

公考重“德”不如破权力“堰塞湖”

□邓清波

2012 年度国家公务员招考即将启动。国家公务员局考试录用司负责人表示,公务员录用必须坚持德才兼备、以德为先,今年将加大对考生“德”的考察,考生政治品德不良、社会责任感和为人民服务意识较差将不得录用为国家公务员。(新华网 10 月 5 日)

对新考录公务员加强“德”的考察固然必要,但是,如果缺乏有效措施解决公务员队伍的“堰塞湖”效应,则此举意义大打折扣。公务员队伍的“堰塞湖”效应,主要是因权力部门机构臃肿、监督

不力和出口不畅三方面因素造成的。机构臃肿,势必导致人浮于事、滥竽充数,降低公务员队伍整体素质;监督不力,则一些在品德和能力方面有严重欠缺的公务员也难以被及时发现;出口不畅,使得一些即使已暴露出严重问题的公务员也不能被及时清除出去。如此一来,公务员队伍中的“不合格品”不仅得以长期存在,而且他们本身会形成“帕金森”效应。

管理学上的“帕金森”效应,即一个不合格的管理者会倾向于招徕更多比自己差的人来帮助自己。这就会导致更多不合格公务员留任。公务员队伍不能及时排污净

化,势必会成为大染缸。

由此,纵然严把公务员进口关,加强“德”的考察,保持源头活水,也难改“堰塞湖”污染。一些原本品德纯正的公务员蜕化变质,成为新的“污染源”。更何况,“德”的考察本身缺乏明确具体的标准。

资料显示,从 1996 年实行公务员辞职辞退制度以来,到 2003 年共有 19374 名公务员被辞退,平均每年不到 2500 人,辞退比例仅为 0.05%,远小于企业员工 5%到 15%的淘汰率。这说明,公务员队伍的“出口不畅”现象十分严重。近年来,对一些失职渎职官员的处理往往难以到位,有的严重失职渎职

官员往往很快就“神奇复出”,使得公务员队伍“堰塞湖”效应更显突出。

只有深化制度改革,加快建立健全相关机制,强化监督力度和“清淤”力度,畅通公务员队伍的“出口”,使不合格的公务员难以滥竽充数,才能破除“堰塞湖”效应,使得公务员队伍本身成为一个能够让人在公共服务过程中净化心灵、提高自我品德修养的场所,真正做到所谓“公门里面好修行”,那么,纵然公务员的“进口”宽些,人们也不必过于担忧,这反而更有利于广纳人才,提高公共服务整体水平。

景点游客扎堆 凸显 休闲资源匮乏

□韩涵

又一个黄金周结束了,今年“十一”,许多热门景点门口照旧人满为患,车票机票依然一票难求,看美景要看人海,出游花钱买罪受,然而,这些似乎并未打消民众出游热情。

对于黄金周人流扎堆,常见的分析不外乎是长假少,导致出游集中,以及游人跟风,追逐一些热门景点等等。这些判断当然都成立,但我们忽视了另一原因,即休闲资源的匮乏。

我们现在旅游休闲资源的开发上,或只能吃老祖宗的饭,或靠山吃山、靠水吃水,对于现代旅游休闲资源的开拓,缺乏开闢的思路。在大多热点旅游城市,除那些耳熟能详的传统景点外,很难听到其他叫得响的新旅游品牌。

我们的旅游休闲资源少,其中,免费或廉价的优质旅游休闲资源更少,许多地方把山一围,把地一围,以 XX 景区冠之,游客花高价钱买票进去了,往往发现只不过是一场忽悠。与此相伴的,却是一些优质的旅游休闲之所,被一些特权者占据,成了少数人的专享。

我们的城市建设,几乎千城一面,城市旅游缺乏特色,除购物逛街外,其他乏善可陈,各个公园、广场等休闲设施,同质化严重。尽管电视上各个城市的旅游广告美轮美奂,但实际上,名实相符的城市旅游品牌屈指可数。

所以,也难怪热门景点会受追捧,也难怪游客不惧舟车之苦远赴外地。对此,如果单纯从管理上进行疏导,或者在观念上加以引导,恐非治本之策,关键在于,黄金周要少算些经济账,当还旅游休闲以国民福利的本色,多强调政府的公共服务职责。

巴黎人沙滩晒太阳不用非得去海边,因为塞纳河边就有巴黎市政府为民众修建的人工沙滩;台湾旅游,比阿里山日月潭更热的,是台湾的夜市,这些在我们这里难以容身的露天市场,却被当地政府打造成为台湾旅游的最大特色。这些,都是政府视公共服务为本分,创造性地增进民众休闲福利的经典个案。而许多国家数目众多的国家公园、低廉的景区收费,丰富多彩的博物馆旅游,各具特色的城市文化活动,随着越来越多的国人走出国门,已被广为知。

黄金周,其实最需要去掉“黄金”二字,这个难得的长假,不是为经济发展服务,而是为保障国民的休闲福利,一切都要以此为中心,民众的需求,民众的体验永远最重要。热门景点年年游客扎堆,民众总在为少数优质休闲资源而争抢,这凸显出政府公共服务的不足,为民众打造更多可供选择的优质休闲资源,已是当务之急。

漫天要价

当前,公路收费杂乱无章,自定标准的现象比比皆是,尤其是高速公路。有的地方,高速公路每公里收 0.6 元,有的每公里收 1 元,有的几百米收 3 元。

新华社发



潜伏的“驻京办”背后潜伏着什么？

□王兰

国办去年 1 月 29 日发文明确:县级驻京办及地方政府职能部门驻京办一律撤销,严禁在京设立新的办事机构。当年 11 月 9 日,625 家被撤驻京办名录公布。然而,撤销令发布一年之后,地方政府驻京办改头换面,依旧在京“潜伏行动”。

为什么驻京办撤而不销、令行不止?这背后的深层原因是什么?对此,一些专家给出答案:由于地方政府设驻京办的诉求没变,比如:拿项目跑拨款、招商引资,还有接访维稳任务。地方政府违规私设驻京办,根源在于行政审批制度以及接访劝返机制,“关键问题还是惩戒不到位,违规成本低”,治标没治本,生存土壤还在。

这个分析比较全面,也就是说,驻京办是有问题,但是驻京办的问题又不仅仅是“驻京办”的。病症虽表现在驻京办身上,但是病源却在驻京办之外。

对于这样的疑难杂症,诊治起来是有难度,要根治也需一些时日。现在,撤销令发布已经一年多了,一些本该撤销的“驻京办”却并未消逝,而是“改头换面”仍在办公,这已经说明,要根治真需要一套对症的治疗方案才行。

一方面,先要减轻“病症”。“撤销令”不能止步于“撤”,还需要制定相应的可操作的惩戒规定,并且要执行到位。对于查出的潜伏“驻京办”要严肃处理,增加违规的地方政府及单位领导个人的违规成本,令其感到“不合算”而“知难而

退”,这样才会有实际的制约作用。驻京办广遭诟病的很大原因就是其财务上不公开透明,滋生腐败,针对违纪违规问题屡禁不止的情况,在《保密法》保护的范围以外,广泛推行财务的公开透明制度,也是“晒”死腐败及违规“病毒”的好方法。现在有些地方已经试行,应总结好的经验推而广之。

另一方面,还要去除“病根”。有道是“天下熙熙皆为利来,天下攘攘皆为利往。”驻京办的存在目的,就是为了地方、单位或者其领导个人利益的最大化。当然,也不能全怪地方,只要有利益驱动,特别是不均衡的利益,就有可能出现新的形形色色的“餐馆跑京办”、“会馆驻某办”甚至“家庭联系点”。对于合理合法的项目拨款、招商引

资、接访维稳等地方利益,各部委及在京的上级单位是否做到了公平、公开、透明?如果地方不必“跑部”就能“钱进”,无需“脸熟”就能“办事”,那驻京办无疑会自然“裁销”。所以,转变政府职能,实现地方与中央政府的良性互动,应该是实实在在的行动。公共资源究竟该如何合理、合法地配置,在制度上也应有刚性的规定,以减少资源配置权力者个人在资源配置中的因素,这样才能消除地方“跑”的多,得利多的现象,从利益根本上减少地方建立驻京办的冲动。当然,自上而下的行政管理体制深化改革也应加快步伐,理顺在市场经济条件下的地方与中央、地方与地方的正常关系,使地方不必再通过“潜伏”的方式与上级玩“猫捉老鼠”的游戏。

“炫官”频发暴露权力的错位

□包赤霞

黄金周期间,有患者及其家属到桐城市人民医院看病,因与工作人员产生矛盾,便将医院急诊科医生杨辉打伤。其中一名打人者声称自己是纪委书记。网友人肉搜索发现,打人者是安徽桐城县范岗镇纪委书记李成富。(山东电视台 10 月 7 日)

打人炫耀的是“武力”,而这个打人者在炫耀“武力”之余,还炫耀他的“权力”:自己是纪委书记。

整个事件的是非曲直还有待调查,但身为纪委书记,却动手打人,还炫耀自己的官衔以示威胁,这无论如何都与一个党政官员应有的形象不符。显然,这暴露了相关官员的“权力观”是错位的,即他没有意识到手中的权力本质是人民赋予的,只能用来服务民众。观念错位势必带来行为错位:纪委书记手中的权

力本应是用来整治不正之风、促使权力规范运行的,但在这里却反而成了权力胡作非为的恶劣示范。

令人担忧的是,当前这种“炫官”现象,似乎层出不穷。如山西永和县委副书记冯双贵 4 名亲属夜闯民宅,大打出手,参与施暴的冯双贵次子冯源在殴打受害人过程中就不断宣称:“我爸是县长,在永和我爸就是国法……”兰州一男子率众打人袭警,还放话:“我是‘处长’,你们想干嘛?公家的事没什么处理不了的!”等等。

一再发生的“炫官”现象,说明权力观念和行为的错位,并不只是官员个人素质问题,而带有一定的普遍性,背后有着更深层次的原因。说到底,就是权力的结构性错位:权力赋予和运行的体制结构上存在弊端,官员自上而下任命,监督疲软乏力,导致他们都以为自己的权力只

是来自上级的“恩赐”而非民众的赋予,权力一旦到手就成为个人待遇和享受的凭证而非公共服务的工具,这就势必造成权力观念和权力作为的错位。如果任由这种错位蔓延,则势必会导致官民关系的错位:官员和民众之间本应是“鱼水关系”,现实生活中却往往异化成“水火关系”,“炫官”现象时有发生,难免引发“仇官”情绪。

所以,要矫正权力观念和行为的错位,就必须改变权力体制中客观存在的结构性弊端,强化对权力的依法民主监督约束,这需要持续深入地推动相关改革。当务之急,则是对现实生活中屡有发生的“炫官”现象,应该从严查处,不论他是什么官员,任何以权谋私、仗势欺人的行为,都应该是“零容忍”,严惩不贷,才能警醒各级官员。

国庆长假促消费狂飙 家电行业唱主角

“十一”黄金周,苏宁电器于 9 月 22 日提前打响促销战,截至 9 月 30 日,苏宁电器豫南区已完成规划任务的 40%以上,超出预期目标近 10 个百分点,消费群体多是“十一”规划出行的市民、婚庆以及高端消费人群,消费商品集中在了数码相机,摄像机以及单反相机,3D 电视、大尺寸 LED 电视,对门冰箱等高端商品,单品值高出平时均价 800 元到 1000 元。

“以家电行业为代表的消费高峰集中在 10 月 1 日~3 日。”苏宁电器平顶山地区管理中心总经理李昇亮强调了国庆前 3 天的重要性。他透露,国庆前 3 天的销售占到整个国庆销售的 30%~40%,苏宁电器豫南所辖平顶山、南阳、漯河、周口以及县级市场门店均出现了持续销售井喷现象。

“今年‘十一’家电市场整体规模

同比增长在 40%~60%之间,苏宁电器在豫南区域地市的同比增长则达到了 100%以上,也就是说翻了一番还要多,其中,彩电、冰箱、洗衣机市场最给力。”谈到今年的销售业绩,李总显得很兴奋。

“新品牌、大品牌受到了普遍欢迎,此次‘十一’首次登陆豫南家电市场的先锋彩电,伊莱克斯·扎努西冰箱、洗衣机,法迪欧烟灶销售业绩都不错。百年白电专家惠而浦、松桥小家电均位居品类销售前列。”李总不失时机地向市民推荐苏宁最新引进的一线知名品牌。

“国庆销售完成得很好,任务达成超过 110%,我给豫南苏宁的团队打了满分。”当记者问及苏宁国庆销售如何的时候,李总给出了这样的答案。(窦娜)