

# 别把民生工程变“闹心工程”

熊志

中国新闻名专栏  
之江观察

日前,中央学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育领导小组办公室会同中央层面整治形式主义为基层减负专项工作机制办公室对3起整治形式主义为基层减负典型问题进行通报。

中央通报的这3起案例,引发社会的高度关注,它是对基层治理的一次集中警示教育,是对形式主义歪风的强力纠偏。具体来看,每一起案例都教训深刻,值得认真反思。

比如福建省龙岩市长汀县,在水上保持核心区搞“挖山造田”,造成植被破坏;山东省临沂市费县实行“千分制”,甚至“双千分制”“三千分制”考核体系,加重了基层负担;甘肃省天水市盲目举债上马“有轨电车”项目,造成了巨

大的资金浪费……

上述被通报的典型问题,背离了新发展理念,加重了基层负担,让地方发展陷入更加被动的局面。

像长汀县“挖山造田”,田没造出来,山体还被毁了,后续需要投入大量资金修复治理,得不偿失;而甘肃天水的“有轨电车”,最终拆也不是,不拆也不是,每年几千万元亏损,民生工程沦为了“闹心工程”。

近年来,中央层面多次对形式主义亮剑,开展专项治理。上述问题的出现,反映出形式主义贻害无穷的一面,也说明面对基层存在的这一病灶,必须采用强有力的手段来对症下药治理。

形式主义的歪风,根在何处?这些不科学、不合理的举措、项目,能够一路绿灯,说到底还是因为政绩观出了问题,发展思路出现了扭曲。

有的地方官员在错误政绩观驱使下,片面

追求短期效益,牺牲长远发展,不顾客观实际蛮干硬干,想立竿见影地做出一些成绩来,结果事与愿违,留下一个烂摊子。同时,上级确立的政策,一般都会强调尊重客观规律,结合地方实际科学执行。所以形式主义背后,是对政绩工程的偏执,对群众利益的漠视,对客观规律的无视,对“对上负责”的片面理解。

去年,习近平总书记在浙江、江西、江苏等地调研时都曾强调,树立正确政绩观,坚持立足实际、科学决策,坚持着眼长远、打牢基础,坚持干在实处、务求实效,防止形式主义、官僚主义。

从上述被通报的典型问题看,要真正树立、践行正确政绩观,让地方主政者真正做到心系民众,心系地方的长远发展,多干实事、少图虚功,还须进一步加大力度建立健全相关制度和机制,将干部政绩与人民利益、短期利益与长期利益统一起来。

比如在决策层面,对一些重大项目、举措,应当加大调研力度,提升公众参与度,充分听取各方意见,让民众针对一些关乎地方发展和切身利益的重大问题能拥有发言权、监督权,倒逼政府部门科学决策。同时,尊重专业意见,敬畏人民利益,把纳税人的钱花到刀刃上。

此外,还须不断完善责任追究机制。对那些加重基层负担的形式主义工程,要果断出手、从严问责,用刚性的惩罚压力约束基层干部,提升盲目蛮干、随意决策的风险成本。只有让地方官员尝不到甜头,才能真正戒除扭曲的政绩观。

不管怎么说,狠刹形式主义歪风非一日之功,需要持续用力、精准发力。这次通报的3起案例,是沉重的警示。只有举一反三,不断完善体制机制、完善监督体系,让领导干部特别是“一把手”树立正确的政绩观,才能够从根本上解决形式主义问题。

## 跳转广告为何肆无忌惮

朱浙萍

打开App,广告立刻占满屏幕;不小心稍稍碰到屏幕,立刻跳转到第三方购物平台;试图关闭、退出,却找不到、点不到关闭按钮……这是不少手机用户有过的经历和烦恼。1月15日,中消协等发布2023年四季度消费维权舆情热点,其中“摇一摇”跳转广告泛滥的现象被点名。

广告“乱跳转”不是新鲜事,如今呈现的新花样,更让人防不胜防。有网友表示,每到购物节前,各种App开屏广告就会活跃起来,走路时打开A软件都能触发跳转到B软件,切换速度甚至比直接打开B软件还要快。有的平台上,视频暂停播放后自动缩成小窗口,却无缝衔接播放起全屏广告。正如网友吐槽的那样:“无论你在手机上点开什么,命运总能让我们相聚在电商平台。”

广大网友可谓“苦跳转广告久矣”。江苏省消保委一项调查显示,逾九成消费者对“乱跳转”广告感到厌恶。法律专家表示,故意设置一些套路和陷阱,欺骗和诱导消费者观看广告的行为,涉嫌侵犯消费者的自主选择权,违规收集信息、过度索权甚至侵犯用户隐私。

事实上,对于这类无孔不入的弹窗广告、开屏广告,工信部、国家市场监督管理总局、中央网信办等相关部门已进行过多次规范和整治。比如规定,“摇一摇”广告,用户至少得转动手机

35°、转3秒以上才能跳转;广告上要有明显的“跳过/关闭”按钮、“点击跳转第三方”的标识;不能误导、诱导用户操作等。然而,规定摆在这里,批评声浪也很大,可许多广告商却依然我行我素,并未遵照执行、落实整改。

说到底,还是违法成本过低,企业有利可图。与此同时,面对这类量大面广的广告,监管却很难完全覆盖。而对于用户来说,真要维权并不容易。侵权成本与维权成本不对等,让跳转广告更加“肆无忌惮”,不断游走在监管边缘。

有效治理“乱跳转”广告,需要多方合力。首先,监管部门在完善政策法规的同时,须在执法层面花大力气抓落实。不能坐等群众去举报,而应主动出击,加大对违规广告的打击力度,提升执法查处效率,对于整改落实不到位的一要依法予以严厉处罚,甚至吊销其资质或者关闭其平台,让其付出沉重的代价,起到震慑和警示的作用。

同时,应当为群众搭建更为畅通便利、多元化的投诉渠道,提高群众举报意愿,降低维权成本。针对广告侵权典型案例,消费者保护协会等公益性社团组织应加强公益诉讼,扩大社会影响力和关注度。

对于平台和软件企业来说,也要放眼长远,肆意妄为甚至采取侵权手段,只会寒了广大消费者的心,最终遭到法律的惩罚和市场的唾弃。

## 画中话



## 岂可“占景为王”

近日,有网友视频爆料称,自己在山东青岛一景区帮人拍照时被收费摄影团队阻挠,要求其离开。该事件发生后,工作人员表示,景区从来没有限制过个人拍照,阻拦系商家私自行为。近年来,商家“垄断”景区拍照现象时有发生,景区管理者要从游客需求着手,清除危害旅游秩序的乱象,让美景更“美”。  
高晓建 作

上海一骑手在短视频平台表示自己“送外卖三年赚了102万元”,引发诸多关注。澎湃新闻报道称,从相关业内人士和平台方获悉,这位叫陈思的骑手3年赚了102万元的事实得到确认。他的经历被传播后,有人质疑事情真假,有人编造了陈思被打的谣言。

送外卖3年挣102万元的故事确实很有新闻性。根据国家统计局的数据,2023年前三季度全国居民人均工资性收入是16747元,而2022年全国城镇非私营单位就业人员年平均工资为114029元。如果这事儿是真的,那么这位骑手的收入打败了大多数人。当然,它也挑战了许多人对工种与收入的固有观念,所以一些外卖员也感到意外:我们跑得也很辛苦,可没赚到这么多钱啊!

面对争议,这位沧桑得不像25岁的江西小伙展示了后台工资数据,回应了交税的问题,也解释了用路线规划、餐厅用餐情况和自己的送餐方法,可以实现这样的配送“战绩”。记者采访时他怎么做到的,他回答就是靠自律,没有任何社交和娱乐活动,每天就是上班和睡觉,“努力、能力、运气都有关系”。记者又问动力是什么,他答“欠债吧,现在还有10万元没有还清”。再问这样辛苦觉得值得吗,他很直白地回答:“只要赚到钱了就值得。”

或许这个故事真有大众看不到的“破绽”“毛边”与“用心”,但通过各路信息的交叉验证无法否认,主人公确实是一个非常努力的小伙子,即便他努力的目标不是为了和谁“坐在一起喝咖啡”,而是在任何领域要做到行业顶尖,绝对不是容易的事情,不要小瞧了这份毅力。“102万元”背后,是拼命三郎一样的3年,是睁开眼的每一分钟都被外卖平台算法统治的日夜。这样的努力,可审视,不可复制。

每当这些超越一般人认知经验的新闻走入公共视角,总会让人不安,因为它们挑战了我们对世界的熟悉感、掌控感。今天留学生、博士生来送外卖了,明天又有外卖员3年赚了102万元;今天嚷嚷着别学新闻,明天又宣扬文科都是服务业……身处一个信息过载的时代,如何处理这类信息,已经成了普通人的必修课。学好这门“课”有三要素:

一曰守心。所谓心不动于微利之诱,目不眩于五色之惑。懂得信息时代的传播规律和流量思维,就不会整天为各种“炸裂”“魔幻”信息所干扰。专心干好自己的事情,在自己的航道上保持努力的进度,终会有所收获。

二曰守常。商无十倍之价,农无百斛之望,此守常而不变者也。真真假假,既要在常识的区间内作判断,也要用学习和交流不断拓宽这个区间,打破信息茧房,避免因妄断妄言而赔笑大方。

三曰守拙。抱朴守拙,涉世之道。要根据自己的水平做力所能及的事情。这山望着那山高,捡了芝麻丢西瓜,这样的事情少做。越是在纷繁复杂的环境中,越要清晰认识自身,也就无惧于这些信息背后是不是有把明晃晃的“韭菜刀”。

# 浙江有礼

## 省域文明新实践

**浙风**  
倡导六种时代新风

**十礼**  
践行十种礼节礼行

爱国爱乡	科学理性	书香礼仪
唯实惟先	开放大气	重诺守信
敬有礼	学有礼	全民学礼仪 知书又达理
信有礼	亲有礼	传承好家风 相亲又相爱
行有礼	帮有礼	随手做志愿 邻里相守望
仪有礼	网有礼	上网要节制 传播正能量
餐有礼	乐有礼	文明伴游乐 有序观赛演

浙江有礼,从我做起!

浙江省文明办宣

公益广告