

干部不担事 扶贫成儿戏



扶贫项目到了村,按人头分配,不管穷户富户,人人有份。一头扶贫驴分给 8 个人,结果没法养,卖了直接分钱。最近,媒体报道了某地的扶贫闹剧,让人啼笑皆非。宝贵的扶贫资金糟蹋了不说,贫还是个贫,空折腾一遭,啥效果也没有。

不贫的人不能扶,不能搞“你有我有全都有”,在精准扶贫的理念深入人心的当下,

这是个 1+1=2 式的粗浅道理吧?为什么到了今天,还会出现这种低级错误?

非是不知,实为不为。据报道,根子还在有些基层干部“不担事”上。扶贫款下来了,他们嘀咕了:贫富差距不是特大,光给贫困户,其他户有意见怎么办?要跟我打嘴官司呢?甚至纠缠起来,上个访啥的呢?弄不好,就会“等闲平地起波澜”。干着公家的事,却给自己惹是非,讨嫌招怨的,算了,大锅饭,平均分,都过得去;扶贫成效不重要,能当“太平官”,不出乱子才是好。可叹啊,这股聪明伶俐劲儿,没能用在迎着矛盾、攻坚克难上,却都用在绕开矛盾上了。

这种“太平经”,决不能再念。再念下去,“精准”二字就扔沟里去了,精准脱贫就成了空中楼阁了。

首先,扶贫的程序不能废弃。先精准识别、建档立卡,按照贫困程度确定扶贫对象,而后量身定做扶贫措施。先找到贫,后才能扶,精准识别是精准帮扶的前提,决不能大水漫灌。

其次,监管、反馈要跟上。对精准扶贫项目的实施和效果,一定要建立起有效的督察、考核和评比机制,及时纠正项目执行过程中出现的偏差。根据反馈情况设计奖惩机制,该奖励的奖励,踏实肯干、做出成

绩的优先提拔;该问责的问责,弄虚作假、阳奉阴违的要坚决惩处,做不出成绩的也要早点让贤,让有担当、肯实干的干部来干。

此外,扶贫攻坚固然要取得老百姓的理解和支持,但是也不能一味地迎合所谓“民意”,不做引导。比如,有些人觉得扶贫就是干部替我干,还有人希望别做辨别“人人均沾”,这不能照单全收地满足。合理意见耐心听取,不合理意见要坚持原则。毕竟,不讲原则,一团和气,倒是省事了,但最终伤害的还是老百姓的利益啊。

(摘自《人民日报》)

治理

日前,北京取消调整 74 项政府部门要求基层开具的各类证明,一些老人领养老金时需要出具的“证明自己还活着”之类的“奇葩证明”被废止。

简政放权推进 4 年来,全国各地大量“证明”被取消。这些证明涉及婚姻家庭、住房服务、社会保障、收入财产、医疗卫生、户籍身份等 10 多类,要求开具的单位涉及政府部门以及法院、群众团体、银行、保险、民航、铁路等国有企事业单位。

新华社发



“小鲜肉”不该成为时尚

“小鲜肉”“高颜值”,表面上看是一种语言时尚,实际上是审美导向的问题。文艺作品潜移默化地培养着大众的审美品位,透着一脸脂粉气的“小鲜肉”,无论颜值多高,都无法掩盖媚俗的空虚。

近两年,“小鲜肉”一词越来越常见,俨然成了一种文化现象。在一个电视剧作品讨论会上,一位颇有名气的导演在阐述自己的作品时,“夸赞”其具备了几个要素,其中最主要的,就是这部作品的主演都是顶呱呱的“小鲜肉”。

小鲜肉,本意是指“小帅哥”之类的特定词汇,在大众眼里是对“高颜值”的一种概括。但是,如果联系语言背景,细说其产生渊源和流行背景,“小鲜肉”这个词是经不住推敲和琢磨的。知名电影人冯小刚在电影《老炮儿》发布会上说,小鲜肉不是什么好话,不禁琢磨,又带点调戏,是对年轻男性的戏谑。所以,他坚决反对演艺人员的“小鲜肉”称谓。

奇怪的是,在如今的文化市场上,如果哪位演员被称作“小鲜肉”,被称呼者大多不以为意,有的甚至有几分沾沾自喜,因为被人如此评价,意味着自己具备了“高颜值”,也就有了更好的“卖点”,可以在市场上赚个钵满盆盈。一些影视制作方也毫无顾忌地把选择“小鲜肉”当作市场竞争的必要一环,甚至某些掌握影视作品播出权力的部门或个人,也有意无意间把有无“高颜值”“小鲜肉”作为选择作品的重要条件。如此推波助澜,无形中把“小鲜肉”“高颜值”当作了艺术市场上的时尚。于是,一大批有颜值无价值、有市场无思想、有意思无意义、养眼不养心的作品便流行起来,备受市场追逐。

这样的一种时尚,甚至侵染了军事题材创作领域。近年来,社会上对有些军旅题材作品批评不少。

比如,对有的所谓现实题材作品,批评之声甚多,称编导不是扎扎实实地去写现实军营生活,而是用一些穿着军装却满是脂粉气、奶油味的帅哥、美女,去演绎完全脱离实际的军营生活。有评论指出,穿上军装的小鲜肉有颜值却没素质,怎么看都不像今天的中国军人,这是一种伪现实主义创作。部队官兵也批评,这样的作品远离他们真正的军营生活。有一部特种兵题材的作品为了收视率,在山穷水尽时,居然让女兵穿上了“三点式”以博人眼球,受到社会一片批评和斥责。

据说,对于这种类型的作品,有些制作方乐此不疲,一部又一部地重复制作。原因就在于,曾有一部以“小鲜肉”“高颜值”为卖点的作品,获得了非常可观的收视率。但是,有关人员忘记了一点,当艺术把追逐利润当作唯一目标的时候,便失去了对生活的感悟与思考;当穿上市场的逐利鞋疯狂舞蹈的时候,就已经远离了真正的艺术。须知,只靠市场的引导和利益的驱动,不可能创作出经典的文艺作品,也不可能推动文艺的繁荣和发展,更不会产生真正的艺术大家。

“小鲜肉”“高颜值”,表面上看是一种语言时尚,实际上是审美导向的问题。文艺作品潜移默化地培养着大众的审美品位,我们不要求每一部作品都成为精品力作,但一部张扬英雄主义的军事题材作品,就应该振作、昂扬。真正的军人是在金戈铁马中磨炼出来的,军装不是演出服,如果不承担责任、不彰显勇气,就不是合格军人。从这个意义上说,透着一脸脂粉气的“小鲜肉”,无论颜值多高,都无法掩盖媚俗的空虚。

“小鲜肉”不应该成为时尚,更不应该在文化市场被竞相追逐。

(摘自《光明日报》)

未来教育范式在青年手中

2013 年 10 月 10 日,清华发起建立全球第一个中文慕课平台——学堂在线,致力于以互联网技术探索解决中国乃至更大范围的教育问题。短短 3 年,目前清华慕课有 196 门,位列全球大学头名,而学堂在线有来自全球 168 个国家和地区的超过 600 万的注册用户。沿这个方向走下去,应该是要聚集更多的资源、更多课程上线,推动更多教师使用慕课,并与翻转课堂结合实践混合式教学,更多些保质保量的混合式学习学位项目。

但我认为这还不够。目前主流的互联网+教育的主攻方向是“效率导向”,主要聚焦在知识传授上,学习成效的提升主要寄托在了旧有的课堂形式的互联网化平移。但大学功能显然不只包括知识传授这一条。下一步,必须思考和探求新的范式,即在教育理念上升级迭代。

有人说,互联网不擅长的,是传授那些非知识、非课程的内容,这就注定了校园生活在大学教育中的不可替代性。也因此,甚至有人预测在未来的大学教育中,“硬内容”的部分以课程为主,互联网占据上风;而大学应更多强化“育人”方面的优势,以人际体验来延续大学的生命。但我们大胆设想一下,随着 AI 和

VR 等技术的迅速发展,随着互联网原住民成为学习的主体,随着虚拟社群的舒适度开始追赶现实社群,那些“生活体验”、面对面的互动,真的不是互联网的胜场吗?真的还能区分出线上和线下的重大分别吗?

那么,什么时候发生这个“范式转移”?我想,会越来越快了,不仅是基于技术的变革,也包括社会认知的演进。已经有一些公司在招聘时公开强调不再看文凭学位,也有互联网教育平台更着重于新学习习惯的养成,重视学习者沉浸体验的虚拟学习环境的平台也出现了。

更应关注的是,谁来推动这个“范式转移”?希望正是寄托在那些网络原住民身上。他们未被传统的教育模式固化头脑,天生就以网络精神为自然而然、以互联网与生活的融合为自然而然。这些青年,不把习惯当自然,是敢于挑战教育难点、学习痛点并打造成长支点的青年一代。

只有这些网络原住民青年,才能从质上而非量上、从范式上而非效率上,给在线教育乃至教育,带来新生。

“有三岁之翁,有百岁之童。”未来会怎样,就看你的选择和行动。

(摘自《人民日报》)

河南口腔中原行周口站、河南省牙周病年会

重 要 通 知

11 月 21 日~28 日,河南口腔中原行周口站、河南省牙周病年会启动仪式,周口口腔医院新院址落成庆典等多项活动在东新区口腔医院新院址举行。

活动期间,全省口腔病防治专家汇聚周口,他们是牙体牙髓病专家刘学军、颌面外科专家彭利伟、牙周病科专家郭留云、种植牙专家欧阳冰、正畸科专家张月兰、儿童牙病专家彭源、护理专家李静宜、牙周病专家秦孝鹏、口腔疾病专家袁新丽。他们将在口腔医院普及口腔健康知识,培训基层口腔医生,免费会诊口腔疑难病症,望广大市民及口腔病患者提前预约。

预约电话:8389383 8389120
地址:周口市交通大道与中州大道交叉口南 50 米路东