

### 古人说：“为官择人者治，为人择官者乱”——用人以公，方得贤才

杨煌



茶话

重视吸取历史经验是我们党的一个好传统。我国五千多年的文明史，积累了丰富的吏治思想和做法。十九届中央政治局第十次集体学习，安排中国历史上的吏治这个题目，体现了我们党借古鉴今的历史自觉。“用人以公，方得贤才”，这是习近平总书记在这次学习会上强调的重要观点。

历史上那些盛世治世，都同注重立公道、举贤良相关。用人不实、用人唯亲、用人唯近、用人唯利，用人出于个人爱憎、私利而非公心，造成吏治败坏，则成为王朝衰亡的重要原因。历史上的教训比比皆是。汉代察举注重舆论评价，于是一些人“饰伪以邀誉，钓奇以惊俗”，刻意行为造假，骗取舆论支持。一些州郡长官选人承望上级，释散取惠。东汉顺帝初年，河南尹田畴察举六名孝廉，被权贵指定的就占了五

名。至于荫官、捐官、买官卖官在王朝均长期存在，成为破坏用人制度的毒瘤。用人不公必导致用人不当，吏治下滑，贻害无穷。

习近平总书记强调，公正用人，公在公心，公在事业，公在风气。这是我们党立党为公、执政为民在组织路线上的体现，是我们选人用人的根本遵循。如果公道正派上出了问题，再好的制度也难以落实，再好的干部也可能选不出来。党管干部，是选人用人工作的根本原则。

古人说：“为官择人者治，为人择官者乱。”用干部是为了干好事业。要正确把握事业发展需要和干部成长进步的关系，把合适的干部放到合适的岗位上。公正用人，关键要知人。“不知人之短，不知人之长，不知人长中之短，不知人短中之长，则不可以用人，不可教人。”知人不深、识人不准，往往会用错人、用错事、用人失误。必须健全干部考察机制和办法，多渠道、多层次、多侧面深入了解，要注重从其工作经历的简与繁、工作阅历的深与浅、工作岗位的难与易、工作成效的优与

劣的科学分析和比较中发现干部、评价干部，聚焦事业需求、岗位要求，从“更合适、更胜任”角度去衡量干部，选拔干部，从符合条件的对象中看谁更优秀、从优秀对象中看谁更合适。着重选拔那些把条件优势很好转化为实践优势的干部，各个岗位干得很有成效、各方面评价反映很好的干部。只有这样，优秀干部才会大量涌现，党的事业才会兴旺发达。

用一贤人则群贤毕至，见贤思齐就蔚然成风。选什么人就是风向标，就有什么样的干部作风，乃至就有什么样的党风。各级党委要敢于坚持原则，有那么一种只问是非、不计得失的气节，敢于为好干部说公道话，让好干部真正受尊重、受重用。吏治腐败是最大的腐败，用人腐败必然导致用权腐败。要大力整治选人用人上的不正之风，使用人风气更加清明，坚决纠正“劣币驱逐良币”的逆淘汰现象，以用人环境的风清气正促进政治生态的山清水秀。

(作者单位：《求是》杂志社)



茶话

我曾经与许多外行人一样，望文生义地以为软法就是软弱无力之法。

其实，软法是指那些不能用国家强制力保证实施的法规范，譬如政治组织创制的自律规范和社会共同创制的自治规范，而硬法是指那些能够依靠国家强制力保证实施的法规范，譬如国家颁布的宪法和刑法。

据说，软法的概念起始于国际法领域，因为国际组织制定的规章一般都没有国家强制力保障实施。不过，软法并非没有执行力，因为违反这些规则也会受到相应的处罚。在这方面，我有一些个人经验，因为我目前担任国际足联道德委员会的委员。

国际足联有《纪律守则》和《道德守则》，虽然属于软法的范畴，但是其执行力并不弱。众所周知，足球比赛中的犯规行为都会受到处罚，有些还是很严厉的，包括红牌罚下和停赛若干场。2018年的俄罗斯世界杯赛前，国际足联还制定了一个颇有奇闻的规则：足球运动员在比赛中不得用牙齿攻击对方球员。为足球比赛制定“禁止咬人”的规定似乎有些荒唐，但并非无的放矢。

### 衡量一个国家的法治水平，最重要的标准是法律的实施硬不硬——软法不软，硬法要硬

何家弘



在一个法治国家中，法律应该是很硬的。法律规范不同于道德规范。虽然二者都具有引导和规范社会行为的功能，但是违反道德规范的行为只受道义谴责和公理批判，而违反法律规范的行为则应受到实实在在的处罚。从这个角度来看，法律规范比较硬，道德规范比较软。但是在当下中国，我们却经常看到“硬法不硬”的现象。

宪法是一个国家的最高法律，因此应该是最硬的。任何人都不能违反宪法的规定，任何违反宪法规定的行为都应该受到相应的处罚。但是在现实生活中，人们经常会感觉宪法很软。一方面，宪法中的一些规定本身就很软，因为那些规定只是抽象的原则或政策性宣示；另一方面，宪法中的有些规定貌似很硬，但是缺少具体的保障措施，因此实际上也显得软。

道路交通安全法也是由国家强制力保障实施的，而且其规则是具体明确的，因此本应是很硬的法律。但是在当下中国，特别是在那些人多车多的大城市，执法不严，违法者多，交通违法行为在是硬不起来。于是，人们就想借助比交通法规更硬的刑法来解决一些交通违法行为的顽疾，例如醉驾入刑。大概因为醉驾入刑的效果还不错，最近就有人又提出了“首违入刑”的建议，意图解决开车看手机的问题。然而，“首违”不同于“醉驾”，认定和执行的难度都很大。而且，动不动就“入刑”，这并不是法治的进步。

软法不软，这说明法治规范的实施不一定非要国家的强制力。硬法不硬，这说明法治发展还处于初级阶段。就一个国家的法治发展而言，立法是基础，执法是关键。衡量一个国家的法治发展水平，最重要的标准不是法律的规定美不美，而是法律的实施硬不硬。(作者为中国人民大学教授)

### 精实力是硬实力和软实力的核心——精实力是核心竞争力的生命线

钟国兴



茶话

改革开放以来，中国发生了翻天覆地的变化，生产能力和创新能力都得到了前所未有的提升。现在，似乎中国什么都能生产，各种商品远销世界各地，令人为之自豪。不过我们应该看到，表面上能力的强大，可能会掩盖更深层次实力上的问题。中国不乏种类繁多的产品，但在许多领域都缺少真正的精品、核心产品。在社会治理上，我们保障了社会稳定发展，但是环境等问题比较突出，地方上许多问题解决得过于简单化，导致一系列问题，距离科学化、精细化治理还有相当的距离。

从国家实力上说，中国确实比较强大，包括一般的硬实力、软实力。但是，我们仍然缺少一种实力：精实力。所谓精实力，就是高精尖上的创新能力，和精准化、精细化、精致化的制造。

近几十年来，硬实力、软实力、软实力等概念流行，而且成为了国际上实力和竞争力竞争的重要范畴，不仅被用于国家能力的概括，而且用于城市、企业的评价。但是在这个系列中，还缺少上述精实力这样一个概念。

精实力是硬实力和软实力的核心。硬实力是否真的过硬，软实力是否真的有力，关键并不在于表面如何，而在于这种实力是否既精又实，是否在高端、精准上超越了竞

争对手。离开精实力，硬实力、软实力都可能是虚的、经不住重大考验的。所以，精实力是硬实力、软实力背后的真正实力，是它们的核心，是真正的核心竞争力。

精实力是核心竞争力的生命线。今天世界上，美国芯片、德国机械、英法服装箱包名牌产品等在世界市场上畅销，靠的就是在这些领域精致、精巧的高端能力。真正的一流国家和企业，不是仅仅靠生产规模，也不是靠低端或者普通的产品销量，更不是靠过度的舆论炒作，而是看哪些领域具有无可比拟的精实力。具有强大精实力的国家和企业，才算得上一流。

精实力缺乏并不可怕，可怕的是认识不到精实力的差距。对于任何一个民族和国家来说，精实力都是靠不断累进而形成的，靠一代又一代人的持续努力来打造。

打造精实力，应是长期坚持的战略。惟有明确这一战略，才知道努力的方向，才会明晰要达到的目标，才会更加明确我们振兴中华的路径；确立这一目标，才会明确精实力打造的规范性标准，明确打造精实力的步骤，并从各个方面提供战略配合和保障。

打造精实力，应该不断地创新累进。在以往的观念中，创新似乎只是指重大的发明创造，这是对创新理解上的重大偏差。实际上重大发明创造只是创新的一种，产品和工作的具体改进也是创新，而且是更为常见的、实用的创新。忽略了后一种创新，工作及其产品也就趋于一般化、粗糙化。因此打造精实



力，必须重视日常创新、全面创新、全员创新。

打造精实力，应该不断强化工匠精神。中华民族自古并不缺少工匠，但是近几十年由于社会变化迅速、产品迭代过快等原因，工匠精神一度严重缺失。打造精实力，必须重新呼唤工匠精神，不仅要培养起一大批具有工匠精神的科学家和工程师，而且要提倡和鼓励从事普通工作的人成长为精益求精的工匠。

打造精实力，应该厉行严格的质量管理。产品质量粗糙、工作只是重视表面效果，一个重要原因就是缺少基本的标准或严格的管理。应该制定更加严格的德标准，建立有关部门监督与社会舆论监督的良性互动机制，加强对监管部门本身的监督和反腐败工作。

其实，十九大报告中关于中国制造等许多方面内容，已经明确包含了强化精实力的要求。到2050年，要建成建设成为社会主义现代化强国的目标，就必须在经济、文化、军事、社会治理等各个领域大大提高精实力，因此打造精实力应该成为一种重要的综合性战略。(作者为《学习时报》原总编辑)

### 公众阅读趣味与大众传媒相互激荡，使得某些特定“风景”迅速崛起并野蛮生长——风景之文野

陈平原



茶话

假期出国旅行，东奔西跑，花钱买罪受，除了享受美食与体验生活，主要就是看风景。乡下人进城与城里人下乡，都在看风景，只是观察角度与欣赏趣味不同而已。随着文化交流频繁、民众收入增加以及教育水准提升，不同人群的欣赏趣味也在逐渐接近。面对壮丽河山，不同种族、语言、教养的人群，欣赏趣味比较接近；但面对历史文化遗产，就大不一样了，趣味相差十万八千里。

姑且把山川等大自然的鬼斧神工称为“野风景”，而把建筑等人类智慧的结晶称为“文风景”，当然也就有了文野兼备的“双风景”——仿照“世界自然与文化双重遗产”的命名。实际上，除了出生入死的探险家，一般人看不到没有任何人足迹的“野风景”。而聪明且谦卑的建筑师，也会在设计师恰如其分地引入大自然的元素，是谓借景。因此，文野之分，只是大致而言。

对于风景文野的理解与鉴赏，画家无疑是最敏感的。在中国山水画中，着意绘制名山胜水，历来别有幽怀。五代南唐董源的《潇湘图》、北宋宋迪的《潇湘八景图》，与北宋张择端的《清

明上河图》、明代仇英的《南都繁会图》、江山形胜与都市风流，显然是两种不同的欣赏趣味。而随着城市繁华、文人雅兴以及旅游业的发展，明中叶以后，采用组画形式，表现本地实景山水，成了金陵画家的一种创作时尚。都市风物的图像表达，包括气势万千的长卷以及便于传播、价格低廉的册页。且不论绚丽多彩的长卷《皇都积胜图》《南都繁会图》，仅就晚明朱之蕃编、陆寿柏绘图的《金陵四十景图》《金陵四十景图》而言，后者兼及审美眼光、地理知识以及旅游趣味，在一系列图文互动中，蕴含着某种地方意识、文人情怀乃至政治意涵。

从晚明的《金陵四十景图》到清代的《中江胜景图》，再到晚清画报中众多关于上海建筑的介绍（如1909年至1910年《图画日报》中将近150幅的“上海之建筑”），传统名山古迹逐渐让位于代表新的生活方式的西洋建筑。这一风景从野到文的转移，乃近代城市崛起带来的经济实力以及审美眼光的变化。可以这么说，从晚清开始，伴随着西学东渐以及城市化进程，无论文人、画家、官员还是百姓，都越来越看好高楼的实用价值及象征意义。最近几十年，一些城市流行

大拆大建，其面貌真是“日新月异”，既让人振奋，也让人担忧。虽然也讲保护历史文化遗产，但主调是“自铸伟词”，也就是眼下中国正热火朝天展开的争建第一高楼或标志性建筑。所谓标志性建筑，包含财富、技术、趣味与想象力，因此，可作为一个时代的记忆来阅读。

20多年前，若从北京入境，步出首都国际机场的入境大厅，迎面就是大幅广告画，上面有西安兵马俑、敦煌莫高窟、北京天坛，当然也有上海东方明珠电视塔，这很符合那个时代外国人对于古老且神秘的中国的想象。这些年明显变了，中国各大机场的广告，或电视、报纸、新媒体中的城市形象，正越来越多地出现摩天大楼的身影。古迹与高楼，前者代表我们的历史与文化，后者象征我们的技术与财富；前者稳重平静，后者龙腾虎跃；前者数量恒定，后者则与日俱增。

为何某些城市你没去过，但感觉很熟悉？就因为其标志性建筑在大众媒体中经常出现。正因公众的阅读趣味与大众传媒相互激荡，使得某些特定的“风景”迅速崛起并野蛮生长。这些代表性建筑，因其可视度与观赏性，更因其代表财富与技术，还有就是“雄心壮志冲天”，而成为当下中国城市建设的宠儿。(作者为北京大学教授)

### 90后和95后的人群对于社会主流的价值抱有更为积极和认同的态度——温和内敛：90后的一个代际特征

张颐武



茶话

有许多人观察到一个现象，也值得引起社会的关注：和当年曾一度引起高度关注和争议的80后不同，90后或95后的年轻人在和长辈与社会的关系方面呈现出了一些不同特点。

当年80后的年轻人无论是其文化方面的代表，还是一般的年轻人，往往愿意呈现出和父辈一代人的强烈的差异性和自我意识，在某些方面有强烈的表达愿望，彰显自身与上一代人不同特质以及思考与表达的方式，当然，这其实也是在和老一代较多的交流互动中显示出的自身特点。而现在已经是年轻人主力的90后或95后的年轻人，往往呈现出更加温和内敛的状况，并不刻意彰显自己和上一代人的差异。从社会上来看，常常觉得他们的声音并不大，也没有像当年80后那样有刻意张扬的“代表”人物。实际上，他们对生活的认知和趣味、对自我的想象和表达都和上一代人有着相当鲜明的差异性，但却呈现出与上一代人缺少交流的状况。

从代际划分看年轻人，虽然也必然会有粗糙和并不完全准确的一

面，但毕竟还是有其相当重要的参考价值。现在观察90后或95后的年轻人的状况，我们可以发现这种温和内敛，以及与上一代人相对和谐之中，其实包含着更为丰富的意涵：

一方面，互联网文化的高度成熟和社交媒体的新发展让人们之间交流的分化更为明显。而互联网所展开的新的文化、娱乐和消费等方式也更注重代际的区分，年轻群体在自己的群体之中能够获得更为充分和多样的交流，把和自己相近的人群聚合在一起的方式也更为多样和丰富。年轻人已经无需向其他世代去争取文化和表达空间，而往往能够在互联网及与之相关联的相关聚合空间中得到很好交流和展现。

另一方面，现在普泛化的中产生活形态，也让年轻一代的生活形态和以往相当不同，他们虽然和任何一代人一样都会有相当现实的苦恼和困扰，但其基本的经济环境和消费能力远远超过过去，他们能够支配的钱也远超过当年的80后，他们消费选择和生活选择的自由度远比以前高，而90后或95后的文化消费等方面的意愿也远比其世代高。生活条件的整体提升，使得他们有了经济上的支撑之后，更能够发展出相当丰富多样的、往往被老一代人

不易理解的亚文化形态和生活方式的选择。

这种情况有其积极的方面，90后和95后的人群对于社会主流的价值抱有更为积极和认同的态度，也在温和内敛中呈现出很多积极的方面，和温内中所产生的很多文化形态也丰富了社会本身。当然也有其值得关切的一面，有些情况和文化形态一般人了解甚少，对其积极消费方面的判断和认知就更为缺少具体切实的观察。年轻人现实生活中的观念和文化选择的状况，需要社会和相关人士给予更多理解、认识和引导等。年轻人和其他世代的交流也需要更多的方式和路径。

(作者为北京大学教授)



茶话

### 宫廷题材作品的不断升温，确实起到丰富文化娱乐生活的作用，但——宫廷文化的负面影响不容小觑

刘霆昭



茶话

从《甄嬛传》《芈月传》《步步惊心》的霸屏，到《延禧攻略》《如懿传》的热播，宫廷文化传播的不断升温，确实起到丰富大众文化娱乐生活的作用，但是对其产生的负面影响也不容忽视，简述如下：

热衷追崇皇族生活方式，使之成为流行时尚。宫廷文化影响着人们的身心健康和生活的方方面面。宫廷剧中的对话，如朕、陛下、爱妃、臣妾、小主、本宫，现已成为某些人的口头语，似乎人人都成了“官中人”。“甄嬛体”一度成为白领写总结和假条的标准文本。许多人都似乎能以沾上点儿皇气儿为荣。

什么？无外乎尔虞我诈，相互倾轧，争风吃醋，勾心斗角，居心叵测，媚上欺下。这些与我们提倡的社会主义核心价值观格格不入，南辕北辙，危害不浅。

不吝美化帝王臣相，淡化今朝英雄。目前在网络和微信圈中疯传的封建社会重臣名相的夸赞现象尤其值得关注。“清朝十大名臣”“清朝十大宰相”“康熙手下十大重臣”等等，不一而足。甚至有的传播量超过了新对中国开国元勋、英雄模范及优秀共产党员的宣传。以封建社会的帝王将相为偶像，会潜移默化地侵蚀人们的灵魂。

苦奋斗，克勤克俭的优良传统相去甚远。

片面追逐商业利益，弱化正面精神引导。有些以宫廷文化为主题的综艺节目最近也非常火爆。但是，笔者注意到此类节目的重点，是对商品的推销和对商业利益的追逐，看不到多少具有积极意义的文化。有些专家就以此类节目突出选秀女为据，以其围绕“卖卖卖”，推广搞综艺、开咖啡店、卖彩妆等为据，对其指导思想和文化倾向提出质疑，认为此类节目的商业炒作是成功的，文化建设却不尽如人意。

综上所述，笔者认为，我们对宫廷文化的弊端应有清醒的认识，相关影视文艺作品和媒体宣传亦应把握好量与度，特别要注重正确的舆论导向，以加强精神文明建设，弘扬社会主义核心价值观相向而行，趋利避害，适当降温。(作者为资深媒体人、研究员、中国传媒大学博士生导师)