



自宋祖英首度在维也纳金色大厅开个唱引发“镀金”热后，金色大厅这个矗立在异国他乡的殿堂竟在国人心中被神化为一种“图腾”，进而被奉为圭臬，成为我国艺术家衡量艺术水准的一杆标尺。艺术家水准高低的分野似乎并不在艺术，而在于是否到过金色大厅。似乎只有去金色大厅镀过金的艺术家才是“高大上”的与国际接轨的艺术家，反之，就是没见过世面、没开过光的艺术匠人。这种仰之弥高，将金色大厅视为“圣殿”的朝圣举动，颇有点唐僧师徒千山万水赴西天取经的意味。

然而，唐僧师徒赴西天取的是真经，付出的代价是历经艰难险阻；但我们的艺术家到金色大厅朝圣砸的却是钱，收获的是名利和虚荣。在今年的政协会上，第一个在音乐大厅吃螃蟹的个唱艺术家宋祖英反省自己带了个坏头，由此引发一系列“破窗效应”。盘点10余年来造访过金色大厅的国人名单，其中既有诸多名噪一时的艺术家，也有一批国家艺术院团，就连一些寂寂无名的草根演员和业余老年合唱团、少儿合唱团也蜂拥而至，前去露把小脸，金色“镀金”大厅的含金量被泛滥的

金色大厅不是镀金池

只有斩断文化造假的利益纽带，才能脱离“金色大厅”式的依赖，用货真价实的艺术质量获取国际演出舞台上“真金”

□ 赵凤兰

“淘金者”逐渐稀释。

随着知情人对“镀金大厅”真相的揭示，金色大厅的神圣光环日渐褪去。当艺术家身着类似“小时代”名媛们的坠地华服在金色大厅登台献艺时，倒像是在演绎新版“皇帝新衣”的寓言——他们花钱租赁场地，送票组织观众，举行一个盛大的演出派对，让观众为之欣赏和颂赞，编织出一个如“小时代”般的虚幻闹剧和浮华图景。然后“载誉”归来，高调宣称曾去金色大厅演出，受到热烈欢迎，引起巨大轰动，用“征服”和“凯旋”等字样装点人生履历，为他们的“面子工程”和“政绩工程”抹上绚烂的一笔。

可令人吊诡的是，迄今为止，没有任何一个中国艺术家和艺术团体是被西方国家邀请赴金色大厅进行演出的。对于奥地利人乃至全欧洲人而言，金色大厅并不能与“世界

音乐圣殿”画等号。它只是个盈利的商业性机构，只需缴纳两三万欧元的场租，无论音乐技能高低，任何人都有机会在那里彩排并演出。由于被“拿钱长脸”的国人频繁造访，金色大厅的观众源已严重告急，很多演出甚至出现演员扮观众的奇葩现象，金色大厅被戏称为中国演员自娱自乐的“卡拉OK”厅。

到金色大厅转一圈，回国后便身价倍增，这种“镀金”魅力从表面看是贪恋名利、爱慕虚荣，从深层折射出的则是国人的文化不自信。实际上，类似的媚俗案例在国内其他领域也曾接二连三上演，最具代表性的是“达芬奇”天价家具事件和由唐骏引发的“野鸡大学”造假门。号称来自达芬奇故乡的著名家居品牌“达芬奇”，原来不过是将在国内的产品运到意大利“旅游”一番；而被国人所诟病的“野鸡大学”，更是“学历镀

金”的范本。无论是“达芬奇”、“野鸡大学”还是“镀金大厅”，其本质都是利用“洋袍”加身，制造虚荣浮华的空中幻影。

如今，随着我国综合国力的增强，我们越来越重视文化“走出去”，并将之提升至国家顶层设计的战略发展高度。但文化“走出去”并不是“以洋为尊”、“以洋为美”、“唯洋是从”，通过“镀金”这种文化假象进行自我包装，用虚假光环对公众进行蒙蔽和欺骗，通过冲动消费来满足单位和个人的虚荣，达到提升在国内的地位、获取相应利益报酬的目的。这种金钱铺路、自娱自乐的方式不但无益于文化“走出去”，反而会自毁门庭，变身为真人版的“小丑演出”，沦为西方国家的笑柄。

所幸，文化部前不久对艺术团体赴金色大厅“镀金”发布禁令，叫停这种“赔钱赚吆喝”、“自唱自买”式的所谓“文化输出”。文化“走出去”，靠的是实力，只有真诚面对观众、面对市场，树立真正的艺术观，不怀功利之心从艺，不慕虚名包装做人，斩断文化造假的利益纽带，才能脱离“金色大厅”式的依赖，用货真价实的艺术质量获取国际演出舞台上“真金”。



身前事 身后名

舍弃局部和短期利益，这个觉悟现在的领导应该有，现在的百姓也应该有

□ 郝旭光

西湖美景美得令人陶醉，与美景相关的话题也很多，但笔者感兴趣的是保椒塔。相传五代十国吴越国王钱弘俶(后改名钱俶)奉宋太祖之召进京，久留未返，他的宰相吴延爽为祝福其平安而建9层高塔。历代曾多次修建，而且后人对钱弘俶评价不低。原因是他不仅对内注意安民，发展经济，而且对外继承祖训，奉中原为正朔，使得吴越国国泰民安，经济繁荣。当时中国历经割据、战乱，迫切希望统一是民心所向，在全国盼望统一的大背景下，钱俶没有为一己之私逆历史潮流而动，负隅顽抗，继续偏安，而是顺应民意，及时向大宋纳土献地。

这使得笔者联想起钱弘俶的祖父吴越国第一任王钱镠的一段经历。当时钱镠在杭州凤凰山修筑了“子城”，内建宫殿。有记载称，当时有风水先生建议他填平西湖盖宫殿，可保江山千年。他淡淡一笑，周朝最长，才有八百年，我怎么可能千年？而且，一旦填平西湖，将在历史上留下千古骂名，所以坚决不肯做这种荒唐的事情。最后以81岁高龄得以善终。作为一个封建帝王尚有这样的举动：第一，有自知之明；第二，不敢违背历史和民心；第三，敬畏自然，不敢以一己之私对自然界大开杀戒，的确难能可贵。钱镠、钱弘俶祖孙二人在历史上不见得有什么大贡献，但这几条还是值得称道的。

笔者10余年前在华北某地旅游，认识了一位镇党委书记。书记与笔者深谈以后了解了笔者的环保态度，说出一个秘密：在他所辖区域的某村，发现一个极富吸引力、极有特点的景点(类似地下溶洞)，当时他与村民相约保守秘密，因为当时还不知底怎么才能既开发又不损害生态和这个景点(有点类似乾陵不能开发，因为还没找到更好的保护方法，不如索性让它们留在地下)，留给子孙后代，等到有好的方法以后再告诉世人。尽管相熟，他并没有带笔者前往游览。笔者10多年来一直在关注这件事，到现在还没有看到报道，说明大家仍然守着这个秘密。笔者也承诺替他们保守这个秘密，所以从来没有说明这件事发生乡镇的具体位置。要知道，这个景点一旦开发，当地村民什么都不干就可以日进斗金啊。抵御如此巨大的诱惑，需要多大的定力和耐性？一个镇党委书记和一些普通的村民，一个古代的割据一方的小诸侯，都能为保护自然，为地区整体和子孙后代的长远利益而牺牲短期和局部利益，更何况我们目前在掌管地方的大领导、“父母官”？

古往今来这些例子中的人物，他们都能舍弃局部和短期利益，抵御几乎难以抵御的诱惑和利益，为子孙后代和长远利益考虑，我们现在的地方领导比他们的境界不知应当高多少倍。更何况，在涉及当地居民及其子孙后代的重大利益面前，断然不该以当前、短期的局部利益作为考虑问题的出发点吧？！这个觉悟现在的领导应该有，况且这还是青史留名、流芳百世的大是大非问题，现在的百姓也有这个东西。存在于某地的自然的东面，不属于现在和某个局部地区，而是属于整体和长远的未来。

可见，顺应民意，顺应历史，就要以民众和历史的最高利益为自己的追求。民众的最高利益和历史趋势是什么？是国家统一，国泰民安，国强民富，是发展文化，提高文明程度和社会进步的水平，提高民众的实际收入和幸福指数。眼前过度开发带来的短期效益，为短期利益而劈山填海，破坏生态，而是在与国家同步发展的情况下，事业越做越大，为国家和社会的贡献越来越大，单位员工的实际收入和幸福指数越来越高。能做到这一点，尽管可能位置不高，但人们会永远记住。这就是保椒塔给我们的启示。



职场七天

职场人在成长的过程中也有类似的周期:创造→成长→稳定→动荡→混乱→放下→静思

□ 白芍

在大自然中,植物在春夏秋冬不同的季节会发芽、开花、结果、落叶、休眠。而职场人在成长的过程中也有类似的周期可以被归纳为7个关键词:创造→成长→稳定→动荡→混乱→放下→静思。

绝大多数职场人都经历过所谓的“成长期”,在一个相对较好的平台上,从事自己擅长的的工作,很快通过自己的努力取得了一些成就,获得升职加薪;或者当创业者的团队日益扩大,业务取得初步规模的时候,则是组织的成长。当人们处于成长期,自我感觉良好的时候,常会误以为成长是个线性的增长过程,我们期待成长和顺境会一直进行下去,与我们的努力和付出成正比;当我们去旁观其他身居高位的成功人士,也会猜想他们是在良好机遇和自身才干的基础上平步青云、飞黄腾达的。但事实并非如此,每个人的职业生涯都会经历数次起伏和转型,成功人士也不例外。

成长过后会经历一个平台,也就是“稳定期”。有同事说,在现在的企业工作10年了,每天既谈不上开心,又谈不上不开心,对自己的工作既说不上喜欢,又说不上不喜欢,总之是不咸不淡的,但是现在的工作又比较稳定,因此也没有想到改变,但是模糊之中总觉得不踏实。其实“稳定期”看似四平八稳,但如果没有为自己寻找发展的契机,那么接下来的动荡和混乱不可避免。一些企业裁员的时候,会优先考虑用一些资历深但绩效平平的人去换取一些新鲜血液,而人到中年,职位薪酬较高的职场人离职后被迫重新找工作,有时并不是一个容易的过程:很多企业会寻找更年轻、薪资更低,更有活力的人才;市场上符合资深职场人要求的岗位又十分有限。

动荡和混乱是我们最不愿意面对的,但这样的阶段促使我们去改变和提升;只有经历放下和静思,我们才能为自己新一轮的创造和成长奠定基础。在这俩阶段,人需要一些取舍和调整,只是如果这个过程是在被动和没有预备的情况下发生,往往会对人造成很大的打击,很多人会从此一蹶不振,花数年的时间才能让自己步入正轨。

因此,如果希望自己的职业发展形成不断上升的螺旋,我们需要在职业发展发展的平台期和稳定期能够居安思危,主动去为自己创造新的发展契机,在自我发展的“稳定期”开始一个新的“创造”过程,就可以有效避免动荡和混乱。很多在大都市工作压力大、工作满意度低的人容易冲动离职,来一场“说走就走的旅行”。但是,很多时候,在稳定期的创造和改变并不意味着离开现在的工作,而是说,一个人主动思考和尝试,用创新的方式去达成在目前岗位同样的工作目标;或者在从事目前工作的同时,抓住时机给自己充电,为自己的下一个职业目标积累知识、资源和人脉。



小额调整,有理有势

一定程度的涨价作为惠及百姓和谋求长远发展中寻求平衡的办法之一,是一种必然

□ 亢舒

前一阵北京地铁涨价的消息出来,听到过身边一些朋友的议论。一位说涨价了估计人会少点,没那么挤了;另一位说根本不可能,涨价了也得坐,毕竟地铁还是最便捷最经济的出行方式。

老百姓当然不希望涨价,但是坐地铁在早高峰时“被挤成照片”的经历想必很多人都有。更有很多人因为不堪地铁拥挤的重负改为乘出租车上班。涨价了,乘地铁的人到底能不能少些?

按照北京市轨道交通指挥中心负责人的说法,如今北京地铁从最短的400米到

适当涨价,挡住闲人

应通过适当调整票价等办法,腾出更大的空间给那些忙碌着上班打工养家糊口的人们

□ 李甘林

在网上看到,为便于管理,有人建议实行65岁以上老年人刷卡免费乘车或暗补改明补。之后不久,又看到有驾驶员表示,因为车上有空位,早上7点左右,一些老年人买菜后图凉快不愿意下车,一边坐车一边在车上择菜,如果坐一个来回,自己的菜还没有择完,就到对面再坐一个来回。

沿袭多年,且几乎让全国人民都眼热

公司有钱,方能提质

地铁应该适当地提价,以确保公司能有一定的资金用于增加设备、提高服务质量

□ 祝鹏程

在2008年奥运会之前,北京地铁开始实行2元的单一低票价制。在此后六七年里,地铁的里程拉长了好几倍,但2元的票价却一直未有涨过。只需要花一张晚报的价格,就可以无远弗届地到达这个特大型城市的任何角落,这听起来就像是个神话。

随着地铁建设的发展,线路越铺越长,营运列车也逐渐增多,地铁的运营成本,如基础设施建设、车辆购置、设备维

地铁调价之我见

最长的88公里,地铁运输里程相差220倍,票价却都是2元。当前的票价体系没有能够合理引导地铁和汽车两种公共交通方式的客流出行分布,公共交通方式之间的客流分担不合理,在票价调整后有望实现发挥公交以承担中短途客流为主,地铁承担中长途为主的均衡客流效应。

涨价与否关乎百姓出行,更关乎地铁的发展,以及城市的未来。毫不夸张地说,在北京这样人口数量多密度大的城市,如果没有地铁,城市面临瘫痪。

有媒体曾经报道,从2007年至2013年这7年间,北京地铁年度基本运营成本从13.4亿元增至53.3亿元,增加了3倍。地铁票价“2元时代”的7年间,北京市政府补贴财政资金达到221亿元,北京地铁运营商2013年亏损34.6亿元。

北京市近日提出,计划再投资4000亿元,到2020年建成总里程超过1000公里的地铁系统,而截至2013年底,北京地铁里程为465公里。

的北京公交低票价制调整在即,立马引发包括公交司乘人员在内的社会各级人士的广泛参与和热议,这是情理之中的事情。然而,北京一些老年人夏天为图凉快,竟一边乘坐公共交通,一边把车当自己家厨房或餐厅择菜,如果没择完就到对面再坐一个来回的奇人奇事,既让人感到挺逗,更让人感到该通过调价,有效遏制这一不该出现的咄咄怪事。

“哪凉快哪儿待着去”,这是一句典型的北京俗语。现在看来,“哪凉快哪儿待着去”却反倒真成了许多退休在家、操持家务的老年群体理想选择。比如,笔者就经常看到,夏天早晚,一些大型超市里刚一开门,老人们就摩肩接踵蜂拥而至,他们并不像年轻人那样为赶时间,挑上自己要买的物件付款后走人,而是慢慢悠悠先四处转悠,再到蔬菜区精挑细选,更有少

数老人干脆用携带的小剪刀,专挑饱满的毛豆,一个一个剪去两头之后,再让售货员过秤。遇到这样的主儿,超市管理员们也只能徒叹奈何。

活虽然看似扯得有些远了,但这样的情形却与北京一些老年人公共交通工具上边蹭凉边择菜有着异曲同工之妙。如果听任老人们把公共交通和超市当自己家客厅厨房,靠着劲儿地蹭凉、干私活,这既无端挤占了公共资源,有悖公德道德,妨碍公交超市正常营运秩序,损害公交公司和超市业主利益,与此同时,还容易引发一些不可小觑的“破窗效应”。因此,应通过适当调整票价,或限制老年人公交卡每天刷卡次数等办法,有效遏制这种老人边蹭凉边择菜的陋习,同时也腾出更多更大的空间给那些忙碌着上班打工养家糊口的人们。

峰期,而对于那些朝九晚五、住在郊区的工薪族而言,上下班坐地铁是他们的硬性需求,无论是否涨价,地铁都是他们唯一的选择,涨价似乎并不能起到缓解高峰期人流的作用。更何况,选择地铁出行的往往不是高收入阶层,而作为公共交通,地铁的本质是非营利的,应该以便利大众为宗旨。如果票价的涨价幅度过大,可能会让乘坐者每月多花数百元钱,对工薪阶层的日常生活产生不小的影响。

有鉴于此,我支持在保证有充足的市政投入的基础上,地铁应该适当地提价,并采取分段计价的方式,以增加运营公司的收入,确保公司能有一定的资金用于增加设备、提高服务质量。同时,为了便利普通市民,也必须设定最高封顶价。另外,提价也需要配套其他措施,如推广错时段上下班等,以确保城市交通的健康发展。

地铁最为拥挤的时段,主要还是上下班的高