



# 不曝光,问题就不解决?

□ 李丽

近日,央视曝光的两起事件引发社会关注:南昌投资3.5亿元的博物馆因验收拖延,闲置两年成“仓库”,记者采访结束就有了“两个月内必须试营业的时间表”;防晒衣市场乱象曝光后,相关企业被连夜查封。两起事件看似风马牛不相及,却共同指向一个深层问题——曝光就解决,不曝光就不解决。这种被动应对模式的背后,折射出有关部门懒作为、不作为、责任感缺失的问题。

社会治理千头万绪,面对纷繁复杂的难点、痛点、堵点和形形色色的矛盾,媒体曝光或许能推动问题解决,但并不

是所有问题都能被媒体关注到。再者,处于无人不网、无处不网、无时不网的新媒体时代,如果想集纳民情民意,可有多种渠道,关键是对待民生问题的态度。

近些年,早就有消费者吐槽,市面上虚标功能、打“擦边球”的防晒衣产品不在少数,相当一部分防晒效果还比不上普通外套,俨然是赤裸裸的欺诈。如今又曝出为卖家撑腰的防晒“检测报告”都是按卖家“心意”编造,有的根本不进行检测,导致火爆的防晒衣市场出现了“劣币驱逐良币”现象。看似是个案,却在生产标准执行、检测标准、认证体系、电商平台审核到消费者维权机制等各个环节暴露出监管缺失和制度漏洞。如果依赖

曝光才能解决问题,那么公众对政府公信力的质疑将会不断累积。

被动治理的背后是官僚主义作祟。两起事件中,相关部门的反应模式高度相似:问题长期存在却无人过问,曝光后才启动“特事特办”程序。这种等、靠的工作作风,本质上是官僚主义在新时代的变种。

知屋漏者在宇下,知政失者在草野。真正体察民情、民意,应是主动下沉、前置预警。例如,南昌博物馆闲置期间,是否听到过群众抱怨、反映问题?防晒衣乱象中,职能部门是否建立了消费者反馈的常态化机制?答案不言自明。

应将精力投入“防火”而非“灭火”。关注民生诉求,利用大数据,监测民生痛点;通过抽检或消费投诉,严查不良商家,惩处卖假造假涉事者。将功夫下到平时,以免遇到问题时处于被动局面。

要根治“不曝光就不解决”的顽疾,需扎紧制度的笼子。一方面改变干部工作作风,走好群众路线,对民生保持足够的关切,无论是深入一线调研,还是坐在办公室“潜水”聊天,及时发现问题,回应民生诉求;另一方面,加大对曝光典型事件的追责问责力度,对拖延推诿者实行追责,让“躺平式”“侧卧式”干部付出应有的代价。

## 画里画外



内部渠道  
直通名校

提前查分

特殊招生指标

内部改分

花钱保录取

## 假捷径 真陷阱

辛政 作

## 有一说一

# 做勇于挑战困难的“荔枝使”

□ 刘学

日前,随着电视剧《长安的荔枝》在中央电视台播出,一个勇于挑战困难的“荔枝使”形象呼之欲出。这个被称为唐朝版的“外卖小哥”,面对荔枝转运任务中的运送难、无人可用、人为阻碍等困难,没有选择放弃,而是凭借着坚定的信念、顽强的毅力和对家人的责任感,勇敢地向困难发起挑战,不断尝试、努力寻找解决方案。他在困境中展现出的坚韧和勇于担当的品格,正是当下我们每个人需要学习的。

人生旅途中,我们会遇到各种各样的困难和挑战。这些困难可能来自外部环境,也可能源于我们自身的缺陷和不足。面对困难,我们需要坚定信心,勇往直前。

面对困难,我们应保持积极的心

态。可以将一个看似大的问题,分解为一个个小部分,每解决一个小问题,都会增加我们的信心。也可以向朋友、家人或专业人士寻求支持,找到解决困难的办法。克服困难往往需要一个过程,因此我们需要坚定信心、保持耐心,学会通过自我调节缓解压力、调整情绪。同时汲取经验教训,从而不断提升自己的能力和智慧。

面对困难时,应真实地表达内心的感受,而不是压抑自己的情绪。无论是沮丧、恐惧、不安,还是愤怒,都是正常的反应。通过与他人分享我们的感受,可以获得支持和理解,并有助于减轻心理负担。学会倾听他人的声音,从他们的经验中汲取智慧和力量。学会用积极的语言来描述困难和挑战,以此激发内在动力和信心。在克服困难的道路上,每一次小小的进步都值得自豪和感恩。这

种感恩的态度可以让我们更加珍惜自己的成长和进步。通过自我激励,也可以更好地唤醒我们的内在力量。

池塘里投入石子,才能激起美丽的浪花。勇于涉足未知领域,把握成长的契机,才能拓宽视野,收获别样的风景。面对舒适区,有人安逸沉沦,有人则毅然起身,冲破舒适牢笼,向更高山峰攀登。拒绝舒适惯性,我们才能“千磨万击还坚劲”“不破楼兰终不还”。天行健,君子以自强不息。只有勇敢迎接挑战,才能在困境中磨砺自己,不断激发自身潜能。

总之,面对困难,坚定信心并勇往直前是关键所在。通过正确认识困难、保持积极心态、分解问题、寻求支持、学会自我调节以及汲取经验教训等方法,可以更好地应对生活中的挑战,实现自己的目标。

## 中国潮玩

### 要把李鬼赶出场

□ 李松林

拉布布(LABUBU)爆火,仿冒商品也跟着热起来。据报道,有的高仿厂家货品已经供不应求,连与原版差距较大的仿品“LABABA”“LAGOGO”销量都近万件。

拉布布成为中国潮玩的代表,一些工厂和商家看到“商机”,有的搞出来“平价替代品”,有的以高仿浑水摸鱼,有的在名称、形象上“碰瓷”拉布布。拉布布出圈,离不开设计人员在创作构思、品牌推广等诸多环节的付出。投机“画瓢”产品,不仅侵害原创者利益,也涉嫌侵犯知识产权。如果任由高仿产品到处“冒泡”、肆意碰瓷,不仅损害品牌形象,更是对原创热情、创新积极性的打击。法律是守护“拉布布”最好的武器,严厉打击才能让李鬼不敢肆意妄为。监管部门既要加大对高仿厂家的打击,也要强化线上线下销售渠道的治理,让高仿产品不致造、不能卖。 据《北京晚报》

## 花钱买时长

### 让志愿服务变了味

□ 陈江

据中国之声报道,近年来,多地教育部门将志愿服务时长纳入综合评价体系,一些地方还专门搭建了志愿服务平台。然而,近日记者调查发现,在短视频平台上,有商家宣称不用参与任何活动,花钱就能购买志愿服务时长。有家长转账当天,孩子的志愿服务时长就增加了。

教育部门把志愿服务时长纳入综合素质评价,本意是让孩子们走出小家,培养社会责任感。但现实中,有些地方在执行时,把“时长”当成了唯一硬指标。这种量化管理虽然方便,无意中却为“刷时长”的投机心态提供了滋生土壤。

评价志愿贡献,绝不能止步于“干了多少”的单一统计,得看看“是如何干的”“收获了什么”之类的过程评价。比如孩子去敬老院陪老人聊天,有没有真正给老人带去帮助?做环保活动时,有没有理解环保的意义?对于平台上明目张胆的违规交易,教育部门与平台方必须担起责任,通过技术手段加强审核,联合执法部门重拳出击,发现一起查处一起,不能让公益变成赚钱的歪门邪道。

据《钱江晚报》