

# 更要学一点红线女

凌河

## 今日论语

近时两件事情,一是中央下达“禁烟令”,二是粤剧大家红线女逝世,看似“风马牛不相及”,其实并非毫无关联——26年前的1988年4月8日,七届全国人大一次会议正在人民大会堂举行,小平同志端坐在台上。忽然,由广东女代表邝健康写的纸条,从台下传到小平同志手中,上面写着15个字——“请邓小平同志在主席台上不要吸烟!”小平同志看到后笑了起来,随即就把手中的烟掐灭了。这个“邝健康”,就是红线女。

这件轶事一直被人们传为美谈。而美谈的主题,多是说小平同志的虚怀若谷、从善如流——这是

有道理的。一言九鼎的总设计师,并没有觉得尊严被冒犯,颜面搁不住,更没有觉得这张纸条,颇有一点“犯上”的味道,从而勃然大怒,而是“笑了起来”,随即灭了烟头。小平同志的大度,他的听得进批评,甚至于从中还能体味出来的他的民主作风,当然会成为万口相传的佳话——对于那些看到一张纸条,就要拍案而起,听到几句规劝,就要“追查到底”的“领导同志”,无疑是一种深刻的针砭。

但依我所见,从民主的本意出发,这美谈之中,我们更要学习的,恐怕还在于红线女代表的“敢言”——她递上这张纸条,并不担心甚至畏惧于主席台上的“不悦”甚至“震怒”,她写这15个字,也并不因为小平同志威信那么高,而

手不离烟正是他仅有的几个嗜好之一,所以十分地“体谅”与“维护”。红线女不是这样,既然当了人民代表,就要履行监督——红线女的勇气恐怕更符合民主的精神与规矩,而这,恰恰也是我们的政治生活中更稀缺,更需要呼唤的东西——有了它,“纸条”里就会写比“主席台吸烟”更重大的问题呢!

对于民主来说,“上”之“大度”,是需要的,所谓领导要有度量,要有胸怀,要有民主作风,就是这个意思。但民主更必要的是人民的监督。单靠领导干部的“谦虚谨慎”,还不能走出“其兴也勃其亡也忽”的“历史周期律”,“只有让人民来监督政府,政府才不敢松懈”,毛泽东同志在著名的

“窑洞对”中讲的“这条新路”,才是民主的本意。正是从这个意义上,我们才说,小平同志的“笑了起来”,是民主的胸襟,而红线女的纸条,一个人民代表的监督,则更是民主的制度需要。

当下我们反对“四风”也好,厉行“禁烟令”尤其是戒除“权力烟瘾”也罢,要靠领导干部的自觉,但单靠一点“自律”往往还不能从根本上解决问题。根本在于“监督”,在于群众的、社会的“他律”,在于制度的“关进”,这也正是这一轮转变作风、反对腐败有别于以往“一阵风”的最大不同。这才是民主的真意,才是制度的“可靠性”所在——所以我说,更要学一点红线女,说的显然不仅仅是一个“戒烟”的故事,这里头可有着政治学的大道理呢。

## 新民随笔

# 不要“野蛮生长”

连建明

去年下半年以余额宝推出为标志的互联网金融崛起,对金融市场的影响极为深远,如果说2013年只是互联网金融的元年,那么,相信今年这种影响会更大。

不过,对于快速发展的互联网金融来说,有必要提醒一句:不要“野蛮生长”。之所以说这个话,是因为近期互联网金融平台上销售的一些基金理财产品,出现不少违规动作,这种急于扩大市场的做法往往欲速则不达。

临近资金紧张的年底,各金融机构都会推出收益率较高的理财产品,而去年年底,互联网金融加入收益率“价格大战”,更是把收益率推高到不可思议的地步。百度、网易等一些互联网企业与基金公司合作推出的货币基金产品,都承诺收益率达到8%以上,先不说承诺收益率就是违规,单说货币基金收益率,即使高的时候,一般年化收益率也就5%左右,多出来的收益是哪里来的?其实,这不是货币基金赚的,而是互联网企业用广告营销费补贴的,这是一个赔钱赚吆喝的买卖。但是,上周中国证监会明确表示,将其他营销活动收益混同宣传为基金产品收益属于违规行为,部分互联网机构在其理财平台业务推广中,存在投资人收益构成表述不清、混淆概念误导宣传等不合规现象。

如何销售基金产品证监会早有明文规定,为何互联网企业非要采取这种既不赚钱又违规的举动?无非就为吸引眼球从而快速获得客户,眼球是互联网的生命。网络购物刚刚起步的时候,互联网企业吸引眼球的法宝就是“价格战”,以低价吸引传统百货商店的客户转移到网上,从而“野蛮生长”。如今,互联网金融大战,祭起的依然是“价格战”大旗,区别就是这次让价格往上涨。

但是,金融市场与百货市场有所不同,规范、秩序十分重要,因为这是一个有风险的市场,即使像货币基金也不是没有风险,用补贴将一个风险市场承诺为无风险的高收益市场,会严重误导投资者,一旦出现问题会扰乱金融市场。

因此,互联网金融不能靠违规“野蛮生长”,只有规范,互联网金融才能发展得更好。

## 新民新语

# 最安全 最危险

郁晶陶

一段触目惊心的视频:一辆车想在马路上掉头转弯,被直行的另一辆车从侧面撞去,司机被甩出车外,在路上连滚数圈;更不幸的是,被撞击的车辆并未停下,而是从司机身上压过导致其死亡……

司机之所以被甩出车外,恐怕是未系安全带所致。死于自家车轮底下,是一个可怕的偶然,但偶然往往从必然之中萌芽。@浦东高速交警告诫:“很多人说:市区不需系安全带,其实,绝大多数交通事故死难者,就是死在离家40公里内的市区短途上,而非高速……”

自以为最安全的地方,危险已然蠢蠢欲动,就等你失去警惕,便猛扑过来,将你吞噬。就像很多性侵儿童者并不是陌生人,而是某个看似亲切的熟人,甚至可能是非常亲近的长辈。要防患于未然,不是变成惊弓之鸟,不是拒绝一切、怀疑一切,是警惕危险,学会保护。

那么,要保守一个秘密,最安全的地方是哪里?当然是自己的内心。然而,人的内心,又常常滋生出最危险的欲望。“读心术”是许多人渴望而又害怕的东西。根据对近300名职务犯罪者的调查和分析,南京鼓楼区推出《公职人员职业风险评估手册》,在自我评估部分中,为公职人员设计了腐败指数34问。

“你认同人无外财不富吗?”“你对婚外情或婚外性生活的渴望?”……大概是觉得这些问题若用于开放式问卷调查,不会得到可信答案,34问目前仅限于自我检测、自我警示。这样的“扪心自问”能在预防腐败中起多大作用,恐怕永远都不可知。即便增加问题的隐蔽性,被测试者就会毫无防备吗?当调查结果影响到被测试者的利益时,就别指望他们说实话了。如同不少企业采用的考察职位匹配度的心理测试,总能被应聘者摸出门道来。不管是否问心无愧,填上标准答案,自然最安全。

一个人需要经常审视自己的内心吗?当然需要。不然,自认为最安全的地方,就可能生长出最危险的毒芽。但对他人来说,想要看透一个人的内心,实在太难,而让人知道,不管你的秘密和欲望是什么,伸手必被捉,伸手最危险,这样的防患于未然,才最安全。

# “阶梯水价”如何获得公众更多支持

## 日报观点

最近,国家发改委和住建部联合发布《关于加快建立完善城镇居民用水阶梯价格制度的指导意见》,提出在2015年底前,城市全面实行居民阶梯水价,引起广泛关注。

水资源日益紧张,每一种有利于节水的措施,都显得弥足珍贵。据媒体报道,一些已经实行“阶梯水价”的地方,节水效率提高了5%—20%。

经验表明,良策要产生良效,离不开公众支持。这种支持,需要相关部门与民众以良性互动来激发并增强。在“阶梯水价”节水的问题上,不少人曾经质疑相关企业打着“节水”幌子行涨价之实,要求公布相关企业的收支情况,却鲜有回应;媒体报道很多地方的纯净水制水机存在很大浪费,却鲜有地方回应是否进行了整治。这种状态,如何称得上良性互动?公众呼吁对洗车、印染等行业的用水大户加强管理,促其加强污水回收、处理、利用,以节约水资源。做好这些大户的监管,节水成绩可能更大。

其实,任何一项公共政策的出台,都有相通之处。重视公众关切,积极回应民意,建立良性互动,寻求公众理解,获得更多支持,自能形成合力,共同做好社会治理的大文章。(俞夫 刊今日新华社每日电讯 本报有删节)



**舞帽之徒**  
谢春彦

某刊近评载“二〇一三年声名卓著的成功人物”名人榜,凡三百之数,云“代表了成功、智慧、毅力和创意……”中有某生头衔多至四项,称“中国当代大儒、思想家、国学大家、书画巨匠”,令人叹为观止,诚不可不记,遂漫写斯图。孔孟程朱若知,恐争相拜师耶?可否三笑……  
癸巳岁尾 春彦

## 网视舆情

按照惯例,新年第一天各大媒体都会发表献辞,过往的元旦也曾诞生不少受到广泛赞誉的作品。因此,新年献辞仍然颇受关注。其实,新年献辞立场、内容虽有所差别,但思路与格调大致相似,是总结过去展望未来,考虑到这种局限性,就不难发现,读者对献辞是否认同,多取决于作品的姿态,具体来说就是,那些过于务虚的作品容易受到排斥,而那些接地气的、洋溢着生活气息、充满正能量的献辞则往往传播率较高。

同时,经常可以看到,作者的喜悦之中也裹挟着些许局促不安。那些被评价甚高的作品中,不乏普通人的家长里短或者有关底层民众辛酸甚至苦难的描述。经验表明,恰恰是这种取材容易收获读者的共鸣,这是一种阅读习惯,由微见著,它或许反映了媒体人的新闻理想,从这种充满文艺腔的新年献辞亦可读懂中国媒体的情怀与抱负。

## 网视舆情

为献辞主题,这看似巧合,实则符合献辞一贯的品味:新年献辞往往有着浓厚的文艺腔,作者似乎站在一个遥远的地方眺望着这片土地,带着诗人的激情和人生导师的淡定,邀请大家一同迈向新的起跑线。

同时,经常可以看到,作者的喜悦之中也裹挟着些许局促不安。那些被评价甚高的作品中,不乏普通人的家长里短或者有关底层民众辛酸甚至苦难的描述。经验表明,恰恰是这种取材容易收获读者的共鸣,这是一种阅读习惯,由微见著,它或许反映了媒体人的新闻理想,从这种充满文艺腔的新年献辞亦可读懂中国媒体的情怀与抱负。

# 尴尬的新年献辞

何小手

今年各大媒体的新年献辞延续了这一传统,不过,观察发现,读者对多数作品评价相对较低。相对而言,市场化媒体受到的批评更甚,语言乏味,不接地气,很多网友开始讨论新年该不该发新年献辞。而就在网民吐槽之际,一篇题为《如何写一篇感人肺腑的新年献辞》的调侃文章不胫而走,文中提到写作新年献辞应该如何把握主题,抓住意象,对于已有思维定势的献辞写作者而言,这无疑是一种敲打。

如果说,该不该发新年献辞的疑惑多少有些情绪成分,那么,该如何写作新年献辞,则成为了一个值得探讨的问题。现今的献辞模式容易走向两个极端,沉溺于高瞻远瞩的话,可能意味着不接地气,而一旦过于抱团取暖,则可能沦为抒情散文。在这个全民讨论传统媒体衰落的时代,走高大上的献辞路线似乎不合时宜,而与之相对,献辞的煽情冲动,若把握不当很可能就弄巧成拙,更进一步,一味和民众谈心,似乎也意味着路线的低端化。而在那些敏感的读者看来,这两个极端都是“语言的腐败”,对于笔走天下的新闻工作者而言,这无疑是一种耻辱,只是,这种耻辱显然并非个人能力局限的结果,媒体有着“让无力者前行”的理想,但推动实现这一理想的显然不能只寄希望于几个媒体的手写。