



# 孙中山的公仆意识值得传承

刘克梅



昨天，纪念辛亥革命100周年大会在北京人民大会堂举行。在此之际，笔者想到了前不久读到的《孙中山的公仆意识》的文章。孙中山从担任临时大总统那一天开始，就把自己工作定在“公仆”地位。临时大总统誓词称：“巩固中华民国，图谋民生幸福，此国民之公意，文实遵之，以忠于国，为众服务。”“服务”，这是孙中山引进中国政治界、思想界的又一个新观念，它正确地说明了“公仆”们的各类政治行为所应该具有的根本属性。1924年，他在《民权主义》演讲中更将包括国家总统、总长在内全体官吏比作车夫、巡捕、厨子、医生、木匠、裁缝。“无论把他们看作是哪一种工人，都是可以的。人民要有这样的态度，国家才有办法，才能够进步。”

在孙中山时代，官员和公务员就是“大人”、“老爷”，饱览西学的孙中山却大胆向权力者开刀，自贬“官员”为“服务员”，真正将权力当作为人民服务的工具

和机会，这对于官员角色定位可谓一种空前的超越。这不仅是孙先生革命崇高理想的体现，也是他作为民主主义思想家的伟大和高瞻远瞩。

今日，孙中山《建国方略》中的行易知难（心理建设）、实业计划（物质建设）和民权初步（社会建设）等国家建设总体规划 and 设想已得到实现，人民实现了当家作主的政治愿望。可在有些地方，仍然存在“公仆”角色异化。

比如某些城管人员对待小商小贩，任意摔坏商贩商品，辱骂小贩，作风霸道，已成了“暴力执法”代名词；还有的官员大搞特殊，官职不大，排场和气势却非常大，贷款购买超标准豪华汽车，迎来送往浩浩荡荡，眼睛向上看，对百姓不屑一顾，对待民生问题漫不经心；还有一些工作人员，优越感浓重，动辄对群众耍威风，“门难进、脸难看、事难办”，要红包，“吃、拿、卡、要”等，公仆意识淡化。更有买官卖官者，将人民赋予的权力当作发财致富的机会，当作腐败的道具。违背宪法规定，伤害人

民感情，他们已蜕变成“人民公敌”，玷污了“公仆”的神圣本质。

对于公仆意识，孙中山先生不仅说，而且亲身去做。1912年3月中山先生致内务部令称：“总统在职一天，就是国民的公仆，是为全国人民服务的。”与中山先生相比，我们的某些官员却将“公仆”当作了一种政治口号和宣传工具，在领导面前装模作样，甘当公仆，领导一走，就成了吆五喝六的老爷；在媒体和记者面前权当公仆，一旦缺乏监督，权霸本来面目就显山露水；在自我需要之时，甘当公仆，政治目的一旦达到，就过河拆桥，成为“权力霸王”。

公仆精神和公仆意识是立党之本，是建党根基，希望借助中山先生的坦荡无私、天下为公，能够对时下的某些“公仆异化”有所震动和教育。切实克服官僚主义作风、封建等级思想和官本位陈腐思想，认真纠正各种歪曲、曲解、颠覆、羞辱和践踏公仆精神的不良言行，使公仆意识拥有更广阔的政治舞台。

S 时评  
shiping

## “捷径教授”还是少一点好

运动款鸭舌帽、橙色T恤衫，时不时入乡随俗蹦出山东腔。8日，从“国庆七天乐”的舞台变身到山东大学文学与新闻传播学院的讲台，受聘该院兼职教授的“毕姥爷”毕福剑一亮相，就把学生们逗得捧腹大笑。（10月9日《齐鲁晚报》）

没有腐败，没有请托，没有学术造假、论文抄袭，却有着无限深意的娱乐化。又一位演艺人士摇身一变戴上了教授的头衔。插科打诨之余便拥有兼职教授的头衔，称得上是“捷径教授”。须知，教授这个头衔是对一个知识分子才识和能力的肯定，能称得上是教授的人即便不是学富五车、能力出众，也要在某些学术领域有所建树。可惜在这样娱乐化的新闻中，皓首穷经似乎比不上艺人的“嫣然一笑”。

更为严重的是，明星演而优则仕或者体而优则仕的情况可谓是信手拈来，一个教授的头衔恐怕入不了某些人的“星眼”。或许当事人都没有将这件事情放在心上，事实抑或没有笔者想象的那么严重。这不过是一种互利互惠的行为，大学借明星的名气来宣传自己，明星借大学的文气来包装自己。一来一往互相吹捧，无形之间大家都抬高了各自的身价，学校付出的是一个形式上的头衔，明星所付出的不过是即兴表演的几分子力气，实际的付出为零，如此一来何乐而不为呢？

笔者要指出的是，在一个泛娱乐化的时代，娱乐大有一种“愚乐”的味道，无论是俚俗如电视肥皂剧，还是庄严如高高在上的庙堂，到处都有娱乐的影子。所谓哀而不伤、乐而不淫，娱乐本没有错，但过了那个度，娱乐变愚乐却值得推敲。“捷径教授”是愚乐化的典型标本，我们的大学为什么不能在培养自己杰出的人才上下苦工？从这起事件中可以看出端倪，因为某些执掌大学的人本身就没有看重知识的力量，随意地将教授头衔做了人情。这样的态度之下，知识到底价值几何便是一个问题。

“捷径教授”还是少一点好。做学问需要的是沉得下去，而当演员需要能够调得动气氛，两者互不干扰，各司其职也没有什么不好。实际上事情本是如此简单，但现代人最容易犯的毛病就是简单事情复杂化，教授与演艺人的杂糅便是一例。非要搞得非驴非马、非鸟非兽又是何必呢？

钱兆成

F 非常道  
feichangdao

“三峡工程设计时确实没有充分考虑建成后对生态环境的不利影响，同时工程对洞庭湖、鄱阳湖等湖泊蓄水也有影响。”

——水利部长江水利委员会防汛抗旱办公室副巡视员王井泉首次公开承认三峡工程的设计有失误。

“这40名保安属于非公务人员，不是在正常用工期间，也就是说临时工。”

——17岁少年在路边吃一碗米线，却被30多名身穿统一服装的男子手持钢管、木棒暴打身亡，事后家属被告知“打错人了”。数百村民讨说法，少年父亲符昆称“他们都穿着保安制服”。昆明大板桥街道办表示他们是一群临时工。

中国内地3/4流动人口家庭在流入地租房居住，房租平均每月387元人民币，2010年下半年家庭住房支出比上半年增加58.2%；41.5%的流动人口租房者认为目前的住房支出已经达到或超过自己能承受的最高房租。

——据《中国流动人口发展报告2011》

S 时事乱炖  
shishiluan dun

## 名片也“天价”，中石化太“贪杯”

近日，网曝中石化河北分公司花13万元定制了500多盒名片，每盒名片的价格是260元。并附上收据复印件作为佐证。中石化集团对此回应称，网上流传的收据出自下属齐鲁公司，已遭人为篡改，该公司印制名片实际花费5.3万元，相当于96元/盒。（综合10月8日新浪财经、10月9日《京华时报》）

真相仍在纠缠之中，260元一盒的名片只能姑且假设属实，它与1120万元一顶的吊灯（当事人只承认是156万元），哪个更铺张更浪费，不能仅仅以数字论“英雄”。我们倒是觉得，性质上，“天价名片”似乎显得更露骨、更张扬、更高调。

每次被逮住之后，面对舆论愤怒的控诉，中石化总是煞费苦心、应对有方，要么慢条斯理地以退为进，要么玩起“苦肉计”。这回被曝出“天价名片”之后，虽然“屁大的金额”，他们反倒急红了眼，不仅迅速否认，予以全盘否认，还声称要为自己维权。可惜，其无论是物证还是辩词都显得软弱无力，经不住推敲，甚至从漏洞情况来看，弄不好他们还会丢更大的丑。围绕试印名片的价格，来自控辩双



方的两张订单单基本清晰地呈现在我们面前，总结算价都是275元，网友举报这是每盒单价，而中石化方面称是从25元至60元共6个品种的总价格。值得高度重视的是，这两张内容相抵触的货单竟然共同打印于“2009年7月23日9时41分2秒”，也就是说，其中必有一张属于“篡改”（造假）。这并非正规税务发票，而是电脑操控的生意订单单，因此造假既不犯法也不困难。我们暂时无权妄揣到底是谁造了假，但某些蛛丝马迹已足以提供解析空间。 王景曜/文 刘军/图

# 尊享“柜”族格调，美的“环抱风”引领柜机换代潮

“十一”期间，美的变频柜机“环抱风”吹遍省城，掀起一阵无比强劲的抢购潮。美的空调相关负责人表示，9月30日到10月7日期间，空调领军品牌美的销售井喷，捷报频传，专卖店和各大卖场家电专柜前来选购美的空调的用户络绎不绝，美的变频空调在部分卖场的销售占比已经达到6成以上，其中美的“环抱风”柜机更是成为消费者的新宠，多次出现火爆抢购、脱销现象。

## 变频时代 美的空调独占鳌头

美的作为变频空调唯一产量突破千万台和全面掌握变频空调核心技术的国内企业，以过硬品质和绝佳的性价比，赢得消费者广泛追捧，继续扩大了美的“变频王者”的领先优势。据美的空调相关负责人透露，今年“十一”，美的变频空调始终坚持“用户至上”宗旨，将最好

的服务、最优惠的价格、最好的产品提供给广大消费者，蝉联3年全国销量冠军，持续推动变频空调的全面普及。

“空调可以用很多年，当然要买品质好的，用起来才放心。听说美的变频空调连续三年销量冠军，周围用过的朋友也赞不绝口。”合肥滨湖新区的苏先生对笔者表示，“国庆搬新房，买空调，我只选美的变频。”

## 美的“环抱风”柜机，妈妈的选择不会错

美的推出的环抱风变频柜机，突破传统的一面出风方式，独树一帜地采用环抱式送风设计，在室内形成均匀分布的舒适气流，循环流动在室内的每一个角落，又避免强风直吹人体，细致呵护消费者的身体健康。

“我听说空调风直吹人体容易出毛病，家里有小孩，所以买空调的时候特别留心。比较

了半天，我买了这款银河C180的环抱风变频柜机，侧面出风，现在客厅不会有强风直吹，孩子可以尽情地玩耍，看到孩子高兴的笑容，我心里就甜滋滋的。”合肥高新区的文女士满脸笑容地告诉笔者。

## 美的“环抱风”柜机，时尚、优雅的明星代言人

柜机市场一直遇“冷”，部分原因在于传统柜机占据空间较大，而外观设计又平淡无奇，无法引起消费者的购买兴趣。美的“环抱风”变频柜机以时尚潮流的外观设计，融入各类艺术元素，打造可以媲美艺术品的变频柜机，充分彰显消费者的品位和格调。

“我一眼就看上了这朵精美的太阳花，非常夺目生动，加上花中央的月牙背光灯，真是太精美了。”瑶海区的刘小姐一脸惊艳地欣赏着美的环抱风变频柜机银河F180，“而且这个



蓝紫色的机身面板很有吸引力，用色很大胆，跟我家的客厅非常相配。”

每一款美的“环抱风”变频柜机都是高端技术与时尚艺术的完美结合，享受格调生活，就从美的变频柜机开始。您家的柜机“环抱风”了吗？

(王川)