

缓冲期帮扶 不能挂空挡

□顾仲阳

脱贫攻坚首战告捷,去年全国1240万农村贫困人口脱贫。根据现行政策,贫困户销号退出后,要留出缓冲期,原有扶贫政策保持不变,帮扶力度不减,确保稳定脱贫。但笔者调研发现,眼下,一些基层把这种缓冲期家庭建档立卡数据库中标识出来后,“晾”在一边,不帮不扶,一些家庭重陷困境。

很多时候,贫困与脱贫之间,只有指标量上的细微差距,并没有明显的鸿沟。刚销号的贫困户非常需要继续扶持,以实现稳定脱贫。为他们设置缓冲期,“扶上马、送一程”,体现了党和政府高度负责,也是实现“全面小康不落一人”目标的科学的制度安排。但有的地方,对中央这一要求学习不够、领会不深,有的甚至不做针对性工作安排,这显然对上对下都不负责。

解决这个问题,首先还是思想上要认识到。继续扶持缓冲期家庭,巩固脱贫成果,符合脱贫攻坚规律和农村实际。缓冲期农户普遍抗风险能力差,遭一场灾,或遇上扶贫产业市场行情不好,很可能就会返贫;家里出现孩子上学、老人看病等变故,就可能“饱而复饥、暖而复寒”。脱贫攻坚是场拉锯战,绝不是轻轻松松一冲锋就能打赢的。缓冲期帮扶挂空挡,返贫后就不得不重新帮扶,如此反复、折腾,既影响党和政府的威信,也势必给如期打赢脱贫攻坚战增加不确定性。一定要深刻认识到这一点,把帮助缓冲期家庭稳定脱贫,作为决战决胜贫困的一项重要任务。

行动上拿出可操作性的政策措施,落实“缓冲期”内扶贫政策保持不变、支持力度不减”。受限于资金等帮扶资源,一些贫困户脱贫了,地方政府就把有限的资源拿来帮助那些更穷的贫困户,这是出现缓冲期帮扶挂空挡的现实原因。把缓冲期帮扶切实落实到位,首先自然要继续加大投入。脱贫攻坚既要做好增量,

继续减贫;又要做好存量,对缓冲期家庭不能“一脱贫就撒手”,东西扶贫协作、定点扶贫、驻村帮扶等扶持,一个都不能撤。同时做好增量脱贫和存量脱贫,这就要求投入上通过加大财政收入、动员更多社会力量帮扶等办法“开源”,也要要求帮扶上通过整合资金、提高精准度等方式提高减贫效率。

其次,要在提高缓冲期农户发展能力上多下“针”功夫。帮扶毕竟是外因,

提高贫困群众的发展能力,才是他们稳定脱贫的最大保障。立足根本,放眼长远,缓冲期内要在这些方面下更大的功夫。提升扶贫对象的自我发展能力是一个见效慢、复杂性强的系统工程,需要在改进帮扶方式下一番“绣花”功夫。帮人先帮技。在技术传帮带上下更大功夫,帮助缓冲期农户切实掌握一技之长。扶贫必扶智。在思想和教育扶贫上下更大功夫,激发缓冲期农户的内生动力,提高

他们的文化技术水平,提高稳定就业能力。投入要投准。在提高缓冲期农户市场经济适应能力上多下功夫,产业扶贫要让他们更深度地参与到产业链中去,让他们在市场经济大潮中不断折腾,逐步学会游泳。帮扶干部不能把这些当成负担,觉得费事、耽误时间。磨刀不误砍柴工,提升扶贫对象的发展能力,稳定脱贫就能水到渠成,全面小康的脱贫攻坚答卷才经得起检验。



找准传统艺术 在网络时代落点

□王钟的

一场二胡直播吸引21.5万用户,一位古筝主播年收入超千万元——平日里许多传统艺术表演家想都不敢想的关注度,真真切切地发生在一些进军网络直播平台的传统音乐艺术表演家身上。箜篌、古筝、琵琶……这些普通人在古诗词里读到,却没有什么机会看到的乐器,正由演奏者在直播平台上真实展现。

平日里“冷门”的传统乐器,为什么放到网络直播平台上就“火”了?这首先要归功于互联网传播的助力。比如,中央民族乐团中胡首席蔡阳,平时如果到国家大剧院演出,观众最多的时候也不过2000人左右。这还是在文化资源和传统艺术爱好者集中的北京。但是,一旦网上直播,艺术传播突破了时空障碍,全国甚至全世界喜欢这门艺术的人都可以观看。

直播传统艺术,不仅集中了原本喜欢这些艺术形式的“粉丝”,也能够利用直播的契机招徕新“粉丝”。可能有人仅仅因为好奇点进去观看,由此喜欢上了它;也可能有人本来对此向往之,但苦于现实中没有接触的条件,直播恰恰提供了“路人转粉”的机会。利用传统媒体、传统手段普及和传播传统艺术常常吃力不讨好,网络直播则四两拨千斤,用互联网界的话说就是:掌握了入口,就掌握了用户。

把传统艺术放到直播平台表演,还有利于传统艺术的新陈代谢、吐故纳新。与在音乐厅、剧场表演的传统形式不同,网络直播直接面向用户,正面迎接市场的考验。艺术家表演得好不好,艺术形式是否有足够的吸引力,在直播数据上就能直接体现。人们常说,传统文化不能抱残守缺,要适应时代发展、与时俱进地调整形式。现在看来,包括直播在内的网络平台就是鼓励和刺激传统文化发展的重要通道。

网络直播虽好,但是正如一家直播平台公关负责人所说的,平台主要是提供渠道,解决不了内容问题。我们能看到几位在直播平台上走红的传统艺术表演家,也要想到可能有许多艺术表演家上了直播也没能走红。直播用户的审美与传统观众的审美很不一样,既要来看表演本身,也会看主播的“颜值”。传统表演依赖于门票收入,把票卖出去就是成功,而网络直播的收入依赖于打赏和流量,不乐意看的用户可以随时“退票”。

既然选择了直播,就要与网络经济做伙伴,这应当是传统艺术表演家在转型之路上应当形成的观念。商业化运作也有鉴别“真材实料”的能力,尤其是对于表演艺术,如果一位艺术家在商业上丝毫不受欢迎,那么再自称是深受观众喜欢的艺术家,也是大言不惭。让传统艺术深入人心,就要主动告别体制的保护,在市场中找回生命力。

分类,垃圾才能真正产生价值

□吕晓勤

一个日常生活的选项,将成为众多居民的必修课。前不久,国务院办公厅转发国家发展改革委、住房城乡建设部《生活垃圾分类制度实施方案》,其中有关2020年底前46个城市先行实施生活垃圾分类强制分类的规定,令人关注。

数据显示,2015年我国大中城市生活垃圾产生量约为1.856亿吨,

用装载量为2.5吨的卡车来运输,所用卡车长度能绕赤道12圈。而只要处理得当,垃圾也能变废为宝,关键就在于实现分类。本世纪初,北京、上海等8个城市被确定为全国首批生活垃圾分类收集试点城市,但由于相关政策法规不够完善、激励约束政策不够到位、各环节衔接不够协调,分类推广一直难以深入。一位网友感慨,“每次倒垃圾我都有限的垃圾分类知识仔细分类,可看到垃圾回收车将所有垃圾一股脑都倒进车里,我感到深深的委屈。”

在垃圾围城的压力下,明确生活垃圾分类要求,落实各相关主体责任,已是当务之急。垃圾分类是系统工程,包括投放、收集、运输、处理等多个环节;任何环节出问题,都影响实际效果。目前,前端

分类标准五花八门、名称过于专业,中端垃圾清运时常混装混运,末端垃圾处理设施及配套系统无法匹配需求,形成一个个隐形梗阻。畅通垃圾分类的脉络,保证垃圾分类处理、资源利用、废物处置无缝衔接,需要政府、社会与公众形成更强大的环保合力。

当前我国家庭生活垃圾中厨余垃圾约占56%,可回收垃圾约占26%。进一步完善垃圾分类制度,促进垃圾清运和资源回收两网融合,关系到新型城镇化和生态文明建设的质量,也映照着一个地方的治理能力。“分类产生价值”,垃圾处理至少具有减少污染和循环利用两种社会功能。从实践来看,前者主要体现为垃圾清运,因为公益性较强、责任明确,相关管理工作卓有成效;后者主要体现为垃圾的资源化利用,比如制造新产品、堆肥、发电等,这方面的产业链发展并不成熟,且牵涉多个管理部门。针对这样的现实,今后可以重点突破,通过体制机制创新,多吸引社会资本参与进来。

由于发展程度各异、垃圾组分不同,世界上并不存在统一的垃圾

分类标准,唯有因地制宜、因地制宜。城市生活垃圾中电子垃圾、瓶瓶罐罐比较多,部分旅游城市的厨余垃圾含量相对较高,末端处理方式就应体现针对性。在部分农村地区,有用有机垃圾沤肥的习惯,可以采用“腐烂变质沤肥还田、可回收资源利用、不可回收就近填埋、有毒有害集中处置”的方法。更有专家如此建议处理厨余垃圾:把剩菜剩饭放进垃圾桶之前,先尽可能将水沥干,垃圾含水率降低了,资源回收效率和二次污染控制水平也就提高了。无论采取何种手段,最重要的是真正把垃圾分类落实到位,避免产生新的污染和造成资源浪费。

从“减量化、再利用、再循环”的环保理念,到“能卖拿去卖、有害单独放、干湿分开放”的实操口诀,事实证明,垃圾分类并没有想象中那么复杂,是人人能做到也能做好的小事。习近平总书记强调,普遍推行垃圾分类制度,关系13亿多人生活环境改善,关系垃圾能不能减量化、资源化、无害化处理。建立打通分类各环节的流水线,让公众看到分类的实效,垃圾分类定能成为生活新风尚。



招聘信息清晰准确很重要

□路中林

时下正值招聘旺季,近日有媒体调查发现,某些用人单位在招聘信息中使用“有活力的技术团队”“扁平化管理”“全方位成长机会”等语焉不详的“黑话”,误导应聘者。

像“有活力的技术团队”这一短语,我们习惯将其理解为“鼓励创新”“团队年轻有朝气”“善于接受新事物”等意思,然而据调查,在招聘中,这只是“团队成员工作年龄普遍小于1年”的委婉说法。若照此理解,该招聘单位显然过于“年轻”,在行业中根基还不甚稳固,这样其吸引力就大打折扣了。显然,使用“黑话”的招聘单位在打擦边球,它们希望在不说话的前提下尽量把自己包装得好看些,以招到更优秀的人才。从结果看,一些不明就里的求职者受语焉不详的字眼迷惑,最后加入公司,用人单位看似赚大,但从经济学角度分析,它们最终必定要为自己的“不诚实”行为付出高昂代价。

招聘是双向的,招聘的本质是实现用人单位与应聘者的最佳匹配。每个公司,由于发展战略、市场定位和经营范围不同,所需人才也不一样,同样,对普通应聘者而言,并非所有高大上的大公司都适合自己,自己的兴趣、特长、职业规划不同,选择的公司就理所当然的不同。一些用人单位之所以喜欢用这些让人“不明觉厉”的字眼,一方面可能是不自信,特别是在提倡万众创业的当代,初设的创业公司前景尚不明朗,很难招到合适人才,而这一阶段的创业公司又最需要有能力、有资源的行业精英加盟,为此,尽量将公司的现状描绘得冠冕堂皇便成为它们的当然选择。另一方面可能是出于行业竞争的考虑,某些工作岗位并不一定需要985、211高校毕业生才能胜任,可细思之下,如果自己放宽用人标准,就可能将有发展潜力的优秀人才相让给对方,打着“肥水不流外人田”的小算盘,各用人单位便争相使用这些更容易招徕优秀人才用语。许多应聘者之所以被“黑话”蒙骗,一方面是工作经验尚浅,见识的公司不多,也不习惯同其他求职者交流心得;另一方面极可能是出于单纯的虚荣心。从记者盘点的被蒙骗案例看,许多求职者看到模棱两可的宣传后,往往做了过分夸张的解读,这说明他们缺乏清晰的职业定位,大多抱着“面一家算一家”的心态,以如此散漫的态度对待自己的人生如何不被骗呢?

经历了初期双向选择后,无论用人单位还是应聘者都发现自己曲解了对方,“曲解”可不只是待遇、休息时间等问题,它还涉及到工作内容、个人职业规划等深层次问题,许多员工习惯抱怨公司如何经常加班等,其实这只是表面现象,他们不能适应的是那些需要经常加班处理的工作内容,由于他们无法在工作中倾注灵感和激情,更不能将其视为发展自我的当然途径,工作既然而自我成长全无关,那么额外加班、拜访客户、帮助其他同事等自然毫无乐趣可言。同样,面对简历新鲜但对工作丝毫没有热情的员工,用人单位同样懊悔不迭。双方对彼此不满,要么以员工主动辞职告终,要么以公司开除员工收场。如此一来,此前都重其事的招聘便算是白费功夫了,无论是用人单位还是求职者,都浪费了大量的时间、金钱,事业更是一筹莫展、不进则退。

保护古建筑 应拒绝“古今混搭”

□何勇海

据媒体报道,故宫博物院自2012年着手对院内彩钢房屋等临时建筑进行整改和拆除,截至2017年3月底,共拆除彩钢房55处,面积达3040.72平方米。根据计划,今年7月底前故宫院内所有彩钢房将被拆除,届时,呈现在观众面前的将是完整的古建筑原貌。

临时建筑在不少古建中颇为常见,往往承担一定的职能。以故宫为例,多年来陆续搭建的办公用房、文物库房、职工生活用房、经营用房以及花房、车库等,原本是文化遗产的附属物。随着时间推移和观念变革,文物保护越来越精细化、高标准,临时建筑存在的隐患受到更多关注,比如彩钢房使用的是易燃的聚苯乙烯材料,一旦着火,就会迅速蔓延,极易酿成重大事故,因此不得不拆除。故宫是目前世界最大、保存最完整的木结构建筑群,保障安全就是要做到万无一失,否则“一失万无”,整改和拆除临时建筑的举措值得称道。

拆除临时建筑,也是对商业利益的舍弃与拒绝。相关报道称,位于故宫乾清门区域的两处彩钢房,一度是纪念品商店,生意非常好,拆除之后,有工作人员介绍,“一年至少少赚2000万元”。这只是故宫在此次拆除“违建”中“忍痛”去商业化的缩影。故宫确实不应该成为商业化的空间,它是博大精深、博大精深的历史文化的缩影,是不可多得、不可再生的公共资源,要警惕浓厚的现代商业化遮蔽其本身具有的历史气息。以拆“违”为契机,干干净净地恢复故宫名胜古迹的真实性和完整性,是守土有责的体现。

由此想到,近年来,不少地方历史名胜古迹的管理者或为自身管理的方便之需,或为提高商业开发程度、促进旅游经济发展,兴起一股“古今混搭风”,修建一批现代建筑,天然风景地插入到古代建筑群中,显得不伦不类,有的甚至想怎么“插花式”建设就怎么建设,无视历史文脉的显现和延续。这是一种严重的管理不善,反映了管理者将历史名胜古迹当成“大工地”“后花园”甚至是“财富源”的思维。在故宫勇于拿自己的“违建”来“开刀”的榜样示范下,其他历史名胜古迹是否也应该主动对自己的“违建”来一次大拆除?

对待古建筑,需要有对原貌的“洁癖”,拒绝混搭乱建。这不仅靠管理部门的自觉,还应当建章立制,对它们的办公用房、文物库房、经营用房等设施建设予以规范,诸如办公、生活、经营等用房的面积不能超过多少平方米,车库不宜建设于名胜古迹内,古迹周边多少米范围内不得临时搭建,等等。还是以故宫为例,有消息称,临时建筑全部拆除后,除从事古器物、古建筑工作的员工及负责安保工作的员工重新集中安置外,所有行政人员将统一搬出紫禁城,在城墙外新建办公场所。基础设施建设有了规范和边界,历史名胜古迹的原有风貌就不会被一步步蚕食。