

一建一搬3亿多,谁来担责



本报评论员
高路

当每一位决策者为自己的决策负起相应责任,依法行政才能成为干部的自觉行为。

据光明日报报道,被住房和城乡建设部点名的湖北省荆州市巨型关公雕像,日前开始拆卸转移,搬移工程总投资1.55亿元。关公雕像高达57.3米,建成于2016年,总造价达1.729亿元。如此一建一搬,3亿多元就没了。

3亿多不是个小数目,何况对于荆州这样一个经济还算不上发达的地区。

国家三令五申不得建设形象工程面子工程,可仍有不少地方热衷于搞这类项目,荆州市巨型关公雕像是一个,还有的如贵州省独山县水司楼项目。贵州独山为建“天下第一水司楼”,举债两个多亿,结果建了个烂尾楼,留下一个烂摊子,何去何从成了难题。

面子工程往往只图面子、外表光鲜,但不讲实效;面子工程好高骛远,脱离当地经济发

展实际。一些面子工程从规划立项到设计,生拉硬扯,生搬硬套,与城市气质极不协调;一些面子工程甚至全凭个人好恶,拍脑袋决策。面子工程还对民生造成挤出效应,历来为上下深恶痛绝。

对于这样的行为,纠正是必须的,更重要的是追究责任。

据报道,所在区位建筑物限高24米,可这座关公雕像算上基座,总高达到57.3米,违反了《荆州历史文化名城保护规划》有关规定,破坏了古城风貌。

这么大的雕像,竟然在没有任何审批手续的情况下,愣是在监管部门的眼皮底下建了起来,要说原因只是建设方胆大妄为,恐怕难以服众。建关公像究竟是怎么决策的,为何没有通过审批就能建起来?到底是什么人

扮演了关键角色?这些都须要查清楚。

只有将有关事实调查清楚,还原整个过程,才能看清到底是什么令规划审批和建设许可等监管环节失效,才能找到问题所在,以修复漏洞。

只有将责任落实到人,才能避免追责走形式。当每一位决策者为自己的决策负起相应责任,依法行政才能成为干部的自觉行为。

当然,还要反思这种以高、以大为美的审美观,并非放之四海而皆准。荆州古城历史悠久,城内古迹众多,因为保存相对完好,形制比较完备,被专家们誉为“中国南方不可多得的完璧”。关公像虽不在古城内,但离古城只有咫尺之遥,它的出现改变了古城周边的空间格局,喧宾夺主,从现实效果来看,它不仅没能给荆州古城添彩,反而破坏了古城的风貌,得不偿失。

为教师买节日礼物,家委会操错了心



特约评论员
余明辉

教师职业崇高,在教师节到来时对其表达敬意,可以理解,但切记要行之有道,不能将好事办成坏事。

据澎湃新闻报道,日前,有网友通过人民网的领导留言板向深圳市光明区领导反映,公明中学初二年级家委会发动所有班级为教师节购买礼品。对此,当地教育部门回应称,经调查公明中学初二年级家委会发动所有班级为教师购买礼品属实,为家委会自主行为,学校教师均未参与。教育局明确要求学校教师不能接受家长的各种礼品,已通知学校要求家委会将集资退还家长。

近些年,像这样的家委会“好心”而办错的事,并非个例。不出意外的话,在舆论关注、地方教育部门干预,以及学校要求家委会将集资退还家长后,此事会很快沉寂。问题是,为什么类似事件屡被曝光,但又屡屡发生呢?

众所周知,学校或班级成立家委会,是根据国家有关要求,配合家校共育等政策而推出的一个辅助措施,其主要职责就是参与学校和班级管理、参与教学工作、沟通学校和家

庭等相关教育管理工作。由此不难看出,为教师购买教师节礼物,不但不是家委会的职责范围,甚至从某种程度上说应该是其监督和遏止的事。

但遗憾的是,现在有些学校的家委会,不但不忠实履职,反而还成了其应禁绝行为的始作俑者。教师节“为教师买节日礼物”,家委会无疑操错了心、发偏了力,是典型的胡乱作为和负能量。

这凸显一些地方家校共育工作不够明晰、不够深入,会对教风整顿工作形成某种反噬。长期以来,为了遏止“教师节送礼”等教育行业歪风,国家和地方出台了大量具体禁止措施,比如禁止任何家长以任何理由和方式给教师送礼,禁止教师以任何方式和途径收受家长礼物。经过不断努力,“教师节送礼”这一不正常现象得到了有效遏制,取而代之的是尊崇老师的心意表达,社会对此充分肯定。

这种背景下,今年教师节来临之际,当事学校的相关家委会,以教师辛苦、尊崇教师为名在相关微信群内公开集资,往小里说,这是对教师清誉操守的小视、不信任乃至抹黑;往大里说,这是对国家持续整顿教风决心的无视和掣肘。家委会失职失责,不能不引起重视。

教师职业崇高,在教师节到来时对其表达敬意,可以理解,但切记要行之有道,不能将好事办成坏事。教风整顿的成果来之不易,需要合力长久作为。家委会作为教风整顿的参与者,切不可屡屡错位,必须自觉认清形势切实正确履职。

当然,地方教育主管部门和学校,不能止于“家委会为教师买礼物”的集资款一退了之,而是要敏锐看到其背后因素,并采取得力措施补漏,让家委会明晰职责真正归位履职。只有这样,家委会职能错位乱象才可能彻底消失。

警官连麦走红,打开反诈宣传新空间



特约评论员
然玉

这说明,社交媒介、直播短视频平台助力公共宣教、公共事业,大有潜力可挖。

近日,一位名叫“反诈警官老陈”的主播直播PK其他主播的视频在网络上走红。同时,国家反诈中心APP下载量随之猛增,已突破2亿次,位列排行榜第一。

据北京青年报报道,老陈是河北秦皇岛市海港区公安分局的民警陈国平,在业余时间进行直播宣传反诈,他说,直播间不开打赏,就是为了呼吁大家一起宣传反诈。他与多位网红主播的连麦,还被人制作成短视频在网上疯狂传播,瞬间走红。网友纷纷点赞称,这样的宣传方式搞笑又有效,从中学到了很多反诈知识。

老陈反诈,火爆全网。一边是一本正经的宣教,另一边则是亦庄亦谐的要宝,民警与搞笑主播的连麦PK,产生了某种神奇的化学反应,一发不可收拾。老民警的苦心婆心、本色出演,遇上头部网红恰到好处的控场造势、借势接梗,直播间里里外外,人气爆

棚、欢乐不断。反差感与戏剧性彼此催化,构成了强大的引力和传播力,并共同塑造了一轮破圈联动的大戏。就此,明明是反诈教学,却俨然成了一场集体联欢。

近年来,公共教育的线上化、社交化,乃是大势所趋。于此,各个职能板块均有不少尝试,政务账号“两微一端,一号一抖”几乎已成标配。在此基础上,不少部门还尝试了IP大号策略,通过力推体制内官方大V、网红,制作网剧、短视频等各种方式,强化影响力。整体来看,此类工作收获不小,但也存在着娱乐化、媚俗化、定位偏离以及“费效比较低”等方面的问题。在这种大背景下,“反诈警官老陈”的走红,堪称是无心插柳柳成荫,小成本大能量。

据老陈自己所言,他是“在业余时间进行直播宣传反诈”。而其所采取的和网红连麦PK的做法,无疑是极其高明的。从某种

意义上说,这就是一个彼此借力、相互成全的奇招。一方面,老陈借助了网红庞大的粉丝基数、观看人数和流量,大大提升了反诈宣传的覆盖范围、到达度和渗透度;另一方面,头部网红接住了老陈抛来的橄榄枝,一波卖力配合之后成功给自己加上了“正能量”的标签。也算是互惠双赢吧。

不可否认的是,老陈连麦的红极一时,很大程度上源于新鲜感、新奇感的加持。在这个过程中,搞笑博主过硬的“业务能力”,快速反应的接茬、化梗能力,夸张喜感的表演,起到了重大作用。这说明,社交媒介、直播短视频平台助力公共宣教、公共事业,大有潜力可挖。

我们都知道,传统电视台一般都会标配一定数量的公益广告。而在新的媒介生态内,老陈连麦的巨大成功,则让我们对社交直播平台的公益宣教的责任、能力与实现方式,有了更大的想象空间。