

善待“拍砖”，善用“拍砖”

李泓冰

今日论语

温家宝总理十年任期中最后一次记者会，充溢着颇具个性化的感性色彩，既有盘点两任成果时的自信，更有卸任在即时如履薄冰的自省，信而见疑、忠而见谤的痛苦，甚至还透着一丝大愿未酬的悲壮……

大国总理也可以很坦诚，敢于直面敏感问题，不回避不推诿，不打“太极”，亦不打官腔。这样直抒胸臆的风格，或让我们习见的千人一面的官员、滔滔不绝的套话汗颜？

不要小看不打官腔。官腔的背后，是对职守的漫不经心、对公众的漠不关心——唯其不在乎，才敢于、乐于沿用套话，我说我的，你在台下爱听不听；我行我素，你在基层无奈何？温总理用让老百姓入

耳入心的语言，和公众真诚交流，见出他对人民怀有敬畏之心。可资佐证的，是记者会一开头，他以引经据典的习惯，表达“守职而不废，处义而不回，永远和人民在一起”的意愿。刚解答完第一个问题，总理已经把“人民”二字重复了十次之多。温总理有些话说得很重。他反复强调自己的“缺憾”、“痛苦”、“歉疚”，甚至希望求得人民的“谅解和宽恕”——这是一种把人民敬在云端的谦卑姿态。

向人民行谦卑之礼，并不丢人。比起那些以“你准备替党说话，还是替老百姓说话”表示倨傲的官员来说，温家宝式的“谦卑”，反而透着为人民服务的尊严和大气。

更引人注意的是，在回答如何对待向他本人网上“拍砖”的行为时，他视之如常，还说，“群众许多批评的意见值得我们深思，而政府

重视和决定的许多重大问题，经常是从群众‘拍砖’里头得到的”。他甚至考虑，把一些经常批评政府的代表人士请到中南海，面对面听取意见。

其实，总理也是人，对一些“拍砖”，特别是“谣诬不断”，他也“感到有些痛苦”，痛心于“独立的人格不为人们所理解”。然而，他没有对此有任何指摘，只继续以“人言不足恤”自勉，体现了一种“雅量”。从中亦可看出中国政治的进步。

人民日报上世纪50年代曾有一篇著名的社论，标题是《压制批评的人是党的死敌》，很有意思的标题。细想一下，还真大有道理。拒绝批评，等于讳疾忌医，养痍貽患，放任小毛小病走入膏肓。这不是健康肌体的最大死敌吗？

因此，敢于直面公众批评，还

要作为政府决策动力，这不但表明了温家宝胸襟如海的雅量，也体现了一种政治智慧和执政水平。对总理而言，这是一以贯之的。2006年的记者会，他说，“最感动的是人民对政府的支持。这种支持既来自鼓励，也来自批评”；2011年又说，“国之命在人心，解决人民的怨气，实现人民的愿望就必须创造条件，让人民批评和监督政府”；直到今年认为政府很多决策，是从“拍砖”中获得的……从乐见批评，到“让”人民监督政府，再到“拍砖”促成决策。可以看到，在接受人民批评方面，有着越来越积极主动的趋势。

善待“拍砖”，善用“拍砖”，从“拍砖”中看出民众对政府的善意，并洞悉民意可用，这样的“雅量”越多，我们的事业就越有希望，越得人心……

观点圆桌

清洁工喊“首长”折射出什么？

新闻焦点:据中国青年报报道,一名记者到某人大代表住地采访,在卫生间遇到一老年清洁工。这名清洁工称其“首长”并向其鞠躬,此举令这位记者深为难过。记者称想对这位清洁工说:“这里没有首长,只有代表。”

现实中等级制的缩影

老年清洁工见人鞠躬喊“首长好”，这是现实中等级制的缩影。是不是有不少代表接受了这种称呼？人民代表不能把自己摆到不适当的位置，对这种身份异化需高度警觉。

张永琪

只关尊重无关尊卑

有人说，清洁工称“首长”代表了一种“奴性”，这也有点言过其实了。要求一名清洁工懂得“首长”和“全国人大代表”的区别，也是要求过高了。这种称呼，只关尊重，无关尊卑，不用放大了看待。

刘鹏

官本位沉疴当寿终

这一称呼折射出官本位氛围的无处不在。显然，清洁工对客人尊贵身份和重要性深信不疑。希望清洁工的“鞠躬”行礼和“首长”尊称，能成为代表们为民执政的责任与动力，以推动官本位沉疴早日寿终正寝。

张玉胜

3·15 维权日别成了商家嘉年华

邓为

各种形式存在，从公众的消费体验来看，消费者就是上帝，只是传说。

维权日变促销日的亦步亦趋，从另一个侧面说明3·15消费者权益日的警示作用正在式微，其娱乐与消费倾向愈加明显。

在监管部门行动不到位、媒体监督偏移、商家检点不足的情况下，消费者权益日的活动重心发生偏移，也不足为怪。让人可笑的是，即使是在3·15当天的促销活动中，那些产品质量有缺陷、服务态度不够的睥睨消

费者行为，却还可以招摇过市，这不能不说是一种莫大的讽刺。

3·15就是消费者权益日，它不是商家的嘉年华，这一点必须厘清。而要重建3·15权益日的威信与体认，需要商家的高度自律，需要监管部门的行动有力，需要媒体的全天候跟进，更需要整个社会，包括你我每个消费者对自身权益的挺身维护，让保护消费者权益成为这一节日的不二属性，如此，3·15维权日才会名实相符。

进入3月，从卖场到材料商，从装饰公司到软装配饰，众家企业纷纷开始了针对3·15进行的强劲促销活动。有媒体记者在采访中发现，3·15促销活动被消费者普遍接受。

翻开报纸，打开电视，各大商家迎接3·15的促销广告可谓甚嚣尘上，不要说那些知名商家的广告泛滥，就是那些街头小摊，也开始利用3·15大做文章。如果你不了解3·15的节日属性，一定会以为这是商家约定俗成的促销日。

更令人五味杂陈的是，消费者也十分情愿地享受着各种促销。作为维权日的3·15在众多商家大肆促销的氛围中，商业味道越来越浓，

至于其维权的节日属性，只能在电视节目中，看一些筹划许久，却非要等到3·15这天才播放的重磅新闻，才能有些许味道。以往商家战战兢兢，谈3·15色变的情形，如今让位给变本加厉的促销与广告。

不能否认，随着法治建设的进一步深入，消费者维权意识的增强，特别是一些知名商家的商业自律有所提高，以往困扰消费者的产品质量和服务态度等问题，有一定的改善。但侵权行为、违劣商品、欺瞒哄骗还以

Yolo 永乐

永乐生活电器

超全新品 缤纷组合 任你挑个够

永乐^{第二届}新婚新居家装节

满6888送32寸液晶

活动期间,至永乐购彩电、冰箱、洗衣机、空调、厨卫任选3件不同品类商品,单件满2290元,总额满6888元即可获赠32寸液晶一台。(部分品牌型号不参加,共1000台,特价机除外,活动详情请咨询店员)

3月16日-3月18日

SHARP 夏普

夏普彩电超级团购

52寸3D彩电

狂降4000元

2012年3月16日-3月18日

海尔集团&永乐

2012春季开仓

贺海尔白电连续三年销量全球领先

“抢抢抢!”

2012海尔空调开仓大促 变频无氧变频新品首发上市

注:引自消费市场研究机构Euromonitor (欧睿国际)2011年统计数据

预存最高累计可抵2000

200元冰箱券+200元洗衣机电券+200元冰吧券+400元空调柜机券+200元空调挂机券+200元热水器券+200元厨电券+200元彩电券+200元笔记本电脑券,再加精美礼品一份,全场产品单品满2000元即可抵用,每家电器限用一张认筹券。

新装抢套餐:更多实惠一步到位

凡整仓购买海尔家电产品2件以上满6000元,即可获赠海尔电饭煲、欧式小家电等精美礼品。

GREE 格力

3-16-3-18

格力惊心惠

一年一度无法超越的终极盛宴

蓝天至爱 助力安居

廉租房 10% 现金补贴

经适房

上海市慈善基金会特约永乐门店

空调以旧换新限时补贴

更换补贴金额:每台最高补贴1000元

更换补贴时间:即日起至3月18日

更换补贴场所:永乐生活电器各门店

更换补贴方式:选定新空调后,由专人上门拆卸旧机,安装新机

3D彩电能效补贴

即日起至3月18日

3000元以下LED彩电补贴100元。

3000元以上LED彩电满千返百。

单品上限1000元,部分品牌型号不参加,详情请咨询门店员工。

厨房电器联销补贴

热水器联销大补贴

凭废旧热水器购买,即可获得以旧换新300-400元补贴。

厨卫套购大返现

厨卫三件套购任意金额返10%现金券。

买厨卫电器送家装电器

厨卫电器购满5000元,即送2000元家装电器抵用券。

本广告有效期至3月16日至3月18日。部分品类品牌、型号商品、特价机型不参加。所有赠品送完为止,赠品单件价值不超过4999元,共限50000份。详情请咨询店员。

114各店
电话查询

礼品
团购

团购热线:
52869120
52869115

永乐全市各大门店
可使用得仕卡

温馨服务
减久保障

19天
价格保障

39天
退货保障

99天
换货保障

Yolo 永乐
永乐生活电器