

热点时评：对利益集团的表达应重在“扶弱”-公务员考试

PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/21/2021\\_2022\\_\\_E7\\_83\\_AD\\_E7\\_82\\_B9\\_E6\\_97\\_B6\\_E8\\_c26\\_21874.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/21/2021_2022__E7_83_AD_E7_82_B9_E6_97_B6_E8_c26_21874.htm)

政府应敏感地注意到当前利益关系出现变动、利益阶层和利益集团正在形成的现实，防止政府决策被某些利益集团“绑架”，形成“强者越强，弱者越弱”的“马太效应”。《望》周刊近日刊文指出，随着市场化的发展以及政府拥有广泛资源与强大干预能力，中国的各种“从世界范围内看，现代利益集团的产生与市场经济的发展大体同步，目前，中国社会的多元利益主体正在形成，一些利益集团尽管没有十分完备的形态和固定的架构，但他们的影子在社会经济生活中已经清晰可辨。在此背景下，政府应敏感地注意到当前利益关系出现变动、利益阶层和利益集团正在形成的现实，防止政府决策被某些利益集团“绑架”，从而加剧利益关系失衡，形成“强者越强，弱者越弱”的“马太效应”，影响社会的和谐稳定。如上引《望》周刊文章所言，金融、能源、邮电、运输、基础设施建设等领域的国有垄断企业，长期依托行政垄断，拥有强大的博弈能力，为维护龙头地位、持续获得垄断利润，有些垄断企业在政界、学界、传媒界网罗代言人，极力排斥行业竞争和民营经济介入。与此相反，农民、农民工、城镇下岗职工等相对弱势的人群，组织化程度较低，拥有的社会资源较少，利益表达渠道不畅通（故严格说来，一些弱势人群尚未形成利益集团），同时他们的利益基础很脆弱，权利和利益更容易受到侵害，因此主张权利、表达利益的愿望尤为强烈。因此，特别应当着眼于为他们创造多种表达渠道，引导他们通过组织

化、合法化的渠道表达自己的利益诉求。当下之计，为相对弱势群体创造更多的合法表达渠道，关键要让他们也像相对强势的利益集团那样，寻找到合适的利益代言人或中介组织。利益代言人可以是该利益群体中的一分子，比如人大代表中的农民代表、工人代表，或者是乡村、社区、行会、工会等一定范围内产生的“意见领袖”，可称为“直接利益代言人”或“本色代言人”；也可以是该利益群体之外的其他人，比如为农民、工人的利益奔走呼号的记者、律师、作家、社会活动家，可称为“间接代言人”或“职业代言人”。第一种代言人由于与自己所在的利益群体休戚相关，能够最全面、最彻底地代表该群体发言；第二种代言人则有更娴熟的表达技巧和更强大的表达能力。相对弱势的利益群体在寻找代言人，代言人也在寻找自己可为之代言的利益群体，双方经由法律的保障和组织化的途径，形成“被代言”与“代言”关系，有助于疏通和强化相对弱势群体的利益表达，推动并完善他们的有序的政治参与。较之各种利益集团而言，政府不是也不应该是一个特殊的利益集团。在利益分化、矛盾凸显的社会转型期，如何站在公平、公正的立场，充分吸纳各利益集团的利益表达，协调和平衡强势利益集团与弱势群体之间的关系，是摆在政府面前的一个严肃课题。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问  
[www.100test.com](http://www.100test.com)