俩何必打电话?等小强开始和电话里的“爹”讨论起单机游戏的通关技巧,笔者才明白过来,电话里那位“爹”必定是他在同学里认的。

作为一名“90后”,笔者对于少男少女在同龄人中认爹妈的游戏并不陌生,

它相当于认哥哥、妹妹的升级版,人际关系异常活跃的部分学生尤其感兴趣。笔者读初中那会儿,有位男生一口气认了好几个“女儿”,一个女生更是收了一群“干儿子”。有了这样的称呼,他们之间的关系确实更近一步了,课间时常聚在一起打打闹闹。“臭小子,怎么和你妈说话呢!”“女儿,爹去小卖部给你买点零食。”每当听到这样的对话,笔者总是忍不住直皱眉。不过,在他们眼里,这种游戏又好玩又酷,而对此表示反感的笔者才是思想老土的表现。

笔者始终认为,随便拿爹娘这两个

神圣的字眼来开玩笑,无论是哪个年龄阶层,都是非常幼稚、可笑的行为。作为父母,在养育子女的过程中付出的不仅是时间、金钱,其中的心血更是难以用言语形容。无论多么辛苦,他们只要听到孩子一声甜甜的呼唤,疲劳瞬间能减去大半。换个角度想一想,作为父母,假如知道自己的孩子在学校也是这么称呼同龄人,甚至喊得更勤,哪怕明白只是玩笑,心里也未必好受。

任何玩笑、游戏都要有度,懂事的子女不会只顾自己开心,更该想到父母的感受,毕竟游戏有千万种,值得尊敬的爹娘却只有两个。

## “毒水壶”风波岂能装聋作哑

□灌篮高手

前几天,笔者的母亲在微信上看到现在一半多的水壶都是有毒的消息后,她拿起家里的电水壶开始找有没有“304”标识,看到家里的电水壶没有“304”标识,母亲很紧张地对笔者说:“这电水壶上没有‘304’,我们也赶快去把这水壶换掉。”

笔者虽然和母亲解释过,这件事并没有这么夸张,但还是不能打消她的顾虑。为了让她放心,笔者只能陪她重新去买了个电水壶。来到超市,笔者也看到好几个人正在挑选电水壶,这些人拿着电水壶找壶身上有没有“304”标识。店家说:“这段时间大品牌的热电水壶销量比平时高了不少。”

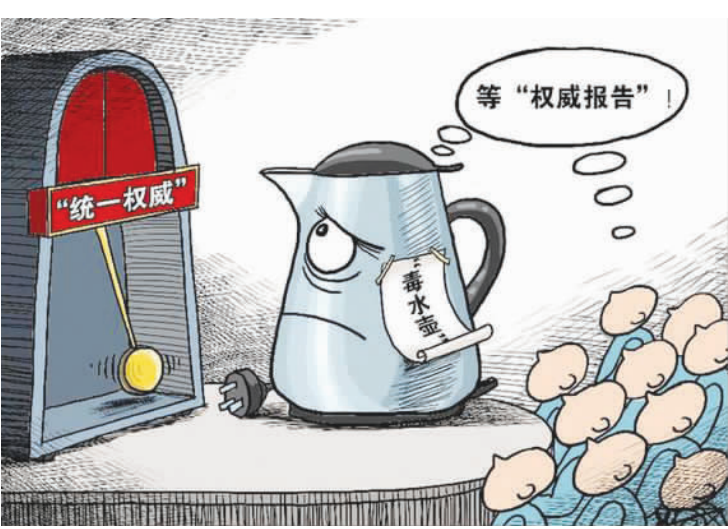
而此次市民换水壶的恐慌,都是源于一份江苏省质监局的报告。该局所发布的《2016年电水壶产品风险监测质量分析报告》称,抽查发现55.6%的不锈钢电热水壶使用高锰钢,可能带来“锰中毒”风险,还提醒消费者看“304”标识、CCC认证。

笔者在网上搜索了下,实际上早在2012年,国家食安风险评估中心就说了,“锰摄入的途径主要是呼吸,饮食

不会造成锰过量、锰中毒”,临床上也从未发现相关案例。不少网友也对江苏省质监局的检测过程和结果提出了质疑,当媒体对江苏省质监局进行采访时,该局却称“不便对此事进行更多的回应,一切以此前发布的‘电水壶风险监测报告’的表述为准”。幸好,后来媒体进行了知识科普,广东省质监局

也进行了澄清,这才使得公众放心了不少。

“毒水壶”风波引起这么广泛的关注,在大家担惊受怕的时候,岂能是一句“不便对此事进行更多的回应”就能解决的?只有公布详细的相关检验报告和检验过程,正面积极地回应此事,才是正确的做法。



## 请给代理人备一杯水

□李仙正

最近笔者以原告身份,和代理人一起参与了四五场“民告官”出庭诉讼。一场官司下来,原被告难免一番唇枪舌战较量,短则个把小时,长则二三个小时。出庭诉讼时,双方代理人连口水也没得喝。

出于安全考虑,严禁一切液体物品进入法庭,这就意味着原被告双方的代

理人,不能携带水等液体物品走上法庭。即便是在法庭上再口干舌燥,也喝不上一口水。可开庭审理过程中,需要口头呈述,离不开嘴皮功夫,原被告往往针锋相对,据理力争,将诉讼、辩护、举证的道理摆到台面上,说给庭上的法官听,道给庭下的旁听者听,有助于他们听得清、听得见,以便作出正确的判断。

严格执行安检制度,严禁携带液

体物品入内,这本身值得肯定,也不是人民法院的工作欠缺,但“执法为民”的理念,涵括了“一滴水”的作用,可以折射出太阳的光辉。为代理人备一杯水,也同样考验了人民法院执法之外的服务细节。不仅仅滋润代理人的喉咙,能在法庭上发出响亮、健康的声音,还折射出法律的太阳光辉,更是体现了人民法院对代理人的人文关怀和爱护。



## 文明旅游，也是家庭教育的一课

□卖肉包的妈妈

清明小长假的第一天,趁着天气好,笔者带着儿子去椒江市民广场游玩。

春暖花开的季节,广场上游玩的人不少。但笔者发现,很多小孩都在雕塑上爬上爬下,而父母站在一旁,非但没有阻止,还非常主动地把孩子抱到雕塑上,拿出手机给孩子合影。这不禁让笔者想起前段时间在南京游玩时看到的一幕。那时,笔者和朋友正在参观南京大屠杀纪念馆。这应该是非常严肃、庄重的地方,但仍有父母把自家孩子放在一个诉说着悲惨故事的雕像下,喊着给孩子拍照。“这有什么好拍的?真不懂!”对于这样的行为,同行的人也表示无法理解。

其实,这样的行为并不是个例,在生活中、新闻报道中经常可见。好玩?留念?无论是什么理由,作为游客进入景点,首先应该爱护公物,应该顾及其他游客的感受,这是作为游客最起

码的文明素质要求。如果非得要拍照,你完全可以站在雕像边上合影。当然,也许一些游客到景点参观时表现出的不文明行为,有时并不是有心破坏,而是因为平时缺乏自律,养成了不良习惯,又或是出于从众心理,有样学样。这需要游客从日常点滴中提高公德意识,养成良好习惯。尤其是对家长们来说,你们是孩子的第一个老师,你们的一言一行孩子都看在眼里,也会不知不觉中进行模仿。那么如此一来,作为成年人,作为家长更应该注意自己的行为是否会给孩子带来不良影响。

景观、景点为城市添彩,给游客带来愉悦,每一个游客都应该摒弃旅游陋习,对这些自然的、历史的、人文的景观加以维护。当然,除了市民要加强自律外,相关部门也应该有针对性地完善相关旅游法规,依法规范游客在旅游景点的不文明行为;景点单位则应该加强管理和宣传,对游客不文明行为不要漠视,应该及时提醒和劝阻。

## 失信黑名单制度不失为治理失信行为的良方

□王红峰

552条无票乘车又拒绝补票的乘客信息,前段时间由浙江各火车站采集并在失信黑名单中向社会公开。铁路部门的实践并不是个例。目前,省发改委、省民政厅、省人民检察院等14家单位相继制定出台了本行业领域的失信黑名单制度文件。在网上“信用浙江”失信黑名单专栏,已公示行贿犯罪、社会组织、餐饮服务、消防安全等12类失信黑名单信息,涉及89家企业和593个自然人。看到这则新闻,笔者不禁由衷一喜:治理失信行为有了良方!

2008年的三鹿“毒奶粉”事件、2011年的“瘦肉精”事件、“达芬奇”家具造假事件,这些不但导致一大批企业面临信任危机、国家经济受损、国家形象受损,而且严重威胁着人民群众的身体健康和生命安全,成为社会不和谐、不稳定的因素之一,影响了经济社会的良性运行。这些事件的频繁发生,也凸显构建体系完整、分工明确、运行高效、监管有力的社会诚信体系任重道远。

目前,全国市场特别是食品市场上出现了诸多问题,重要原因之一就是食品生产经营企业信用的严重缺失。如三鹿集团接到严重质量问题的投诉后,一面紧捂盖子,一面还大塑品牌形象。“三鹿问题奶粉”事件既拷问企业诚信,也说明构建

社会信用体系迫在眉睫。要完善行业信用记录,推进行业信用建设。要依托“金税”“金关”等管理系统,完善纳税人信用数据库,建立健全企业、个人偷逃税记录。要实行合同履行备案和重大合同鉴证制度,探索建立合同履行信用记录,依法打击合同欺诈行为。要依托“金质”管理系统,推动企业产品质量记录电子化,定期发布产品质量信息,健全负面信息披露制度和守信激励机制,真正使失信者“一处失信,寸步难行”。要加强对名牌评选的监管,名牌评选权应交于公众,交于市场,由人民群众说了算,行业协会应发挥作用,对不诚信的品牌,广告公众,清除出局。同时,一些名人做广告也要考虑公众形象。要实行不合格、不安全产品召回制度,“假一赔十”制度和媒体公布“不诚信企业”等制度。

“诚信者,天下之结也。”“人无信不立,国无信不强。”诚信是中华民族的传统美德,诚信是个人安身立命的根本,诚信也是市场经济最基本的原则。全社会都要大力加强以“爱国、敬业、诚信、友善”等为主要内容的社会主义核心价值观教育,使“以诚实守信为荣,以见利忘义为耻”的理念深入人心,使诚信意识真正成为企业文化的血脉,使知行合一、言行一致真正成为每个人的行为准则。