

公共场所禁烟要有力度和广度

文明棱镜

看见问题的每一面

编者按>>>>

近年来，随着人们享受健康环境的诉求日益强烈，不少人对二手烟愈发排斥，在一些公共场所，时常发生吸烟权与健康权的博弈。

10月19日，有网友发视频称，河南郑州地铁5号线，一男子在车厢内抽烟，多位乘客上前劝阻反被男子辱骂；今年7月底，乘客祁女士和家人乘坐K423次绿皮火车从江西景德镇到九江时，发现车厢连接处吸烟的情况很严重，短短的几节车厢就有十几个吸烟者，包括一名列车员，她上前劝阻发生冲突，引发舆论关注……这类事件并不少见。

公共场所吸烟为何禁而不止？禁烟如何加大执行力度？公共场所禁烟是否应该更进一步，全面推动室外部分区域、绿皮火车等地方禁烟？如何发挥一些特殊人群的带头作用？

问题篇

公共场所的烟头为何难以摀灭？

◎ 关育兵

如今，在城市的商场、超市、理发店、餐馆等公共场所，“吞云吐雾”者并没有绝迹。这不禁让人想问：在公共场所禁止吸烟这么多年了，这些地方的烟头为何总是摀不灭？

立法不足。我国除了《公共场所卫生管理条例实施细则》明确规定“室内公共场所禁止吸烟”，至今尚未出台全国统一的公共场所禁烟法律，各地只能依靠地方性法规进行规范，由此导致禁烟宽严不一。即使在有明确禁烟规定的地方，执法主体不明、职责交叉的问题也相当突出。卫生健康、市场监管、城管等部门都涉及控烟工作，“都管却都不严管”，且有限的执法资源面对遍布城市的吸烟行为犹如杯水车薪。罚款标准偏低甚至没有标准可循，对违规者难以形成有效威慑，执法也常遭遇抵触与争执。

文化惯性。在我国，“敬烟”长期被视为社交礼仪，是拉近距离、表达友好的重要方式。这种文化基因使得吸烟在许多入眼中不仅是个人习惯，更是难以舍弃的社交互动形式。与此同时，社会对吸烟的容忍度呈现出明显的代际差异——年长者多视吸烟为寻常行为，而年轻一代则对二手烟危害有更清醒的认识。这种社会观念的断层，使得禁烟举措在落地时常遭遇无形的阻力。

监管无力。公共场所的特殊性也为禁烟带来挑战。不同类型的公共场所，管理主体各异，监管严格程度参差不齐。地铁车厢等封闭空间监管相对严格，而站台、楼梯间等过渡区域则常成为监管盲区。许多公共空间在设计之初未能充分考虑控烟需求，缺乏专门的吸烟区规划，或吸烟区设置不合理，未能与无烟区形成有效隔离。这些空间设计的缺陷，无形中为违规吸烟行为提供了容身之所。与此同时，公共场所的管理人员面对违规吸烟行为时，常因缺乏强制权而束手无策，一旦遇到态度强硬的吸烟者，往往无计可施。

利益牵绊。烟草行业贡献的巨额税收，使得部分地方在推进控烟工作时难免有所顾虑。某些公共场所的经营者也担心严格禁烟会导致客源流失，对场内的吸烟行为采取默许态度。

吸烟成瘾。对于烟民而言，吸烟已成为生理和心理的双重需要，烟瘾来袭时的焦虑与不适常常轻易战胜社会公德的约束。特别是在长途旅行、高压工作等特殊情境下，吸烟者的自制力更为薄弱，对禁烟规定的遵守意愿也随之降低。

这些因素相互交织，形成一张难以轻易打破的网。在健康权与所谓“吸烟权”的博弈中，理解这种复杂性，或许能为我们探索更有效的禁烟措施提供思路。

措施篇

以多元共治打造无烟公共空间

◎ 殷建光

子屏滚动科普、志愿者现场劝导等方式，让“公共场所吸烟损人害己”的观念深入人心，减少吸烟冲动。

人技协同，织密防控网络。在公共场所禁烟，可在重点区域安装烟雾报警器、智能监控设备，一旦检测到吸烟行为，立即触发声光提醒，既警示吸烟者，也便于管理人员及时介入。据报道，深圳已推出控烟投诉小程序“别抽啦”，设有匿名投诉、控烟志愿者活动、戒烟中心等服务，主页设有“蓝黑榜”，黑榜会显示各个场所的投诉工单，由控烟督导员上报。同时，人的作用不可或缺，商场导购员、车站乘务员、景区工作人员、校门口的保安等可兼职禁烟劝导员，挂牌上岗，用礼貌劝阻代替强硬制止。各地也应鼓励公众对公共场所的违规吸烟和管理不善现象“随手拍、及时报”。

德教结合，让惩戒既有力度也有温度。

推广篇

让禁烟覆盖更多人流密集场所

◎ 江德斌

在公众越来越关注无烟健康环境建设之下，禁烟应从室内公共场所覆盖到更多室外公共场所。

从今年3月中旬起，上海率先在武康路、豫园商城、新天地、外滩、南京路步行街、陆家嘴商圈等8个人群密集的地标场所，推进室外“游烟”治理，自6月起，又将迪士尼、乐高乐园等13个场所纳入室外二手烟控制范围，至此，室外控烟示范场所覆盖该市16个区。

室内公共场所吸烟尚且难以治理。室外“游烟”因空间范围的不固定、吸烟行为的不可测，偶然因素多，治理起来更复杂。但上海却迎难而上，既出台加强室外二手烟控制、推进无烟健康环境建设的相关制度，又宣传倡导“室外不随处吸烟”，并在“游烟”高发区，发挥场所管理方（如管委会、物业）及场所内各业态单位的作用，设街道卫生专员在高峰时段徒步巡查，对“吸烟高发点位”进行

轮岗值守，控烟志愿者对烟民进行劝导，形成全天候、立体化的动态监管网络。

上海的实践值得借鉴。同样值得学习的还有北京，《北京市控制吸烟条例》规定，凡是“带顶儿”“带盖儿”的室内公共场所均全面禁烟。同时，近年来，北京不断创建“控烟示范街区”，比如什刹海、后海酒吧街等整个示范街道实现无烟，包括治理“游烟”。

从多地的成功经验看，在全面推广实施公共场所禁烟时，要科学划定禁烟边界，应结合人流密度、功能属性等因素，先将学校周边200米范围、医院出入口、体育场馆观众席等重点区域纳入强制禁烟清单，待控烟取得成效后，再逐步扩大禁烟场所，避免冒进引发抵触。

除了禁烟应覆盖更多室外公共场所，还应覆盖所有交通工具。据“半月谈”微信公众号10月27日报道，在我国，高铁、飞机、地铁

示范篇

特殊人群应用行动为禁烟“代言”

◎ 杨方

说到禁烟表率，各级领导干部显然更应包括在内。如今在一些地方，禁烟的效果并不理想，其中一个重要原因，就是有人“带头”破坏规矩。尤其是少数领导干部，缺乏以身作则的意识，在公共场合照抽不误，越往基层，这种现象越甚。这种行为不仅危害公共环境和公众健康，而且损害领导干部的形象，更会削弱禁烟工作的公信力和执行力。

其实，早在2013年12月，中共中央办公厅、国务院办公厅就印发了《关于领导干部带头在公共场所禁烟有关事项的通知》。领导干部作为公共事务的组织者和推动者，既是政策的执行者，也是社会风气的引领者。领导干部的一举一动，大家都看在眼里，如果在公共场所抽烟，大家嘴上不说，心里却会想：“连领导都这样，禁烟规定还有用吗？”

对不听禁烟劝阻、情节严重者，可依据法律法规处以罚款，也可安排其参与公共场所卫生打扫等公益劳动，在实践中体会“保护环境，人人有责”。惩戒之外，教育更关键，通过观看控烟科普片、签署文明承诺书等方式，让吸烟者真正认识到他人被动吸烟的危害。

统一制度，健全法规。各地应完善禁烟法规，明确公共场所控烟执法主体，全国层面也可出台统一的法律法规，明确禁烟的场所范围、处罚标准、执法流程，尽可能减少执法模糊地带，让执法者有法可依，让公众维权有据可查，避免因标准模糊导致管理漏洞和执法无力。

当然，公共场所禁烟也要“疏堵结合”。在远离人群、通风良好的区域设置标准化的吸烟区甚至是吸烟室，配备灭烟装置、通风系统和醒目标识，既满足烟民需求，又避免二次污染。

等公共交通工具已禁烟，但普速列车即绿皮火车仍保留着吸烟区。车厢连接处烟雾缭绕，旅客经过掩鼻而行；二手烟弥漫车厢，乘客被迫呼吸污浊的空气……这是近期该媒体记者在T41次列车上看到的场景。

绿皮火车禁烟不应“掉队”，这种车虽没有完全封闭，但空气流通不畅，吸烟区的烟雾往往会随风飘入车厢，伴着不吸烟者一路相随；绿皮火车虽只允许在吸烟区“吞云吐雾”，但由于监管缺位，禁烟区域往往也会失守。相关方面需要修订《铁路安全管理条例》等法规，将绿皮火车明确纳入禁烟之列。可借鉴高铁禁烟经验，在车厢安装烟雾报警器，对吸烟行为自动识别、实时报警。同时拆除绿皮火车车厢连接处的烟灰盒、吸烟标识，张贴禁烟标识。

建设更多无烟环境，是建设健康中国的重要基础之一，需要让公共场所禁烟的覆盖面更广。

儿歌类应用岂能被低俗广告污染？

◎ 夏熊飞

据媒体报道，近日有网友反映，打开宝宝巴士旗下一款“宝宝巴士儿歌”APP时，开屏会跳转到含有成人内容、低俗擦边直播等不适合儿童观看的第三方广告。10月28日，宝宝巴士品牌客服表示，非会员状态下APP内确实会展示由第三方平台投放的广告，但平台会对广告内容进行审核监督，难免存在疏漏，如出现低俗等不适宜的广告，属于“异常情况”，将反馈处理。

“宝宝巴士儿歌”APP的受众，绝大多数都是低龄儿童，含有成人内容、低俗擦边直播的广告，会给他们的精神世界带来污染与荼毒。

APP展示第三方广告无可厚非，毕竟作为企业，需要多途径创收，但企业不能来者不拒、照单全收，尤其是面向儿童的应用产品，更需要做好审核把关，避免让不适合儿童观看的广告内容出现在自家产品上。靠着第三方平台的广告投放费用，却在审核监督上当“甩手掌柜”，如今遭受舆论的口诛笔伐，乃至广大家长的“用脚投票”，宝宝巴士可谓咎由自取。

对于此次事件，宝宝巴士致歉并出台了整改优化举措，这是企业必须要承担的责任。可处理显然不能止于企业自纠自查，监管部门有必要介入调查，对宝宝巴士的违规行为予以惩处，既进一步夯实未成年人良好网络环境保护的基础，也是对违规企业及整个行业的深刻警示，让这些赚着“宝宝钱”的企业，时刻把宝宝们的身心健康放在第一位。

“宝宝巴士儿歌”APP因推送低俗广告被推上舆论的风口浪尖，整个行业的其他企业不该把自己当作“看热闹不嫌事大”的局外人，而是要以此为鉴，看看自身是否也有类似“疏漏”，别等到被家长曝光形成舆情再来道歉与补救，届时，代价和成本将呈几何级增长。

此次“宝宝巴士儿歌”APP“暴雷”，源于家长反映，如果不是有人主动曝光此事，低俗广告可能还在继续污染儿童。可见，作为监护人的家长，不仅要帮助孩子养成良好的用网习惯，也要当好孩子上网的“把关人”，选择口碑良好的应用产品，对不良内容及时发现阻断，并向监管部门检举报告，共同净化孩子们的网络世界。

宝宝们是宝宝巴士这类企业的“金主”，但更是全社会最宝贵的财富，容不得任何荼毒。“宝宝巴士儿歌”APP事件应引起全社会高度重视，形成合力查漏补缺，共同为孩子们营造更加健康向善的网络环境。

年轻人众筹“敬老村宴”暖胃又暖心

◎ 杨朝清

一群年轻人“捐出一顿火锅钱，众筹一场敬老宴”——近日，在浙江杭州临安区清凉峰镇杨溪村好兆头广场，70张圆桌整齐排开，一场热热闹闹的“敬老村宴”在此开席。百余名年轻人当起志愿者，为村里600多位老人端菜、布菜。“爷爷奶奶们，准备开席了！这顿饭是由我们近100个年轻人众筹请你们吃的，祝你们身体健康，吃好喝好！”

暖胃又暖心的“敬老村宴”，以迎接重阳节为契机，以美食为纽带，弘扬了中华优秀传统文化中的尊老敬老风尚。

尊老敬老不能停留于口号。只有口号，没有实际行动，就徒有其表、空洞乏味。要让尊老敬老风尚接地气，关键是要创造性转化、创造性发展。年轻人众筹“敬老村宴”，就做到了与时俱进，保留了价值内核，却不拘泥于形式，让尊老敬老传统美德与现代生活实现美好“相遇”，不仅得到年轻人的积极参与，也受到老年人的肯定与赞赏。骨子里有尊老敬老的传统文化基因，在表达形式上多一些改变与创新，尊老敬老的传统礼仪就更有“时代感”。在这一点上，年轻人众筹“敬老村宴”，是一种积极的尝试与有益的探索。

年轻人众筹“敬老村宴”，也见证了年轻力量与乡村治理的相向而行、双向奔赴。

伴随着老龄社会的到来，如何让老年人生活得更高品质，已经成为一个社会治理考题。建设老年友好型社会，需要更多实实在在的举措。如何做到“想老年人之所想，急老年人之所急”，离不开公共部门和全社会的共同努力。

从二三百元的一顿火锅钱到数千元不等，近100名年轻人参与此次众筹，让“敬老村宴”从梦想变成现实，不仅传递出年轻人对长辈的尊重敬爱，也成为一个社会联结的纽带，唤醒和激活了年轻人的共同体意识。当村里的公共事务有了更多年轻人的身影，乡村就会更有生机与活力。

与祖辈、父辈相比，年轻人虽然在农业生产知识、经验甚至动手能力上存在短板，但他们也有长辈们无法比拟的优势：作为拥抱互联网的“数字原生代”，“新农人”带回乡村的既有最新的农业技术，也有民宿经营的创意，还有农产品销售的新渠道……广阔的乡村大有可为，年轻人拥抱乡村，既能够为自身找到价值实现的舞台，也能够激活乡村振兴的“一池春水”。

总之，这场村宴不仅是尊老敬老的传统延续，更是年轻力量与乡村的深情相拥，期待各地涌现出更多类似行动。



王琪图