

反腐倡廉“常”“长”抓的关键意义

——一谈习近平中纪委会议讲话精神

秦 丹

各种变通之法接踵而来,或者到灯光昏暗、曲里拐弯的会所,或者到隐秘的驻京办包间。还有单位请客时以个人名义订餐,光明正大地吃;吃饭实在不方便,就拿公款买购物卡互表“心意”。

回应公众的担忧,习近平同志近日在中纪委二次全会上指出,反腐倡廉必须常抓不懈,拒腐防变必须警钟长鸣,关键就在“常”、“长”二字,一个是要经常抓,一个是要长期抓,全会讲话这些天引发社会各界持续热议。

信心比黄金可贵,腐败和浪费会让群众对社会建设丧失信心。虽然我们的大多数干部忠于职守,但个别的腐败分子奢靡成风,在群众心目中产生了极其恶劣的影响。习近平代表的

高层领导近期以坦诚的言辞、亲民的作风、直面问题的态度、善做善成的追求,突显了党员领导干部中的正气和主流。但是,腐败的土壤依然存在,必须看到反腐倡廉工作的长期性、艰巨性、反复性。

人民群众的信心,来自对党员干部的信任,来自对清廉政风的认同。以往被捉出来的贪官,这些人在犯错误之前多存一种侥幸心理,认为“一支笔”“搞得定,藏得住”“就这一次,不一定被查出来”,这样的念头害了不少人。反腐倡廉“经常”抓,就会让贪污分子伸手难,伸手必被捉。违法成本高,错误犯不起,自然这些权力之手就会乖乖地缩在笼子里。但是,没有反腐倡廉“长期”抓,只要看到危

险解除,或者暂时解除,贪污之手还会随时伸出来,能吃就吃,能拿就拿。所以反腐倡廉“经常”“长期”抓,才能肃清风气、约束干部、提振信心、凝聚人心。

反腐倡廉“经常”“长期”抓,要抓出“干部清正、政府清廉、政治清明”,就要坚持制度反腐、依法反腐。习近平同志在讲话中强调:“决不允许上有政策下有对策,搞变通。”立法不难,难在立法必行。无论是“苍蝇”“老虎”,只要是贪污腐败,就必须“有腐必反,有贪必肃”。如果“上有政策,下有对策”,就会消解反腐倡廉的力量,使得这项关系着国家安定、民族复兴的大业半途而废。因此,反腐倡廉,关键要看制度,要看制度的有效执行。

新民新语

原创不容易

郁晶陶

某气象节目主持人,善于用群众喜闻乐见的方式讲述天气信息和气象知识,坐拥几十万微博粉丝;前几天,一条介绍“雾”“霾”天气符号的微博,就获得2000多转发量。

然而,“扩散”如此迅速,也不全然令人高兴;这位主持人发现,某政务微博进行了转载,却没有注明原作者是何人,不明真相者难免以为是政务微博的“原创”。

幸好,结局不坏。主持人表达不满之后,政务微博公开致歉,和平收场。原来,政务微博的信息来源是某官方气象微博,而气象微博的编辑是在QQ群里看到朋友发的,还以为是网络段子,并不知道出处……

双方态度理性,所以矛盾很轻松地化解了。不过,还是想感叹一句,原创真是不容易。不但要或举重若轻、或绞尽脑汁地创造出一点与众不同,还要对各种有意无意的侵权行为严防死守。碰上讲道理的,老老实实地删除,诚恳恳地道歉,将来江湖好再见;碰上蛮横不讲理的,还得用你的东西是看得起你,原创作者找上门来纯属没事找事……

现在,原创的门槛越来越低,写小说、编段子、晒照片,都不是大问题。但真正有价值的原创,还是一样稀缺。君不见,各种公开平台,论坛、微博、社交网站,一些“经典”段子、照片总是隔三差五地反复出现;当这些段子又别扭地出现在某些电视脱口秀、晚会相声小品中时,更让人有种好吃好菜被硬生生憋成隔夜馊饭的感觉,而这些段子的原创作者,想来也是讨不到什么创作费的。

想想,还是小时候要背的“名人名言”比较尊重原创作者的权利,至少我们都知道什么话是什么人说的——当然,得去除张冠李戴、断章取义等等“后期处理”的影响。

有人觉得,过度保护著作权,不利于公众分享文化产品。这有一定道理。不然,著作权相关法规的修订,也不会引起那么大的争议。

但是,以尊重原创为前提,总归是对的;毕竟,没有保护,谁敢放心原创,又何来分享?就算在层层转载之下,已经追溯不到最初的作者,也总能加上这样一句话:本内容为转载,保留原作者包括删除、修改在内的一切合法权利。

原创不容易,要营造一个尊重原创的环境,也不容易。

解决空气严重污染还在于立法

新民网论

据媒体报道,北京市交管局近日对违反重污染日停驶规定的公务车辆进行通报,称全市16个区县属地范围共有875辆公务车违规出行。

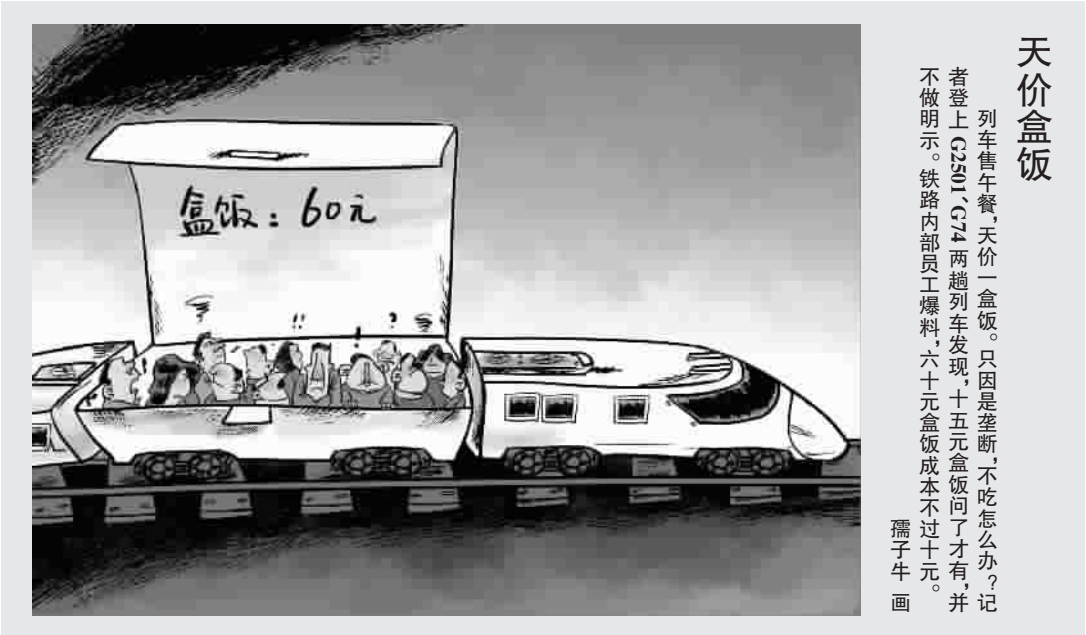
这么多违规公车敢堂而皇之开上街,是另一种雾霾警告红色信号,它提醒我们,治理雾霾绝不是轻松可以实现的理想,而是需要面对各种既得利益的一场艰苦博弈。如果没有一部国家大法的刚性支撑,要

对高能耗、高污染增长模式宣判“死刑”只会是痴人说梦。

我国现有的《大气污染防治法》修订于13年前,当时PM2.5还未进入立法者关注的范畴,当然也就无从谈及有针对性的立法措施,如果仅仅靠提高执法能力来应对今天出现的新问题,那无疑是刻舟求剑,花了大力气,却难收实效。同样,正是因为世界各国实践都证明,空气污染治理需要付出多届政府的长期努力,这就意味着绝不能把治理重任寄托在个别运动式执法、个别行政

决策者的热情上,而是要通过法律的持续性来保证全社会的最大公约数。更应该清醒看到,与PM2.5息息相关的油品质量标准制定权,至今尚未掌握在环保部门手中,各地政府对空气质量的维护责任也远未明确。这些都迫切需要用清晰的法规来进行强有力的调整。

希望民间的立法呼声能引起重视,形成真正的立法合力,让清洁空气和相关法规成为我们留给子孙后代宝贵的遗产。(新民网评论员,网址www.xinmin.cn)



网视舆情

互联网时代的心灵鸡汤

何小手

过去是弱势群体的希望,是文艺青年的女神,新闻学子的偶像,如今风水轮流转,成为众矢之的。围绕柴静的是与非,最近互联网上掀起一番讨论。在无数观众的印象中,主持人柴静平易近人,她在节目中的情感流露,经常被视为对新闻当事人悲悯的反应。而坊间不少粉丝亦热衷收集“柴静语录”,那些煽情桥段跳跃于新闻职业、中国社会、人生百味等诸多宏大主题。在这个文艺青年得势的时代,它们成为互联网的心灵鸡汤,经常被用以安抚那些失落的个人理想和孤寂的网络人生。

如此不难理解,每隔一段时间,有关柴静的传闻就在互联网上层出不穷:对动车事故展开独立调查,批评“你幸福吗”提问简单粗暴,就在不久前,她还被部分网友评为“央视最穷主持人”。这位居于媒体高峰的节目主持人,被无数人想入非非,被诉诸一种健全、高尚的人格特征。她之所以能够吸引不同背景的粉丝,除了她那欲盖弥彰的文艺气质,还在于社会笼罩的对媒体人的正义幻觉。

她的新闻充满文艺气息,分裂的是,她的角色扮演是以国家电视台为靠山。对于柴静的多数争论,大多提到一点,即“造神”。话语单一、风格固化的国家电视台,早已在观众心目中形成刻板印象,当柴静以小清新登场,或可视为这个传媒企图进行某种转变,然而,在这个青黄不接的时期,柴静难免过度演绎,无论在国家电视

台还是对普通观众而言,稀缺的柴静被消费,而这或也证明,她所受到的质疑,恰恰因为人们奢望的“柴静精神”的孤独。

尽管最近质疑不断,但柴静不乏拥趸。最近媒体推出当代五大知识女青年,分别是柴静、伊能静、姚晨、汤唯以及曾子墨,足见柴静的影响力。此评选结果有待商榷,但这五位女青年在网络中的人气不可小觑。

这两天,另外一位人气与这五位女神不相上下的无疑是赵红霞。这位女青年被网友认为在重庆艳照门事件中举足轻重。和过去类似的反腐案例一样,大量网友带着网络反腐女的主角情结去了解这位女性,从不同角度

看待她,同情者有之,多猜测其因家贫而当上肉弹,调侃者有之,无非上纲上线,将其视为反腐先锋,甚至卧底。

这位特殊女子过去的所作所为,尽管让我们看到了官员的本性,却不能掩饰行为违法的事实,有人认为,今天网友对赵红霞的交口称赞,本着眼前的反腐成果而肯定赵红霞的“侠义”甚至是另类女神本色,无异于认同生活无着的人可去偷盗或抢劫。赵红霞只是官员腐败的一个注脚,她的“成功”呈现了当前中国社会严峻的反腐形势,她越“成功”,意味着反腐形势越严峻,这无疑比艳照门事件本身更有深意。(作者为人民网舆情监测室特约舆情分析师)

新民随笔

口罩的冷门与热销

连建明

近期最热门的商品是口罩,尤其在北京,带有PM2.5字样的口罩,尽管价格比普通口罩贵了10倍以上,依然卖到脱销,至于某几个大品牌的PM2.5口罩,更是“一罩难求”。

口罩是最普通的一个纺织产品,早已被市场淘汰,平时几乎没有销量,但这10年突然火了两把。上一次是2003年的非典时期,口罩成为应付非典的基本用品,需求猛烈爆发,毫无准备的口罩厂加班加点都供不应求。10年后,北京等地大面积、长时间的雾霾,又让口罩火了起来,不同的是,这次需求极其旺盛的是能防PM2.5的口罩,于是,只要标上PM2.5的口罩,不管是否真的起作用,就十分抢手。

可见,一个冷门商品也会突然变成热销产品,过时产品不一定没有生命力,同样,时尚产品也未必能一直火。这几年全球最火的产品莫过于苹果手机了,但是,近期呈现增长乏力的迹象,刚刚过去的一个季度,苹果手机与平板电脑的销量都低于市场预期,股价大幅下跌,短短的3个月里,从最高的每股705.07美元跌至500美元下方,让出了全球市值第一的宝座。

苹果的如日中天,靠的是“果粉”跟随苹果脚步不断更新换代,从“1”换到“5”,更新的产品其实并无本质差异,也终有审美疲劳的一天,一旦消费者不想更新了,那么,企业就会进入衰退期。微软就经历了这样一个过程,到了WIN7以及现在的WIN8,消费者失去更新热情,微软的业绩就一落千丈。

显然,很难有一个产品能永远独霸市场,热销与冷门都是相对的,暂时的。过时的产品也有复苏的机会,口罩就是一个例子。但是,复苏不是简单重复,要与时俱进,这次热销的口罩就有高科技的色彩,有的使用了微滤技术,有的带一个呼吸阀,较之前普通口罩有很大改进。价格当然贵很多,笔者在网上看到最贵的某品牌口罩,一盒10只要卖219元,这是网购的价格,实体店自然还要贵,生产商利润应该不低。

雾霾天气恐怕几年内很难根治,因此,口罩可能还有市场,值得继续研究开发关于口罩的新技术,这个看似过时的产品,仍有潜力。