



“挂牌”乱象背后 折射了什么？

解文婷

【胡乱“挂牌”、虚假“挂牌”的背后，反映的是基层形式主义问题，背后折射的是上级部门权责混乱、下级治理能动性不足。】

“上面千条线，下面一根针”。当前，农村基层政府办事机构挂了很多“牌”，宣传牌、宣传板纷至沓来抢占村委会墙头“C”位，各种领导小组、办公室等往往是多块牌子一套人马，“挂牌”加重了基层干部的考评与问责压力。因为“牌子”多、任务多、考评多、问责多，有人戏称“上面千把锤，下面一根钉”，足见基层干部不仅面临高负荷的工作压力，同时也承受着巨大的心理压力。

胡乱“挂牌”、虚假“挂牌”的背后，反映的是基层形式主义问题，背后折射的是上级部门权责混乱、下级治理能动性不足。接手多重任务的基层干部疲于应付，执行方式往往“变形”，治理效能往往“失味”。清理与整改基层“挂牌”工作，不仅是为基层干部松绑减负，更是美化基层环境、改进工作作风、提升服务水平、推动基层治理能力现代化的应有之举。

清理“挂牌”，不仅是数量上的事，更是质量上的事。让基层先“瘦身”再“壮心”。做好挂牌“减数”，最大限度精简“有名无实”的标牌标识，去除各类“牛皮癣”内容，提前规划并保留群众需要知晓的、定期拆除过

时无效的、整合统一职权相近的，切实做到摘除虚牌。做好服务“增效”，“挂牌”要并同类、抓规范，做到标牌标识统一化、规章制度规范化。

清理“挂牌”，不仅是面子上的事，更是里子上的事。让权力先“归位”再“补位”。梳理职责“脉络”，从源头上厘清部门对应职能权限，破除职能错位。相关部门要压实主体责任、协同责任，坚持防止单纯以属地管理为原则，通过“变相挂牌”方式向基层摊派工作职责。强化监管“韧劲”，从源头上破解“挂牌”形式主义，建立上下联动机制，将需要村级履行的工作职责统一纳入村级基层治理任务清单，减无用机构、减无关事项、减无效考评。建立长效监管机制，定期加强动态监管，防止“胡乱挂牌”“虚假挂牌”死灰复燃。

同时，我们也要清楚地认识到，清理多余的“牌子”并不意味着绝对的基层减负，表面整改、实际压责往往会带来新一轮的形式主义问题。因此清理“挂牌”工作绝不能“一刀切”，而要久久为功、常抓不懈，以“减牌”为突破口倒逼各层级提高工作质量，提高服务水平，进而提升基层治理体系与治理能力现代化水平，这才是清理“挂牌”最有意义的地方。



把点滴小事做实

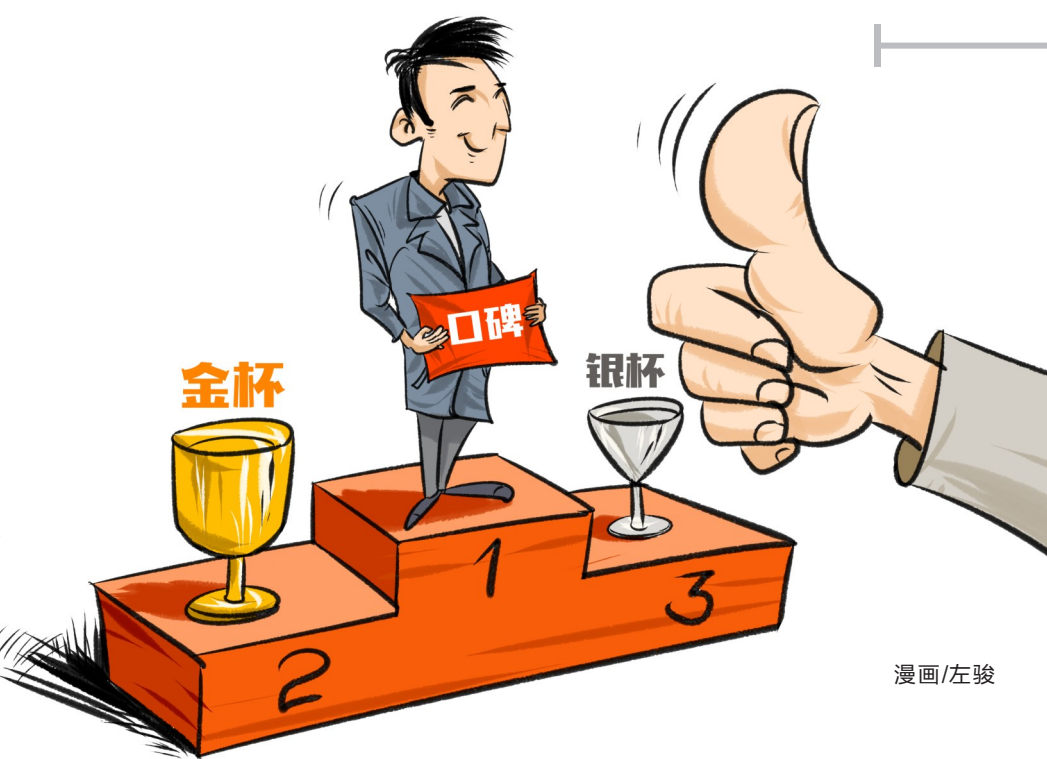
张盘龙

最近，在涑口镇主要干道上，驻扎了十多年，一直在“挂羊头，卖狗肉”的所谓“报刊亭”被拆除了，还市民一条宽敞洁净的人行道；背街、背巷的路面，铺上了沥青，市民出行更方便了；老旧小区，大多“穿上”了新装，每栋楼都配上“栋长”，与居民生活息息相关的切身小事，有人管了……

从这些看似不起眼的小事、实事做起，主政一方者不喊口号，不表空态，不许假愿，用心用情用力为群众办实事，解难题，获得了群众的好评和认可。

人民就是江山，江山就是人民。为民办实事，重在用心、用情、用力。用心要真，用情要深，用力要实，要始终把人民挂在心头、念在心里，始终把百姓的事入眼入脑，始终把解决百姓的急难愁盼变为思想自觉、政治自觉和行动自觉。

金杯银杯，不如老百姓的口碑。只有对老百姓动之以情，才能以情换情。只有把人民群众答应不答应、高兴不高兴、满意不满意作为检验工作的标准，工作才会有质的放矢，我们的事业才会永远立于不败之地。



漫画/左骏

“扫码领红包”这种 “牛皮癣”广告，该停停了

马文章



【还消费者一个更加诚信、透明、安宁的消费环境。】

“扫码送返利红包”“扫码领手机流量费”“先别拆，扫码送一盒纸巾”……双十一购物狂欢节后，快递包裹盒上的各式“扫码福利”让人心动，然而不少人扫码后却发现大多为商家广告，甚至还包括贷款和理财业务，令人大失所望。

《消费者权益保护法》明确，经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性信息。另外，对于在消费过程中收集消费者的个人信息，应当告知收集信息的目的、方式、范围，同时要征得消费者同意。

相较于直接发送到消费者手机上的营销短信，这些打着“送福利”旗号的二维码广告，抓住了消费者捡便宜的心理，内容更为隐蔽，但

无非是商家对商品或服务的推介，达到部分商家花钱刷好评的目的。

电商商家以派发“扫码福利”的方式诱导消费者点击、打开、接受广告内容，涉嫌侵犯消费者的知情权和同意权，无疑是一种变相的信息骚扰。此外，这种广告容易诱导消费者在不知情的情况下，输入个人信息，其个人隐私在互联网上“裸奔”，容易被别有用心之人利用。

电线杆上、小区里的“小广告”曾经泛滥成灾、饱受诟病。如今，快递盒上夹带二维码广告，大有成为新型“牛皮癣”广告之势，很可能成为虚假宣传、诱导消费、诈骗等违法行为的温床。

笔者认为，相关监管部门应该加强关注、监督，依法采取约谈、查处、责令整改、发布消费警示等方式进行治理，不能任由快递服务公司与电商商家我行我素；电商商家更应该少一些套路，多一些真诚，不要自砸招牌，还消费者一个更加诚信、透明、安宁的消费环境。



党报党刊 贵在学习运用

江鸣

【订一份报刊不容易，既然拥有它，就应当好好珍惜、学习和运用它。】

眼下，一年一度的党报党刊征订工作正在全面展开。每年的党报党刊征订都能圆满完成任务，这无疑是一件好事。然而，笔者以为，党报党刊征订固然重要，但还应强调党报党刊贵在学习和运用。

如今，各类新媒体应运而生且“繁荣昌盛”，如何发挥好传统纸媒的作用，将党报党刊学习好、运用好，更值得思索和重视。君不见，在某些单位，报纸杂志成堆成捆，可翻阅它的没有几人；有的单位报刊无人管理，东一张，西一本，看着让人心里真不是滋味。

报刊要提高可读性。党报党刊在讲政治的前提下，一定要在质量上下功夫，使人们愿意看报，喜欢看报，爱上看报。党报党刊要有吸引力和可读性，就必须避免那种“千人一面，万人一腔”的“老八股”状态，那样的报刊是没有生命力和灵魂的，更是不会吸引读者的。

征订方法要改进。报纸杂志的征订

可以把视角投向基层和普通民众。一些机关单位的征订费用可以向基层倾斜，向管理对象倾斜。如老干管理部门可以为离退休干部每人订一份；退管机关可以为退休人员订一份；养老院可以为长者订几份；农村支部可适当为党小组和党员们订些报刊；文化娱乐和其他消费单位可以为消费者和宾客订若干份。这样，可以较好地解决“有报刊的无人看，想看报刊的没得看”的问题。

征订单位要重视读报用刊。将读报用刊作为思想政治工作的一种手段和方法，特别是要组织对一些重要文章的学习和运用，定期或不定期地组织读报用刊沙龙活动，写心得、说感想和谈体会，对读报用刊工作做得好的予以奖励，从而在一个单位形成好学上进的良好风尚。

报刊是政治和精神营养，绝对不是“废品垃圾”；纸媒有纸媒的优势，我们不应该等闲视之。征订单位和读者没有必要浪费纳税人的钱，订一份报刊不容易，既然拥有它，就应当好好珍惜、学习和运用它。



为政者要去私心、 行大义

忆恢

【天无私覆也，地无私载也，日月无私烛也，四时无私行也。】

日前，第八届全国道德模范名单公布，市政协原副主席、炎陵县委书记黄诗燕被追授为全国敬业奉献模范。重温黄诗燕同志生前感人事迹，让我有两点感慨。

道德模范的可贵精神，能激励株洲人民为“制造名城，幸福株洲”而努力奋斗。黄诗燕生前拼尽最后力气，兑现了“脱贫功成，务必在我”的庄严承诺，用宝贵生命诠释了共产党员的初心和使命。目前，我市要实现“制造名城，幸福株洲”的宏伟蓝图，正需要这种为党的事业忠心耿耿的崇高精神，正需要这种德行合一的勤奋、质朴的高尚情操。

“大抓小贵，抓出金贵黄”。每当想起这首至今仍在炎陵大山里流传的颂颂黄诗燕的顺口溜时，我脑海里便浮现起另一种人的形象。他们或侵吞国家和集体财产，只

要能满足个人一己之利，就无孔不入；他们行贿、受贿，使国家、集体利益受损；他们贪得财和色，愧对党和人民。跟道德模范一对比，是多么鲜明对照。

黄诗燕好比四季常绿的青松，贪得无厌的人就是要扫荡的枯枝败叶。《吕氏春秋》一书中说过：“天无私覆也，地无私载也，日月无私烛也，四时无私行也。”倡导为政者要去私心、行大义。道德模范之所以万众瞩目、千古流芳，就因为坚持守公去私，做到内无愧心、外不负俗。如今在奋斗路程中，我们应当心胸开阔，志存高远，自觉做到大公无私、公私分明、先公后私、公而忘私。无论在什么岗位，都应当去掉私心欲，事事出以公心，处处体现公道。

为脱贫攻坚事业呕心沥血、奉献毕生力量的黄诗燕，“心里装着全体人民，唯独没有他自己”的人民公仆焦裕禄，不都是我们学习的好榜样吗？

