

警惕政府的“温暖”被截留

“社评”
Editorial

□快报首席评论员 西凤

又临近春节了,又到了各级政府给困难群众送温暖的时候了,但如何才能让困难群众从心里真正感受到温暖却不是件轻而易举的事。

基层困难群众不仅需要物质的温暖,更需要精神的温暖。问题的关键是“温暖”的属性和“温暖”到达的路径。当“送温暖”告别“冬天里的一把火”进入“四季常青”阶段,当“送温暖”覆盖真心、真诚、真情的制度大旗,当“送温暖”融入到中国特色社会保障体系的大格局当中去时,百姓的福祉就不再是春节前的一种依赖,而是无时无刻不在的终身关怀。这样的温暖,谁还会拒绝呢?

把政府5年来对困难职工“送温暖”的专款侵占大半(详见今日封6-封7版报道),原南京羽绒厂的那些负责人真是胆大心狠!这种严重损害党和政府形象的行为让人愤懑。职工的困难他们可以漠视,政府的温暖他们也胆敢截留。当然,这件事也暴露出有关方面对“送温暖”资金的使用、监管存在严重漏洞,足以警醒我们的是,在“送温暖”活动即将进入20个年头的今天,这个制度的变迁模式从自我变迁的边际调整走向政府主导下的良性制度变革,步入常态化、法制化、社会化的轨道,变得十分紧要。

对社会困难群体的关爱与扶助是中华传统文化的精髓,也是近年来政府在社会治理方面的鲜明特征之一。我们一直习惯把“送温暖”称为工程,如果说过去意义上的工程还带有活动的性质,那么现在说的就是制度工程了。18年来,她不但在每个寒冬都带给普通大众一股暖意,而且作为一种制度纽带,将政府从权力济民的管制型、发展型向责任惠民的服务

型、保障型拉近。但是毋庸讳言,“送温暖”这一良性制度在落实过程中,还存在一些不容忽视的毛病。这些毛病归纳起来有:过于追求形式主义的“作秀病”;只想捞政绩不讲群众实惠的“花架子病”;怕麻烦当甩手掌柜的“马虎病”;程序繁琐让群众跑断腿的“官僚病”;一窝蜂赶节庆的“扎堆病”……甚至还有罕见的原南京羽绒厂一些领导的“胆大妄为病”,这些毛病降低了党和政府的公信力,损害了制度的有效性,凉了基层群众的心。

现在,又到了春节前各地准备“送温暖”活动的时候了。今年怎么送?希望各级领导好好想一想。

是把“送温暖”当作鼓舞人心的宣传手段,轰轰烈烈、热热闹闹走一走,电视上有影,广播里有声,报纸上有文,还是按照轻重缓急、一户一策、量身定做的方式予以系统化、公益化的制度救济?是把送温暖当作“政绩工程”“面子工程”,还是把“进万家门,知万家情,解万家难,暖万人心”

这一要义落到实处,使群众真正得到实惠?是高高在上把专项资金往下一拨了事,不督促不细查不过问,还是亲临一线体察入微了解百姓疾苦,掌握群众期待,落实民众诉求?是不讲活动的成本与收益之间的平衡,定名单、选路线、打招呼、搞卫生,层层效仿、次次陪同,花的比送的多,还是按照平日的调查研究,将资金红包转账由社区乡村直接发放,由困难户们签名接收,减少工作浪费?是以恩惠施舍者的面目出现,不尊重受济助者心理和人格尊严,还是放下身段,视群众为至亲,像对父老一样嘘寒问暖?是把这一应急福利手段当作化解民怨赢得民心的长效机制,还是注重调整公共资源配置,在再分配政策上实现向困难人群倾斜,对低收入阶层予以制度保障?

对待这两难选择,想必各级领导会异口同声地做出同一个答案,但真正要在行动中落实,可能不那么简单,否则,就不可能在原南京羽绒厂发生“温暖”送不到群众身上这样令人

气愤的情况。试想,如果有关政府部门确实把困难群众当作自己的亲人一样去关心,把“送温暖”资金当作惠民急需的救命款一样去监管,把国家赋予的服务民众、保障民生之要务当作制度使命去珍视,“温暖”就不会被“截留”;“送温暖”活动在群众眼中就不会变味走调,成为“折腾”的代名词。

当然,一个羽绒厂的“送温暖”遭遇了寒流,不代表整个冬天失去了阳光。“送温暖”活动需要完善,并不是告诫这个良性制度失去了生命力。人民依然需要“送温暖”。基层困难群众不仅需要物质的温暖,更需要精神的温暖。问题的关键是“温暖”的属性和“温暖”到达的路径。当“送温暖”告别“冬天里的一把火”进入“四季常青”阶段,当“送温暖”覆盖真心、真诚、真情的制度大旗,当“送温暖”融入到中国特色社会保障体系的大格局当中去时,百姓的福祉就不再是春节前的一种依赖,而是无时无刻不在的终身关怀。这样的温暖,谁还会拒绝呢?

评报与挑刺

突发新闻还要加大力度拓宽背景

现代快报的突发新闻是在第一时间作出有力的反应,信息量集中而有效。但有时候还要注意和受众的关连点。比如,1月4日,报道新一轮寒潮雨雪席卷全国,快报用了一整版,在简要的综合新闻下,按天气、影响、应对栏,用小标题列出各种信息,简练而清晰,并

用相应图片佐证。江苏另一家报纸也用了一个版报道同样内容,却因为版式密集而不耐读。另一家南京报纸也是这样。但是,那家江苏报纸另用一个版报道《明起气温狂降南京“干冷”》,具体而详细报道南京将面临的种种考验和应对之策,不乏交通、出行等方面的服务和应用

信息,这正是受众所急需的。那份南京的媒体也用半版报道南京如何应对。而快报只是简单地报道南京将降温而缺乏具体的信息,这是一个缺憾。建议快报处理有关民生的突发新闻时,加大力度,除了充分报道新闻本身,还要拓宽背景。

常州读者 许植基

不排斥读者的批评意见难能可贵

现代快报改版后新增的“社评互动”版面,重在让读者对快报刊登的各类文章发表看法和意见,深得读者欢迎。尤其难能可贵的是,对读者的批评性意见也不排斥,甚至原文照登出来。比

如1月4日第A2版刊登的《这样的标题有赞有弹》一文,公开了关于去年12月30日《问曹操你死哪儿了?》一稿的赞、弹两种观点,既发表了读者的高度评价,也毫不回避读者对该稿题目

的反对和批评。尤其是持反对意见的那位读者朋友的刻薄话,快报竟然也原文照发,体现出了一种海纳百川的胸襟,令人钦佩。如此接受读者挑剔,不惹办不好快报!

宿迁读者 孙仲

适当照顾特殊群体

订现代快报已经两年了,从黑白版到彩色版,总的觉得现代快报现在比以前要好看得多,内容也越来越翔实,尤其是一些敏感度较高的民生问题,现代快报没有回避,反而敢于报道,深挖猛追,对此职业道德,我深感敬佩。但是我认为贵报在排版上还有待完善,时有错别字不说,有时还有乱的感觉。比如,彩票作为普及面很广的一项娱乐或投资,拥有无法动摇的固定群体,如果在这方面做得很好,效果当然不用想像。现在很欣慰贵报有了彩票专版,不过还请注意固定版面,不要像以往一样,报纸到手需从头找到尾。衷心祝现代快报越办越好。谢谢编辑老师!

南通读者 周锦龙

新华通讯社重点报刊
创刊于1999年10月12日
第3728期
总第4694期

统一刊号
CN32-0104
邮发代号
27-67

主办
新华通讯社
出版
现代快报社

即时互动网站
都市圈网 www.dsqq.cn
地址
南京市洪武北路55号置地广场
邮编
210005
传真
025-84783504
24小时新闻热线
025-96060
本报员工道德监督电话
025-84783501

96060短信互动平台
1.移动用户:发送短信、彩信至1065830096060;
2.电信用户:发送短信到10659396060
3.联通用户:发送短信到1065596060

封面新闻叠主编 杜迅贵
头版责任编辑 赵勇
视觉总监 皮伦
零售价每份1元

▲2010年1月5日《现代快报》A3版,转载《重庆晚报》的《同学会归来后 老婆就闹离婚》一文,有四处错误:1、第一段第三行“更令他的意外的是”,多了一个“的”;2、第一段第四行“一向温体贴”,掉了一个“柔”字;3、第二段第四行“方倩还高高高兴”,应为“方倩还高高高兴”;4、第5段第二行“她在同学会上她究竟遇到了什么”,多了一个“她”字。现代快报是我们爱看的报纸,可读到有错的地方就很不爽。校对者一定要增强责任心!

盐城东台读者 李波

评报意见请发本版信箱或发快报短信互动平台。
挑错热线:96060

还在为你家的装修烦神吗?
打开快报《居家》
南京人装修第一参谋

居家周刊 每周二、五出版

现代快报 96060