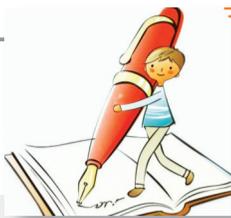


观点
扫描



从根本上说,“舍不得”与“巴不得”都是不正确的政绩观和部门本位主义在作祟。鉴于此,制定权责清单亟须坚持系统观念,坚持实事求是。

“舍不得”与“巴不得”都要不得

权责清单是为基层减负的有力举措。然而,也有基层干部反映,权责清单要防止“舍不得”与“巴不得”两种倾向。

“舍不得”,是说一些涉及自身利益、“含金量”高的权力,有的部门“舍不得”下放。他们嘴上说怕基层接不住、干不好,其实是舍不得随权力下放的那些“好处”,有些事项还希望自己签字、盖章,把权力抓在手里。

“巴不得”,是说一些投入多、风险大、办理难的事项,有的部门“巴不得”下放。他们往往以“属地管理”之名行“责任转嫁”之实,把一些“烫手山芋”推给基层,乐当“甩手掌柜”。

从根本上说,“舍不得”与“巴不得”都是不正确的政绩观和部门本位主义在作祟。有的部门只盯着自己的“一亩三分地”,想问题、做决策、做事情,更多考虑的是如何于己有利。这种“打小算盘”的观念和做法,影响党中央决策部署的落地落实,影响基层干部群众对“减负”红利的充分享受。特别是以“巴不得”为出发点制定的权责清单,容易进一步加重基层负担。

鉴于此,制定权责清单亟须坚持系统观念,坚持实事求是。为基层减负,关键是让基层干部放下包袱、轻

装上阵,有更多时间和精力抓落实,为群众办实事,让群众更满意。各地各部门要胸怀“国之大者”,识大体、顾大局、算大账。今年8月,中办、国办印发《整治形式主义为基层减负若干规定》,进一步明确提出“责权一致、责能一致”。各地各部门应深入调研基层的需求是什么、承接能力如何,哪些事项由谁负责更能实现治理效能最大化,自觉从全局出发、从实际出发,能下放的就下放、该担起来的就担起来、需协同的就协同。

如今,为推动为基层减负取得更大实效,有的地方不仅有权责清单,还有“街乡吹哨、部门报到”机制,强化“协同办”“一起干”。一名乡镇干部讲过一件事。村口路边有三四百吨建筑垃圾,影响环境还阻碍出行。他到现场确认情况后,立即联系责任单位——区综合执法队。不到一周时间,问题就解决了。他说:“以前,乡镇没职权,村民有意见,干部干着急。现在我们吹哨,部门报到,齐心协力干,效能明显提升了。”

树牢大局观,念好“实”字诀,科学划定“责任田”,这样的清单才能经得起实践的检验,才能给基层干部群众带来更多的获得感。

希仁 来源:人民日报



必须认识到,算法本身只是一种技术工具,其正面或负面效应,全然取决于使用者的操作意图。“专项行动”既是对合规经营的善意提醒,也是对违法违规行为的严厉警示。

算法向善,大数据才能更贴心

为进一步深化互联网信息服务算法综合治理,中央网络安全和信息化委员会办公室秘书局、工业和信息化部办公厅、公安部办公厅、国家市场监督管理总局办公厅近日联合印发通知,部署开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动(以下简称“专项行动”)(11月24日新华社)

算法,听起来好像离公众的生活有点远,但在网络空间中,它其实无处不在。打开购物软件,首页推荐的商品刚好戳中你的审美;登录论坛,相关话题总能引起你的共鸣;想要去某地旅行,App马上为你推送当地酒店攻略……

面对这些司空见惯的大数据推送,一些人认为这是数智赋能带来的“贴心”服务,常用“大数据最懂我”进行调侃。但若是这种“懂”的背后,存在着利益关联,如此“贴心”不免令人心寒。

事实上,随着算法机制的不断升级,其给人类生活带来的负面影响着实不小。当前已有研究表明,视频平台的推荐算法会在内容推荐上更倾向于娱乐化内容,从而压缩了公众获取新闻资讯的空间,而这或许只是“信息茧房”的冰山一角。根据对用户画像的深入侧写,算

法对不同性别、年龄、生活背景的用户的信息推荐各不相同。当我们以为是在广阔的互联网海域中畅游时,很有可能是在熟悉的“一亩三分地”中打转儿。

与此同时,大数据“杀熟”更是让人防不胜防——明明是某平台的忠实用户,却要在消费时比其他人多交一点“感情费”,不仅消费者的合法权益受损,也直接影响了公平竞争的市场环境。

如今,“专项行动”的推出,精准聚焦于几大核心议题,如同质化推送营造“信息茧房”、违规操纵干预榜单炒作热点、盲目追求利益侵害新就业形态劳动者权益、利用算法实施大数据“杀熟”等,其根本目的是规制算法对个人数据的无限窃取和使用,引导算法向善,构筑更加坚固的算法安全防线。可以说,此举不仅是对群众关切的回应,也是对网络文明建设的坚定守护。必须认识到,算法本身只是一种技术工具,其正面或负面效应,全然取决于使用者的操作意图。“专项行动”瞄准突出问题,剑指企业进行对照整改,既是对合规经营的善意提醒,也是对违法违规行为的严厉警示。

刘硕 来源:广州日报



不少家电卖场号称“免费安装”,其实是为了吸引眼球、增加竞争筹码,对免费的限制条件或额外收费却只字不提;在网络平台,很多商家对安装需要支付的费用标注也十分隐晦。

别让家电安装费成为一笔“糊涂账”

“花2500多元买了台电视机,下单时特意多花150元买了送装一体服务,没想到安装师傅上门后,说还要再给100元。”据11月22日《工人日报》报道,不少消费者购买了包安装服务后还会在安装师傅上门时被二次收费。其中有商家包安装是只包基础不包特殊、包工不包料的原因,也有平台抽成太高、安装师傅多收费的因素。

近几年,家电安装“刺客”频频见诸新闻报道,何以至此?对于家电卖家来说,将安装、维修等售后服务外包比自建售后服务站更划算,因而,无论是线下还是线上销售渠道,家电销售与售后经常是分开的。不少家电卖场号称“免费安装”,其实是为了吸引眼球、增加竞争筹码,对免费的限制条件或额外收费却只字不提;在网络平台,很多商家对安装需要支付的费用标注也十分隐晦。

在外包模式之下,家电企业要将安装费、服务费划拨给第三方服务商。为保障服务商的经济利益,一些家电企业在“免费安装”的幌子下,允许服务商暗中开展“增值服务”,如收取上门费、材料费、高空作业费等,并

对安装公司的销售误导行为“睁一只眼闭一只眼”。

我国消费者权益保护法早就明确规定:经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。以免费安装为噱头收割消费者,涉嫌构成虚假宣传,侵犯消费者的知情权、自主选择权、公平交易权。

治理家电“安装刺客”需要内外发力。一方面,家电企业应打破重销售、轻售后的发展思路,重视品牌建设。如果售后服务质量难以保证,会损害品牌形象与长远利益。倘若一家企业运营一个服务站有成本压力,可考虑多个品牌共建共享一个站点,以实现分摊成本、提质增效。另一方面,相关部门应完善家电维修售后服务标准体系建设。要求商家对收费项目明码标价,禁止混合标价或捆绑搭售;还应引导家电维修服务平台设置透明合理的抽成制度。此外,要以问题为导向,拉出商家的负面行为清单,引导市场良性竞争。

何勇海 来源:工人日报