

# 筑牢拒腐防变的心理防线



徐川

常见贪官落马的消息。一些贪腐案件，涉案金额动辄几千万元甚至上亿元，屡屡突破常人认知，让普通人难以想象，深感震惊和不可解。

按理说，现在的领导干部普遍学历高、素质好，受党组织培养教育多年，理应对贪腐之害有清醒的认识，自觉远离腐败。更何况中央三令五申，反腐利剑高悬，重拳出击，力度空前。但现实是，依然挡不住一个又一个贪腐者前仆后继、以身试法。他们中的许多人，本该有更好的作为、有更好的前程和归宿，却最终在任途上沉沦折沙甚至身陷囹圄，上演一出出生悲剧，实在令人唏嘘。

一个人走上贪腐之路，原因肯定是多方面的。不良环境的影响、规章制度不完善、常态化监督机制的缺失……都会成为贪腐行为的诱因和催化剂。但唯物辩证法告诉我们，内因是决定事物发展变化的

决定性因素。贪与廉，既取决于外在的教育、监管和惩处，更取决于一个人内在的思想和动机。思想观念，包括心理认知上出现问题，将直接导致一个人行为上的偏差。一些人之所以腐化堕落，很重要的原因就在于，拒腐防变的心理防线被突破，内心失守和溃败。

贪腐官员的心路历程，大致存在以下几种：

**失衡心理。**市场经济的发展，催生了大批先富起来的人，他们挥金如土、一掷千金，过着常人难以企及的富足生活。一些官员在心生羡慕之余，深感失落和不平，认为自己能力强、贡献大，得到的却十分有限，为此耿耿于怀甚而愤愤不平。在失衡心理驱使下，有的人开始突破底线，利用手中的权力作为交易的筹码，换取物质利益和不义之财。一个人一旦心理失衡，让物质欲望占了上风，盲目攀比，就会变得贪婪无度、失去理智，就会利令智昏、利令智昏，从而在贪腐之路上越走越远。

**侥幸心理。**贪官不是与生俱来的，也并非一日养成的。大多数腐败官员在迈出贪腐第一步的时候，也有过犹豫、纠结和害怕，有过激烈的思想斗争。当初次的尝试得逞

后，胆子就渐渐大了起来，最终变得肆无忌惮，一发而不可收。有的认为贪腐之人那么多，被抓的总是少数，自己总不至于成为那个被砖头砸中的倒霉之人。还有的自以为手段高明，贪腐之事做得很隐秘，无人知晓。怀有侥幸心理的人犹如赌徒，常常沉迷于收益与风险的游戏而不能自拔，成为他们一次又一次铤而走险而又欲罢不能的魔鬼动力。

**狂妄心理。**有人说，权力是一味春药，能激发欲望，让人膨胀以至忘乎所以。它既能成就一个人，也能毁掉一个人。有的贪腐官员堪称“能吏”，能力出众，有魄力，工作上大刀阔斧，敢作敢为，利用手中的权力办了不少好事实事，在干部群众中赢得了较高的威信。但与此同时，他们刚愎自用，骄傲之气滋长，习惯于一言九鼎、说一不二，听不进逆耳之言，不知敬畏，得意忘形。在他们看来，似乎没有什么不能办或办不成的事，没有什么能约束其行为的，天马行空、肆无忌惮、为所欲为，在贪腐之路上一路狂奔，最终难逃自我毁灭的命运。

权力是把双刃剑。一个人一旦走上领导岗位，手中握有权力，身

边就会有许多人巴结你、讨好你、捧杀你，使你成为“被围猎”的对象。职务越高、权力越大，所受到的诱惑和面临的风险也越大。更何况中国是一个人情社会，谁也不能把自己孤立起来，领导干部更是如此。一旦人情关系与利益交织，很多人很难保持清醒理智。因此，在此情况下，要做到独善其身，的确是一件不容易的事，需要大境界、大智慧。其中的不易，若非当事人恐怕很难有切身体会。

面对权力以及由此带来的各种诱惑和风险，关照好自己的内心，保持健康的心理和良好的心态，从思想深处守住廉洁从政的底线，显得尤为重要。作为领导干部，当始终不忘初心使命，不断加强自我修炼，常思贪欲之害，常怀律己之心，做到知足常乐、慎独慎微。只有始终保持强大的定力，筑牢拒腐防变的心理防线，才能抵挡住诱惑、经受住考验，最终获得人生的太平和圆满。



# 高龄津贴发放需体现敬老本意

谢庆富

11月22日，四川天府新区眉山管理委员会《关于调整高龄津贴发放标准的通知》截图在网上流传，引发关注。截图显示，该管委会高龄津贴发放标准调整后，80周岁至89周岁：30元/月/人；90周岁至99周岁：100元/月/人；100周岁至105周岁：1500元/月/人；106周岁至109周岁：2500元/月/人；110周岁及以上：3500元/月/人。发放标准从2024年1月1日起执行（11月23日上游新闻）。

有网友认为，该管委会调整高龄津贴发放标准，旨在弘扬尊老敬老传统美德，值得点赞；也有网友认为，110周岁老人在全国也寥寥无几，当地明知该档津贴标准定得再高也没几人受益甚至无人受益，是哗众取宠。

11月22日，四川天府新区眉山管理委员会工作人员证实了通知的真实性并表示，“目前新区内没有110周岁的老年人。以前有，现在已经过世了。100周岁以上的老年人大概有50多个”。

高龄津贴也称尊老金，是养老金之外的额外补贴。作为针对80周岁以上老年人每月发放的一项福利，高龄津贴对于提高高龄老年人生活质量和基本养老金供给水平具有重要意义。高龄老年人普遍没有劳动能力，收入来源有限。四川省人

民政府官网显示，80周岁至89周岁老年人高龄津贴为25元/月/人；90周岁至99周岁为100元/月/人；100周岁以上为200元/月/人。2024年起，四川天府新区高龄津贴标准比省定有所提高。

尽管四川天府新区目前没有110周岁的老年人，但100周岁以上的老年人有50多个，当地把省定100周岁以上老年人高龄津贴调整为1500元/月/人以上，已经为这些高龄老年人带来了看得见的实惠，善意无可置疑。

一些网友揶揄110周岁老人3500元/月/人高龄津贴标准，其实更多的是表达对80周岁至89周岁老年人高龄津贴标准的不满。2022年，四川省人均期望寿命为77.91岁（其中男性72.56岁，女性80.99岁），意味着相当比例的人有望活到80周岁，有机会领取高龄津贴。但是四川省定80周岁至89周岁老年人高龄津贴标准仅为25元/月/人，四川天府新区提高标准后才30元/月/人，金额实在太少，不过“聊胜于无”而已。

对公众来说，活到80周岁的概率远比110周岁大，享受80周岁高龄津贴的概率也大。也因此，公众更期望能够提高80周岁老年人高龄津贴标准。这也提醒政府部门，在制定公共政策时要周全考虑，以解决实际问题为导向，真正做到惠民生、聚民心。

# 刷好评应对拍蒜舆情 被罚一点都不冤

夏熊飞

“张小泉断刀”舆情又出新风波。近日，杭州张小泉电子商务有限公司因虚假宣传，被杭州市临平区市场监督管理局罚款25万元。处罚事由显示，当事人因受张小泉菜刀拍蒜断裂舆情以及商品负面评价影响，要求运营部提高部分商品的好评率，组织内部人员建立微信群，进行好评刷屏。据统计，自2022年12月1日至2023年4月25日，当事人在天猫官方旗舰店刷单316个，在京东张小泉官方旗舰店刷单29个，订单金额78157.8元，实收431.6元（11月22日界面新闻）。

菜刀因为拍蒜而断裂，对张小泉而言，无疑是一场信任危机，面对因此而产生的舆情，张小泉该做的理应是真诚道歉，在制作工艺上加以改进。可作为一家知名老字号企业，张小泉竟然也开始刷好评，实在让人大跌眼镜。

应对拍蒜断刀舆情，方式方法有很多，张小泉选择的好评刷屏看似是效果最“立竿见影”的，毕竟说“好”的多了，说“不好”的就相对被“稀释”了。可如此文过饰

非，无异于鸵鸟思维，问题没解决，只是暂时被遮盖了而已，一旦遮盖布被揭掉，产生的次生舆情可能不亚于当初的舆情。

事实也的确如此，刷好评不仅被监管部门重罚25万元，张小泉也再次被推上舆论的风口浪尖，有网友调侃，张小泉菜刀不硬，嘴倒是挺硬。刷出来的好评迟早是要还的，而且往往会带来更多影响品牌声誉的差评。

刷好评应付舆情，不仅是公关方式上的饮鸩止渴，更涉嫌违法。《反不正当竞争法》第八条规定：经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。可见，张小泉刷好评的做法遭到舆论口诛笔伐和监管部门重罚，一点也不冤枉，纯属咎由自取。

最好的舆情应对方式，永远是“真诚”。真诚直面问题、真诚承认错误、真诚赔礼道歉、真诚进行整改。唯有如此，才能获得消费者的谅解，挽回受损的产品、品牌形象。这样的过程，效果或许没有删差评、刷好评来得快，却是平息舆情的治本之策。



近日，四川巴中市通江县、南江县发布通告称，城区禁止私自熏制腊制品，熏制腊肉、腊肠等需送到指定的集中熏制点。通江县一集中熏制点的公司熏制“限于在该公司购买的肉制品”，且要收取加工费或材料费。据称，该规定是为了应对大气污染防治，兼顾环保和用火安全（11月23日《中国青年报》）。



# 国产羽绒服卖7000元一件：尊重商家的自由定价权

江德斌

“千元预算内已经挑不到一件心仪的羽绒服”。11月22日，“国产羽绒服卖7000元”登上热搜，羽绒服越来越贵话题引发网友热议。不过，追求高端化的国产羽绒服，还未能彻底脱离低价赛道这个基本盘（11月22日中国网）。

随着气温的逐渐降低，羽绒服成为消费者争相购买的产品，商超、电商平台、直播间等也开始主推羽绒服。不过，在羽绒服热销之际，很多消费者纷纷吐槽，认为市场上的羽绒服价格太高，一些款式的国产羽绒服动辄数千元，一个月的工资竟然买不起，甚至有的品牌

卖到上万元，与国际一线品牌接近，超出消费者的心理预期。

表面上看，消费者的不满可以理解，毕竟数千元上万元一件的羽绒服，超过绝大部分人的收入水平，上网发发牢骚，亦在情理之中。更何况，消费者有“吐槽”的权利，可以自由发表对商品质量、价格、品牌的观点，但是不能有辱骂、诽谤、抹黑等过激言论，否则，触犯相关法律。消费者应该认识到，羽绒服属于市场自由竞争行业，企业拥有自由定价权，如果买不起，可以选择不买，但不能因此剥夺企业的定价权。

自由定价权是经营者参与市场竞争的必要手段，也是核心竞争力

之一。市场经济环境下，受到供需变化、原材料供应、运输成本等多种因素影响，商品价格瞬息万变，企业需要随行就市，及时变更价格。而且，市场要面对各种层次的消费者，不同企业遵循差异化的市场定位，有做高端市场的，也有做中低端市场的，各取所需，消费者也能按照个人消费能力，购买相应档次的商品。

也就是说，商家可以自由决定羽绒服的贵贱，当然也要承担市场风险，如果消费者不接受，那么就可能要面对产品滞销、亏损。可见，自由定价并不意味着漫天要价，商家实际上受到很多外界条件制约，如市场消费力、竞品价格、

产品供需指数等。参考这些因素，制定一个相对合理、具有一定浮动价格，才能达到利润最大化的市场目标。

产品多元化竞争，丰俭由人，乃是消费市场的规律。除了这些千元以上的羽绒服，市场上还有很多几百元的低价羽绒服，在商超、电商平台都能看到，款式也很多，消费者可以自由选购，不必非得盯着高价羽绒服。

此前，一些国货品牌形象较差，被视为低质低价产品，受到国内外消费者的歧视，在市场上抬不起头。近年来，部分国货品牌为了推出高品牌力，走向国际市场，纷纷推出高端产品，打造高端形象，比如羽绒服、智能手机、新能源汽车等。这表明国货的市场竞争力在提升，并在努力打造强势品牌，对于塑造中国品牌形象，有很大益处。至于能否取得成功，就看其产品质量、市场接受度了。

# 博物馆常设展品是该定期更换

徐刚

刚开放两个多月的中国考古博物馆立了新规矩——定期更换常设展品，提高观众观展体验。首批换展文物最近就位，10件展品中不乏“重器”。记者走访近10家博物馆发现，多数博物馆常设展更新频率不高，有的常设展近年来没更新过，有的部分展示品积了灰（11月22日《北京晚报》）。

常设展品保持相对稳定，是目前国内博物馆的通常做法。像中国考古博物馆，在开馆短时间内就开展常设展品的轮换更新，在业内比较少见。这一新风，令人眼前一

亮。

常设展品一般是博物馆的门面，也是博物馆实力的体现。然而，不少博物馆的常设展品长时间不更新，多年保持老样子。这种做法有其好的一面，比如展品相对固定，节省人力物力。但对于观众而言，常设展品总是一副老面孔，难免会出出现审美疲劳，很难让人当“回头客”。

博物馆不主动更新常设展品，原因也是多方面的。比如展览场地的限制、文物数量不够、人手资金不足等。但更多的时候，是基于一种求稳心态和思维惰性。尤其是在文博行业免费开放的背景下，定期上新不但需要人力物力，还需要资金投入，

一些博物馆自然就失去了主动轮换更新展品的热情。

一面是常设展品长期不更新，甚至于展品积灰，另一面是大量的宝贝被束之高阁，在仓库内难见天日。馆藏文物的利用率不高，可以说国内博物馆普遍存在的问题。而与之相对应的是，越来越多的游客打卡博物馆，参观博物馆成为旅游的必备项目。博物馆热带来的，是大众对于展品要求越来越高。

早在2015年，国家文物局《关于提升博物馆陈列展览质量的指导意见》就提出，要提高馆藏文物利用率，让收藏在博物馆里的文物“活”起来。鼓励各博物馆通过基

本陈列改造提升与展品更换，适当增加临时展览数量、频次和时长，增加藏品展示数量等，扩大藏品展示范围。鼓励藏品数量众多、展示空间条件充分的博物馆，创新展示手段，合理提升展览频次，使更多的藏品有机会展示给广大观众。

博物馆定期更换常设展品，不仅可以提高馆藏文物的利用率，而且有利于馆藏文物的保护，还能满足观众对于展览的更高需求。所以，我们期待有更多的博物馆，加入定期上新的队伍，把自己馆里的那些宝贝拿出来晒一晒，让观众大饱眼福的同时接受我们传统文化的熏陶。

# 母婴室设置入法才能不成摆设

张淳芝

“900公里高速，没找到一个能用的母婴室。”前不久，因家中有一急事，家住天津市河东区的张先生开车，带老婆和3个月大的儿子赶回河南南阳老家。令他没想到的是，中间路过和停靠了近20个服务区，其中只有两个服务区有母婴室，一个并未启用，另一个里面堆满了杂物（11月23日《法治日报》）。

张先生的遭遇并非个例。据媒体报道，记者近日走访了北京、天津多家商场、地铁站、医院、饭店等地，发现其中绝大多数场所没有设置母婴室。而设置母婴室的地方，有的和残疾人卫生间混在一起，有的被占用成杂物间，有的被当作吸烟室使用。根据《母乳喂养促进行动计划（2021年—2025年）》，到2025年，我国公共场所母婴设施配置率80%以上。但从目前来看，各地仍存在母婴室设置不足、设施不齐全，被不合理使用、占用等问题，距离计划目标和公众需求仍有较大差距。

早在2016年，国家相关部门就明确要求，“经常有母婴逗留且建筑面积超过1万平方米或日客流量超过1万人的交通枢纽、商业中心、医院、旅游景区及游览娱乐等公共场所，应当建立使用面积不少于10平方米的独立母婴室，并配备基本设施”，并提供了公共场所母婴设施配置推荐标准。不过，这一要求并未得到有效执行。至今，许多公共场所母婴室应设未

设，有的虽然设置了，但空间大小，没有热水，缺乏私密性，与推荐标准相距甚远。在实施三孩政策的当下，完善母婴室设置是创建“生育友好型”社会的内在要求。不仅有利于提升携婴出行群体的体验，也能够给予哺乳的母亲以尊重。

眼下，一些地方母婴室成为摆设，中看不中用。究其原因，一些人对公共场所设置母婴室的重要意义认识不足，缺乏尊重隐私和人格的意识；更重要的是，设置母婴室更多停留在政策层面，规定层级不高，且比较原则笼统，缺少制约机制，造成落地困难。尤其一些公共场所处于黄金地段，经营者不愿腾出空间设置母婴室，不得已而为之，也是应付了事，其日常维护也往往形同虚设。

避免母婴室沦为摆设，除了加强宣传引导外，关键在于将母婴室的建设和法律层面，将公共场所母婴室的建设和标准写入法律，靠法律的强制力予以推动落实。在这方面，广州的经验做法就值得借鉴。2019年，广州出台了首部母婴室建设促进条例，以立法形式明确了公共场所母婴室的建设和标准，并规定“公共场所建设单位未按照规定建设母婴室的，由相关行政主管部门责令限期改正，处以警告，逾期不改正的，处以二万元以上五万元以下罚款”。截至去年底，广州已建成1300多间母婴室，成为全国首个重点公共场所母婴室全覆盖的城市。