

# 去行政化,北大带个好头

胡印斌

## 今日论语

据新华社报道,北京大学校长林建华日前接受媒体采访时表示,北大的综合改革正稳步推进,效果开始逐步显现。在人事改革方面,北大未来将尝试取消院系行政领导的行政级别,包括学院的院长和副院长、系主任和副系主任。并采用聘用方式,进一步弱化行政级别,加强人员流动。

今年3月,林建华就建议,“如果能够把级别去掉是最好的,如果真是去掉了,那对于去行政化肯定是有好处的。”这次,他表示北大未来将尝试取消院系行政领导的行政级别,尽管步子似乎“小”了些,但这一“去行政化”改革,或将产生

深远、广泛的影响,值得期待。

多年来,高校“去行政化”话题一直广受关注。而决策的方向也很明确。2010年颁布的《国家人才发展规划纲要》和《国家中长期教育改革和发展规划纲要》中,即提出取消大学的行政级别。十八届三中全会公报则提出“推动公办事业单位与主管部门理顺关系和去行政化”。2015年教育部发布的《关于深入推进教育管办评分离促进政府职能转变的若干意见》,也要求逐步取消学校行政级别。

尽管从决策层到学界,从政府到民间,对高校“去行政化”改革已有共识,但在具体实施上,却鲜有实质性推进。与此同时,一些高校争级别、讲权力对等的论调和做法,仍然存在。可见,高校“去

行政化”依然道阻且长。

“去行政化”难在哪里?其一,高校并非“绝世独立”,若管办分离改革不能深入推进,只取消高校的行政级别,则高校的生存环境会变得艰难,无论大事小事,可能均受制于形形色色的行政机构。南科大原校长朱清时曾坦言,“我们去掉行政级别之后,政府和相关部门面对没有级别的南科大,觉得凡是可以管的事情都要来管,而且会按照行政部门对教育的理解来管。”其二,多年的行政化运行,也使高校固化了太多的现实利益,很难骤然取消。

但无论如何,讲求“官帽子”的高教体制,不仅不符合现代大学的精神,也会扼杀学术的活力与创造力。一些高校因为权力过于集中且

不受约束,甚至成为腐败的温床。

当然,高校“去行政化”改革不能一蹴而就。要在整体改革的框架下有序推进,制度设计要有过渡、有对接,要协调好各方面的利益。事实上,此番北大的人事改革就是综合改革的一部分。要避免“去行政化”改革出现反复。

北大已经启动的综合改革不乏标杆意义,而全局性的高校“去行政化”改革也该尽快列出时间表,出台具体改革方案和机制。这其中,高校厘清内部的运行机制固然重要,但管理部门与高校的关系也应该有一个规划。此前有专家指出,高校改革不能由行政部门来主导,而应该由全国人大和地方人大制定方案,教育行政部门和高校来执行。这是一个可行的方向。

## 新民随笔

### 清净

姜燕

大字不识一个,未尝不是好事,这是我前段时间在德国生活时得出的结论。当在电脑前、手机里和报纸上看到我不认识的德语时,我甚至有种嘲弄的窃喜,因为它们没有耗费到我并不太大的大脑内存,在一个人们被动接收超多信息垃圾的时代,这简直是一种胜利。那段时间,世界清净如许。我耳聪目明,专心调研,主动搜寻着需要的信息,有足够的时间和脑力思考。

好景不长,我回国了。疏远许久的微信朋友圈和公众号重新宣示对我生活高地的占领,同质化的信息充斥着我的生活。手机常常被一两桩事刷爆,一时间,多个公众号用不同的方式表达着对一件事情的看法,被人们不停转发。

微信发明了朋友圈和公众号,精明的国人又将它迅速转化为生意,创造了不少撰文致富的神话。这大大刺激了多年来卖文为生的人们和自诩有些小才的梦想家,公众号从此层出不穷。每个瞬间,不知有多少人在试图捕捉最热的新闻,迅速敲出一篇花里胡哨的文字,还要想方设法把文章拗出个撩人的姿势,在即将爆棚的信息中博出位,冲个10W+,卖个好价钱。公众号失去了最初传播信息的意义,变得媚俗,在蜂拥而至的网文里,想找到一点有价值的思考,是有多难。

我忍不住吐槽,朋友说,卸载微信。我做不到,某些人用N倍于我等的智商,创造出微信,绑架了我们。接受它,就必须接受它的副作用,好比看报纸难免抹一手油墨,看电视会变成沙发土豆一样。可用微信的代价太大了,它几乎占据了人们所有的时间和空间。

我清洗了公众号,只留个别精品,关停了一些朋友圈,因为转发内容过于同质化,或距离我太远。这有点像清理书房,去粗取精,果然清净多了,而且我的生活并没因此缺失什么。我很感谢相顾不识的德语,让我感受到清净的美好。当客观的屏障消失时,所幸我还有主观选择的自由,面对信息推送模式,关上门、拉上窗,把喧嚣挡在外面,保持一颗冷静的头脑。

## 将医改经验消化吸收再创新?

### 权威声音

近日,中办国办转发《国务院深化医药卫生体制改革领导小组关于进一步推广深化医药卫生体制改革经验的若干意见》,及时将前期深化医改的一些成功经验进行总结凝练,放入“全视野”中,帮助实际操作医改的人熟识改革水性、借鉴创新。

新一轮医改把基本医疗卫生制度作为公共产品向全民提供,老百姓的获得感实实在在,医改

的推进惠及了更多群众,同时,解决程序衔接、成本控制、资源调配等各种具体问题也越来越迫切。

改革先行者的探索,为后来者树起了标杆。过去几年,在福建、江苏、安徽和青海等综合医改试点省份,形成了一些符合实际、可复制推广的经验做法。药价平民化、支付便利化、就医近距离化、保障稳定化、信息互联化等,都是衡量改革效果的指标。上海实行“1+1+1”签约服务,根据差异化的健康服务需求,搭建起“1家家庭医生+1家区医院+1家市医院”的

分级诊疗体系。据第三方测评,认为找家庭医生就诊方便的居民达92.1%,对服务态度与服务效果的满意度分别达到95.5%和89.1%。

深化医改,因地、因时、因人制宜是最重要的,很明显,东部经济发达地区的做法不一定适合中西部地区,北方的一些探索也未必符合南方实情。正因为深化改革之难,才有必要先行先试;也正因为积累的经验不可能包治百病,才有必要在推广中进行再调适、再探索。(李洪兴 刊今日人民日报 本报有删节)

## 新民新语

### 运动的目的

关尹

这几天,碰到昔日申花名将肖战波。他从美国赶回来,参加一年一度的老甲A明星赛。“战神”依然宝刀不老,决赛忍痛带伤上阵,补时阶段打入一粒关键的任意球“绝杀”,把上海老克勒队送入了点球决战并最终夺冠。

与肖战波聊起在美国加州的生活,他说当初选择去那主要是为了陪儿子练高尔夫。肖战波有两个儿子,大的从小学开始打了好多年,小的天性活泼好动,原本想培养一下他踢球,但与老婆商量后放弃了这个念头,还是去练习打高尔夫了。

问题来了:肖战波为何不让自己下一代踢足球,反而让两个儿子都去打高尔夫呢?有如此优良的遗传基因不用,似乎太“暴殄天物”了。肖战波自己给出了答案:为了升学。在美国,高尔夫打得好、取得一定的名次后,排名靠前的高中都会“特招”,这是进名校的一条捷径。足球呢?对不起,什么优待都没有。

所以,就不难理解,美国的高尔夫运动为什么能统治世界。比如说,最有名的“老虎”泰格·伍兹就是美国人。

当然,不得不说一下的,是刚刚选上美国新总统的特朗普。他有很多身份,但其中最著名的一个,就是拥有多座高尔夫球场的资深大亨,世界各地很多地方都有以他名字命名的特朗普高尔夫俱乐部。连他的女儿伊万卡,也是一个高尔夫好手。

讲到这里,想必也就不难理解,美国的高尔夫运动为何如此发达、如此顶尖了。

但换一个角度来看,谁说美国人玩运动没有目的性?如果不是因为打高尔夫是进名校的一块敲门砖,这项运动会在美国如此普及吗?

现在,都在说要推广足球,提高中国足球的水平,也有很多举措。不妨天马行空设想一番:如果效仿美国,把足球当高尔夫一样来抓,效果会怎样?不说作为特长加分项目,至少那些知名的高中、大学,是不是可以留出多一点名额,给球踢得够好的孩子?

听上去像天方夜谭,其实也是可以一试的。当然,如何制定考核标准、减少人为因素,也是必要的前提。如果这样行的话,像肖战波这样的父亲,可能就不会把孩子送到美国去打球了吧!



壮阳还补肾,假药真骗人。  
产自黑作坊,原是玉米粉。

潘顺棋画

### 自由谭

又到了一年一度的网络购物狂欢节——双11。有些微妙的变化还真不容易被察觉,比如,今年“双11”似乎狂欢的“狂”劲不太明显了,消费者更为理性了,但其背后却是网络更广泛、更深入地改变着我们的生活。

中国网络购物利用“后发优势”实现了弯道超车,跳跃了西方发达国家的百货商店、超级市场、“销品茂”阶段,直接进入网购爆发期。淘宝等电商平台大大降低了商品的中间成本,一出世就是以超低价吸引了消费者。

前几年,消费者在淘宝平台上突然发现原本东西是可以卖到如此便宜的,真是两眼放光,那种消费冲动几乎是不可抑制的,“剁手也要

买”。我陪同非洲来的朋友一起逛义乌小商品市场,看到他们对于低价产品的两眼放光,从中我明白了中国消费者当初接触网购时的冲动。也正是基于这种消费形式的转型,阿里顺势推舟地把原本的“双11光棍节”改造成了购物狂欢节。

之后,网购的崛起引发了“网购害实体店”“实体店将会灭绝”之类的讨论。其实,商业模式并没有按照这条逻辑线发展,如今,大家发现未来不是“网购消灭实体店”,网购也不可能代替所有的实体店和服务,而是线上线下的深度融合。从去年开始,支付宝、微信高调杀入零售巨头家乐福

的收银台;通过“饿了么”“大众点评”等APP,我们可以找到最近、性价比最高的饭馆;传统便利店被赋予了电商物流平台的新功能,插上互联网+的翅膀……这一切让线上、线下不再是“对立”,而是“你中有我,我中有你”。

直到上个月,马云高调宣布:阿里不是一个电商企业,而是“一个开放、透明、协同的商业基础设施平台”,之后他又表态说“纯电商的时代很快就会结束”。

的确,单纯拼低价的“纯电商的时代”正在结束,在经历了若干个“双11”的疯狂之后,消费者会更理性甚至平和一些,因为已经默认了“互联

网消费时代”的到来,默认了互联网彻底改变了我们的消费方式。

另一方面,中国正在经历消费的整体升级,“双11”不能,也没有必要是“拼低价”,而是怎么用足互联网、大数据、跨境电商等机制,去满足中国人的升级消费需求,用创新、创意撬动新需求,比如之前G20峰会提出的e-WTP(电子世界贸易平台)。

“双11”从最早的光棍节自嘲,到被阿里成功地包装成“购物狂欢节”,使网购异军突起;再到如今,线上、线下深度融合,实体店与网购相得益彰,中国的消费环境彻底改变了。

## “双11”不能只是拼低价

沈彬