

今日视点

舆论不能被“雷人提案”挡住视线

两会不仅是政治生活中的一件大事,也是舆论关注的重头戏。通观连日来舆论对两会的反馈,“批评”两个字是我最大的感受。较为突出的两个现象,一个关于刘翔因为请假和请人代写的质疑,另一个就是对“一刀切关闭社会网吧”等雷人提案的批评。对此,不仅传统媒体报道率高,网友的点击率和跟帖数也相当惊人。譬如刚刚出炉的“不能打压房价”,短时间内跟帖数就快破万了。

批评“两会”上的一些现象和问题,显示了公众参政议政的热情。譬如对刘翔的批评,就隐含了政协委员能否正常履职以及如何完善产业机制的问题。而对雷人提案的批评,则直接指向了委员们的政治素质和议政态度。

我不反对批评,但我反对过度批评,甚至把批评当成了舆论参与两会的全部使命。全国人大代表和全国政协委员的数量加起来接近5000人,来自各行各业,文化程序和身份背景也大不相同,指望他们个个尽善尽美并不现实。另一方面,无论是政协委员能否正常履职还是提案质量,所暴露的问题都非常浅显,没有多少可探讨的空间,因而花费太多的舆论资源进行穷追猛打式的批评,意义非常有限。

更重要的是,如果我们的兴趣点过多地放在了一些本身就没有技术含量的所谓“雷人提案”上,会遮蔽我们对真问题的关注。今年两会不缺少好提案、议案。譬如人大代表朱永新就代课教师提

出的三个议案,以及民革中央对积弊重重的公车制度提出的“全部取消厅局级以下官员的专车”的建议,在我看来,这都非常有现实意义,但很可惜,或许因为大家都忙着寻找“靶子”来抨击,这几个议题都没得到应有的关注,网友的跟帖少得可怜。

舆论参与两会不能只有锋芒没有理性,不能只顾着批评而忘记了送上掌声。事实上,鼓励一个高质量的提案议案远比批评一个低质量的提案议案更有价值。《人民日报》的调查显示,受访全国人大代表中,超过九成经常使用互联网,超过九成认为“新媒体在生活中占据重要地位”,可见网络参政的重要性。而要把网络资源的价值发挥到最大,反映到两会这

个特定的议政平台,就是要让舆论与代表委员形成紧密的互动,让民意融入到提案议案中去,使得好的提案议案能形成一种舆论跟风之势,充分凸显出其价值和分量来。这就需要我们不仅要学会批评,还得不吝掌声。

就两会而言,参政议政能力的提高,不仅体现于与会的代表委员,还应体现在舆论和公众身上。客观而言,近年来代表委员们的表现确有进步,“花瓶”类议题逐年减少,缺席早退的现象也有了较大改善,这无疑也是舆论监督的结果。但另一方面,舆论自身也应该有更高的要求,不能仅仅把自己当成发现问题、而优秀提案却受冷落的现象,值得我们反思。(吴龙贵)

热点纵论

病态的房地产 凭什么不能打压?

全国政协委员、地产500强“百步亭集团”董事局主席茅永红称,没有买房能力,就不要埋怨政府、社会和开发商。他认为,房价不能打压,而且也不打下去。(3月3日《扬子晚报》)

茅委员替开发商说话,这个可以理解,但说买不起房不能抱怨,这就太过了。手机可以不买,皮鞋可以不穿,一切不必要的“奢侈品”都可以放弃,可房子能不要吗?公民争取并享有基本的生活条件,是法律赋予的神圣权利。当基本的住房需求都被高房价逼退,老百姓怎么能不抱怨?

老百姓抱怨房价高,有自己充分的理由,而且是痛彻心肺的理由。房地产已经成了吸金的黑洞,全国各地老百姓的血汗钱源源不断地被它吸进去,却总是填不满。商品的价格不能长期违背商品的价值,这是经济学的最基本规律,然而,我们的房价公然地背离价值、背离居民收入,而且是全国性、长期性、大幅度地背离。遭遇这样病态的暴利产业,老百姓的抱怨天经地义。

“房价不能打压,也打不下去”,茅永红先生傲慢的断言,是房地产业自负地位重要、贡献重大、势力超强的表达。而就在3月2日,全国人大财经委副主任委员尹中卿表示,楼市出现泡沫已是不争的事实。病态的房地产,造就了数不清的房奴,给全国百姓造成了沉重的经济负担和精神压力,给民生造成严重的伤痛。病态的房地产,造就了暴利的庞大产业链,形成了浮华的经济泡沫,给国家经济发展造成严重的隐患。这样的“支柱产业”,不利国计、不利民生,非但不是不能打压,而是到了要大动、大变的时候了!(许晓明)

热点纵论

文理不分科 学生的意见很重要

教育部有关负责人近日表示,教育部从来就不支持中学进行文理分科。此番表态,引起社会各界热议。“文理分科都存在这么多年了,教育部官员如今说出‘从不支持’的话,实在滑稽。”一位中学校长说,教育部官员的话,简直像是在推卸责任。

(3月3日《重庆晚报》)

教育部官员的此番表态不知是出于什么考虑,但有一点可以肯定,那就是,在官方看来,在中学就进行文理分科是不好的,起码不利于学生综合素质的全面发展。问题是,这个表态未免来得太莫名其妙了一点。难怪有网友说,高中文理分科都分了这么多年了,现在才出来说不支持,以前都干吗去了?高考都要分科,你让学生不分科学习,那不是强人所难嘛!还有人问,既然教育部不支持文理分科,那分科该由谁说了算?

诚如一些教育工作者所言,高中取消文理分科最大的障碍是高考制度,只要高考制度不变,分科就会永远存在。高考指挥棒直接指挥着当下的中学教育,所谓素质教育,只能作为一种美好的理念,而不得不让位于应试教育。而从人性化的角度出发,我们不得不承认,一个人的精力是有限的,每个人的爱好不同,专长不同,何必强赶鸭子上架,硬让母鸡打鸣。所谓因材施教,发挥特长,让每个人根据自己的兴趣爱好来学习,不是更有效率吗?让韩寒去学化学,或者让赵薇去学物理,都是不可想象的。同样,不知道那些理科院士们写小说的水平咋样,反正钱钟书的数学极差,并不影响他成为一名文学家。

我既不是通才,更不是专才,但我坚决支持分科。和大多数人一样,如果让我硬着头皮去学数理化,我恐怕至死也无法考上大学。我搞不了数理化,搞不了杂交水稻,弄不了计算机,可这一点也不影响我从事其他行业。在我看来,要不要分科,何时分科,不能由官员说了算,还必须听听老师、学生和家长的声。据了解,许多学校和老师都表示赞成进行文理分科。对于那些对理化没有兴趣和爱好的学生来说,分科完全是一个减负行为。而对于那些对文史缺乏兴趣的学生而言,何尝不是如此。(海瑶)

中国观察之鲁宁专栏

今年我们能涨工资吗?请分开来看



涨工资是两会的一个热点议题,但“我们能涨工资”的“我们”,却并不适用所有人。有些人的工资涨不得,有些人的工资已涨过,所以说,关于“涨工资”的讨论,必须要分开来看,如果一股脑儿混在一起,只会让答案更加难找。

国家开“两会”,网友们也在自发召开“网上两会”。

浏览可知,“网上两会”的第一焦点关注可概括为“今年我们能涨工资吗”的期盼。

再浏览正经的“两会”新闻,涨工资也是代表委员热议的话题。作为今年“两会”民意的关注点,涨工资的内涵与外延被整体放大,冠以“调整收入分配”的更大主旨。而善于造词、造概念的媒体,则干脆把今年冠名为“调整收入分配的攻坚元年”。那么,不妨

就来说说“今年我们能涨工资吗”这个话题。

有三种动能可决定工资增长,分别是行政力、垄断资源或市场的社会法人、劳动力供求关系及企业效益。

以行政力推动工资增长,所受益的“我们”主要是财政供养的社会群体,由于该群体总体处于“富”的社会阶层之列,给他们再明着涨工资,在贫富矛盾突出的现状下,高层很难作出逆势而为的决断。此外还有三类“我

们”也依赖或部分依赖行政力涨工资:一是退休职工养老金,已在春节前增加到位;二是低保人员适当增提标准;三是各省纷纷在春节前后上调最低工资线,将使底层劳动者或多或少有所受益。为何只定义为“有所受益”,不是我用词吝啬,而是“最低线”不是强制线,对企业并无法定强制硬约束。

垄断资源或市场的社会法人,主要指部分行业内的国企或国有控股企业。这类企业要涨工资,今年只能暗箱操作。台面上,国资委“减薪金”连续发布,正逼着它们控制涨薪欲望“注意影响”。因而,今年这类企业要普遍涨工资有点难。

由劳动力供求关系决定的涨工资,是开春后的一道亮色。由于春节后东部、中部甚至部分西部地区,出现了大面积“民

工荒”,迫使劳动密集型的企业纷纷涨工资争抢农民工。这当然是好事,却不是普遍现象,也不是长期现象。原因在于,这类企业以外向型居多,只赚海外市场“加工费”,利润有限涨工资空间就有限,为争抢农民工所开出的工资很难被长久执行。除非企业产品档次提升打开利润空间,但这需要漫长过程,形如远水难救近火。

最后,还有一类劳动者今年肯定要涨工资,因为他们所提供的产品或服务目前供不应求,或他们所在企业正好在眼下的“朝阳行业”之内。

分析下来,“我们”不是指普遍的我们。你我他今年能否涨工资,不妨在有限的“我们”中对号入座,只须找准了“座号”,答案就无须别人给定。

(作者系资深时事评论员)

热点纵论

消费着良知,娱乐着弱者的痛苦

“走红”之后,“犀利哥”平静的流浪生活彻底受到了惊扰,无数围观者拍照合影,“犀利哥”放声大哭的照片又被放大了。此时,网友们所谓对“犀利哥”的救助,还在不知所终地继续着。

很难精准地概括出这名流浪者为何会在瞬间红遍大江南北,甚至席卷了中国台湾和日本。媒体对“犀利哥”别样的爆料之外,商家也亦步趋,在淘宝上,ID为“不知是诱惑”的商家已经把“犀利哥”的一身行头标价6666元,拿来当获取点击的噱头。

现在,“犀利哥”的走红终于让很多人变得不安且内疚起来。新闻后续的报道里依稀透露,“犀

利哥”很可能是1998年的抗洪老兵,也可能是被家庭遗弃的精神病人,他的发型,他的衣着都是不得已而为之。而围观者所谓的赞誉、追捧,与他原本卑微的人生而言,这并不能算是“美丽的误读”,而是一种蓄意的消遣。在众人的消遣中,一个在楼宇森林和钢铁洪流中无声无息流浪的弱者,被塑造成了“网络红人”,弱者没有被同情,反而被消费,无论如何,这都是这个时代的病状之一。在消遣“犀利哥”获得某种快感的同时,不知道是否有人扪心自问,他是公民,杜绝围观!

以娱乐的精神来消费弱者,“犀利哥”不是第一个“牺牲

品”。远的比如杨丽娟,在追星的途中被大众媒体和公众趣味所主导,大众和媒体在观望杨丽娟的过程中获取快感,而作为弱者的杨丽娟却丝毫没有认识到自己所付出的代价;近的比如罗玉凤,大众媒体带领公众消费着罗玉凤的征婚故事,罗的人生缺陷一次次地被公众作为调味生活的佐料。

值得警惕的是,在消费弱者之前,无论是大众媒体或者普通围观者都善于举起行善的标杆,有了行善的名号,所有的关注似乎只能向好的方向发展。殊不知,忠实记录是一回事,参与干预又是一回事,很多时候,哪怕有着行善的动机,我们也应当遵循“有所为有所

不为”的原则。具体在“犀利哥”身上,突然有一天,世人把目光聚焦在了他身上,这到底是惊喜还是惊扰?作为想帮助“犀利哥”的每一个人,都需要自问一下是否能为他做得更好?只有他是社会生态能容纳的,保护和尊重“犀利哥”的选择,是我们人性认知的阶梯。

在这个春天,“犀利哥”,一个悲惨世界的人生故事,被我们以娱乐精神消费了。消费弱者的同时,其实也在消费着内心的良知。那些聚焦的目光最终远去,对于“犀利哥”而言,这是不是梦幻一场?对于围观者而言,以消遣开始,以痛感结束,只是不知这不是终点?(陈方)

不同观点

他们为什么成为“犀利哥”的俘虏

为什么一个人可以凭眼神成为名人?在犀利哥的照片出现在网络上那一刻起,就注定他会成为最著名的乞丐,先是他潮人般有型的装扮让人惊艳,然后是他那忧郁而沧桑的眼神让人折服,欲罢而不能。

很难理解一个精神失常的人可以有如此忧郁动人的眼神,一个乞丐不奇怪,奇怪的是,居然帅得如此忧郁动人。忧郁是装不来的,所以那些影视作品里到处都是装酷装纯装傻装深沉装无知的眼神,却没有一人装忧郁。在这里,忧郁是一种最稀缺的情感资

源,细想一下,你多久没见过忧郁的眼神了呢?

前些天有份调查报告说,中国人是世界上最拜金的。说实话,我打心底是肯定这种看法的。我们对金钱的崇拜换了种说法叫“追求成功”,把穷说成失败,于是人人都刻意在人前装出成功的样子,拒绝失败。成功学的泛滥造就了这一代人的精神气质,他们不约而同地努力装成混得不错的模样,告诉人们:我不忧郁!一些人一辈子都在装,可也总有一些人是不愿装的,那些久未被忧郁情绪打劫过的人,装幸福装累的人,就这样

轻易成了犀利哥的俘虏。

艺术是什么,不就是情绪的感染吗?在一个疯狂的拜金时代,什么样的情感都可以方便地体验,惟独忧郁不能。眼尖的人马上指出犀利哥非常像日本当红男星水岛宏,为什么日本有此类男星走红,中国却没有?我们的娱乐界连沧桑男都没有,别说忧郁男了,这是文化差异。犀利哥的出现填补了这项空白。

这也是一种反叛,甜得发腻的东西我们厌倦了,我们开始喜欢犀利哥的沧桑和忧郁,那些成功者意气风发的样子失去了打动

人的力量,犀利哥的走红是必然的,是势不可挡的,是那些自以为是的流意志所无法左右的。

韩局长情色日记告诉我们,许多人在成功的背景下其实跟野兽一样活着,而犀利哥则告诉我们,有些人看似野兽般活着,但他的灵魂并不卑贱。有人因为犀利哥被摄像机逼得号啕大哭而难过,觉得偶像的形象在倒塌,其实这没什么,能在摄像机前善于侃侃而谈的人还少吗,但又有多少是连韩局都不如的货色。再说,思想要没这点穿透力,还追什么犀利哥?(范大中)