

警惕基层“花头干部”伤害干群关系影响队伍形象

本报评论员 林琳

投机取巧、曲意逢迎之人,他们没把心思、精力用在工作上,而是用在一些不该用的人和事上。

上述报道描述的一些“花头干部”的表现和细节,人们并不陌生。比如,极力投领导所好,擅长在各种场合逢迎拍马;工作当前,喜欢走“捷径”,怎么省力怎么来,明明没干什么活儿,却利用各种机会在领导面前邀功请赏,说自己“可是累坏了”;领导在时拼命表现,领导不在时便“玩消失”;在群众面前拍胸脯承诺、说大话,不管能不能落实。这些干部的共同特点是擅长作秀、造假,会演戏、会给自己加戏,当面一套、背后一套。

对照这样的“标准”,我们不难在那些已经落马、出事的官员中找到一些原型。比如,有的落马官员在离开某地时,要求下属组织群众为其送别,还将“送别”场景制作成H5作品在网上传播。有的落马官员为给来视察的领导留下好印象,安排群众在公路沿线突击种树,还宣扬自己跑遍当地几百个村,实际上有的只是路过。还有媒体报道显示,有的干部到贫困户家中,不聊如何脱贫,而是摆姿势和贫困户合影,然后寒暄几句、拍拍屁股走人。这些干部在表扬、宣传自己,在打造人设、赢

得口碑和政绩等方面,可谓做足了功夫,手段、花样都令人“叹服”。

当然,这些大多是已经被曝光或者被法律法规制裁的人,如今,更令人担心的,是那些喜欢“搞花头”、玩花样,而尚未被发现甚至混得风生水起的人。

对整个干部队伍来说,类似喜好“搞花头”的干部堪称害群之马,不仅影响了干部群体的整体形象,也影响了地方政府部门的形象和公信力。就某些地方官场生态而言,“花头干部”极有可能因为表面功夫做得足、能言擅演而被赏识、被提拔,这必然对那些踏踏实实干事、不懂逢迎的干部形成逆淘汰。

更重要的是,基层是社会治理的前沿阵地,是离百姓最近的地方,基层的很多工作事关百姓的切身利益。如果放任“花头干部”在基层越来越多、越来越如鱼得水,实际上就是在纵容他们的工作方式和行为做派,而这极有可能意味着,他们所做的很多工作都是花架子、假把式,不会有实质性进展和改善,从而影响相关基层服务的质量、基层治理的效能。这对基层政府、对地方百姓来说,都是一种伤害。

“花头干部”的存在,与其个人的操守、理

想信念有关,与上级领导的选人用人标准有关,也与好大喜功、形式主义的基层工作作风有关。问题的关键在于,怎样迅速、及时甄别出“花头干部”?如何让他们在官场中没有市场、尝不到甜头?

有专家建议,要充分发挥考核的指挥棒作用,完善基层干部考评机制,细化考核办法和标准,以实绩实效评价打分,形成优者奖、能者上、庸者下、劣者汰的机制和氛围;在干部选拔任用时,要更全面、深入地听取其他干部、同事和可能知情人员的意见;避免一把手搞“一言堂”,要对那些纯粹出于私心、不负责任的推荐予以问责,等等。

必须明确,无论何时何地,我们需要鼓励和推崇的,都应该是脚踏实地做事、清清白白做人,都应该是那些有担当作为、会干事创业、能拼搏奋斗的人。也只有这样的人,才能真正解决百姓的急难愁盼,让基层治理有实效、见实绩。

“干部就要有担当,有多大担当才能干多大事业,尽多大责任才会有多大成就。不能只想当官不想干事,只想揽权不想担责,只想出彩不想出力。”这是党对领导干部提出的要求,每一个领导干部都应铭之于心、践之于行。

社评

中国新闻名专栏

无论何时何地,我们需要鼓励和推崇的,都应该是脚踏实地做事、清清白白做人,都应该是那些有担当作为、会干事创业、能拼搏奋斗的人。也只有这样的人,才能真正解决百姓的急难愁盼,让基层治理有实效、见实绩。

11月29日出版的《半月谈》聚焦基层一些“花头干部”,这些干部只会来事,不会干事;不干实事,擅长加戏;对上逢迎,擅搞形式;喜唱高调,善于表演,值得警惕。

现实中,很多有担当、干实事的干部为基层治理、为民生大事操心费力,做出诸多成绩,是干部中的主流。但同时,干部队伍中不

开放外部链接 是对互联互通的回归

然玉

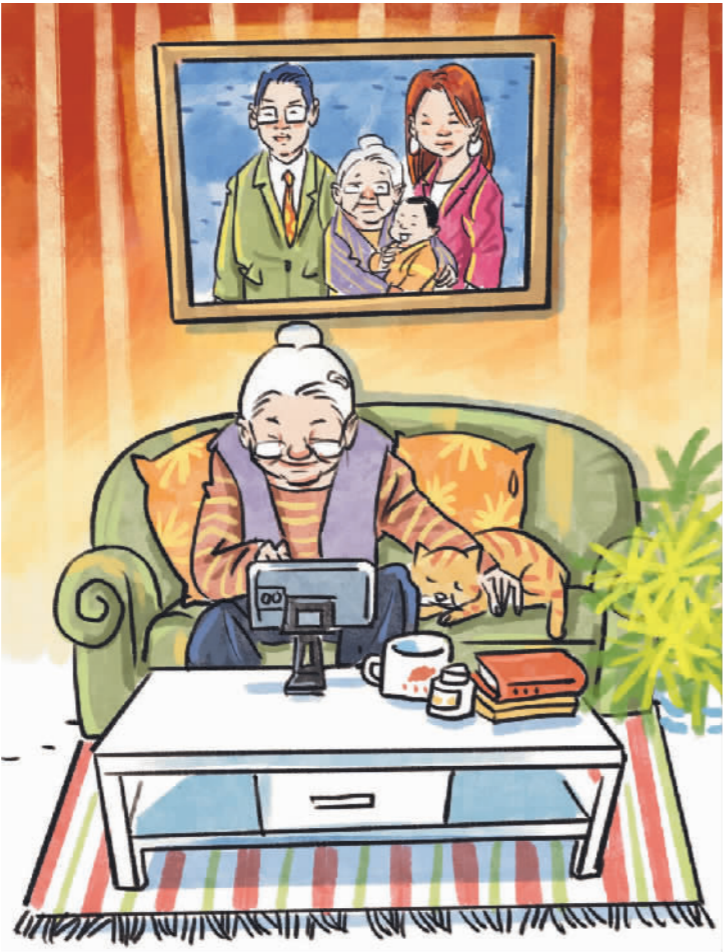
据澎湃新闻网报道,11月29日晚,某社交软件发布关于外部链接内容管理规范的更新说明,表示为进一步落实互联互通方案,即日起开始对外部链接管理措施进行更新。其中,用户在点对点聊天场景中可将直接访问外部链接,在群聊场景下电商类外部链接直接访问功能也将试行开放,后续计划开发自主选择模式,为用户提供外链管理功能。

前不久,工信部就“屏蔽网址链接问题”召开行政指导会,之后多家互联网企业迅速响应,纷纷拿出了整改方案。如今相关企业宣布开放外链,意味着今后在聊天框转发的购物链接,将不再是“火星文”“鬼画符”了。用户直观体验的改善,是这轮互联网“重新开放”浪潮最直接的红利。互联网,生而互联。在PC端时代,互联网的开放风气及互联互通的特质,让人印象深刻。然而,到了移动互联时代,割裂封闭一定程度上取代了互联互通,几家大平台跑马圈地,依托优势业务形成各自主阵地,然后高筑墙、广设防,把互联网场域切割成一个个超级APP,相互间“通道”被阻断。如此格局下,滥用市场支配地位的不正当竞争,几成常态。

一面是各大平台内部的小生态、小循环热闹非凡;一面是互联网这一“大生态体”创新乏力,“后人者”缺乏成长空间和机会。互联网平台屏蔽外部链接的本质,是封锁“流量管道”,降低“竞争者”低成本、便捷化接触用户进而做大做强之可能。表面看,这是“我的地盘我做主”,实际上是把公域当私域,是另一种形式的“流量挟持”。动辄封锁外链,这是平台凌驾于用户之上对人们权利的一种剥夺。

开放外部链接的“拆墙”易,拆掉思维里的障碍难。“拆墙”不能只是给监管部门一个交代,不该是商业谈判、对等解封,而更应是对用户的尊重,对互联网本质的回归——互联网企业的游戏规则,不能践踏互联互通的基石。

以更大的格局、更彻底的举措来完成“拆墙”行动,让互联网早日回归其本来的样子,让企业间的竞争更磊落,更以内容和服务取胜,让用户的权益更有保障,才是正途。



张海英

“因为是服务少数人群,我们的商品可能永远都不会成为爆款。”——据11月30日《中国青年报》报道,“90后”特殊教育教师、手语名为“透明”的女孩,开了一家网店,里面只有8个商品,商品配图大都是一些简单的手语手势,与4年前刚开业时无异。店铺一个月可能会有几个订单,有时可能一单也没有。

“透明”的店铺主要是为听障人群以及一些与听障人士有交流需求的人提供服务,这种服务是一种需求较少的冷门商品。与这种商品类似的还有,“80后”网店店主许超,每年大约会为顾客定制近4000个硅胶手、脚、耳朵等;国际知名设计师于晓丹,从时装设计转向乳腺术后专业文胸设计。

市场经济中,多数店铺都期待通过打造

爆款产品为广大消费者服务,以快速实现财富积累。但同时,也有少数商家甘愿提供销量小、赚钱少甚至不赚钱的冷门商品。由于服务对象主要是残障、残缺人士,这类服务其实有着特殊价值和社会意义。

譬如,提供手语翻译的网店,其服务不仅充当了听障人群的“耳朵”,还成为社会人群与听障人群沟通与互信的一座桥梁;提供假肢定制的店铺,其服务使得残缺人群得以“健全”;为乳腺术后女性设计内衣,则可以帮助特定人群回归女性之美、重树自信。

显然,这类特殊的冷门商品无法用正常业绩标准衡量,它们已然超越一般商品的价值,成为一种稀缺的贴心服务。时下,可以赚快钱的商品很多,但这类店铺所追求的不是商业利益,而是做点更有意义的事,弥补目标人群的遗憾。

冷门商品背后,是店铺经营者服务特殊

陪伴

据《潇湘晨报》报道,近日,湖南株洲一位八旬老人对着手机说话的视频引发全网关注。视频中,老人讲述了自己的一些经历,因子女不能经常陪伴身边,时常感觉到孤独。这条视频获得数十万点赞,网友们纷纷为老人送祝福。视频中,老人也表示了对子女的理解,“他们都是为了生计,为了他们的家庭……”

老年人积极拥抱数字生活,在短视频平台分享自己的日常,是主动翻越“数字鸿沟”的表现,值得点赞。只是时下,老年人上网这事儿也有了“硬币的另一面”——有的老人成了“网瘾老人”,与一些“网瘾少年”一样,同样存在种种隐患,需要被拯救。让老年生活丰富起来不单单是子女的责任,也是个社会问题,除了老年人自身要多培养一些兴趣、爱好,多结交些朋友,子女多提供建议和支持外,有关部门也要注重对老年人精神需求和生活的关心、照护,通过多种渠道切实提高老年生活的品质 and 意义。

赵春青/图 弓长/文

冷门商品背后有一颗滚烫的心

人群的滚烫的心。同时,他们也看到了目标人群对于这种服务的渴望也是极其“滚烫”的。近年来,我国残疾人保障事业取得了不小成就,但具体到每一位残障、残缺人士,有些服务的覆盖面仍显不足。许超正是看到市面上的假肢不仅价格高且质量参差不齐,才决定提供假肢定制商品服务。

这类冷门商品未必会一直冷下去。数据显示,我国仅听障人群就有2780万人。当这类服务在更大范围和程度上被公众获知,这种冷门商品就会慢慢“热”起来。这不仅需要舆论多关注这类冷门商品,也需要电商平台为这类店铺提供更多的展示机会。店铺经营者则要时刻意识到,既然是为弱势群体提供服务,就应该严格把控商品和服务的质量,确保货真价实。除此之外,如果相关部门能为这类商品和服务提供一定的政策支持等,无疑是相关人群的福音。

门要督促网约车平台企业向驾驶员和乘客等相关方公告计价规则、收入分配规则,每次订单完成后,在驾驶员端应同时列明订单的乘客支付总金额、驾驶员劳动报酬,并显示乘客支付总金额减去驾驶员劳动报酬后与乘客支付总金额的比例(俗称“抽成”),保障驾驶员的知情权和监督权,等等。比如,支持从业人员参加社会保险、保障从业人员获得合理休息、改善从业环境和工作条件等。保障网约车司机这一群体的合法权益,让他们能“踏实上路”,也有利于保护广大乘客的权益和安全,有利于网约车行业的健康有序发展。

这样的规定有的放矢,切中痛点。要想切实保障网约车司机权益,就要对网约车企业“动刀”,为问题和乱象“开药方”。

期待相关部门加大监管力度,督促网约车企业落实好相关要求,进而实现网约车司机、平台企业以及乘客的多赢。如果落实得好,对其他平台企业和新业态从业者来说,应该也会有一定的启发意义。

融媒作品选粹

专访一线工人获国家科技大奖



11月3日,一线技术工人李鸿登上了国家科技领奖台。李鸿以“工匠精神”扎根隧道事业38年,为国产盾构推向全国、走向国际市场作出了极大贡献。11月25日,李鸿接受工人日报直播专访,讲述从业故事。

(本报记者 贺少成 肖婕妤 付子晴)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《一线工人获国家科技大奖是怎样的体验?工人日报专访揭秘背后故事!》



一图看懂全国产假地图



最近,全国多地宣布修改计划生育条例,增加生育福利、延长生育假期。记者梳理发现,多地女职工产假增至158天。生娃能休多少天假? 产假假怎么休? 育儿假有多少天? 来看看新出炉的全国产假地图(截至2021年11月27日)。

(本报记者 吴丽蓉)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《全国最新产假地图出炉! 男性陪产假最长的居然是这些省份……》



他为服务机器人“赋能”



王峰就职于国家级专精特新“小巨人”企业——北京云迹科技有限公司。作为服务机器人应用技术员的他,主要负责公司服务机器人项目的部署交付和运行保障。王峰认为,在“后疫情时代”,中国的服务机器人市场将迎来新一轮的发展热潮。

(本报记者 王群)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《“主人,你好!”! 三工视频·新360行之服务机器人应用技术员》



中老铁路等你来“打卡”



经过多年建设,中老铁路即将开通运营。中老铁路是共建“一带一路”倡议提出后,第一条以中方为主投资建设、全线采用中国技术标准、使用中国设备并与中国铁路网直接联通的国际铁路。跟随记者镜头,试乘中老铁路国内段。

(本报记者 黄榆 本报通讯员 杨紫轩)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《中老铁路即将开通运营!一起来体验丝路之旅!》



文字整理:赵琛

规范网约车运营 保障从业者权益

戴先任

据11月30日新华社报道,针对部分网约车平台抽成高、随意调价诱使驾驶员超时劳动、疲劳驾驶等问题,交通运输部等八部门近日联合印发《关于加强交通运输新业态从业人员权益保障工作的意见》。其中提出,各地相关部门要督促网约车平台企业加强与经营服务所在地工会组织、行业协会的沟通协商,合理设定抽成比例上限并在移动客户端和媒体上公开发布。

随着互联网的普及,近年来快递、外卖网约车等新业态发展迅猛,在提供大量就业岗位的同时,行业内从业者流动性大、稳定性

差、职业归属感不强等问题日益凸显,从业者工作强度大、劳动用工关系认定难等权益保障问题越来越引起重视。

必须正视的是,一些外卖、快递、网约车企业往往处于强势地位,有的甚至在行业内享有绝对话语权,这些企业在用工过程中普遍存在抽成高、劳动者被诱导超时劳动等问题,媒体对此多有报道。而相关从业者通常博弈能力弱,不懂也很难捍卫自身的合法权益。

先前,某头部网约车平台对有能力接单的司机派更多单,对高峰期出车少的司机则不派单,引发舆论热议。这种“能者多劳”的激励举措,固然有一定的正向意义,但其是否公平合理、是否会诱导司机超时劳动,值

得商榷。

抽成高、随意调价等现象,不仅会打击相关从业者的积极性,也不利于新业态的健康有序发展。同时,可能侵犯消费者的切身利益。比如,高抽成可能会造成服务价格“水涨船高”,最终还是让消费者埋单。如果司机的付出与回报不成正比,那么其劳动积极性、服务质量都有可能大打折扣,最终影响的还是乘客的出行体验。司机抢单、抢时等还可能给公共交通安全埋下隐患。随意调价、不公布收入分配规则等,一定程度也侵犯了消费者的知情权。

令人欣慰的是,上述意见对现实中的诸多问题作出了应对。比如,提出完善平台和从业人员利益分配机制,各地相关部