



消除“奇葩证明” 先治“奇葩作风”

那些依然存在“奇葩证明”的环节,从根本上讲,还是没有倾听老百姓的声音,在作风上还是存在这样那样的问题。转变作风不仅仅是政府部门的事,也包括非政府部门。

毛建国

一段时间以来,“奇葩证明”成为舆论关注的热点。新华社调查发现,与过去相比,全国多地基层派出所和社区开证明的数量已明显下降。不过,在一些地方,如“无小三证明”“家庭妇女证明”之类的“奇葩证明”还被要求出具,一些公证、银行等非政府部门成为索要证明的大户。

在改进作风的背景下,“奇葩证明”本应该令行禁止、迅速绝迹,为何在一些环节依然存在甚至泛滥呢?这背后的问题,值得我们深思。

有关“奇葩证明”的由来,有一种说法是服务理念问题,表现为有些部门还没有跟上时代前进的步伐,还没有学会采用现代技术手段丰富和提升治理方式。正如舆论公认的,在互联网时代的背景下,互联网技术的发展已经让信息共享成为了可能。有关方面应该成为互联网思维

的先行者和实践者,尽快通过对互联网技术的应用,让百姓“少跑腿”甚至“不跑腿”。

这是问题的一个方面。但这还只是表象,最根本的还是作风问题。中央早就强调要树立以人民为中心的理念,要把人民群众对美好生活的向往作为奋斗目标。这也决定了权力必须放低姿态,及时了解老百姓的所思、所想、所忧、所盼,通过作风改变来增强老百姓的幸福感和获得感。由此出发,倘若一个部门真正把民心民愿放在心上,还会让老百姓东奔西走,甚至跨过大半个中国去开证明吗?

既然是作风问题,那就应该通过改进作风解决。自作风建设启动以来,一些顽固问题总体得到遏制,作风改善成果也得到了方方面面的认可。拿“奇葩证明”来说,为治理群众“办证多、办事难”问题,去年11月国务院办公厅印发了《关于优化公共服务流程方便基层群众办事创业的通知》。一年以来,据不完全统计,目前已有超过二十个省份出台了具体工作方案,全面清理各类“奇葩证明”和繁琐手

续。在这其中,看到了对“奇葩证明”的关注,也看到了问题缓解得到的民心点赞。

然而,“奇葩证明”在一些地方一些环节不同程度存在的事实表明,总体改善不代表根本改善。就当前而言,“上面九级风浪,下面纹丝不动”的现象仍然不同程度存在。那些依然存在“奇葩证明”的环节,从根本上讲,还是没有倾听老百姓的声音,在作风上还是存在这样那样的问题。

诚然,根据新华社的调查,“一些公证、银行等非政府部门成为索要证明的大户”。这些机构确实是非政府部门,但在很多方面,它们还具有政府部门的属性,并且承担着一些公共职能。转变作风不仅仅是政府部门的事,也包括这些非政府部门。在改进作风之初,就有声音提醒,不良作风具有反复性和顽固性。诚哉斯言,确实如此。总之,“奇葩作风”不解决,“奇葩证明”难根治。作风建设只有进行时,没有休止符,没有完成时。希望“奇葩证明”问题,能在作风建设中进一步加快解决。

小“橘子地图” 见证公共服务大变化

将命运共同体意识融入公共管理和社会治理之中,多一些体谅他人、关心他人、帮助他人的“成人之美”,有助于提升公共服务的品质。

杨朝清

最近,对于宁波市北仑区的橘农们而言,大伙除了丰收的喜悦外,还有一个更为开心的消息:以后卖橘子更方便了。因为北仑城管手绘了多幅“橘子地图”,橘农只要按照地图上的售卖点摆摊卖橘,就不用偷偷摸摸的了。对于游客来说,拿着这些地图买橘子也更容易找到摊位。

农产品丰收了,农民有进城摆摊售卖的利益诉求,市民有就近购买优质农产品的需要。然而,如果任由农民自弹自唱,“想摆摊就摆摊,想怎么摆摊就怎么摆摊”,不可避免地会给城市的公共秩序和环境卫生带来损伤。尊重和回应农民与市民的利益诉求,需要城管部门寻求不同利益群体最大的“价值公约数”。

长期以来,一些地方城管和摊贩不断上演“猫鼠游戏”。为了将手中的农产品顺利销售出去,农民不断地腾挪闪转。这不仅降低了农产品的销售效率,也让农民的销售之路变得无奈和艰辛。一些地方为了规避农民自发的、无序的沿街售卖,将农民限制在少数的市场里销售,没有起到应有的治理成效。

“西瓜地图”也好,“橘子地图”也罢,说到底都是城管部门转变公共管理理念、提升社会治理水平的一种体现。伴随着社会变迁,公共服务的评价标准逐渐从“有没有”到“好不好”过渡,社会治理也逐渐从强硬、直观的震慑模式向柔和、间接的教化模式转变。“橘子地图”不仅切实做到了便民、利民,也实现了从“以堵代疏”到张弛有度、宽严相济的价值追求的转型,应该给予肯定和赞赏。

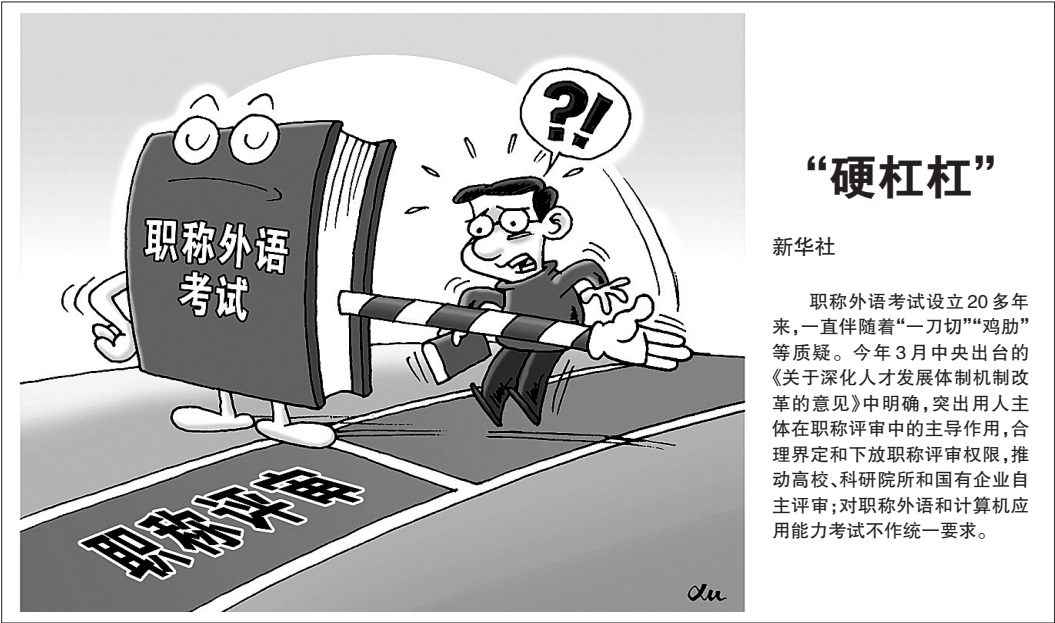
“三农问题”研究专家徐勇认为,伴随着社会变迁,当今的农民越来越多地进入或者被卷入到一个开放的、流动的、分工的社会化体系之中,与传统的封闭的小农经济形态渐行渐远。和传统农民相比,职业农民需要让农产品拥抱市场,实现产销对路。尽管对农民来说,这样的转型是艰难曲折的,但他们不得不适应融入市场化、商品化的时代浪潮。

与其将橘子销售给中间商,不如自己进城售卖;尽管这样会辛苦许多,却能让农民多增加一些收入。进城卖橘子是农民基于生活本身最直接也最强烈的渴望,需要更多的社会支持。“橘子地图”不仅对农民进城卖橘子给予了价值认同,还将其纳入制度化、规范化的治理轨道,实现了农民、市民和城管多方互利共赢。

多一些“想农民所想,急农民所急”,在公共规则与农民的利益诉求之间寻找中间地带,“橘子地图”见证了城管部门可喜的角色转变。在传统农民向职业农民过渡的今天,公共部门需要以更加精细化、人性化的举措来帮助农民更好地融入市场、拥抱市场。看似微小的“橘子地图”,投射着社会变迁的集成影像。

在“橘子地图”之前,当地城管部门曾经推出“杨梅地图”,取得了良好的效果。“杨梅地图”“橘子地图”在本质上就是“民生地图”,畅通销售渠道不仅让农民实现了增收,也让城市管理难题得到了破解。在身份社会逐渐向专业社会过渡的今天,一些地方的城管部门“始终与时俱进”“不断改革创新”,不仅切实地做到了便民、利民,也成功地进行了印象管理,提升了老百姓对城管的信任和社会认同。

“无穷的远方,无数的人们,都和我有关。”将命运共同体意识融入公共管理和社会治理之中,多一些体谅他人、关心他人、帮助他人的“成人之美”,有助于提升公共服务的品质。“橘子地图”不仅切实地裨益了农民,也让他们的内心世界多了一些光亮和温暖。



“硬杠杠”

新华社

职称外语考试设立20多年来,一直伴随着“一刀切”“鸡肋”等质疑。今年3月中央出台的《关于深化人才发展体制机制改革的意见》中明确,突出用人主体在职称评审中的主导作用,合理界定和下放职称评审权限,推动高校、科研院所和国有企业自主评审;对职称外语和计算机应用能力考试不作统一要求。

正视“小马云”提出的脱贫考题

“小马云”代表的农村儿童与贫困群体,同马云代表的城市人群与富裕群体,从来都是命运相连、息息相关。

李拯

这段时间,江西永丰县严辉村的9岁男孩范小勤,由于相貌酷似阿里巴巴集团董事局主席马云,而成为网络名人。“小马云”走红之后,他的家庭迎来了越来越多的拜访者,有公益人士,有媒体记者,有基层干部,也有各路商家……“小马云”与马云相遇,让一个原本远离大众目光的农村家庭,受到全社会的注视。

一个是名满天下的电商巨头,一个是偏远农村的贫困儿童,身份悬殊而相貌相似,这样的强烈反差,在“双11”网络购物狂欢前夕成功地抓住了人们的注意力。然而,透过社交媒体流传“小马云”照片时的娱乐心态,一个沉重的家庭故事呈现在舆论面前:范小勤的爸爸失去右腿,妈妈有智力障碍,一家四口靠低保度日,而范小勤与哥哥至今仍不会写自己的名字,也无法与人交流……

这个曾经与网络绝缘的家庭,并不知道马云是谁,却因为网络关注而获得了改变的希望。衣服、玩具、食物、红包……爱心捐助与政府慰问相继而至,范小勤的生活不再只有咸菜和辣椒,还多了肉和新衣服。可以说,社会关注给这个家庭带来了脱贫的希望,网络追捧也好,呼吁捐款也好,都寄托着人们对一个贫困儿童的同情,期待一个贫困家庭改变命运的朴素愿望。

同时,也有一种消费范小勤的倾向值得警惕。有一部分人只是看重“小马云”身上的炒作价值,有的企业主拉着“小马云”与产品合影,有的网络直播主持人试图让“小马云”出境以吸引粉丝,有的商家甚至要求“小马云”参加线下活动……如果抱着消费范小勤“网红效应”的目的,只是利用他为自己代言、涨粉,就会让关爱和捐助

变成一场打着爱心旗号的商业炒作,以爱心的名义给范小勤和他的家庭带来伤害。

事实上,人们关注“小马云”与马云的网络相遇,更是在关注这两个人所代表的不同社会标签。如果没有网络,“小马云”也许永远不会为大多数人所知,他和马云的命运就像两个平行的世界一样不会相交。正是无边弗届的网络,把贫穷的村庄与知名企业家长联系在一起,把贫穷与富裕、乡村与城市、封闭世界与网络空间等反差强烈的元素联系在一起。“小马云”的走红,实际上是网络向这个社会发出的提醒:农村和城市从来都是一个命运共同体,“小马云”代表的农村儿童与贫困群体,同马云代表的城市人群与富裕群体,从来都是命运相连、息息相关。

正如阿里巴巴集团的回应所言,“‘小马云’的背后是沉重的现实:我们社会还有那么多未脱贫人群,乡村留守儿童的教育、成长问题……让人深思和焦心”。“小马云”引起的舆论风暴,也许会像大多数旋起旋灭的网络事件一样,在关注度下降之后迅速降温。然而,在舆论关注散去之后,人们不应该忘记以“小马云”为代表的农村贫困儿童。当我们在追赶现代化的时候,别忘了城市之外还有农村,富裕之外还有贫穷,网络之外还有现实。对于贫困儿童和贫困家庭来说,现代化的列车理应有他们的一张车票。

我们要建成的全面小康,是“一个都不能少”的小康;我们要进行的脱贫攻坚,是天覆地载、没有死角的脱贫。随着舆论热点的漂移,“小马云”也许很快就会淡出人们的视野,但是请别忘记他身后的贫困儿童,并把爱心转化为行动,为更多贫困儿童和贫困家庭撑起一片蓝天。