

一家言

观察

好作风自然“圈粉”

◎万代红

近日,西藏昌都市边坝县拉孜乡官方短视频账号“和谐拉孜”走红网络。乡党委书记邱忠伟与乡长仁青旺加搭乘摩托车穿行山间走村入户的日常视频片段,收获了数万网友点赞,评论区里催更声此起彼伏,不少人追起了“下乡连续剧”。

一个乡镇的官方账号何以破圈?答案就藏在小颠簸的山路上、朴素的身影里。拉孜乡官方短视频账号里,邱忠伟和仁青旺加骑摩托车颠簸在崎岖的牧道上,或到田间察看作物,或深夜入校巡查,或现场协调草场管护,没有摆拍的场景,没有刻意塑造干部人设,松弛得像串门的乡邻。网友调侃“刚开始以为是学生拍着玩”,正是这份“不像官方账号”的质感,撕掉了程式化的滤镜,还原了基层工作最本真的模样,用久违的真实感击中了大众。

摩托下乡不是刻意作秀,而是高原基层工作的常态。拉孜乡平均海拔4000米,境内山重叠嶂、沟壑纵横,820多平方公里的土地上散落着13个行政村,通往深山牧场的小路大多狭窄陡峭,常规车辆根本无法通行。对于当地干部而言,摩托车是入户走访、排查隐患、宣讲政策最实用的代步工具。这些骑摩托下乡的视频,用“不加滤镜”的方式映照出基层治理最真实的样子。

网友集体催更,体现出全社会对干部优良作风的普遍认同与热切期盼,更是新时代干群关系双向奔赴的生动缩影。群众心里有杆秤,谁真心实意为老百姓办事,谁装腔作势搞形式主义,大家看得清清楚楚。这些年,从“最美公务员”到“人民满意的公务员”,那些真正走进群众心里的干部,无一不是脚上沾着泥土、心中装着百姓。

“和谐拉孜”的走红,是一次偶然的网络事件,更是一次必然的民心反馈。当更多干部把办公室搬到田间地头,把心里话讲进群众心坎,我们党执政的根基就会坚如磐石,基层治理的画卷会更加动人。

报忧亦是尽责

◎郑鑫

日常工作中,不少干部常会给出这样的表态,“请领导放心,完全没有问题”。这类表态干脆利落、语气坚定,看上去工作扎实稳妥,可真正深入核查后往往能发现不少短板和漏洞。

事实上,任何一项工作的推进,都难以做到十全十美、毫无纰漏。主动上报工作中的难点堵点,既是对本职工作负责,更是对整体工作大局的担当。反观部分干部,开口就是工作圆满,闭口就是全部落实,背后是不愿担当、不敢担责的消极心态。他们担心暴露问题会被问责,害怕凸显短板会被批评,更顾虑如实汇报会暴露自身能力不足。长此以往,工作真话被遮掩,基层实情被隐瞒,细小的问题得不到及时纠正,最终演变成难以处置的复杂难题。

树立“报忧亦是尽责”的工作导向,是整治虚浮工作作风、提升基层治理质效的关键。事业发展和工作推进的过程,本身就是持续发现问题、深入剖析问题、有效解决问题的过程。干部敢于直面工作短板,主动上报实际难题,能够帮助上级精准掌握基层真实情况,精准制定对策、破解工作堵点。评判一名干部工作的好坏,不能只看亮点多少、成绩大小,更要看其是否敢于正视自身不足、是否善于破解工作难题。主动查摆问题、如实上报隐患,彰显的是实事求是的政治素养,体现的是履职尽责的责任担当。

让主动报忧、自觉揭短成为工作常态,关键在于完善制度机制、重塑科学的工作评价导向。一方面,打破报忧就是失分、揭短就是失职的固有思维,健全正向激励和容错纠错工作机制,让广大干部敢于讲真话、敢于报实情。另一方面,优化升级考核评价体系,摒弃重亮点轻问题、重成绩轻短板的考核模式,将隐患排查、问题查摆、难题整改等工作情况纳入干部实绩评价体系,对敢于直面问题、善于化解难题、坚持整改落实的干部,给予肯定和正向激励,倒逼干部摒弃敷衍表态、杜绝虚假落实。

来论

让孩子们好好说话

◎张明博

“666”替代赞美,“绝绝子”取代感叹,“受着呗”成为面对批评的回应,“那咋了”成为万能挡箭牌……当前,一些网络烂梗正以戏谑之名悄然侵蚀青少年的语言世界,这不仅是表达方式的退化,更是思维能力的萎缩与价值认知的偏移。

语言是思维的外壳。长期依赖僵化的网络烂梗和语言模板,会让孩子的感受力逐渐钝化,逻辑建构能力逐渐弱化。更值得警惕的是,烂梗正在把粗暴包装成幽默,把偏见伪装成共识。从语言贫乏到思维惰性再到价值偏差,这条递进链条,才是网络烂梗最深层的危害。

孩子玩梗的背后,往往隐藏着真实的社交需求——同伴接纳、语言表达、压力释放。网络流行语具有“圈内标签”功能,有助于获得归属感;部分青少年缺乏足够的情绪词汇储备,简化夸张的表达成了他们传递情感的“快捷方式”。教育引导的前提,是先看见和重视这些需求。孩子们的社交渴望是堵不住的,更不能简单粗暴地“一刀切”,需要用耐心的疏导帮助孩子看清本质、守住边界。

治理之道,在于平台、学校、家庭三方协同发力。平台应优化针对未成年人的算法推送机制,用文明向上的内容滋养少年儿童精神世界;学校可通过诗词积累、经典诵读、创意表达等特色活动唤醒孩子的语言审美;家庭层面,家长须做好言传身教,在亲子沟通中多使用严谨、温润、规范的表达。唯有形成教育引导、技术监管、文化浸润的合力,方能斩断烂梗传播链条。

中小学阶段本是语言能力提升的关键期。孩子们本该在“春风又绿江南岸”的诗意中感知语言之美,在完整表达中梳理情绪逻辑。当烂梗将表达简化为万能模板,失去的不仅是一时的规范,更是与中华文明深刻对话的“钥匙”。古人推崇“吟安一个字,捻断数茎须”,字斟句酌尽显对文字的敬畏,这种态度在当下尤显珍贵。

让青少年准确使用语言,本质上是在守护他们未来理解传统、表达自我、参与公共讨论的能力根基。莫让烂梗断了文脉,莫让戏谑消解了深度。

观察

管好“小物业” 守护“大民生”

◎哈丽琴

“小物业”承载“大民生”。转变理念、明晰权责、强化监管、协同共治,推动物业与业主博弈从价格拉扯,转向价值匹配、品质对等的良性循环,方能用优质服务铺就百姓幸福底色。

02 从账目透明到信任重建
权责明晰是治本之策

小区里的磕磕绊绊、纠纷争议,大多源于权责边界模糊不清。如何服务、怎么服务、什么是物业必须做到的、哪些是业主需要配合的,很多小区缺乏清晰界定;物业费交完去哪儿了,电梯广告、快递拒收收益有多少,维修基金是沉睡还是被挪用,成了说不清的糊涂账……沟通不畅、权责不清、知情权得不到满足等因素的叠加,最终导致业主与物业间的信任缺失。

权责明晰、账目透明,是破解物业纠纷的治本之策。化解矛盾僵局,关键要靠制度立规矩、划边界,重建信任。各地需依法细化物业服务标准、收费规范,督促物业主动公开收支明细、公共收益流向等;健全业主自治机制、激活业委会功能,让物业履职有标尺、业主维权有依据,双向依规而行、良性互动。

一些地方已率先破题:北京市有小区实行物业服务“弹性定价”,将服务选择权、定价话语权交还业主;上海市健全“6+N”信息公开机制,推行弹性调价、质价挂钩考核……各地实践路径不同,落脚点却一致:用透明规则化解猜疑,将商业契约融入共同治理,让业主从“交糊涂钱”变“花明白钱”,从“站着看”变“一起干”。

03 从粗放随意到规范有序
加强监管是硬核保障

监管悬空,物业便捷之改进服务的动力和约束。化解小区物业矛盾,不能只靠物业和业主的自发协商,还需要行政监管这只“有形之手”主动介入,既为业主“撑好腰”,也为物业“划红线”。

前不久内蒙古印发《住宅小区物业服务质量管理提升行动方案(2026—2028年)》,聚焦物业履职拖沓、投诉处置不畅等突出问题,搭建全域智慧监管体系,全面推行物业“码上办”诉求处置机制,构建闭环督办体系;2小时接单响应、12小时预警提醒、24小时提级督办,实现群众诉求全流程闭环处置,彻底打通物业投诉处置堵点。

各盟市同步发力:呼和浩特市推行物业管理月度评价机制,形成“评价——通报——整改——复查”闭环管理;兴安盟聚焦物业履约缺位、侵占公共收益等乱象专项整治,把物业问题清单变成居民满意清单;乌海市以公开述职、群众评议、靶向整改、闭环提质为抓手,让物业当“考生”群众来“阅卷”……实践证明,加强监管是倒逼行业向好的硬核保障。既让业主有渠道发声、有平台维权,又强化行政监管力度、畅通投诉问责渠道,督促物业从粗放随意向规范有序转变,用精细化服务赢得业主认可。

画里有话



清朗

近日,中央网信办印发通知,在全国范围内部署启动为期4个月的“清朗·未成年人网络保护”专项行动。本次专项行动分两个阶段开展。重点整治网络不良内容、不良线上社交、诱导消费套路等问题,同时完善平台管理规则,规范平台推荐行为。

苏昊/图 袁宝年/文

洞见

新能源车“寿命”只有1.8年? 假的!

◎徐峰

“新能源车平均车龄仅1.8年”——这组数据一出,不少自媒体立刻高呼“电车两三年就报废”,吓得消费者直犯嘀咕。但在中国汽车工业协会发布澄清后,才发现是把“平均上牌时长”偷换成了“使用寿命”,好比说小学生平均年龄低就断言人类寿命只有几岁,荒唐。

车龄悬殊,根子不在质量,而在市场。燃油车跑了几十年,满大街七八岁甚至更久的老车,平均车龄自然高;新能源车大规模普及才几年,9成是两三年的“新兵蛋子”,平均车龄能高吗?等再过几年老电车多起来,这个数自然往上走。

更离谱的是,有人把“车主三五年换车”

等同于“车只能开三五年”。这种说法本质上是对存量结构、消费行为和产品寿命进行了层层概念偷换,不仅是对数据的误读,更是对新能源车前景的误判。当前,电车技术更新迭代很快,高压快充、智能驾驶,几乎年年翻新,车主换车不是因为旧车趴窝了,而是为了更好的驾驶体验,那些换下来的新能源车照样在二手车市场跑得快,何来“短命”之说?

从硬指标看,主流车企三电系统质保8年

起步,家用车正常充放电,电池健康度轻松保持九成以上。市面上第一批新能源车已平稳跑过10年,事实摆在眼前,“电车易坏”根本就站不住脚。

这场闹剧,说到底又是一场流量生意。个别媒体故意掐头去尾,拿混淆概念的反差数字制造焦虑,把产业正常现象妖魔化,吃相难看。权威机构不得不亲自下场释疑,折射出当下数据解读的浮躁风气。

其实,消费者不必被这些噪音牵着鼻子走。换车快,是消费升级的选择;开得久,是技术底气的证明。看数据多问几个“为什么”,别听风就是雨,新能源车到底行不行,时间会给出最好的答案。

文物还是那个文物,只是换了更贴近当下的方式与观众对话。

博物馆固有的参观边界,正在被一点点打破。过去逛博物馆是“看展式”的,游客站着观赏,文物静默不动。现在,《遇见·风吟草原》把驻场舞台搬进馆内,展厅看完静态文物,转身就能来到舞台前,完成一场古今对话;夜游昭君博物院走得更远,整片园区都化作剧场,观众在行进中参与剧情,演着演着观众就成了戏里的一部分。观和演的界限模糊了,历史和当下的距离也拉近了。博物馆不再是“你来我展”的单向输出,而变成了一场可以走进去的对话。

博物馆这回是真的“有戏”了。白天和夜晚、展厅和舞台,像是为同一段历史打开了不同的入口。场景一换,叙事手法便随之改变,历史本身的厚重感还在,亲近感却成倍增加。历史还是那个历史,但讲法换了,听的人自然就多了。

文物不会说话,但人可以替它们说。关键是得说得好看、让人愿意走进来听。

辣语

王先生经历了某公司的两轮面试,拿到一个技术岗位的录用通知,最后却因为数年前的一桩早已结清赔偿、无失方记录的交通事故民事诉讼,被第三方背调机构标注为中等风险的“黄灯”,某公司据此终止录用。最近有媒体报道,有的第三方机构随意扩大调查范围、粗放划分风险等级,而一些企业仅凭一纸标注就拒录相关应聘者。

——据《工人日报》

锐评:企业对应聘者进行必要的背景调查无可厚非,但背景调查的目的是帮助企业了解真实情况,而不是制造偏见与歧视。当企业背调任性地把求职者亮“黄灯”时,监管部门就该及时给这样的机构亮“红牌”。

最近,河南刘先生驾驶花50多万元买的新能源车带着孩子自驾穿越中亚去欧洲,结果车刚驶入哈萨克斯坦不久,车机系统就被厂家远程锁死了。在多次提交材料后,经历30多个小时才得以解锁。车企给出的说法是为防止倒卖或被盗。此事被媒体报道后,引发众多网友担忧。

——据川观新闻

锐评:车企为防止车辆被盗、防止非法倒卖的解释,并不能为这种单方面粗暴的远程锁车行为开脱。从安全服务角度出发,出境前短信提醒、APP弹窗确认、客服电话核实……这些都是可选择的方法,总比一声不吭地远程“操控”更尊重消费者。

传承千年宫廷秘方、无化学添加、天然草本、强效美白淡斑……伴随着大众对国货养生、传统草本文化的追捧,“宫廷秘方”护肤产品迅速走红。在短视频或者逛电商平台时看到这样的产品,你会不会突然心动,然后激情下单?最近有媒体报道,一些打着“宫廷古方、手工秘制、快速美白”噱头的护肤产品,实际是用猪油炮制,甚至明目张胆使用禁用药材。

——据澎湃新闻

锐评:打着“宫廷秘方”的旗号,把粗制滥造的东西包装成国货爆款,噱头吹得天花乱坠,坑人毫不手软,既透支大众信任,又损害传统好口碑,必须狠狠整治!

近日,贵州的蜂糖李进入销售旺季,作为一款拥有国家农产品地理标志认证的果品,因其独特口感受到消费者青睐。然而有媒体调查发现,市场上也有不少同款“蜂糖李”悄然流行,但它们并非正宗,而是靠“贴标签”摇身一变而成。

——据《光明日报》

锐评:现实中,无论是瓜果蔬菜,还是山珍河鲜,玩“李鬼”变李逵的小伎俩其实不少。究其原因,无非是想借着品牌效应在市场上卖个好价钱。但消费者买得多了肯定能发现其中猫腻,到头来砸的是自家招牌,毁的是整个产业的口碑。

近日,市场监管总局对携程滥用市场支配地位实施垄断行为作出行政处罚,罚没款合计51.79亿元。这家占据国内核心文旅市场约56%份额的在线旅游平台,因通过“调价助手”等工具附加不合理交易条件,被认定两项垄断行为自2020年延续至今。

——据《人民日报》

锐评:算法不是法外之地,携程坐拥超半数市场份额,本该带头维护市场公平秩序,却滥用支配地位设卡牟利。巨额罚单不是终点,而是警醒所有平台,别让优势变成垄断利器,敬畏市场、守住底线才能行稳致远。