

申城“花节”太多了吗?

凌河

今日论语

春来江南,正是赏花时节,于是说起了“花节”——上海的“花节”知多少?据说先后共有18个之多,上海樱花节、上海桃花节、奉贤菜花节、金山百花节、松江芦笋节……“简直让人挑花了眼”。于是有识之士就惊呼“18个花节‘轧闹猛’”了,于是就提出要统一于一个“白玉兰花节”来解决“多而散”的问题。

花节确是散的,18个花节,有市郊各区的,也有全市层面各个方面的,今年还有556个车次的短途卧铺票也有打折。

各异,大自然的多彩多姿,不同地域的七彩纷呈,能“统一”成一个“花节”么?至于一个“多”字,君不见花节时分,人满为患,拥挤不堪,恐怕“多乎哉,不多也”,还是市场说了话。

在我们有些人的嘴里,例如“统一”、“统制”这样的爱好,几乎成了口头禅。比如新兴业态刚刚露头,就要急忙“纳入正轨”;又比如社会各方一有积极主动,就要“统一”起来;再比如刚刚轧了一点“闹猛”,就要“治理整顿”,总之凡事都要“统一”,要靠人为的“统筹”。多少年来的计划思维,使我们有些人不明白多样化是事物的常态,多元化是市场的本相,让各色人群的主动性、独立性和创造性充分涌流,才是最好的“双

百方针”,才是最大的生产力啊!

“花节”属于文化旅游产业,由此便想到了文化创意领域。创意也好,创新也罢,都是一种“头脑风暴”,更多的需要个体的思维和个性的张扬,需要“独立之精神、自由之思想”,所以千万不能干预过多“组织”过度,文化创新往往是不能“统一”的,也是不宜“统制”的。如果说,管得过多、统得过死,对于经济已是一种阻碍,那么对于文化,就更是一种禁锢了。文化创意,就要一点“多而散”,就要轧一点“闹猛”,甚至还要容忍一点“无序”。动辄要“统一”,时时要“统制”,就违反了文化的规律,也违背了人的独立思维和自由发展的规律,这正是文化繁荣的大

忌。这个道理,就不止于18个花节的利弊是非了,而是说,我们的某些习惯定势要改,那些根深蒂固又不合时宜的观念更要移易。

18个花节,会不会“统一”成一个节?这要看市场。也许有的花节会联袂而出,会牵手而行,甚至会融为一体,但这决不是人为“统制”的结果,这是市场在更大范围内配置资源的“决定性”作用,这是优胜劣汰、择善而从的市场取向和市场力量。市场有其最大的优化作用、最好的选择机制,强扭的瓜不甜,还是收住“闲不住的手”吧,更不要去当“千手观音”!

这篇小文所说,当然不只是区区一个花节之争。

新民随笔 快速处理

晏秋秋

一起小的车辆碰撞,11分钟的处理,让我体验了上海交通的“快速处理”。

今天上午7时30分刚过,我驾车在威海路上,对面车道一辆车突然掉头,两车发生碰撞。7时34分,我拨打110电话。7时38分,交警骑摩托车即赶到现场。1分钟内,用手机拍了现场照片,随后要求两辆车靠边。经简单讲解,交警明确对方全责。双方出示行驶证、驾驶证,签名确认。交警又介绍了事故处理流程,现场处理完毕。此时,只有7时45分。

之所以将这些时间点,一一罗列。主要是我觉得,此事能“快速处理”,关键取决于三点。

一、现场处理是很及时的。拨打110后,交警4分钟到场。到现场后在1分钟内,即让车辆靠边,避免影响交通。在事故责任、处理流程的讲解上,交警也讲得很清楚,不致于使双方心存疑虑。

二、涉事双方并没有斤斤计较。老资格的驾驶员都知道,以往一些交通事故现场,双方司机经常吵个脸红脖子粗,在责任认定上也不听交警的,反而拼命“找关系”。今天上午,双方十分理智,下车后没有争执,反而是相互“打招呼”。责任认定上,彼此心平气和,也没有争议。如此,简单的事情没有复杂化。

三、附近市民的配合,也很重要。事故刚发生时,附近中学门口的值班人员,就跑来帮忙维持交通。路边的驾驶员,均放慢车速,一一通过,没有人停下来“看闹猛”。事故时正值上班、上学高峰,威海路是交通要道。但,现场却只有一辆公交车,因车身大无法通过,而停了约1分钟。

上海的交通问题,一向是个难题。但经过了上午这11分钟,我深有体会。除去安全行车的教育外,一方面,交通事故处理的法律法规要明确,流程要透明、简化而专业。另一方面,驾驶员对交通事故也没必要“大惊小怪”,冷静处理,于人于己,都方便。

心路通,道路就通。

改革最忌“见事迟”

权威声音

“见事迟”表现在两个方面,一是不能及时发现苗头,对问题看不准、判断不清。二是能看到问题,但不能及时制定解决问题的措施。全面深化改革最忌“见事迟”。改革进入攻坚期、深水区,意味着我们可能会遇上意想不到的问题,也意味着很多老办法可能不管用。一旦“见事迟”,对前进路上涌现出来的新情况新问题应对不及时,处理不到位,就有可能影响改革的进程与成效。

现在,新一轮改革大潮已经起势,乘势而上方能打开新局。恰如宋人杨万里诗所言:“莫言下岭便无难,赚得行人空喜欢。正入万山圈子里,一山放过一山拦。”永远存有忧患意识和危机感,从不掉以轻心、麻痹大意,充分运用底线思维,才会“乱云飞渡仍从容”。

改革者要跳出“见事迟”的窠臼,还要把任务分解,把责任坐实,设定时间表,坚持“钉钉子”。抓住那些民生的痛点、社会的热点、各界的焦点推进改革,从群众最期盼的领域改起,从制约经济社会发展最突出的问题改起,从社会各界能够达成共识的环节改起,积小胜为大胜,积跬步至千里。

(周二中 刊今日人民日报 本报有删节)



顺口溜苏富比本功甫帖

——兼示眉州东坡学士

谢春彦

落水乌台水拌泥,赤金面目NO“巴士”。大苏写到苏富比,千岁功甫英雄起。甩手人民万千币,横扫黄米蔡家“米”,恭沐时代大潮里,学问票子坐一席。

彦按:巴士者,乃坡公家乡语,解为舒畅开心意,得了大价怎不欢呼欲狂耶? 甲午二月浅草斋春彦 戏笔

网视舆情

政府先“辟谣”,尔后“谣言”落地,被证实并非谣言,这种现象被批评家称作“以谣辟谣”。最近多地出现类似现象,河北保定作为首都政治副中心,杭州“限牌”,以及铁道部去年否认政企分开等,可谓“以谣辟谣”的典型。政府部门作为“辟谣”者,都受到舆论批评。一个客观事实是,政府公信力因此的确受到折损。不过,奇怪的是,在这些案例中,官员大多备感委屈,他们认为自身的回应并不构成辟谣,“以谣辟谣”的印象完全是民众和媒体的误解造成。

为何会出现这样的现象,到底是哪个环节出了问题?有必要还原政府部门的“辟谣”行为,以最近的杭州“限牌”政策为例,杭州市政府相关部门负责人如此解释此前的

突袭式政策中的“以谣辟谣”

何小手

“辟谣”:之前媒体采访的都是杭州市治堵办,这个机构因为没有参与限牌的决策,回答“不知道”“没听说”也很正常,但却被部分媒体和民众误读成了“不会限牌”。由于媒体报道此前政府官员“辟谣”多是寥寥数字,很难查证回应的措辞到底是“全然否定”还是仅仅“不知情”,另外不可忽视的是,从传统媒体到网络媒体,一些话语的确被断章取义,从这方面,说政府部门“以谣辟谣”似乎有失偏颇。

上述分析主要从语义角度出发,“有还是没有”和“不知情”表达的意思确实差异甚大,被视为造谣者的当事人当然有充分的理由提出反驳,只是,从传播因素看,认

定辟谣抑或造谣并非仅仅基于语义,其他因素,比如发言者的身份背景,也对行为性质产生影响。普通网民爆料之后,人们习惯于先去求证,这是因为爆料者的身份背景缺乏足够的公信力支撑,而对于政府官员,市场和民众的反应则截然不同,网友经常表现得很敏感,习惯于从其只言片语中挖掘出深意。这也是为什么政府部门的新闻发言人发言的时候往往措辞简洁,避免节外生枝的原因所在。

在民众看来,政府“辟谣”的阈值是很低的,一句“不知情”往往就等同于“事实不存在”,而在政府官员看来,“辟谣”是有依据的,如果没有官方文件或者正式通知出台,

就意味着信息还处于未被证实的阶段,因此任何传言都等同于谣言。一方习惯捕风捉影,另一方则高度依赖红头文件,这种对信息迥异的态度,是造成双方误解的关键所在。

政府官员可谓进退维谷,他们出于政府公信力的考虑而“辟谣”,最终又因“辟谣”而影响了政府公信力。像“限牌”这种突袭式政策,似乎很难避免“以谣辟谣”的恶性循环,当然,这并不意味着“以谣辟谣”必然是常态,归根结底还是突袭式政策自身的问题,公共政策的制定过程如果少一些机密的保护,多一些公开,那么,想避免“以谣辟谣”的尴尬就不是难事。

新民新语

高铁打折

曹刚

12306网站几天前发布公告称,部分高铁G字头动车组将推出特惠票价。从4月14日到6月26日,除了五一和端午,每周一至周四卖打折票,周五至周日保持原价。

公告列出90趟特惠车次,以8折为主,只有两趟打7折——都是夜车,午夜抵达终点。除十一长假外,今年还有556个车次的短途卧铺票也有打折。

想当年,“铁老大”多么牛气。不管乘客站着还是躺着,原价永远雷打不动;宁愿淡季大半空座,也不考虑降价促销。现如今,“铁公鸡”总算也开始让利了。

网上出现一片“点赞”声,夸铁路部门终于学会从顾客利益出发,政企分开初见成效。也有人觉得,折扣不给力,仅限部分时段、座位和线路,受益者有限。

不管降幅多大、范围多广,打折,总归是好事。

我担心的是,票价打折后,服务会不会跟着一起打折?但愿是杞人忧天,要知道,已经没有下降空间了。想到两个月前亲身经历的春运故事,诸多不愉快的细节,不忍回顾。

麻烦,从取票开始。官网预订成功,到取票机前却拿不出儿童票。孩子都没有身份证,但有身份证号码,为什么不能增设手动输入功能呢?自助取票本为便民,结果机器不够聪明,只认刷卡。无奈去窗口排长队,好不容易轮到自己,如果没带户口簿,还要冒着误车的风险,再去另一个窗口排队办临时身份证。

上了车,环境整洁,车内电视正播一部当红喜剧,心情豁然开朗。可3分钟后,看傻了。每集15分钟,每次放到第3分钟,就从头再来。破碎片段循环往复几小时,实在看得心痒。

人有三急,卫生间里的景象令人“捉急”。抽水马桶不知何时变成大花脸,座圈上全是脚印,看得出不是一个人踩的,保洁服务去哪儿了?同样消失的,还有洗手台旁的纸巾和皂液。相比之下,品种单一且价格不菲的盒饭,反倒成了意料之中的“招牌服务”。

如此服务,算是打了几折?给票价打折之前,能先给服务“涨涨价”吗?