

# 有一种懒政叫“看起来很忙”

## 「反向春运」凸显「正向」意义

张玉胜

2019年春节日益临近,铁路、航空春运抢票大战也日趋“白热化”。由于返乡车票“一票难求”加之机票昂贵,今年选择“反向春运”的人群大幅增加,春节去大城市团圆成新风尚。根据携程等订票网站的数据统计,今年“反向春运”现象凸显,上海、北京、广州、深圳、杭州、南京、天津、青岛、宁波、厦门是十大热门目的地。

提到“春运”,在人们的习惯认知里就是节前集中回乡、节后扎堆返城的人口“大迁徙”。“一票难求”“黄牛倒票”更加剧了众多旅客年复一年的疲惫与焦虑。

令人可喜的是,随着近年来“反向春运”的风生水起,过去春运一边倒的“单向流动”格局正在被悄悄打破,同时也为人们孝亲敬老和举家团圆提供了又一种地点与方式的选择,其“正向”意义值得关注。

所谓“反向春运”,就是年轻人把老家父母和孩子接到自己工作的城市过年,节后再送回老家。这显然是有意避开“民工潮”“学生潮”的一种灵活变通。在机票、车票票源充足且打折促销的背景下,“反向春运”势必以其省钱省力的出行优势备受青睐,甚至成为许多在城市打拼的“80后”“90后”陪伴父母过年的“妙招”。“反向春运”成为人们的出行新时尚,在一定程度上缓解了春运压力,不失为对“一票难求”和“黄牛倒票”的破题之策。

就交通运输的特性而言,南来北往、满载而归应该是运力均衡配置和利益最大化的理想境界。而在“单向流动”的春运格局下,去时可谓人满为患地拥挤不堪,返程却是客源寥寥的冷冷清清,这显然是对运力资源的一种浪费,其负面效应就是出行者遭罪、运输者蒙受损失。而交通部门对“反向春运”机票车票的打折优惠,就是其对乘客积极填补这种运力空档的一种经济引领。假如“反向春运”成为国人的过年新风尚,受益的不仅是铁路、航空部门,还能够不同程度地提升旅客出行的舒适度。

更为重要的,把老人和孩子接到城市里过年,丝毫不减年轻人的敬老孝心和举家团圆的过年味道。在过往的“春运”语境里,“回谁家过年”往往成为许多年轻小两口的争议话题,这既隔阂了夫妻感情,也为过年平添了不悦。而有了“反向春运”,小两口就可轮流将双方父母接到城市,与孩子们一起欢度过年;条件许可的家庭,甚至可以把双方老人同时接来,让亲家们也趁着春节见见面、唠唠嗑,岂不乐哉!

人们常说“有钱没钱,回家过年”,但“家”的含义不应该只是指农村老家。在我看来,父母的所在之处就是儿女们的“团聚”之所,“过年”归宿。更何况,把父母接到大城市过年,陪老人逛街购物、观赏景点,也不失为一种休闲和旅游,又何尝不是晚辈们的孝心表达。

春运不过是人们对“春节运输”的简称,原本就不应该有“正”与“反”的方向之分。无论是带城里孩子到老家看看,还是年轻人接老人到城市里走走,这都应当成为人们的“过年”选项。

## 以“刀刃向内”的勇气 压缩审批时间

新华社记者李劲峰

提交开办店铺的审批申请,需要街道先出具证明;在产业园办企业,得拿到有关部门审批的“入园表”才能登记注册……在国务院明确要求大幅压缩企业开办时间、工程建设项目审批时间的情况下,一些地区仍出现设置审批“隐形门槛”、不同职能部门“流程打架”等现象,导致政策落实大打折扣。

工程建设项目审批手续多、办事难、耗时长等问题,一直是企业反映的办事堵点和痛点。为此,国务院明确要求,到2019年上半年全国实现“企业开办时间减至8.5天”,试点地区工程建设项目审批时间压减一半。通过审批流程再造、简化手续程序等举措,各地企业开办与项目建设审批时间明显压缩。然而,有些地方自行设立前置条件、部门程序“打架”,令一些企业依旧面临“审批长跑”。

这些“隐形门槛”“流程打架”极易让审批时间压缩变成“数字游戏”。企业依旧得多跑腿、反复跑,费时费力,政策获得感大打折扣。加上很多前置审批事项,缺乏标准、要求模糊、透明度低,极易形成寻租空间,滋生腐败。

此股乱象背后,一方面是政策落实选择性执行,一些地方对好压缩、好完成的事项纳入审批时限范围内,对有挑战、有利益的事项则列入前置审批,如此既能完成任务,又简单省事;另一方面是部门利益驱使,在行政审批制度改革中,对审批权力不愿放,审批流程不愿改,打着工作需要、加强监管等幌子,依旧我行我素。

企业开办、项目建设的便利度,是评价营商环境的重要指标。推动企业审批时间压缩落到实处,消除“隐形门槛”和“流程打架”,需要前期规范、后期监督两端发力。在科学评估基础上,对审批事项与审批流程进行系统清理,对没有法律法规依据设立的审批事项一律取消。采取有效措施倒逼部门之间打破利益隔阂,实现信息共享,推广联合审批、联合验收等方式,以“刀刃向内”的勇气进一步压缩全流程审批时限。

此外,监督也应及时跟上。对违规设置前置审批事项相关“土政策”,放任流程打架,在压缩时限上玩“数字游戏”等情况,及时督促整改。该通报的通报,该问责的问责,确保中央政策早落实,早见效,让企业在良好的营商环境中享受更多便利,提升获得感。

新华社武汉1月10日电

新华时评

勇于担当,提高效率,改善营商环境。

“虚假勤奋”虽然“看起来很忙”,但本质上与传统懒政并无不同,都是缺乏担当、无所作为的表现。耍小聪明,“虚假勤奋”,对人民不忠诚,终将害人害己,聪明反被聪明误,甚至还会“反误了卿卿性命”。

“虚假勤奋”虽然“看起来很忙”,但本质上与传统懒政并无不同,都是缺乏担当、无所作为的表现。耍小聪明,“虚假勤奋”,对人民不忠诚,终将害人害己,聪明反被聪明误,甚至还会“反误了卿卿性命”。

勇于担当,提高效率,改善营商环境。 “虚假勤奋”虽然“看起来很忙”,但本质上与传统懒政并无不同,都是缺乏担当、无所作为的表现。耍小聪明,“虚假勤奋”,对人民不忠诚,终将害人害己,聪明反被聪明误,甚至还会“反误了卿卿性命”。

勇于担当,提高效率,改善营商环境。 “虚假勤奋”虽然“看起来很忙”,但本质上与传统懒政并无不同,都是缺乏担当、无所作为的表现。耍小聪明,“虚假勤奋”,对人民不忠诚,终将害人害己,聪明反被聪明误,甚至还会“反误了卿卿性命”。

勇于担当,提高效率,改善营商环境。 “虚假勤奋”虽然“看起来很忙”,但本质上与传统懒政并无不同,都是缺乏担当、无所作为的表现。耍小聪明,“虚假勤奋”,对人民不忠诚,终将害人害己,聪明反被聪明误,甚至还会“反误了卿卿性命”。

勇于担当,提高效率,改善营商环境。 “虚假勤奋”虽然“看起来很忙”,但本质上与传统懒政并无不同,都是缺乏担当、无所作为的表现。耍小聪明,“虚假勤奋”,对人民不忠诚,终将害人害己,聪明反被聪明误,甚至还会“反误了卿卿性命”。

勇于担当,提高效率,改善营商环境。 “虚假勤奋”虽然“看起来很忙”,但本质上与传统懒政并无不同,都是缺乏担当、无所作为的表现。耍小聪明,“虚假勤奋”,对人民不忠诚,终将害人害己,聪明反被聪明误,甚至还会“反误了卿卿性命”。

“虚假勤奋”虽然“看起来很忙”,但本质上与传统懒政并无不同,都是缺乏担当、无所作为的表现。耍小聪明,“虚假勤奋”,对人民不忠诚,终将害人害己,聪明反被聪明误,甚至还会“反误了卿卿性命”。

如果办事结果无法让群众满意,他们立马拿过程作为“挡箭牌”,说什么“我已经尽力,对方实在不给力”“即使没有功劳,也应该有苦劳”,企图用“勤奋”的假象博得上级的宽容,用过程掩饰碌碌无为的事实。

相比于这种假装积极上门服务的“虚假勤奋”,坐在办公室等别人找上门的“虚假勤奋”更加不可原谅。积极上门服务,毕竟是主动找问题;而等着别人找上门,却是问题来找你。前者往往还有个轻重缓急,而后者则往往是十万火急。找上门的问题一旦及时解决,轻则可能使矛盾激化,重则可能引发群体性事件。

以民营企业普遍反映的办事难为例,近年来在中央的三令五申下,过去各地普遍存在的“门难进、脸难看、话难听、事难办”现象已经难得一见,但个别地方,取而代之的却是“门好进、

脸好看、话好听、事难办”,不少官员从传统的“懒政”,进化成了更隐蔽的“虚假勤奋”。

你找他办事,他今天说开会,明天说出差,后天又说有接待任务,“看起来很忙”,实际上是找了各种各样的借口,不接你的招,不办你的事,不担工作的责。就这样,不少民营企业从“肥的”拖成“瘦的”,从“病的”拖成“死的”,最终让整个地区的民营经济发展受挫。

一些民营企业家说,过去门难进、脸难看、话难听,但想想办法,事情总能够办下来,“过程难受,结果舒坦”;现在门好进、脸好看、话好听,但使尽全身解数,最后还是找不到解决办法,“过程舒坦,结果难产”。不少企业家又谈到,“领导等得起,企业等不起”“宁要过程难受,不要结果难产”,呼吁相关部门



### 艺考不易考

日前,有不少艺考生反映,由于第三方报名平台出现故障,导致2019年高校艺术类校考报名无法提交。对此,教育部回应称,已指导和督促有关高校通过多重措施,确保有意愿参加校考的考生都能报名并参加考试。

漫画:曹一

艺考报名,关系考生前途命运。将报考通道置于商业平台,前提必须是经过严格的商业资质审核,全面考量平台承载能力。如今,亡羊补牢犹未晚矣。希望有关部门吸取教训,规范招考流程,切实保障考生合法权益。

本栏主持:刘晶瑶

## “知否知否”不应病句太多

王钟的

电视剧《知否知否应是绿肥红瘦》(以下简称《知否》)频繁登上热搜榜单。尴尬的是,该剧引发众多关注的并非剧情,而是台词中存在的大量语病。比如,“手上的掌上明珠”,构成语义重复;“特宠不骄”,构成语义矛盾;“继承大统”,误用继承皇位的说法……种种表达问题,不一而足,难怪有网友直呼“语文老师晕在厕所”。

该剧引发网友抨击,一方面可能因为明星出演,自带流量;另一方面也因为故事背景在古代,对台词古典文化知识的要求较高——不少古装剧播出以后都会在文史知识、语言表达方面遭到质疑,哪怕所谓大成本、大制作的“历史正剧”。

但是,不能因为问题的普遍,就纵容影视剧台词的语病。当代观众的语言习惯深受影视剧影响,热播剧台词很快就会成为人们生

活中的流行语。进而言之,不认真对待台词的语病,就会让错误表达成为普遍的习惯,损害现代汉语表达的严谨性与纯洁性。

也有人为《知否》辩护,认为鲁迅小说中尚且有不少“语病”,何必对一部电视剧苛责?但是,鲁迅的创作年代处于现代汉语即白话文的探索和发展期,现代汉语规范并未明确确立。而在当代,现代汉语已经形成了稳定的语法,不管是文学作品,还是影视剧,都应该遵循语法规范。

但是,社会对汉语的误用应当有个底线“容错率”。错的就是错的,不容狡辩。没有人可以当语言规范的“上帝”,不断纠正汉语使用中的错误,是公共媒体的责任,也是每个语言使用者的义务。语言不仅是人与人之间的沟通工具,更是民族精神与民族价值观传承的基本载体。法国作家都德的名篇《最后一课》,就以一堂法语课为例子,表达了法国人的爱国主义情怀。现代法国人更是以严谨规

范的法语为自豪。强调民族语言的规范性,有利于强化民族文化的认同感,是凝聚民族精神的直观体现。

就《知否》这部电视剧而言,既然故事情节发生在古代,就应当对古典文化知识有最基本的要求。现如今,古装剧成为许多年轻人了解传统文化的窗口,也潜移默化地影响着公共价值观,这本身不是什么坏事。但是,如果古装剧制作不严谨、内容不规范,对年轻观众构成误导,就会阻碍传统文化朝着正确的方向传播。

1951年6月6日,《人民日报》发表了题为《正确使用祖国的语言,为语言的纯洁和健康而斗争!》的社论。60多年来,现代汉语历经着流变与发展,但汉语规范的核心价值并没有被撼动,维护汉语纯洁性依旧是沉甸甸的使命。不管在哪个时代,怎么强调语言规范都不为过,作为大众传播媒介的影视剧,更应当严格制作流程,加强对历史文化与语言表达方面的要求。

草野·宇下  
CAOYE YUXIA

## 人人来扫门前雪

前不久,长沙市下发了终止低温雨雪冰冻灾害应急响应的通知,这让我们这些取消元旦休假、上路铲雪除冰、通宵值守巡查的基层工作人员终于松了口气。

在几天的“御雪奋斗”中,很多基层干部发现了一个共性问题:在这场雨雪天气中,应急处置“上热下冷”,政府工作人员唱“独角戏”,市民主动参与扫雪除冰的少之又少。正如一个朋友所总结的:下雪了,三分之一的人在街上扫雪,三分之一的人在被窝看雪,三分之一的人在户外玩雪。

从情理上来说,城区公共资源多、居民素质高,应该是很热心公益的。偏偏大部分的人只顾着晒雪景、堆雪人、发朋友圈,没有多少主动拿铁锹扫把上街献力量的。一个市长热线投诉电话,更加让我感觉到公众参与缺位的严峻性。一天晚上十点半左右,一名住户投诉所住小区77栋4楼平台有积雪结冰,存在安全隐患,需要尽早排除。区政府值班室特意强调,此类重点问题必须解决好并回复。电话打过去,投诉人却已关机了。

前住处置的社区主任一肚子牢骚:这栋房子是单位家属区,还有门卫值守,4楼的住户大多身强体健,深更半夜打电话逼社区工作人员冒着严寒冰雪前去处置,哪赶得上产权人联系物业和住户自行除冰效率高,基层干部也不是全能型运动员。

我认为,低温冰冻灾害来临,保畅通、保平安是政府的应尽之责。特别是位于公共区域的主次干道及人行道、天桥上的积雪,确实需要政府部门的积极作为,需要城管、环卫、交通、交警等专业队伍加班加点清理,以保持道路通畅和行人安全。

但住宅小区内出入通道、商场地坪、建筑屋檐,这些半公共区域特别是私人区域的积雪,市民也应该参与到清扫的过程中来。古人尚有“扫门前雪”的传统,现代人怎么能熟视无睹了呢?

在发动民间力量参与扫雪的过程中,社会组织能发挥不小作用。在风雪再次来临时,不妨发动各类志愿者参与扫雪除冰,号召私家车主、滴滴司机、公交车师傅参与路面清扫,倡导车友、球友、驴友上街“锻炼身体”,让市民快乐扫雪,在共同参与中传递善良、增进感情、分享喜悦。(罗希冀 作者系长沙市芙蓉区朝阳街道办主任)

# 自媒体刷量造假无异于“皇帝新装”

余寒

如今微信、微博等社交媒体在品牌线上营销中的比重愈发重要,但数据造假就像皇帝新装——但凡和流量经济扯上一点关系,广告主、代理公司、媒介投放机构、自媒体本身都对此心照不宣。有行业观察者甚至对媒体提到,“个人自媒体造假的情况非常多。美妆、时尚、旅行、母婴这几个类目中,阅读量超过1万的博主有95%数据是假的。”

2016年9月微信一次内部统计接口升级,曾让很多造假者彻底现形,一些浏览量轻松达到“10万+”的公众号,在那一夜文章浏览量只有之前的十分之一甚至更低。不过此后的自媒体数据造假、刷流量,非但没有停止,发展到今天反而成了“明规则”。如果去淘宝搜索“微信公号运营”的关键词,能找到很多专门提供刷量服务的公司。

正如报道的那样,哪怕自媒体人自己不想刷,那些在广告主和自媒体间充当桥梁角色的媒介代理商,为了让文章的数据更好看,也会主动帮着刷。即便是广告主自身,也乐于看到至少表面上看起来比较亮眼的传播效果,这样他们也好拿数据向上级领导交差。艾媒咨询曾针对2017年运营类微信公

对平台来说,主体责任不可推卸,再者也有相应的技术条件,不能因为刷量也能给平台带来虚假的繁荣,或者“法不责众”,就对数据造假进行保护性的处理。一味纵容造假,迟早会毁掉自身的口碑,最终被受众所抛弃

众号行业刷量行为进行调查,发现86.2%的微信公众号运营者曾有过刷量行为。关于流量造假,用集体沦陷来形容毫不为过,至于这条产业链上的从业者,大家都是心知肚明,只有那些订阅的粉丝被蒙在鼓里。

事实上,流量造假的生意,绝不仅限于微信公众号和微博。就在数天前,新华社也曝光了影视行业数据造假的产业链——某明星一条微博一年点击量超1亿次,评论区大量相似账号转发;某电视剧33天播放点击量达309亿次,最多的一天高达14亿次……

不管是影视行业,还是自媒体领域,给阅读量以及观看数据注水,乃至刷点赞、跟帖,说到底都是为了提升变现的空间。如果一篇“10万+”的文章对应的广告报价,可以达到10万元,那么以50元到80元/千阅读量的价格来刷量,就成了性价比很高的事。另一方面,它并没

有多少法律风险可言。唯一的风险,只可能是来自平台的监控和打压,但这种监控和打压,说到底还是于法无据,缺乏硬性规定的制约。

能够轻松依靠数据造假牟利的自媒体,当然不愿意投入太多成本在内容的生产上。所以,流量造假的另一面,往往还伴随着抄袭、洗稿等行业乱象。用内容生产层面的抄袭+洗稿,再配合刷起来的阅读和点赞数据,营造出行业影响力巨大的假象。对于那些勤勤恳恳,通过优质原创内容辛苦耕耘的内容生产者来说,行业的水被搅浑之后,投入产出不成正比,加剧了自媒体内容市场“劣币驱逐良币”的效应。

媒介代理、刷量公司、造假自媒体,赚得盆满钵满,导致市面上充斥着表面是爆款,实质没有多少信息养料的文字垃圾。表面上看,是广告主为之买单,充当了数据造

假的冤大头,其实除了被挤压的内容生产者外,受害的最终还是广大读者。他们要么被虚假阅读量蒙骗,要么需要投入大量的时间和精力,对传播效果被人工干预后的信息进行鉴别,阅读体验大受影响。

泛滥的鸡汤文、虚假养生信息、蹭热度的标题党、阅读数据注水,可謂是自媒体几大毒瘤。而站在自媒体生态层面来看,可怕的其实不是造假,而是劣币驱逐良币的效应下,整个行业对造假已经视若无睹、心照不宣,依靠明码标价的僵尸粉和假阅读,联合收割流量。

靠刷流量而非专注于内容生产,这条功利的道路,当然走不长远。但话说回来,对于那些挣快钱的自媒体机构来说,这番道理他们也未必然听得进去。在针对自媒体刷量现象缺乏有效惩处机制的当下,行业生态的净化,很大程度上还得依赖平台提供方,做好把关人。

对平台来说,主体责任不可推卸,再者也有相应的技术条件,不能因为刷量也能给平台带来虚假的繁荣,或者“法不责众”,就对数据造假进行保护性的处理。一味纵容造假,迟早会毁掉自身的口碑,最终被受众所抛弃。