

“逼捐修衙”要往深处看

凌河



今日论语

咄咄怪事,说的是上周末爆出的一条“新闻”——广西合浦县石康镇改建“政府大院”,财政拨款80万元,却花了800万,于是卖地之外百余万的“缺口”由企业“捐资”,从深圳老板到矿业公司,都出了几十万,连一家小小爆竹厂也没有放过,24家“老板”出钱,帮政府修完了“衙门”。

“老板修衙”,决非自愿,而是出于无奈,出于对政府权力的畏惧,叫做不得已而为之,镇政府为了“逼捐”,召集几次“老板会”,其言汹汹“不捐款的企业,今后不要找政府帮忙办事”!

政府本来是包括企业在内的全社会服务的,但是有的“衙门”,却把“老板”当成“唐僧肉”,甚至当成自己的“皮夹子”,他们不但“钓鱼执政”,企业盖公章、办个批文,就要奉上“孝敬”,还有公然摊派,明敲竹杠,要“老板”“出血”的。你不出吗?岂但是“今后就不要找政府帮忙办事”,还有更为严重的“走着瞧”——读一读合浦的这个“案例”,再听一听不少“老板”私底下的哀怨、他们“不敢言”的愤怒,就会明白当下的行政改革是多么紧迫却又多么艰难!

问题还不仅于此,“老板修衙”,其实犯了政治规则的大忌——我们说,官商之间不要勾肩搭背,更不能有“利益输送”,更何况要“老板”出

钱来“修衙”、建“政府大院”?政府是公权力,为全社会服务,每一文开销都应当在权力机构审议批准的公帑中支出,决不能用“老板”们额外“捐”的钞票;政府在市场经济中,是不偏不倚的公平裁判,你去用某些厂商的钱,不是如同收受场上球队的“意思”,不会有“黑哨”之嫌?“老板”们“不出钱”,别找政府帮忙,那么他“出了血”、给了你“捐款”,是否就可以“乱办事”了呢——一个“政府大院”靠“老板”才修起来,今后这个“衙门”的公信力和公平性以及这颗“大印”的成色,当然就要打一个大大的问号。

例如“老板修衙”,也决非石康一个“政府大院”——前几年早有曝光,说某县政府的大楼,根本就是向

一家企业整体“借来”的,住在“老板”修的“衙”里,一坐就是10年,面对这个“企业”,这份“公权力”还能有什么“监管”?更有甚者,某些地方人大开几天大会,也要企业赞助、“老板”出钱。曾经有一段时期,有的人大会场内外,插满了企业出钱的“祝贺”条幅和广告旗帜,红颜绿色,迎风招展,人们不禁要问,地方国家权力机关的公信力和公共性,会不会因为“老板出血”而有些蜕变呢?再譬如向老板“借”豪车之类,这种公权力的“商业化”就更鲜见了。

“老板修衙”给我们提出了一个政治学上的大命题,不能轻轻放过,而要由表及里、洞察案件背后的问题,更要举一反三,看看它有多大普遍性。

好创意未必需要多花钱

权威声音

“好的创意未必就需要多花钱,花很多钱的创意未必是最好的创意。”此言出自第二届夏季青年奥林匹克运动会开闭幕式总导演陈维亚之口,值得回味。

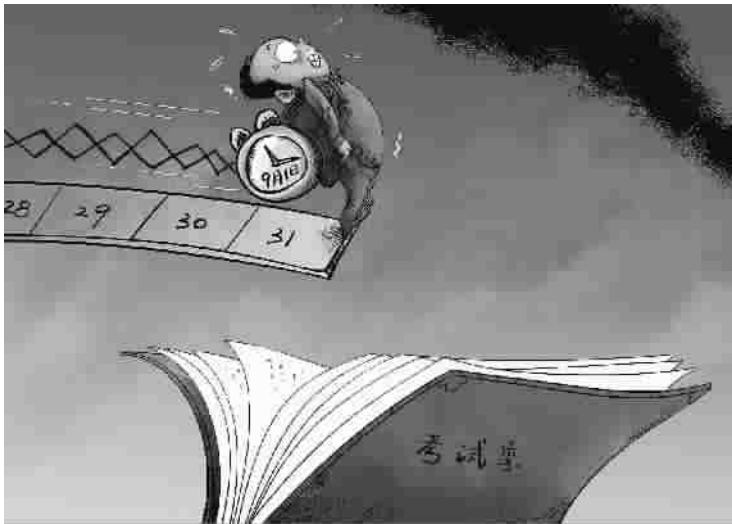
精彩与节俭看似矛盾,其实未必。精彩是优美、出色、绝妙,节俭是俭省、节制。这意味着,把钱花在刀刃上,把钱花在创意出彩处,让每分钱都发挥最大效益,做到“简约而不简单,精炼而不失精彩”。精彩是基

本要求,如果做不到精彩,再节俭也是浪费。另一方面,没有奇思妙想和责任担当,再多钱也堆不出精彩。花钱没节制,用钱没轻重,也会因钱没花在刀刃上而影响了精彩。

文化创意最忌“灵魂出窍”。比如有些历史文化街区,表面上打造得古香古色,但满地文化碎片,如同古董铺子,有“躯壳”无“灵魂”,根本不能“走心”。有些大型赛事开闭幕没能留下精彩,只留下遗憾,也在于只知拼华丽包装、声光焰火、规格排场,却不讲精神内核。拼面子和形式,难免不计成本地玩命

砸钱。这种“花很多钱的创意”,不仅未必是“最好的创意”,还会因浪费巨大而赔本又赚不了吆喝。

有句话已流行很久:“理论上说得通,实践中办不到。”真敬畏真理和政策纪律,就应“办得到”。就如南京青奥会,预算约束极其严格,但主创团队“绞尽脑汁”,不搭建大型机械式舞台,压缩时间和参演人员,挖掘文化内涵,使用虚拟电视技术,凭借创新创造赢得了精彩。可见,去除烧钱依赖,也有利于开动脑筋,以不走寻常路求真精彩。(柳根 刊今日《人民日报》本报有删节)



开学季? 考试季?

「玩具清一清,心情难抚平,开学要考试,劝君要收心。」中小学陆续开学,不少学生面临各式各样的开学考试,「摸底考、分班考、分层考……」对此,有学生表示「很烦躁」「很心塞」。老师们解释,「摸底」考试是为了检验假期的学习成果,并以考试的方式把学生们拉回学习状态。

孺子牛画

网视舆情

郭美美倒掉之后,红会并没有迎来好日子,相反最近又遇到不少麻烦。似乎人们已经习惯拿红会开涮,只要有点风吹草动就拿来做文章。难怪有人在《中国红十字报》上发文章,说有人不断向红会泼脏水。批评红会到底是蓄意为之,还是时势使然,恐怕很难得出确切答案。不过,一个可以确定的事实是,近年来兴起的公益批评颇有影响力,不但官方慈善机构一再遭遇批评,一些民间公益组织也经常受到质疑。

公益批评几乎无往不胜,原因何在?回顾郭美美事件,当时对红会的批评主要集中在善款去向、财务公开等方面,后来涉及红会改革的部分议题,以及救灾的技术缺陷,也一再成为批评对象。这些批评大致

可分为两类,一种是从道义层面,它们主要从道德层面否定,所依据的往往是情绪而非事实;另一种则是从技术层面,主要批评慈善行为不专业,效果实现不够理想。前者的批评姿态以否定为主,依靠的是犀利的辞藻和具有煽动性的情绪动员,读者阅读这些批评能收获快感,却容易迷失方向,因为作者没有耐心探讨公益事业本身,其批评火力十足但缺乏营养。后者则表现出足够的建设诚意,他们提出具体的问题,遗憾的是,公益机构在回应的时候则往往显得有心无力。

很多人对此感同身受,公益人似乎总是充满委屈。这首先可能与

其特殊性有关。目前的公益事业仍不成熟,民间公益组织的发展也就是最近几年才有的事,在这样一个阶段,难免存在各种各样的问题,一时难以解决。比如,公益机构的公信力主要靠主事者的信誉来维持,而非靠制度保障。另外,从批评者的角度看,他们往往是以旁观者的姿态介入,自然说话不腰疼,破坏从来都比建设来得容易,他们能轻易提出问题,并且通常将问题归因于公益人的人格缺陷,而不会考虑公益行为中的情境因素。这可能是多数批评普遍存在的问题,而公益领域表现得明显些而已。

公益批评兴盛的另一个重要因

新民随笔

何去何从?

晏秋秋

近一月,楼市诡谲。

各地取消“限购”之声,急如雨下。偏偏,中城岿然不动。

不动,有不动的道理。城市情况不同,楼市状况不同,居住需求不同,自然,解决的途径,也不会一样。

更何况,上海楼市的那么多“声音”,有多少是中介、开发商发出的,有多少是那些“改善型需求”的买房人发出的,还要观察。

不动,因为不能轻举妄动。目前,上海楼市库存较高,但房价并未大起大落,开发商资金链问题不大。近一月,中城颇有一些楼盘,开盘即热销,露出了“金九”的些许味道。在这种状况下,一动,不如一静。

不动,更因为哪怕取消“限购”,上海楼市如何发展,意见两端。综观全国,确有城市取消“限购”后,楼市转旺。但比较多的,是取消前后,楼市只是死水微澜,无甚起色。

其实,早在上海推出房产税、限购政策之际,相关储备政策,早已酝酿、调研。但从中国楼市发展20年来看,楼市调控,要有定力,每临大事有静气。方向对头,速度再慢,总有打通“任督二脉”之日。方向错误,则南辕北辙,欲速不达。更何况,储备手段,重在“储备”。悬着的“达摩克利斯之剑”,才最吓人。

当然,“限购”可以不动,但其他方面,则可有稍许松动。毕竟,目前经济下行压力较大,如果房地产市场真的出现过度调整,量价齐跌,则大局有碍。而且,对那些楼市“夹心层”、真正有改善型需求的买房人而言,目前的政策对“换房”限制太多,很不方便,“假离婚”等状况的出现,也说明政策上的不足之处。

如此,则调整的方向,就比较明确。老百姓买房,贷款应更为便捷,“松贷”是个方向。此外,对120(或150)平方米以上的房源,或可适当放低交易门槛。

以上所述,只是一家之言。上海楼市何去何从,关键的关键,还是看市场的力量。

新民新语

退出才是最牛道歉

曹刚

“我做了最坏示范,对不起,我错了,绝对不会再犯……”在北京,在台北,柯震东声泪俱下,数次鞠躬,公开道歉。

悔悟是否真心,只有他自己知道。道歉似曾相识,和多数涉毒明星的承诺是一个套路。他不是第一个涉毒明星,也不会是最后一个,但会不会是下一个复吸者?

毒瘾难断,更何况在娱乐圈。明星二次吸毒的新闻,并不罕见。曾经口口声声的承诺,可能瞬间沦为完完全全的忽悠。自控能力差是原因之一,而娱乐圈环境不佳、容易交友不慎,恐怕也难辞其咎。

在道歉会上流再多泪,认再多错,都是玩虚的,没用,关键看行动。但“不再吸毒”,怎么看行动呢?非要等到下一次又被抓现行,才算言而无信吗?

下面提供一种可以操作的“行动”方案:最牛的道歉,是在道歉会上当场宣布:“本人从此退出娱乐圈!自觉圈子里诱惑太多,不想再去挑战自己的定力,索性离开,做回普通人。”

各位粉丝莫要激动,这不是在阻断柯震东的前途,其实是在帮他,为他的未来着想。倘若继续在圈子里混,就算今天提防了房祖名,明天还可能冒出张祖名、刘祖名,防不胜防啊。粉丝们如果真爱偶像,肯定不希望他出尔反尔,再陷毒渊。如果他真能痛定思痛,远离这个圈子,老老实实找一份普通工作,或者回校园、服兵役,复吸的可能性会大大降低。

娱乐圈各位大佬也别激动,不是说圈中人就很容易吸毒,毕竟洁身自好者,大有人在。但事实摆在眼前,有些人抵抗诱惑的能力相对较差,犯愚蠢错误的概率相对较高,不适合在灯红酒绿、诱惑多多、鱼龙混杂的名利场里折腾,还是搬到圈外为好。

这么一想,北京演出行业协会承诺“不录用涉毒艺人”,看似拒人于千里之外,实则是救人于水火之中。与其等各地演出行业协会都跳出来封杀,不如自觉撤退,保留颜面,换个活法,以求新生。

如此最牛道歉,不失为一种靠谱的“行动”。只不过,有几个明星舍得?

公益批评何以兴盛

何小手

素是,中国社会的公益事业在过程中过于强调传播,普通民众对公益的理解局限于此,传播正能量成为他们参与公益行动的口号(事实上很多人的作为也仅限于传播)。而在公益界,“公益传播”成为一个异常显眼的字眼,新创意、新点子层出不穷,几乎每个公益人都有一套独特的营销策略,他们往往能敏锐地捕捉到突发新闻中的公益诉求,在爱心动员方面得心应手,甚至有时,公益组织之间相互竞争,鲜有公益组织在特定领域耐心付出,更多时候,它们是跟着社会热点跑,一种公益行动被冷落,随即更换山头。如此热衷抛头露面,不受批评才怪。