

■提要:“关门评议”对机关部门的触动到底有多少,问题又纠正和改进了多少,越来越受到包括组织者在内的社会各界质疑。而被评议部门也出现了“评议疲劳”、“厌烦情绪”和“应付心理”。如果按照老路走下去,只能越走越窄,最终甚至走不下去。如何让政风行风评议持久发展,路径越走越宽?唯有改革创新。这既需要胆识,也需要勇气,敢于挑战“传统”,挑战“自我”,甚至挑战“约定俗成”。

政风行风评议,“规定动作”怎么做?

11月11日起,南京将开展“民主评议政风行风携手共建幸福都市媒体联动直播活动”,共计15场、涉及15个行政主管部门。这是南京市纪委继去年举办“向人民汇报”直播活动后,市级行政主管部门第二次向南京市民进行述职的直播活动。

除南京外,江苏全省多个城市也将进入行风民主评议活动的“规定动作”中。

2006年起,中央纪委、监察部、国务院纠风办,开始在全国组织开展民主评议政风行风活动,每年专门下发“指导意见”,历次中央纪委全会、国务院廉政工作会议,以及全国纠风工作会议都作为一项重要任务部署,使其成了“规定动作”。

14年前,南京市开始进行政风行风评议。以“万人评议机关”著称的评议活动震动了权力部门,赢得了民意广泛好评。

当然,我们也看到,政风行风评议起始阶段对改进机关作风起到了积极的促进作用,但随着时间的推移,大多形成了一种

定势:关在屋子里面,定一些单位,请一些行评代表过来,自说自话,听不到“大门外”的声音,更不用说“大院外”的声音。“老生常谈的汇报、你好我好的点评、无关痛痒的批评、皆大欢喜的收场”,大家都拿96、98分。在百姓眼里,这样的评议“图形式、走过场”,既浪费了行政资源,又和自己没有多少关系。“圈内人”甚至感到政风行风评议演变成了“工作汇报会”、“评功摆好会”、“互相表扬会”,失去了原本意义。

静心思考,政风行风评议的本质是改进机关作风,但“关门评议”,对机关部门的触动到底有多少,问题又纠正和改进了多少,越来越受到包括组织者在内的社会各界质疑。而被评议部门也出现了“评议疲劳”、“厌烦情绪”和“应付心理”。如果按照老路走下去,只能越走越窄,最终甚至走不下去。

一件事物发展到一定阶段,出现一些新情况,或是原本的“动作”需要顺时而变是很正常

的。如何让政风行风评议持久发展,路径越走越宽?唯有改革创新。这既需要胆识,也需要勇气,敢于挑战“传统”,挑战“自我”,甚至挑战“约定俗成”。一些地方纷纷推陈出新,武汉对公共服务机构的“一把手”进行“现场质询”,沈阳开通“民心网”实行“网上评议”,广州将民主评议延伸到“基层站所”等等,在当地形成了巨大的冲击力,也影响了全国各地。南京工商局2008年在栖霞区进行了首场“向社会服务对象公开述职述廉,请服务对象现场打分”活动,次年将这项活动在全系统铺开,受到服务对象的广泛好评,产生了强烈的社会反响,得到了工商总局的充分肯定和推广。

实践中,各地都结合自身实际改进政风行风评议的方式,“自选动作”纷纷出台。中央纪委、监察部、国务院纠风办,顺应时代潮流,回应群众呼声,推广基层经验,要求各地积极探索、大胆创新,增加群众和媒体的参与度,不断丰富政风行风评议的

方式方法,增强评议的活力。

在这样的情况下,南京在2010年,采取“媒体联动、现场直播”的方式开展政风行风评议活动,被评议单位领导与群众“零距离接触,面对面互动”,“现场汇报、现场提问、现场解答、现场打分”。“电视、广播、报纸、网络”全用上,使政风行风评议有了真正意义上的群众性、广泛性和真实性,产生了良好的社会效应。

实践证明,任何工作都不是一成不变的,政风行风评议也是如此,上级的“规定动作”必须认真做好,但在这个过程中,也不能照抄照转,要有自己的“特色”和“创新”,力求内容与形式的与时俱进,使政风行风评议成为建设务实高效勤政廉洁服务型政府的重要举措,始终为打造党员干部队伍过硬的思想作风服务,为维护人民群众的切身利益服务,为保障经济社会发展全局服务。这样,政风行风评议就不会徒有其表、隔靴搔痒,而取得实效;也才不会年复一年、千篇一律,而常评常新。(沈昊)

公民发言

央视黄金时段应多些公益广告

一年一度的央视黄金资源广告招标结果11月8日揭晓。经过近12个小时招标,2012年中央电视台黄金资源广告招标预售总额达到142.577亿元,比去年增长了近16亿元,创18年来新高。

(11月9日《新京报》)

纵观近年来央视黄金时段的广告竞拍活动,不过是场“烧钱”运动。从企业行为上看,勇于“竞标”是企业的自主行为,目的是为了企业的形象和效益。但是如果站在央视的角度看,央视把黄金广告时段全部拿出来“论钱行赏”,就有些过头了。

作为国家电视台,央视除了追求经济效益,更应该承担一些宣传公益的社会责任。公共资源是央视的最大资本。既然是公共资源,就不能完全按照市场规则办事。特别是在收视率最高的时段,更应当多播出一些公益性广告。

当前,社会道德、社会风气、社会责任都出现不小的滑坡,作为国家电视台,面对社会的道德需求、文化需求,央视更应该树起倡导公益的旗帜,为社会美德呐喊。公益广告少得可怜,只顾炒作黄金时段卖了多少钱,无疑有拜金之嫌。

央视黄金广告时段不应充斥众多的商品广告,营造“一切向钱看”的氛围,应当多考虑一些观众的感受,开公益广告之先河,领公益广告之方向。特别是黄金时段收视率最高、影响力最广,更应该以公益广告来传播社会文明,引领社会风尚,展示良好形象,通过潜移默化的公益宣传、推广行动,尽到国家电视台公益为先的责任。

评价央视黄金时段的广告效益,我们不应只注重其142亿的经济效益,不应只看今年又拍出了多少钱,而应当注重社会效益,承担了多少公益责任。(阎淑萍)

女生被强奸 只怪法制观念淡薄?

甘肃永靖县“黑老大”孔得红涉嫌强奸当地女学生案渐次浮出水面。办案民警透露,通过诱导、威胁以及他人介绍的方式,孔得红强奸女生达10人左右,其中绝大部分是在校生,且受害时大多未满18周岁。谈及此事时,永靖县公安局局长曾祥林对记者说:“我真的想不通这一点,这些青少年是非观念、法制观念(怎么)这么淡薄。”

(11月9日《中国青年报》)

曾祥林想不通,恐怕听到这番话的人更想不通,作为一个长辈,曾先生不但没有丝毫的同情,反而责怪起这些受害者来?作为当地公安局局长,不对自己辖区内发生这样的案件感到不安,反而还把责任归咎到“青少年法制观念淡薄”上来,这是何其的可笑与荒唐、又是何等冷漠?

以孔得红为首的黑社会性质团伙早在2006年便已称霸一方,犯下累累罪行,直到明火执仗闯入校园公然强奸女生,可以说嚣张到了极点。当地警方难道对此从未耳闻?孔得红曾几次被判刑,我国《刑法》规定:“对于累犯,不适用缓刑”,而事实上,孔得红曾获得缓刑。让人痛惜的是,他祸害女学生大多也发生在这一时期。

尤其值得一提的是,孔得红的最终落马,也并非当地警方之功,而是甘肃省省长批示后,公安厅刑侦总队秘密介入调查的功劳。由此不难看出,孔得红一伙的坐强坐大,与当地警方的长期失职密不可分。作为公安局局长,曾祥林理应承担最大的责任。然而面对自己的失职,不去反躬自省,反而得出一个“青少年是非观念、法制观念淡薄”的结论,这不仅是对受害者的极大不公平,事实上也是推卸责任的拙劣借口。从这个意义上说,“是非观念、法制观念淡薄”的哪里是这些受害的孩子,而恰恰是不懂得反省,反而板起脸来进行道德说教的局长大人你啊。(吴龙贵)

今日视点

慈善素质评估只会沦为道德绑架

中华慈善总会相关负责人表示,将与教育部门合作制定慈善教育计划,指导学校在德育课程中培育慈善意识,弘扬慈善行为,并推动学校逐步把慈善纳入到学生素质评估中。

(11月9日《京华时报》)

慈善也要“从娃娃抓起”,特别是还要成为一项对学生评估的内容?闻此消息,既替孩子们累,又为慈善机构悲。不错,目前中国的慈善机构声誉有所下降。但处境再不堪,也不该如此病急乱投医。寄希望于学校教育挽回

慈善颓势,乃典型头痛医脚之举,很可能救不了慈善,反倒搞乱了教育。

参与慈善要有一定的经济能力或时间精力,对于学生来说,这种能力和精力从何而来?而且,即便对于成年人,慈善与否也必须完全自愿,而并不是强制性的公民义务。那么,一名学生怎样才能算是慈善的素质“过关”?是“察其言、观其行”,还是通过考试成绩来认定?有网友问得好:“是不是就是家里越有钱捐得越多,素质就越高?”可以想

见,这种“慈善素质评估”真要开展起来,很有可能成为一种道德的威逼和绑架,或是诱发伪善。

事实上,目前中国的慈善事业与某些发达国家有差距,并不是国人的慈善意识差,也不是由于所谓慈善教育的落后。汶川地震震灾救援,早已经证明了国人同样有着高贵的恻隐之心;目前利用微博平台正在成功开展的“免费午餐”等民间慈善活动,证明国人很多都有着蓬勃的慈善热情。完全有理由说,目前某些慈善机构之所以遇冷,问题的

根源并不在于所谓的慈善教育和慈善素质,而主要是相关机制有欠缺,法律不健全,特别是某些慈善机构的表现一直不够良好,令公众丧失了信任。

所以,比推进所谓的“慈善教育计划”更急迫的,是对慈善机构自身进行彻底的整饬。尤其想奉劝某些慈善机构的是:不要看到自己的事业开展不利,就想当然地认为是国人慈善素质低,需要加强教育。这种说法对善良的人们有着羞辱之嫌,只会让你们的公信力雪上加霜。(郭之纯)

一家之言

企业缺乏社会责任的症结在哪里?

中国社科院发布2011年《企业社会责任蓝皮书》,对国有、民营和外资企业百强的社会责任发展水平进行大排行。令人尴尬的是,上述企业的平均得分仅为19.7分,三分之二的企业处于“旁观”地位,超过八成的A股上市企业发布的社会责任报告不及格。

(11月9日《北京晨报》)

“中国七成企业严重缺乏社会责任”,整个社会制度与价值

趋向的消极激励,才是更需要反思的。现代企业作为一种效率极高的组织形式,本就是天使与魔鬼的合体。其固然能最优配置资源、最大化攫取利益。但如果缺乏道德与法律压力,企业便极易驶入失序、败德的境地。

随着文明流变,“企业”一步步收敛着野蛮,继而变得“绅士”起来,更多承担社会责任,多半是由于一套社会激励规则的作

用:例如,在国家层面,“慈善退税”广被推行。得益于此,诸多企业大举开始“自利型行善”;而在民间层面,社工文化、公益式营销的勃兴,更为企业提供了一种“名利双收”的妙法——在国外,一些企业工会,就是常态性的义工群体。多数大公司,也习惯借助公益项目,进行品牌推广。一言以蔽之,服务社会、自身获益,何乐而不为?

我国企业普遍缺乏社会责任,其实也不难理解。一方面,上层制度设计(如税制),未对企业行善表现出足够善意;另一方面,消费伦理发育不彰,大多关注广告轰炸、媚俗营销,而对少数企业的公益姿态甚少回应。久而久之,两者交互作用下,“无利可图”的企业主们,断不会当那“悄悄做好事”的傻子。

(蒋璟璟)

热点纵论

“诽谤省级领导案”怎能法外处理?

云南电视台频道总监李瀛被认定“恶意诽谤某省级领导包养情妇”,受到了包括撤销总监职务在内的处分。

(11月9日《人民网》)

事情不复杂,但处理过程却有太多的疑问待解。

此事既然涉及恶意诽谤,而诽谤又是刑事犯罪,当然应该走法律途径。但很怪异的是,在此事的处理过程中,并无任何法律程序的踪影。“有关部门”调查认定了,李瀛的党内外职务就被撤

销了。我当然不是在为李瀛辩护,事实上,她确实有可能是在编造事实恶意诽谤,而且,诽谤罪也远不是撤职那么简单,而是要“处三年以上有期徒刑、拘役、管制或剥夺政治权利”的。但认定其构成诽谤,这是法院的事啊,“有关部门”是断不能代劳的。如果本应由法院判定的诽谤罪,能轻易由“有关部门”认定的话,那我们还要法律干什么;如果对诽谤罪的刑事处罚可以轻易由撤职来代替的话,那还要设

这个诽谤罪干什么?

此事的调查启动也有问题。我国刑法规定,诽谤是自诉案件,即所谓不告不理——没人向法院起诉,调查和审判程序就不会启动。但在“李瀛恶意诽谤省级领导”一案中,从头到尾并未见这位被诽谤的省级领导向法院提起诉讼。甚至于,现在李瀛已经被撤职,我们却连她诽谤的某省级领导姓名谁都不知道。诽谤案是两个自然人之间的“战争”,作出判定的只能是法院。如

果某省级领导并未以个人名义向法院起诉,那么,此事根本就不应该启动调查机制,李瀛也完全不应该因诽谤被撤职。“有关部门”为领导分忧的调查处理,是不折不扣无视法律的滥权。

法律之公正,即在于它超越于权力之上。但现在,面对一起如此严重的诽谤案件,法律却从头到尾扮演了看客的角色,这是权力的无视规则,又何尝不是法律自身的悲哀和无力?(本报评论员 赵勇)