



“履历造假”的官员是如何得逞的

王攀



为了入党、升迁,小学毕业却谎称中专毕业,伪造专科学籍档案,谎报本科学历;篡改档案,11次填报不同的出生日期。在山西河津市,遭到“党内严重警告”处分的薛新民不降反升,从乡镇党委书记升任河津市住建局局长。(5月23日《法治周末》)

薛新民曾是河津市政府打字员,后来又被提拔为机关事务局副局长、政府办副主任、乡镇党委书记。有人举报、记者证实的他在招工、转干、入党、升职过程中,先后11次填报不同的出生日期、4次虚假填写参加工作时间,小学毕业却伪造专科学籍档案,谎称本科毕业……这些行为之所以能够得逞,显然是档案相关的管理者、审核者和监督者被攻破了,学历和年龄在他那里是一个动态的过程,当然也始终是一个“利好”的过程。

控制。换句话说,是在一个小循环里。当内部人被攻破,这个小循环就不起作用。而告别内部人的控制,往往是一项制度设计成败的关键。

但遗憾的是,薛新民履历造假只不过是“党内严重警告”,而且不误升官。内部人举报、记者调查,而官方态度仍旧暧昧。之所以如此,就在于为内部人控制:官员升迁与否与公众没有直接关系。履历造假成本小——打通内部人即可;风险小——只要上级不追查,公众质疑无济于事;收益大——转干、入党、升职。显然,只有给公众实实在在的监督权和制约权,打破内部人控制,才能够根本上解决官员履历造假问题,甚至也包括很多久治不愈的官场病。

官员档案应该有着一套严密的监督管理制度,不是谁想改就能改的。这是从理论上看的。可现实中,假如想改档案的就是管理者本人,或者跟管理者有着基于利益方面的关系,那么看似严格的档案管理制度就一攻即破了。

5 时评 shiping

“两只苍蝇”如何成了“穿越小说”?

钱兆成

5月21日,北京市市政市容委发布《北京市主要行业公厕管理服务标准》。其中规定,公厕内的苍蝇不能超过两只。(5月23日《成都晚报》)

若只是就事论事,这条新闻也只是停留在让公众哑然失笑的层面,两只苍蝇的出现,说到底,不过是量化思维的一个终端产品。不过,笔者惊讶地发现早在2008年8月25日《长江日报》就报道:历时一年,武汉市首部环境卫生作业规范出台,环卫作业质量标准首次用数字量化。垃圾转运站夏季在可视范围内,站内苍蝇不得超过2只。

这两只苍蝇从2008年穿越到2012年,与穿越小说相比只是小巫见大巫,但让人深思的意义远远大于诸多穿越小说。

越来越多的管理者习惯于采用量化考核的办法来管理一切,毋庸置疑,量化考核作为一种评估手段,其优点是显而易见的:有利于管理的数字化、精确化。有利于形成竞争局面,激发向上的热情,有利于改进职业行为和专业技能,其考核目标明确、项目清楚,其直观性、客观性、可比性强的特点受到更多管理者的青睐。

笔者应该指出的是,要不断思考和改进量化考核,更应该加强人性化管理。与两只苍蝇的抽象考核相比,公众更为关心的是,具体的实际问题解决了没有。公众的要求不高,只要无异味、无蚊蝇、有手纸,可以洗手、干净整洁,就可以称得上是善莫大焉了。

F 非常道 feichangdao

个别公务员的工作作风和公共形象导致公务员做什么都会被嘲讽,但这些指责对当事人的公务员志愿者不公平。

——近日,深圳公务员志愿者上街为市民免费擦鞋一事,引起社会热议,网友质疑该活动有作秀成分。有深圳公务员就此接受采访时称。

此举是“优先保障可以买得起80平方米住房的外来工需求”。

——想上镇里公办幼儿园?“80平方米以上住房,一平米都不能少”是硬指标。幼儿园和当地教育部门如此解释。

D 短评 duanping

做好人的成本究竟咋高的

贾志勇

上周,《中国青年报》一项民调显示,77.9%受访者痛感在当下社会做好人的成本高。民调揭示做好人的心理成本:71.0%的人表示会被怀疑动机不纯;50.6%的人认为会被嘲笑。

笔者看来,该调查彰显的是一种生存焦虑,是对社会生存现状的种种担忧。当住房、教育、医疗、燃油、食品等物价一路高企,生存成本抬高,那么任何领域的成本都会抬高。如跌倒老人不敢扶现象,关键会牵扯到高额的医疗费用让谁都担不起,是

诉讼的根源,我们的“心头之痒”。

高成本的生存状况,也是激化基层民事、民间矛盾的祸根。生存高成本,大多数人拥有的可支配资源就相对稀少,不得不对其加倍保护。这直接导致人际关系紧张,激发仇视心理。稍有摩擦,哪怕是不起眼的小事件,也会引发不该发生的生存灾难。

所以,降低做好人的成本,唯有社会切实改善民生,有效地提高人们的幸福生活指数。这是减少社会诉讼,去除人们“心头之痒”的基础。



百家服务 服务万家

更多精彩
尽在: <http://www.bdemall.com>

锁定5.26-28

锁定百大电器 合肥家电狂欢节

与您相约百大电器合肥市各门店

2012年合肥家电行业仅此一次的家电饕餮盛宴
2012年合肥家电行业一场无与伦比的抄底价
2012年合肥家电促销“大事件”
百大的力量 品牌的力量

