



对“竞赛结果不作为招生入学依据”必须动真格,不管是公办中小学还是民办中小学在招生时,都不能要求入学者提供竞赛证书、奖章,不能优待有竞赛证书、奖章的小学生。否则,入学者及其家长可以举报。

□何勇海

严控全国性竞赛,功夫在竞赛外

9月21日,教育部印发《关于面向中小学生的全国性竞赛活动管理办法(试行)》,对全国性竞赛活动进行规范,实行清单管理制度。《办法》要求,不得转嫁活动成本,做到“零收费”,且竞赛结果不作为中小学招生入学的依据;从严控控制、严格管理面向中小学生的全国性竞赛活动,原则上不举办面向义务教育阶段的竞赛活动。(9月25日《光明日报》)

长期以来,全国性竞赛项目越来越多,覆盖面也越来越广,不仅有全国高中数学、物理、化学、生物、信息学(计算机)竞赛(并称为“五大学科竞赛”),还有全国小学生英语能力竞赛、全国新概念作文大赛,等等;不仅有正规部门与机构举办的竞赛,还有培训机构、山寨社团举办的竞赛。这些全国性竞

赛,不仅给中小学生带来过重的课外负担,而且让家长不断掏钱报名,个别竞赛甚至成为家长财力的纯粹比拼——交钱就能获奖。

过多过滥的全国性竞赛活动,还严重影响中小学校的正常教育教学秩序。比如,义务教育阶段禁止招生考试,那么就让竞赛活动来为义务教育学校进行变相的掐尖;一些学生为了在一些重要的竞赛中胜出,甚至逃离学校课堂,进培训班突击……

由此可见,严控面向中小学生的全国性竞赛活动,大有必要。只是,出台全国性竞赛活动的管理办法容易,要将管理办法落实到现实,则十分考验从上到下的执行力。据报道,教育部针对全国性竞赛活动的管理和准入工作早就有行动——1997年,当时的国家教委就批准了学科类、科技类、思想教育

类、艺术类等17项全国中小学生学习竞赛活动项目;1998年,全国中小学生学习竞赛活动项目获批。二十年间,全国性竞赛活动不知增加了多少?这一次,教育部要实行清单管理制度,清单每年动态调整一次,期待能确保全国性竞赛活动只减少不增多。

要确保全国性竞赛活动只少不多,功夫要下在竞赛之外。比如,对“竞赛结果不作为招生入学依据”必须动真格,不管是公办中小学还是民办中小学在招生时,都不能要求入学者提供竞赛证书、奖章,不能优待有竞赛证书、奖章的中小学生。否则,入学者及其家长可以举报。在高考招生对竞赛成绩不再加分后,也要更进一步,要求高校自主招生不能倚重竞赛成绩。这才是让全国性竞赛活动降温的关键。当竞赛活动不再

有功利性需求,当竞赛成绩不再有升学“含金量”,它们就会回归到最原始的功能与功效——让学生增长见识、培养特长。

严控全国性竞赛还要斩断背后的利益链,将“不得转嫁活动成本,做到‘零收费’”切实落到实处。长期以来,许多针对中小学生的竞赛基本等同于“利益赛”,主办方、承办方要向学生收取成本费、工本费、活动费、报名费、食宿费和其他各种名目的费用,竞赛成为少数机构、少数人牟取金钱的工具,比赛结果未必是学生特长的真正体现,损害教育公平。当全国性竞赛只能如教育部所要求的那样,坚持公益性,不得以营利为目的,做到“零收费”,一些机构哪里还会有热衷于举办全国性竞赛的动力?没了利益驱动,竞赛活动自然会降温。

公民发言

从根本上来说,企业和群众在办理审批和其他服务事项的时候,到底是选择“见面”还是“不见面”,选择的权利应该在企业或群众手里。

□苑广阔

谨防服务部门的“不见面率”走样变形

记者从江苏省行政审批制度改革联席会议办公室获悉,为预防审批改革出现形式主义、强行要求企业群众选择“不见面”方式办事的情况,这个部门近日发布通知,严禁为追求较高的“不见面率”而将上门办事的企业群众拒之门外。(9月25日《中国青年报》)

从“最多跑一次”到“一次都不跑”,再到现在的“不见面”,折射了包括行政审批在内的政府服务水平不断改进与提升的进程。政府面对企业和群众的服务有了这样的提升和改善,对于提高审批效率、方便企业群众办事、减少审批中设租寻租空间、改善营商环境等等,都大有裨益。

尤其是随着越来越多地方把精简办事程序、提高办事效率作为对部门和官员考核的一个重要指标,确实提高了政府职能部门服务窗口改革的动力,极大地优化了企业和群众办事的程序,提高了办事效率。这当然是值得肯定的,也是企业和群众所乐见的。然而在部分地方,也出现了

一种不好的倾向,那就是片面、过度地追求“不见面率”,反而在客观上增加了企业和群众办事的难度。

比如说,一些政府部门或服务窗口,在办理企业或群众的审批、服务事项过程中,强制要求申请人采用线上申请、邮寄寄送、终端机办理等等“不见面”的方式,结果自己是省事了,“不见面率”也达标甚至是超额了,但是却把企业和群众害苦了。

一方面,有些企业或群众不具备“不见面”办事的条件和能力,面对这样的要求只能一筹莫展,反而提高了办事的各项成本;另一方面,并非所有的审批或服务事项都适合采用“不见面”的方式来对待。比如有些群众就是到有关部门盖个章即可,那么如果按照“不见面”的办事制度,则要先注册、登陆、填一大堆信息,最后才能办成事,这显然远远比不上企业或群众到服务窗口去,工作人员手起手落,盖章即可。

我们不反对“不见面”审批或服务,因

为从根本上说这是一种效率更高、成本更低,同时也符合潮流与趋势的政府服务改进方向。但是什么东西都不能一刀切,不能搞形式主义而脱离了具体问题具体分析。从根本上来说,企业和群众在办理审批和其他服务事项的时候,到底是选择“见面”还是“不见面”,选择的权利应该在企业或群众手里,而相关政府部门应提供多样的选项。即便鼓励企业和群众采用“不见面”的方式接受服务,也应该是为企业和群众创造条件,提供清晰易懂的办事指南、简单易学的办理方式、有问必答的咨询服务、有迹可循的办事进程,让他们主动、自愿地接受“不见面”服务,而不是强制要求“不见面”。

当然了,从上级考核的角度,还要避免一些部门、单位,为片面追求“不见面审批”事项数量,进行虚假标注,结果就是企业和群众仍旧是“见面”办事,但是在相关部门或单位那里,却成了“不见面”的成绩。

□吕也改

公共设施成了城市(小区)的“美丽的陷阱”,除了设施管理者的安全防护措施不到位以外,还有城市相关管理部门监管失职、小区物业监管缺位等原因。

别让“公物陷阱”再吞噬生命

9月22日,宝鸡金河尚居小区4岁男童辰辰(化名)走失的消息传遍朋友圈。但令人惋惜的是,在辰辰走失一天后,警方在该小区一处地下室的蓄水池发现他的遗体。23日,宝鸡金台警方通报称,此事认定为一齐意外溺水事件。(9月25日《华商报》)

男童溺亡小区蓄水池,确实让人痛心和惋惜。虽然有家长监护缺位的责任,但该小区物业管理部门也负有不可推卸的责任。试想,如果小区物业事先对本小区内重点潜在安全隐患的部位或设施进行有效监管,防患于未然,就可避免这种不该发生的悲剧。

时下,城市街道、小区、绿化带等看似平平安安的地方,却往往暗藏风险与杀机,让人们特别是儿童防不胜防,导致悲剧不断上演。比如,8岁男孩丧命于摇摇

秋千;10岁女童落入小区景观池而触电身亡;小区健身器材“咬”住2岁幼童的手指;至于儿童坠入盖子松动的井中溺死事件,早就让人惨不忍睹了。公共设施成了城市(小区)的“美丽的陷阱”,除了设施管理者的安全防护措施不到位以外,还有城市相关管理部门监管失职、小区物业监管缺位等原因。因而,督促相关管理者开展拉网式的检查、评估、整改,清除“公物陷阱”,才能防患于未然。

设置公共设施,是城市建设与发展的需要,也是人们生活的需要,我们在呼唤对公共设施要文明“呵护”以外,还应该呼唤对公共设施进行安全管理,别让其成为“公物陷阱”——毕竟,现实生活中真的还存在着“喷泉池陷阱”、“马路陷阱”、“电梯陷阱”、“盲道陷阱”等等威胁。这些威胁在刺痛人们敏感神经的同时,更提醒公

共事务管理者必须及时提高公共设施的安全监管级别,清除“公物陷阱”,避免悲剧重演。

事实上,地方政府部门作为公共设施的提供者和监管者,应该是其第一责任人。那么如何加强对公共设施的安全监管,清除“公物陷阱”呢?笔者认为,首先要从源头抓起,把好入口关。设置公共设施必须保证质量过关、安装过关,管理到人。其次,要强化日常监管,杜绝安全隐患。管理单位如小区物业等要加强对公共设施的检查和维护,同时加强教育宣传,提高市民的自身保护意识,特别是要提高家长监护好孩子的意识。另外,要对保护和公共设施进行普法式的宣传,提高公民对使用公共设施的安全意识,并落实相关的联防联控措施,确保公民的生命与财产安全。

大闸蟹别成为下一个“三文鱼”

□李晓亮

有个关于红酒的段子——某年份酒的产量总共才二三十万瓶,却似卖了一两百万瓶。十倍于产量,是否九成都是假酒?

当然,这笔账可以留给富商巨贾们在高端宴会上去讨论。不过,踩雷被坑的,不都是土豪,当商业欺诈大行其道,违法成本又忽略不计,甚至成为行业潜规则时,杀伤就无甚差别,不分贵贱了——平民消费也未必能躲开雷区。

喝不起名酒,年节总得应景表示下吧,中秋月饼、螃蟹正当其时。节前就有“销售商不知生产商”的网红月饼;而阳澄湖的大闸蟹也没好多少——“阳澄湖‘贴标蟹’;外地蟹价翻10倍 协会常务理事单位也造假”成了9月25日媒体报道的热门标题。

不是首次曝光,七八年前就有“洗澡蟹”的报道。不由不发九斤老太之叹:至少那时还知把塘蟹、外地蟹搁湖里泡一段儿时间,“镀金、贴牌”也显得用心一点儿。现在则直接从农贸市场趁黑拉走,或直播作假或扫码作伪,连“洗澡过水”的工序都省了。

去年湖蟹1600吨左右,市值约3亿,但“阳澄湖大闸蟹”的总营销额约为300亿。近百倍于真实产量,比十倍假酒还假。以前是三级跳,三两塘蟹出水约6元,包装能到25元;现在赚得更狠,出水约8元,农贸市场卖价9元,贴牌后12元到25元,但包装后高达80多元。

又是作假后价翻十倍,市场如此混乱,显然不是长久之计。虹鳟变三文鱼,水产行业协会的角色惹人争议,现在“协会常务理事单位也造假”,更是自砸“阳澄湖”的招牌。既然一般蟹农都分不出塘蟹和湖蟹的细微口感差异,就如虹鳟也不比三文鱼差一样,为何不能正大光明,自信售卖?好东西带来好口碑,口碑成就品牌,优质蟹不一定非贴“阳澄湖”。但笔者更好奇的是,执法监管者何以多年装瞎,坐视不理?