

# 评论

## 时间是作品最好的“检验器”

伍里川

日前，有网友调侃吴承恩作品票房59亿，话题火速登上热搜，网友感慨：四大名著果然是文学界的“顶流”，是永远的经典。

有人说，文学艺术作品的魅力，就是数百年后你仍然可以当顶流，有人拍你所写的故事，演你所写的角色。诚哉斯言。

在四大名著作者中，吴承恩靠经典之作《西游记》改编的《大话西游》《大圣归来》等火爆影片力压另外三位作者，可谓是顶流中的顶流。有统计数据表明，吴承恩作品的票房之高是由被拍作品数量支撑起来的，截至目前，吴承恩个人作品被拍成电影的多达132部，其中有一部上映时间已经排到了2030年。不仅如此，根据吴承恩作品改编所拍的电影数量超过了97%的艺人，电视剧数量超过93%的艺人。尽管原作品已经是历史之物，但其作品闪耀的光芒，在今天的观众的视线里依然清晰可见。

其实，这个话题并非近日才开

启。早在2021年就有网友声称吴承恩是中国最牛的“编剧”。应该说，除了吴承恩，其他三位“四大名著”作者也都拥有很高的人气，其作品也是影视剧导演的热拍项目。《水浒传》《红楼梦》《三国演义》多次进入影视剧制作流程，不断引发热议。因此，不妨说，国人对于四大名著的热情从未消减过，四大名著为影视剧所作贡献也是有目共睹的。

但是相对于其他三位“四大名著”作者，吴承恩作品在影视剧领域的“一家独大”确实是一个非常有趣的现象。我们自小读四大名著，便有很深的感受，且不说“少不读水浒，老不读三国”的旧训，也不提“红楼”的凄婉缠绵，单就作品的趣味性而言，《西游记》的趣味值排位第一争议应该不大。原著小说不仅有老少皆宜之功力，央视在20世纪80年代推出的《西游记》更是让几代人找到了不断重复观赏且每每乐的动力。可以说，“西游”文化备受尊崇，是文学作品

的奇迹，也是影视作品的奇迹。

这一现象给创作者带来了有益启示，要想写出不朽之作，可能很难，因为这需要诸多机缘的配合，但在根本上，创作者需要更真诚、更用心、更接地气。一部作品就算不能“名垂青史”，但若能在广泛范围内引发人们衷心的喜爱，那就可算是成功的作品。至于能不能被搬上银幕或荧屏，那不是最重要的衡量标准。

某种意义上，吴承恩现象折射出一个事实：当下的一些文学作品、影视作品，空洞无物，不是流于肤浅的思想表达，就是沦为拿无趣当有趣的庸作。近年来，多部文学作品、影视剧作品遭到了观众无情的批驳。以电影作品为例，在中国电影领域，金扫帚奖颇为知名，这个专门为年度最差影片颁发的奖项，让包括王宝强在内的一些电影人受到了吐槽。曾有一部名为《日不落酒店》的影片，打着沈腾的旗号广做宣传，结果在剧中只出演了个人形立牌，一句台词都没有，影片全程无笑点，拿到金扫帚奖

也是“实至名归”。

有意思的是，即便对于吴承恩的作品成为热门影片题材这一点，也有网友惊讶过：怎么又是西游？！相信这一问，直指人心。以我为例，我也觉得这几年的西游题材影片太多了。

平心而论，任何资源，过度攫取，确实值得商榷，但是换个角度看，“扎堆”吴承恩作品的现象也说明，原作精髓和情节经得起口味越来越挑剔的观众的审视，拍出来，只要不是敷衍了事，总不怕没人看。换言之，“吴承恩”“西游记”这两个金字招牌，本身就是票房和口碑的保证。对一些讲究制作水准的电影人来说，不是不想从现实作品中找到合适的目标，但毕竟有时亦有巧妇难为无米之炊的困惑，不得不转身去翻“故纸堆”。

总而言之，好饭不怕晚，好作品不怕“等”。吴承恩生前自然不知道今时今日他的代表作的热度，但他早已凭借超人的想象力所构筑的文学艺术空间，向时间深处传递了极度的自信。

## 预制菜成“明白菜”才能让人放心

堂吉伟德

近日，“线下餐厅也用预制菜”“预制菜进校园”等话题引发网友热议。随着预制菜的不断推广使用，以及公众对此现象的关注和重视，一个问题就此产生，即商家在使用预制菜时该不该公示？

按照中国烹饪协会发布的标准，预制菜是“以一种或多种农产品为主要原料，运用标准化流水作业，经预加工和或预烹调制成，并进行预包装的成品或半成品菜肴”。由此不难看出，预制菜是相较于现做菜而言的“速成模式”，无论是简单的预加工原材料，还是预烹调好的半成品，其食物食材的本质没有变。

我国消费者权益保护法规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利，享有自主选择商品或者服务的权利。对商家而言，预制菜和现做菜在工艺流程上有很大的不同，需要的成本不同，包括时间成本、人力成本等。对消费者来说，此前，饭店的菜品大多是现做的，人们吃的就是热乎和新鲜。如今，商家选用预制菜，当然不是不可以，这也是丰富菜品和口味的一种方式，问题的关键在于，预制菜应保证安全和健康，商家要尽到相应的提前告知义务，然后由消费者自行选择。

如果预制菜假冒现做菜则涉嫌虚假宣传和消费欺诈。

在预制菜呈现蓬勃发展的态势下，商家使用预制菜提前告知不仅是其应尽的义务，还是促进整个行业健康有序发展的必要举措。相关研究报告显示，2022年中国预制菜市场规模达4196亿元，同比增长21.3%，成为新的经济增长点，并有望发展为万亿级市场。政策层面，预制菜近年来也收获更多关注——今年，它被首次写入中央一号文件；不少地方出台标准，规范预制菜产业发展。可以说，在现有市场趋势和政策扶持下，在分工越来越细化的当下，预制菜正迎来发展东风。

不过，消费者对预制菜营养、健康、安全等方面的忧虑，是其发展绕不过去的一道坎儿，也应该得到有关方面的重视。事实上，预制菜多年前就已存在，彼时其市场规模相对较小，更多的是为了方便家庭备餐的需要。近年来，预制菜安全监管难度大、产品标签标识不清晰、预制菜被当成现做菜销售等问题日益突出，在有关政策法规、国家标准相对滞后，监管仍显不足的情况下，把预制菜的消费选择权交给消费者，有望形成更好的约束和倒逼效应，促进供给侧的

优化、完善和提高。

只有让预制菜成为“明白菜”，才能促使其成为“放心菜”。这需要各方共同努力，相关企业要提高技术水平，要攻坚克难，让预制菜在品质上更有保障；行业协会要探索建立相关规则、标准，倡导预制菜企业积极

履行社会责任，推动行业健康发展；监管部门要着力从预制菜系统性、安全性的角度出发，尽快完善相应政策法规，构建国家标准，结合实际开展专项治理，依法打击违法行为，将相关行业、将相关商家及其行为纳入监管。



不宜推广 新华社发 朱慧卿作

## “同款线上比线下贵”不仅是“消费提醒”

戴先任

“满减优惠”“打折促销”“会员折扣”……“双11”临近，消费者沉浸在各大电商“买买买”中，为捡到了便宜沾沾自喜，不过到线下商超看一看，可能发现同款商品线下价格更便宜。

在很多人看来，线上商品比线下更便宜，线下商铺要房租、物业费、水电费等，电商则省了这些费用，电商通过设立“双11”“双12”“618”等购物节，“满减优惠”“打折促销”“会员折扣”……进一步刺激消费者的线上消费欲望，更加深了消费者线上商品价格比线下更便宜的印象。

实际上，有越来越多的同款商品线下价格可能比线上更便宜。如记者走访了多家线下商超。发现某商超在

线上售卖的一款某品牌纯牛奶，线上售价43.9元一箱；但在该商超线下门店，同一时间同一款商品，售价39.9元一箱……多家商超回应，多数执行“同款同价”。

线下商品可能比线上更便宜，并非不可理解。比如线上有较高的配送成本，而线下的配送成本更低。线上开店也并非“零成本”，如也需要给平台交租，还有引流成本，获客成本也越来越高。据亿欧智库发布的数据，阿里2021财年获客成本为477元，而拼多多获客成本为578元，京东为384元。而为了与线上商家竞争，传统商超也纷纷执行“同款同价”，甚至线下比线上更便宜。

“同款线上比线下贵”，对消费者是提醒。对于消费者来说，不能盲信

电商的“最低价”，要转变“同款商品线上价格更便宜”的固有观念，进行消费要多做一些比较，面对“双11”等购物狂欢节，也要坚持理性消费，不可陷入盲目“狂欢”之中，被消费狂潮所裹挟。

“同款线上比线下贵”，对电商也是一个提醒。线上并不具备天然的价格优势，不能总以为自己站在“价格洼地”，误判了形势。只有真让利，让消费者获得实惠，才有利于电商健康长远发展。

“同款线上比线下贵”，也有利于线上和线下展开良性竞争，让消费者有更多选择，利好广大消费者。当线下不再处于价格劣势，线下的体验感更强，将有利于提升实体经济的竞争力，不再让广大追求“性价比”的消

费者“用脚投票”、舍己而去，从而也能给线上经济施加压力，倒逼线上经济进一步做优服务，对消费者真让利。

不管是线上，还是线下，商品价格要实惠，质量更要过硬，商家都要诚信经营，要尊重消费者权益。线上消费，诸如销售假冒伪劣产品、无良商家设下各种“消费陷阱”等问题较为常见，而在线下消费，则存在价格较贵，消费者没有“后悔权”等问题。要净化消费环境，让线上线下监管全覆盖，线上线下共同努力，取长补短，克服自身的短板，促进“良性互动”、良性竞争，这样才有利于保护好广大消费者合法权益，为消费者营造一个安全放心的全域消费环境。

日前，最高人民法院、最高人民检察院、公安部联合发布《关于依法惩治网络暴力违法犯罪的指导意见》（以下简称《意见》），回应社会关切。《意见》共20条，明确了网络暴力的罪名适用规则，网络暴力违法犯罪的处理规则，以及惩治网络暴力违法犯罪的政策原则等，为惩治网暴提供了更加清晰、有力的法律依据。

我们都知道，网络暴力往往伤人于“无形”，有意无意的人肉搜索、一拥而上的口水笔伐，看似公平正义，实则唯恐天下不乱。如果任由网络暴力蔓延、戾气横行，每个人都有可能成为下一个受害者。近年来因为当事人遭遇网络暴力导致自杀的事件，已经发生多起。而今，最高人民法院、最高人民检察院、公安部联合发布《意见》，使惩治网络暴力违法犯罪活动拥有了更加明确、更加严格的法律依据，这无疑给网络暴力戴上了法律“紧箍咒”，可以使人民群众充分感受到公平正义。

不过，要想让这一“紧箍咒”充分发挥效力，全社会都要常念、念好这个“紧箍咒”，并建立完善对网络暴力监管打击并重的长效机制，真正把网民在网络上的言行举止全部纳入法治的监管轨道。

各网络平台特别是主流网络平台要依据《意见》，改进完善网络暴力行为判定机制，并在网民被误导蒙蔽出现网络暴力之时，提供真实信息，倡导正确价值取向，明辨事实、澄清谬误，从风险提示、一键防护、私信保护、举报投诉等多个维度，帮助网民快速有效防范网络暴力侵害，进而消除网络暴力生存土壤，让网络暴力推手无处遁形。

网络监管部门和相关的执法机构要突出问题导向，结合网络暴力的新表现、新形式、新特点，进一步建立健全网络暴力预防机制，完善相应的监管手段和监管细则，指导互联网平台企业加强研发，依托大数据技术完善网络暴力内容的算法识别。同时，要依法对人身攻击、人肉搜索、造谣诽谤等网络暴力给予严厉打击，以确保《意见》的落地落实。

广大网民要充分认识到网络暴力的社会危害，自觉遵守《意见》对网络发帖的有关要求，并对网络上出现的侮辱谩骂、造谣诽谤、侵犯隐私等具有网络暴力性质的信息内容，不要做麻木不仁的看客，也不要抱着“法不责众”的侥幸心理而随意跟帖、主观评论、盲目转发，而应主动向平台或相关的监管执法部门举报，为有效整治网络暴力尽自己的微薄之力。

总之，网络空间是亿万网民共同的精神家园。面对花样翻新网络暴力现象，我们要多措并举、重典治乱、久久为功，并通过建立完善监测识别、实时保护、干预处置、溯源追责、宣传曝光等措施，进行全链条治理，真正营造天朗气清的网络空间，让人民群众在共享互联网发展成果上有更多获得感、幸福感、安全感。

## 保障义务教育，取消“罚款”须强化监管

王志军

近日，《国务院关于取消和调整一批罚款事项的决定》发布。其中，取消教育部门主管的罚款事项“对父母或者其他监护人经教育仍拒绝送子女或者被监护人上学行为的罚款”。替代监管措施是，按照《中华人民共和国义务教育法》有关规定进行监管。

让每个孩子都接受义务教育，事关千家万户，事关国家和民族的未来。根据我国义务教育法规定，儿童少年依法享有平等接受义务教育的权利，并履行接受义务教育的义务。凡年满六周岁的儿童，其父母或者其他法定监护人应当送其入学接受并完成义务教育。适龄儿童、少年的父母或者其他法定监护人应当依法保证其按时入学接受并完成义务教育。我国未成年人保护法也规定：父母或者其他监护人应当尊重未成年人受教育的权利，必须使适龄未成年人依法入学接受并完成义务教育，不得使接受义务教育的未成年人辍学。

用行政罚款的方式解决儿童少年失学辍学现象，有一定的历史合理性。这项罚款的设置依据是《教育行政处罚暂行实施办法》第十一条。具体内容为，“适龄儿童、少年的父母或监护人，未按法律规定送子女或被监护人上学接受义务教育的，城市由市、市辖区人民政府或者其指定机构，农村乡级人民政府，对经教育仍拒绝送子女或被监护人上学的，根据情节轻重，给予罚款的处罚。”这条行政处罚规定，在当前经济社会发展和教育领域改革创新以及法治中国建设的大背景、大趋势下，已没有继续存在的现实必要性。

这次国务院发布重要文件，取消“对父母或者其他监护人经教育仍拒绝送子女或者被监护人上学行为的罚款”，是法治政府建设的又一具体举措。我国《立法法》规定：“国务院可以根据改革发展的需要，决定就行政管理等领域的特定事项，在规定期限和范围内暂时调整或者暂时停止适用法律的部分规定。”取消“对父母或者其他监护人经教育仍拒绝送子女或者被监护人上学行为的罚款”，有其现实背景，也与其解决失学辍学的自身特点有关。据报道，2022年教育部有关部门负责人表示，我国学生资助政策的不断完善和投入力度的不断加大，全国范围内建档立卡辍学学生实现动态清零，因贫失学辍学已成为历史。另一方面，罚款作为行政管理中最常用的处罚手段，在解决失学辍学这样往往是多种因素造成的问题上，并不是万能的。不是罚了款，就一定有制裁效果。而且，实际上也有可能造成滥施罚款的情况。

当前，与以往主要是贫困导致的失学辍学不同，新的表现形式的失学辍学问题仍然存在。因此，取消了行政处罚的解决方式，就要用好替代措施，依法强化监管。当地政府和相关部门和村、社区，要运用说服教育、警示教育等对相对人权益损害较小的监管方式，有力度有温度地解决好失学辍学问题。比如，对学习困难学生，建立帮扶制度。对外出打工的学生，建立跨区域、联动的劝返机制。对早婚早育的，要宣传婚姻法，依法治理未成年人的非法婚姻。对信教入寺的，严格依法禁止利用宗教妨碍国家教育制度的实施。对于残疾的儿童，可通过随班就读、特殊教育安置以及送教上门多种途径，保障其受教育权利。

## 上门服务有了“国标”，居家养老更安心

张玉胜

据民政部网站消息，近日，《居家养老上门服务基本规范》国家标准（GB/T 43153—2023）发布实施，这将为居家养老上门服务内容、服务组织条件及相关流程要求等提供基本指引，新规是我国针对居家养老上门服务的第一个国家标准。

无论是国家卫健委公布的相关数据，还是多地开展的专题调研都显示，绝大多数受访老年人倾向于居家养老。所以，上述国家标准的出台其实顺应了老年群体对养老服务进家庭的殷殷诉求，有助于推动居家养老服务的标准化、规范化和专业化，其长远和现实意义值得关注。

老年人更愿意选择居家养老，很大程度上缘于“穷家难离”的文

化情缘。毕竟家是人们安身立命的根基、精神休憩的港湾，更是每个家庭成员难以割舍的情感依托。在崇尚人文精神与世俗生活的中国文化中，家作为饮食起居的场所和亲情血縁的纽带，具有极高地位。选择居家养老，或许并非是要单居寡住或儿女陪伴，而是习惯了老家家、老环境、老街坊带来的安全感、亲情感与归属感，这更有助于老年人的精神愉悦和颐养天年。

也正因此，近年来，各界都在呼唤“让专业养老服务走进寻常百姓家”，而这需要整合相关服务资源、厘清服务边界、提升服务技能、强化服务监督。上述基本规范从“术语和定义”“总体要求”“服务内容”

“服务流程及要求”“服务评价与改进”等多个层面，提供了基本指引和国家标准。比如在“服务内容”中就包括生活照料、基础照护、健康管理、探访关爱、精神慰藉、委托代办、家庭生活环境适老化改造等7项服务项目，这几乎涵盖了居家养老所需的主要专业化服务技能，契合“让专业人做专业事”的基本要求。

尊老养老是家事也是国事，家政服务是小切口也是大民生。发布《居家养老上门服务基本规范》就是要让养老服务有规可依、有章可循，这既有利于服务组织和服务人员对标守规、按章操作，也有利于被服务者和公众的客观评价与监督，更有利于纠纷处置和争议裁决，进而促进养老服

务标准化的整体发展。

民之所望，政之所向，业之所归。上述国家标准是在全国总结各地实践经验和准确释义国家相关政策法规的基础上形成的行业遵循，各养老服务组织和相关家政服务人员应以新规为指引，秉持诚信经营理念，坚持以标为尺、以规为范，认真强化岗位培训和业务技能提升，努力培养适应趋势、符合国标的居家服务行家里手，建立具备过硬资质和践行国家标准的专业服务队伍。有关部门也有必要持续细化完善规章制度，积极与以街道、社区为基点的就近养老服务供给资源对接，做好新规与既有养老服务保障工作的衔接，让居家养老上门服务惠及更多老年群体和家庭。