

“急群众之所急”不是口号

■邓佑标

清代王应奎在《柳南随笔》中讲了这么一件事：明时钱塘江有舟子最横，每至波涛险处，就认为一船人性命死生尽在自己手里，索要财物不已。此舟子视他人之急为可谋之利，终究免不了被法办。

面对他人的急难，抱什么样的心态、有什么样的姿态，最可照见人品德行。我们常用设身处地、超人之急来形容热心肠，用事不关己、高高挂起来形容冷漠症。无论是里弄民巷，还是政界官场；无论是国之大事，还是民之小情，褒扬热心肠、贬斥冷漠症，都是不变的基调。

自己急难之时，有人伸一把手，那种扫空阴霾的温暖我们都感受过；他人急难之时，主动出一把力，那种助人脱困的畅快我们都体验过。一个良性运行的社会，一个携手共进的时代，少不了这种正能量，患不得那种冷漠病。党员干部是站排头的，更应领风气之先。

如何对待群众的急难事，最能体现作风，也最能看出党性。群众急难之时，具备同理心、正确处置，党的威信和形象就能涨分。如果不入心、玩“飘过”，减分也会很明显。一直以来，把群众的急难事当头等大事来办，为我们党赢得了民心、凝聚起人心。

1932年，毛泽东赴洋溪村调查农业生产情况，途经绵江河上的一座小木桥。桥上的木板残破不堪，人一走上去，桥身晃悠悠、吱呀作响，非常危险。他对同行的同志说：“党的干部一定要急群众之所急，不能因为其他工作忙，而忽略群众的基本的生活问题。”在毛泽

东的提议和参与下，大家一齐动手，绵江河上很快就有了了一座稳固的新木桥。

“急群众之所急”，既是我们党的一贯倡导，也是治理经验的深刻总结；既是一项具体的要求，也是一种必备的品质。党员干部手中的权力是人民赋予的，必须用于服务人民。群众心急如焚，你就没有理由慢条斯理；群众提出诉求，你就没有理由推三阻四。否则，不仅感情上说过不去，党性上也过不了关。

现实中，一些同志把“急群众之所急”当口号喊。群众火急火燎进门办事，明明符合程序规定，却以“下次再过来”为推辞、以“现在办不了”来回绝、以“某某也分管”踢皮球。少数人甚至群众越是着急，架子就端得越足；群众越说“不惜代价”，就越发慢条斯理。把群众的急难看得太轻、把手中的权柄看得太重，这样的人虽然只是少数，影响却很坏。

急群众之所急，群众的掌声就会为你响起。北川羌族自治县原副县长兰辉，在带病进山检查工作的路上因公殉职，他曾在微博中写道：“需要修的路还多，需要架的桥不少。美景，但无心欣赏，因为百姓出行难。”南江县原纪委书记王瑛始终把群众的急难放在心上，她曾为住房与耕地被河隔在两岸、每天只能赤脚过河到对岸耕种的村民，建起一座铁索桥。这样的党员干部，群众怎能不交口称赞？怎能不爱戴崇敬？

人心是最大的政治，也是最大的力量。把群众的急难事当自己的事，让零懈怠、马上办的好做法蔚然成风，我们就能立好共产党人的样子、树好人民公仆的形象。在脱民困、解民忧中营造情感温暖的温暖对流，爬坡过坎就有了群众支持，克难攻坚就有了力量源泉。

一刀切

画中有话



打好大气污染防治攻坚战，既是政治任务、民心工程，也是促进企业转型升级、实现清洁生产助推器。某省级工业主管部门日前调研发现，一些地方执行环保管控措施，不论企业是否环保达标，一律实行错峰停产，有的达标企业因此被关停4个月。

针对这种现象，业内专家认为，环保管控要精准施策，营造良好的管控导向。

新华社发

荧屏上请多一些现实剧

言者有意

近日，热播反腐题材剧《人民的名义》赢得良好口碑，跌宕起伏的剧情收获了各年龄段关注，甚至受到很多“90后”“95后”观众的追捧热议。剧中多位老戏骨演技精湛，故事动人心魄。观众边追剧边感叹，多么真实地描写了反腐者和贪腐者之间的较量，多么深刻地刻画了人性的善恶。

观众并不是只爱看古装剧，而是当下优秀现实题材剧实在太少。古装剧霸屏、穿越剧火爆，各种“IP剧+当红鲜肉”的模式横扫荧屏，这种现象难说正常。《人民的名义》摒弃偶像套路，以现实的视角通过鲜活的影视剧手法再现反腐行动。观众从梦境般的古装剧中“苏醒”，从虚幻的恋爱故事走向接近现实的生活故事。更值得关注的是，该剧聚焦社会最敏感的时政问题，成为当下影视界的“一股清流”。

电视剧要走上“正轨”，就要多反映现实生活。一部成功的电视剧首先要有的好的编剧。《人民的名义》编剧周梅森深入基层体验生活，敢于直面敏感话题。面对新的时代环境，编剧要扎根人民生活，慎重选择题材，表现不同文化、意识及体现人性的内容，不仅仅是单纯讲故事，而要成为时代的声音，创作出有当代中国风格的艺术精品。编剧应多关注当下现实生活，多创作出脱胎于生活的

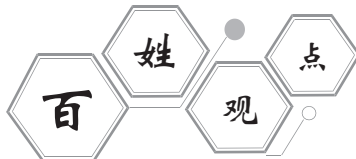
现实题材电视剧。

前几年热播剧《蜗居》成为经典之作，编剧将目光投向人们最为关心的房子问题，揭露人性、触发思考。以梦想、青春、友谊为主题的电视剧《欢乐颂》，展示了年轻人梦想奋斗的过程，观众似乎都能从剧中找到自己的影子。热播亲情剧《老爸当家》更是用真实、接地气的故事情节呼吁观众珍惜眼前的亲情。

从统计数据看，近年来古装剧的整体数量是多于现实题材电视剧的，且大量古装剧粗制滥造、自娱自乐，精品古装剧少之又少。为了迎合市场需要，追求商业利益最大化，电视媒体更愿播出拥有大批“粉丝”的古装剧。为何古装剧成为“香饽饽”？业内人士透露，“低成本高产”是电视剧制作人热衷于古装剧的重要原因。投资方为了降低成本而大幅增加室内戏，结果把二十集的戏拉成四十集，以高价在国内外市场出售版权。古装剧与生活保持了一定的距离，编剧便回避社会敏感问题，随意编造历史故事。因此，古装剧中真正做到“博考文献，言必有据”的正剧也不多见。神魔剧、穿越剧、后宫戏泛滥，大量题材古装剧翻拍、重拍。内容粗俗、制作低劣、误导大众，不仅降低了古装电视剧的思想性、现实性，还一定程度上影响了青少年历史观与价值观的确立。

“文章合为时而著”，文艺创作要坚持审美理想，不要被市场牵着鼻子走。现实生活是丰富多彩的，编剧应关注百姓，革新创作观念，不要单纯追求收视率等量化指标，不能当市场的奴隶，不要沾满了铜臭气。（摘自《光明日报》）

莫让“打赏”打了脸



■桑胜高

要避免网络直播打赏成“打脸”，就必须尽快健全完善网络直播经济秩序，依靠科学有效的监督管理和完善的法则实现网络直播、网络直播平台、粉丝的多方共赢。

“辅助上热门”“特价代刷播放量”“1元8000人气”……打开淘宝搜索“直播粉丝”“直播礼物”，搜索结果中不乏各种价位和直播平台的代刷商品。网络直播间中的观众数可以造假，连礼物打赏也有“左口袋进右口袋”的把戏。

基于互联网产生的直播经济，说白了是一种“刷脸经济”。应当说，靠“刷脸”和“拼颜值”获得收益无可厚非。然而，当观众数造假、礼物打赏玩起“左口袋进右口袋”的把戏时，不知有多少人被蒙在虚假繁荣的网络直播里。对于一些人来说，虚假打赏无异于一种“打脸”。

首先打了一些粉丝的脸。自从出现网络打赏，有不少粉丝属于凑热闹，这种情况下就出现了“跟风”打赏。“别人都打赏了，我也不例外”跟风打赏者的心理其实并不难揣摩。关键是，“跟风”打赏极易落入某些直播平台或主播设下的“圈套”，这让一些打赏的“托”有了用武之地。设若被“托”引诱着打赏的话，粉

丝们岂不是被骗了感情和钱财。而这恰恰打了这些粉丝们的脸。是“真粉”，还是“假粉”，一旦获悉自己被骗，恐怕自己心里也要打个大大的问号。

再就是直播平台打了自己的脸。网络直播间中的观众数造假、礼物打赏“左口袋进右口袋”，如此做法给人的最大感受就是自欺欺人。而且，虚假的打赏还掩盖了直播质量不高、抓不住观众眼球和观众心理的真问题，从长远看，无异于一种“自毁长城”的做法。因为，真的假不了，假的真不了，纸最终包不住火，虚假打赏早晚有“露馅”的时候。而一旦“露馅”，将会对直播平台造成更大创伤，甚至毁灭性打击。

其实，对于一些网络主播和网络直播平台来说，是知晓虚假打赏其中危害的。之所以明知故犯，一方面在于他们短时间内想不出解决问题、缓解压力的正确办法，另一方面就在于某些网络主播、网络平台太急功近利。说一千道一万，这些都是网络直播经济秩序不健全、监督管理不完善这一背景下反映出来的表象。所以，要避免网络直播打赏成“打脸”，就必须尽快健全完善网络直播经济秩序，依靠科学有效的监督管理和完善的法则实现网络直播、网络直播平台、粉丝的多方共赢。

招教辅导
2017年商水招聘教师在即，省教师教育专家、高级心理学讲师樊迎贤帮你轻松考试，通过率高达90%。周六、周日上课。
地点：商水法姬娜荣盛家园5栋503
电话：13603876980