

高质量发展“互联网+政务服务”

□ 翟 云

自2016年以来,“互联网+政务服务”发展环境持续优化,顶层设计逐步完善,网络基础设施不断健全,在线服务能力稳步提高。各地区各部门正在深入贯彻落实党中央国务院决策部署,加快推动“互联网+政务服务”科学发展,为深化“放管服”改革、转变政府职能、建设服务型政府布阵筑基助力赋能。“互联网+政务服务”已经取得了阶段性成效。“互联网+政务服务”开始进入下半场。

“互联网+政务服务”健康发展的制度环境基本形成。相关政策文件的出台,从全局和战略的高度明确了“互联网+政务服务”的定位,指明了未来发展方向。“互联网+政务服务”的“四梁八柱”基本形成,凝聚起了各地区各部门全面实现在线政务服务全流程一体化发展的强大动能,为加快推动政府治理现代化进程保驾护航的作用日益显著。地方层面也主动对标中央相关政策要求,及时出台一系列措施,确保推动着“互联网+政务服务”各项政策部署落地落细落实。

省级政府网上政务服务平台均已基本建成。2019年1月1日,西藏各级政务服务实体大厅的正式运行,标志着全国31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团省级政府网上政务服务平台全部建成。各地区在建设网上政务服务平台过程中,注重强化省级统筹,并取得了显著的成效。从目前发展现状来看,省级政府对本地区“互联网+政务服务”统筹的力度更强,对深化“放管服”改革向纵深发展的成效更显著,对提升群众和企业“获得感”的作用更突出。

“互联网+政务服务”发展模式基本成熟。科学的发展模式是“互联网+政务服务”高质量发展的根本保障。“互联网+政务服务”起源于各级政务服务大厅推动的行政审批改革,而后者长期以来又受到互联互通难、数据共享难、业务协同难“三座大山”的羁绊。让政务服务插上“互联网”的翅膀,打造政务服务2.0版,是“互联网+政务服务”的历史使命。浙江的“最多跑一次”改革,江苏创新“不见面审批(服务)”改革,上海“一网通办”改革等,这些发展模式在由“盆景”变为“风景”的过程中,强化“网上办”和“往下推”协同推进,注重打通“信息孤岛”“业务协同”这一改革的最大堵点,减少

核心阅读

“互联网+政务服务”必须遵循以人民为中心的发展思想,坚持服务理念,秉承创新发展,坚决破除阻碍“互联网+政务服务”发展的体制机制障碍和利益固化藩篱,形成顶层设计更完备、发展环境更优化、协同推进更有力、服务质量更高效、服务供需更均衡的网上政务服务发展新格局。

环节、整合材料、缩短时限、优化流程、提高效率,有效破解了群众和企业办事难、办事慢、办事烦问题,驱动着“互联网+政务服务”由点到面、由浅及深加快发展。

随着深化“放管服”改革、转变政府职能、建设服务型政府向纵深推进,“互联网+政务服务”被赋予了更高的历史使命。“互联网+政务服务”必须遵循以人民为中心的发展思想,坚持服务理念,秉承创新发展,坚决破除阻碍“互联网+政务服务”发展的体制机制障碍和利益固化藩篱,形成顶层设计更完备、发展环境更优化、协同推进更有力、服务质量更高效、服务供需更均衡的网上政务服务发展新格局。

主动对标打造具有中国特色网上政务服务体系总体要求。中国特色的网上政务服务体系应具有覆盖广、效能高、弹性大的基本特点。覆盖广,就是要使“互联网+政务服务”发展成果惠及全体人民。效能高,就是要使办事企业和群众“进一窗”“跑一次”“不见面”“一网通办”。弹性大,就是各级部门要统分结合。国家层面侧重顶层设计和整体统筹,着眼制定标准规范,推动全城通办、就近能办、异地可办,“同一事情同样办”“换个地方还能办”;省级政府要注重对本地区协调协同,充分发挥区域特色,积极探索地方模式创新,形成各具特色的便民利民之路。首先,要着眼于“全国一盘棋”“全国一张网”,加快建设“互联网+政务服务”国家平台,发挥其公共入口、公共通道、公共支撑的“国家队”作用。加快部署推动各地区各部门“互联网+政务服务”平台与国家平台对接。此外,彻底打破部门和业务壁垒,有关部门向基层部署的“垂管”业务系统要加速实现与行政审批系统对接。加快人口库、法人库、电子证照库等基

础数据库向行政审批系统开放。“互联网+政务服务”要想在下半场征程中取得更大成就必须针对这些问题寻求治本之策并形成长效机制。

快速融入到本次机构改革的发展大局。本次机构改革力度之大,调整部门之多,前所未有。“互联网+政务服务”必须植根于本轮机构改革的发展大局。从党政机构改革的简化重组上来看,有两个动向会对“互联网+政务服务”带来新的挑战。一是部门重组会使政务服务业务流程产生根本性变革,特别是原来涉及跨部门的政务服务事项需要重新梳理审批流程。二是14个省级政府在本轮改革中成立了数据资源管理部门,有12个成立了政务服务管理(行政审批)部门。从职能分工来看,这些部门既统筹管理政府大数据共享开放和开发利用,更肩负起以大数据为新动能撬动政府管理改革创新的新使命。如何以数据流倒逼打通业务流,如何挖掘出政务部门大数据的潜在价值,如何利用大数据提升服务质量、辅助领导科学决策、推动行政审批制度深入改革,这些问题需要上述部门在推动“互联网+政务服务”过程中深度思考并加快破解。

注重强化从平台建设到效能建设的转型升级。目前,“互联网+政务服务”急需从“建平台”到“提能力”转变。政务服务与一般公共服务相比,最大的差异性就是办事频度较低,多数事项具有“一生办一次”的特点。因此,如何使企业和群众“好办事”“快办事”成为未来发展的重点。首先,要加快部门大厅向政务服务综合大厅进驻,加快实体大厅向网上大厅迁移,同时要推进两个大厅深度融合,实现预约、咨询、受理、办理、查询、反馈、支付、邮寄等环节的线上线下无缝衔接,使办事群众享受到“无缝隙”“一体化”“无差异”

服务。其次,要注重培育网上办事的舆论氛围,吸引企业和群众主动上网办事,切实体验在线服务“跑腿少”“办事快”的独特魅力。唯有如此,才能使网上办事实现从“快办”“好办”到“愿办”的转变。最后,要加快构建政务服务“好差评”制度。在线政务服务质量高不高,要由企业和群众来评判。针对政务服务“高频事项”和一批“痛点”“难点”“堵点”问题,拓宽群众反馈渠道,及时、完整、真实获取办事体验的反馈信息,以评促建,减少“差评”,增加“好评”,推动“互联网+政务服务”持续向贴合民众喜爱的“好评”方向发展,使群众主动为“互联网+政务服务”“打CALL”。

积极赋予“互联网+政务服务”全新的时代内涵。新时代赋予了“互联网+政务服务”新使命。首先,要注重“互联网+政务服务”内涵的延伸。从前一阶段发展特点来看,“互联网+政务服务”以提供行政许可为主,行政确认、行政征收、公共服务、行政给付、行政奖励、行政裁决、行政处罚、行政强制、行政检查等政务服务事项后续需加快纳入“互联网+政务服务”范畴并实现在线全流程办理。其次,“互联网+政务服务”外延也需要根据中央政策部署适时拓展。目前,国家层面已将“互联网+监管”纳入到国家“互联网+政务服务”平台同步建设,这有助于推进集约化建设和发挥技术政策合力。各地区各部门在开展“互联网+监管”改革中也需依托本级“互联网+政务服务”平台集约建设协同推进。再次,要注重“互联网+政务服务”支撑技术手段的延伸。加快“智能+”、大数据、移动互联网、区块链等先进技术与“互联网+政务服务”深度交融,倍速释放发展牵引力,构建信息技术与政务服务“双轮驱动”的发展格局。最后,“互联网+政务服务”是数字政府从理论探索到实践落地的重要引擎和催化器。而后者在体制机制、管理架构、业务架构、技术架构方面为“互联网+政务服务”下半场深入发展和改革创新提供了更加广阔的场景。



习近平总书记指出,随着互联网的快速发展,尤其是移动互联的迭代升级,社会进入全媒体时代,出现了全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体。新闻客户端和各类社交媒体已成为很多干部群众特别是年轻人的第一信息源,而且每个人都可能成为信息源。

全媒体不断发展,信息无处不在、无所不及、无人不用,导致舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化,新闻舆论工作面临新的挑战。以个人化、个体化为特征的自媒体,无论是从发展规模、覆盖人群,传播渗透,还是社会影响,都不可回避地成为全媒格局中的高频媒体,成为普通民众获取信息的便利渠道。不管你认可不认可,在受众面前,自媒体已经呈现主流化倾向,强化自媒体的公共意识,加强自媒体的公共化管理,不仅是自媒体自身健康发展的需要,也是社会管理的需要。

自媒体要遵守公共规则

自媒体的主体是“自”,核心是媒体。媒体就具有媒体的属性,甚至是全部属性、所有属性,自然也包含着媒体的公共属性。也就是说,自媒体一经发布,即为公开,面向公众,就必然具有公共属性,承担公共传播责任。

自媒体要遵守法律。国家对媒体领域的法律规则,同样适用于自媒体。尽管我国尚未出台单独的“媒体法”或者“新闻法”,但是我国从宪法到各种实体法,对媒体有很多约束性条款,以保障国家安全、公民权益、商业秘密和人身自由,还有各种行业性规章制度,调整媒体与公众的关系,这些法律法规构成了中国媒体运行的法律体系。除此之外,国家还专门出台使用于自媒体的“版权协议”“管理规定”等,这既是自媒体的规范,也是自媒体的底线。

自媒体要遵守公序良俗。公序良俗是社会普遍认可和遵守的社会良好道德和行为规范。个别自媒体为了标新立异,或者所谓的个性化,肆意挑战公众的道德底线、审美底线、人格底线,最终也是会被舆论环境所唾弃。尤其在低俗、媚俗、庸俗的“三俗”领域,自媒体要有自我净化意识和能力。

自媒体要有正能量。正能量是社会发展的需要,也是自媒体自身成长的需要。实践证明,自带正能量的自媒体往往拥有更大的粉丝量,往往会赢得更广泛的拥戴。正能量是时代潮流,社会主流,人心向上,人心向善。符合人类进步和生命意义。由正能量向暖能量、热能量发展,是自媒体产生凝聚力、向心力和吸引力的关键。人心不会拒绝温暖,社会需要正能量,在此领域,自媒体可以大有作为。

自媒体要有价值追求。价值观是媒体生存的精神内核,自媒体除了媒体自身追求的“真实、显著、重要、接近、时效、趣味”六大新闻价值之外,还应该追求自身的核心价值观,很多自媒体传播正能量,弘扬新风尚,它们所追求的价值观能够在信息爆炸的自媒体中得到快速识别。它们都是自媒体领域因坚守自身价值观脱颖而出杰出的代表,它们所创造的社会影响力,是一些传统媒体难以达到的。

自媒体亟待公共化管理

习近平总书记要求,群众在哪里,宣传思想工作就要做到哪里。自媒体拥有大量受众。自媒体不能野蛮生长,任意滋生,任意蔓延。对自媒体的管理既不能缺位,更不能“一棍子打死”,要加强对自媒体的引导和管理。主要管理路径体现在以下几个方面。

平台管理。自媒体最显著的特征在于平台化。平台化管理,是自媒体管理的最后一道关口。守住平台端口,是平台监管责任。对自媒体的管理,关键是对平台的管理。平台应该采取技术手段,实现对平台自媒体的事前、事中和事后管理。事前审核,事中追踪,事后评

自媒体要有公共意识

□ 陈宏坤

估。平台不能只顾流量,不顾影响。平台管理是对自媒体的直接管理。平台管理也是行政管理的最佳落脚点。

行政管理。加强对平台的行政管理是政府监管部门义不容辞的责任。政府要履行监管职责,行政主管部门不能只审批,不监管。或者只处罚,不监管。行政管理,应该对自媒体平台实现退出机制、红黄牌警告机制等。平台在哪里,行政监管就要到哪里。当然,随着互联网全域化发展,行政管理的难度在逐渐增加,行政管理要探索新型管理模式,探索符合互联网发展规律的管理模式。不能以“难”弃权,存在畏难情绪。

属地管理。属地管理体现两个方面:一是平台属地,平台属地实现注册地管理,注册登记在哪里,管理权在哪里。二是自媒体主体属地,自媒体主体在哪里,管理在哪里。各地宣传管理部门,要对本地自媒体人实行登记制度,至少掌握本地自媒体内容、规模、现状、活动,尤其粉丝量超过百万的自媒体,要及时掌握它们的动向和趋势。现在已经出现众多千万粉丝量的自媒体,要充分利用它们的影响力,发挥它们的宣传舆论引导作用。地方应该引导优秀自媒体,树立榜样自媒体,以有利于自媒体的健康发展。

内容管理。内容管理是对自媒体管理的核心。对自媒体的内容管理,主要体现在对内容的导向性管理、真实性管理、合法性管理和品质品格管理,也就是雅俗引导。政府对自媒体要加强舆论引导,要创新引导向性干预。宣传管理也要创新管理思维,应该像管理公共媒体一样管理自媒体,只是要探索互联网形势下与新舆论环境下自媒体的管理模式。

行业监管。行业管理主要体现两个方面:一是自媒体行业,要将松散组织团体化,发挥自发性群众组织的自治力量,加强行业自身自律性和约束力。二是内容领域的行业管理,社会各行业部门,对自媒体内容要负有监督责任,发现涉及本部门、本领域的不当内容要及时提出纠正,不能熟视无睹,放任自流,也不能推卸监管责任。当然,平台要开放行业监督的渠道和关口,让社会监督的渠道能够顺利畅达。

融媒帮带。融媒帮带是倡导公共媒体和自媒体融合发展,公共媒体要发挥公信优势,引导自媒体健康发展;自媒体是公共媒体丰富的信息源,公共媒体是自媒体的母体,二者不是对立关系,而是互为一体管理。二者都需要伸出手臂,拥抱未来。没有自媒体的融媒,是自娱自乐;没有公共意识的自媒体,是软骨媒体,是没有生命力和持久性的媒体。