

为法官被杀叫好,让人不寒而栗

□ 何勇

北京市公安局28日通过其官方微博通报“北京昌平区一法官遭枪击殉职”一案。通报称,犯罪嫌疑人李某因婚姻财产纠纷产生不满,伙同犯罪嫌疑人张某持自制手枪先后将李某前妻丈夫张某某打伤、李某前妻丈夫邵某打死,并在昌平回龙观某小区内,开枪将马某(女,昌平法院法官)打死,在被执勤民警围堵后,2名嫌疑人无路可逃,后自杀。(今日本报10版)

去年湖北十堰四名法官流淌的血液尚未干涸,现在北京法官又在流血,法袍再次遭到血染。面对一起又一起针对法官的如此恶劣的暴力犯罪行为,我们必须予以严厉的谴责,这是最基本的道义底线,也是维护法治的应有之义。但是,在网络上,我们看见了让人不寒而栗的一幕,少数人不是谴责犯罪分子的暴力行径,而是一片狂欢,幸灾乐祸,拍手称快,有些人意有所指地说“善有善报,恶有恶报”之类的话语,明里暗里认为是司法判决不公招致当事人的报复。如此之态度,实质上是另一种暴力,真的让人心寒,也是整个法治之殇。

诚然,在我们的现实生活中,司法腐败现象、司法不公现象确实存在,可能问题还更突出,有些法官的确判决不公,损害了当事人的合法权益,甚至还有少数法官是“吃完原告吃被告”。但是,在没有完整的调查结论出台之前,女法官及其爱人遭到枪杀,就认定是判决不公引起的报复,这本身就言之过早,才是真正的舆论判决不公,是对被害法官的污蔑和侮辱。退一步说,即便的确是判决不公引起的报复,也不该通过如此暴力行径来解决,而应当依法维权,可以选择上诉、申诉等渠道,这些渠道都是通畅的,离婚官司归根结底是民事纠纷。

我们常说司法是维护社会公平正义的“最后一道防线”,法官判案是“以事实为依据,以法律为准绳”为基本原则。这本身就决定了司法判决不可能按照每一当事人内心的想法进行判决,存在落差,这是必然的,也是正常的。对于判决,不管我们是否认为不公,我们都应当接受,如果我们不服判决,完全可以选择上诉、申诉等法治渠道进行维权和救济。司法案件当事人直接报复法官,很多人还为之叫好,这是相当严重的一个危险信号。

时事乱炖 | SHI SHI LUAN DUN

“奖学肉”让激励教育更接地气

□ 张玉胜

有说法称,孔子设坛讲学,弟子敬之以“束脩”,就是十条干肉。浙江温岭一中学的开学典礼也用了肉,不同的是,这些肉是学校奖励给45名优秀学生的“奖学金”,学校称是为了让家人分享孩子的喜悦。(2月28日《北京青年报》)

说到优秀学生奖励,人们自然会联想到货币形式的现金资助、奖章证书的精神鼓励、书籍笔墨的物质刺激等不同方式,对于温岭市石桥头镇中学的以“肉”代奖,不免让人油生怪怪之感。但在笔者看来,有别于传统模式的“奖学肉”,或会让学校奖励更显得超凡脱俗、颇具创意,别有一番滋味在心头。

诚然,发放“奖学金”不能脱离重在“奖学”的初衷主旨,但这绝不意味着只能是与读书相关的学习用品,撇开具有“万能”属性的货币形式,似乎没有哪家文件规定该用什么样的物质作为“奖学金”的替代品,依据财力、立足需要、不慕形式、不偏初衷就是硬道理。从这个意义上说,以“肉”代奖未尝不可,拿到“奖学肉”同样可以引以为豪和再接再厉。

对于以“肉”代奖的本意,校长吴光辉给予了如下解释,“过年前后,把肉带回家,一家人围坐在一起,尝着儿女勤奋得来的成果。这样的奖学金会给学生带来不一样的自豪感,激励的效果可能更好。”这其实道出了“奖学肉”所蕴涵的“共享”与“共荣”意义。

围观“奖学肉”,重在解读其“分享”成果的同喜同乐,而非非是要其他学校东施效颦的刻意模仿。如何发挥好“奖学金”鼓励先进、鞭策后进、引领学习的正能量作用,既需把握好“礼轻人意重”的褒奖功能,规避遁入金钱至上、物欲膨胀的功利性倾向,更需问计于民的决策透明、殊途同归的载体创新及谨防“揩油”的借奖谋私,让奖学金发放更具时代气息、管理智慧和激励效应。



中大奖 王恒/漫画

非常道 | FEI CHANG DAO

中纪委曝腐败亚文化: 求医、求学、求职都得“求人”

福建省南安市一位领导干部,由于坚持原则没有为儿子分班的事找学校开后门,被上高中的儿子指责:“亏你还是个领导,比人家一个股长、一个普通干部还不如……”

在“腐败亚文化”流毒的影响下,似乎求医、求学、求职都得“求人”,办企业、上项目、买房子都需要“找关系”,以至于有人慨叹:“章子不如条子,条子不如面子”,“有关系走遍天下,没关系寸步难行”。诸如此类的潜规则,看起来无影无踪,却又无处不在。

@中国纪检监察报

微声音 | WEI SHENG YIN

心情不好,喝点酸奶

心情不好怎么办?一杯酸奶也许就能帮到你。荷兰莱顿大学的研究者让20名受试者连续4周每天服用多种益生菌。结果发现,这些受试者主观感受明显更乐观,悲伤情绪更少。益生菌普遍存在于酸奶等食物中,这些“好”细菌向来被认为有益免疫系统健康,还能减轻消极情绪。

@生命时报

除了专业课 这些课也很有趣

除了专业课,高校还会开设一些兴趣类课程:①扬州大学:中国烹饪史;②哈尔滨工业大学:解读爱情魔方;③西南交通大学:从大学生到经理人的五个步骤;④浙江大学:茶文化与茶健康;⑤西南大学:葡萄酒文化……

@人民日报

世相杂谈 | SHI XIANG ZA TAN

“蹲等地铁” 无关教养只关服务

□ 禄永峰

近日,有网友发图并配文称:“为何现在那么多女孩子不懂得教养?等个地铁就可以随随便便蹲着?”该话题引发热议,有网友赞同该说法,称再累也不蹲,也有网友称该体谅。(2月28日《重庆商报》)

等地铁期间,将“蹲着”跟“教养”联系起来,纯属无稽之谈。在地铁站点,乘客为何要蹲着等地铁,原因应当十分简单,不是身体犯困了,就是身体顿感不适,总之不能继续坚持站着了。这时候,硬是给“蹲等地铁”挥舞起教养甚至道德的大棒,自然是过头了。

无论一座什么样的城市,当你靠近它的时候,都应该给人们这样一个共同的感受:信步街道商场,累了应该可以找到一些休息座椅,“内急”了应该在五分钟之内能够寻到导厕牌轻松如厕。当然,倘若再配套些活动器械、绿地小广场,自然都在人们欢迎之列。而就是这么一些公共服务设施,竟然一次次叫人大伤脑筋、大跌眼镜。现实往往是,当你想找到一个普通的座椅的时候,你只能站在大街上不停打转,站蹲不安;当你“内急”的时分,你只能憋着,过了一个路口又一个路口,急得想哭,但没辙……并不困难的事情,却在现实中每每搁浅。

对于这样的现状,人们常常会质疑城市的功能规划滞后。而对于规划,过去或许或多或少存在不够完美的问题,但如今,随着一座城市的人口骤增,经济商机的空前活跃,在建设中所注入现代化、人性化的发展元素理应更加丰富、完备。

因此,具体到“蹲等地铁”这一件事,暴露出来的问题不是别的,而正是地铁服务短板的事实。一个个地铁站点,在功能定位上应该根据解决好座椅等配套设施,并保证所有座椅全时段开放,满足个别乘客休息需求。如此而为,既能为乘客增添人性化服务设施,又能从根本上补上地铁服务中“人文关怀”这一短板。

关注3月4/5/6日,关注安徽格力开年大促“春雷行动”!

小伙伴们,还记得去年11月底的“安徽沸腾”吗?18万人在两天内消费了总额5.05亿元的格力产品。现在好机会又来啦,安徽格力开年大促“春雷行动”即将开始,与安徽沸腾相当的优惠力度,更便捷的购买渠道,更多元的礼品加赠,需要采购空调、冰箱等家电产品的你可千万不要错过了!

【看力度】台台特惠价 现在即可认筹

做老百姓买得起的好产品,让老百姓得到真正的实惠,这是安徽格力每一次营销的宗旨。去年底的“安徽沸腾”如此,今天“春雷行动”亦然。

为了让广大消费者有更充足的时间参与认筹,本次活动时间设置在3月4日~6日举行。

届时,安徽格力全品类产品都将以特惠的价格限时销售,优惠力度将与“安徽沸腾”比肩,台台工程价。主办方安徽格力承诺为广大消费者保价,即如果2016年7月31日前,安徽省内任意格力正规授权网点有比本次活动销售价更低的活动,安徽格力承诺全额退还差价。

目前,“春雷行动”已经开始在全省展开认筹。即日起,

只要在全省各格力网点,交60元购买认筹券,就可以在活动当天以超低特惠价购机,并且60元认筹券还可以升值当100元用。而且,认筹时,消费者当即可领走价值129元的格力电暖器1台,或市场价值176元的两瓶喜庆版醉三秋。

【谈时机】3月份买空调最划算

每年三月都是空调淡季的分水岭。三月过后,随着天气的逐渐转热,空调价格水涨船高;不仅如此,厂家送货和安装都日益吃紧。

上述论断不无道理。

与其他家电的行业属性不同的是,对以冷年进行核算的空调厂商来说,每年的3月份,刚好处于该年度的“年中”时节。对于商家来说,是冲量、抢占市场的最佳时机,往往这个节骨眼上,厂商们所推出的活动力度也相当大。如此一来,带给消费者的则是实惠。

有业内人士建议,有空调购买需求的人最好3月份出手。“如果到5月份甚至炎热的夏天,不仅享受的优惠有限,空调的送货和安装也会由于消费者的集中购买而滞后。”该人士指出。

有着多年格力空调销售经验的安小姐也表示:“空调作为有着明显季节性特征的家电产品,销售旺季一般都在夏天,但是从消费者购买的角度看,旺季来临之前购机无论是在使用上还是促销力度上,都有一定的优势”。

【论背后】产品品质仍是根本

不可否认的是,在如今家电江湖竞争激烈的大环境下,商家大促的背后,更是产品品质的比拼。

作为全球空调行业的领军企业、中国家电企业的代表品牌,格力电器向来视产品质量为生命。从产品开发设计的源头开始,所有产品出厂前一定要经过数十个环节,各种实验室的严酷考验,只有经过严格检验的成熟可靠的产品才能推向市场。多年来,格力扎扎实实做好质量管理的基础工作,在全球消费者面前树立起“中国制造”的良好质量信誉形象。

“再好的渠道和宣传,产品品质是根本”,正如安徽格力总经理汪晓兵所说。产品销售的背后是品质和服务,只有靠真功夫才会得到最多的消费者青睐。而消费者也不再只从低质和低价中做两难选择,老百姓也照样买得起世界名牌。

丁林