

“反低俗”需要“以牙还牙”

□王攀

最近,中共中央政治局就深化我国文化体制改革研究问题进行了第二十二次集体学习。中共中央总书记胡锦涛指出:“要引导广大文化工作者和文化单位自觉践行社会主义核心价值观体系,坚持社会主义先进文化前进方向,坚决抵制庸俗、低俗、媚俗之风。”(8月4日《中国青年报》)

中国目前低俗文化之风盛行,这是一个不争的事实。面对“庸俗、低俗、媚俗”的社会文化现象,我们需要“反低俗”。如何“反低俗”最关键的一点是,手段要灵活多样。

“反低俗”无非两种手段,一种是行政的,一种是商业的。一直以来,我们习惯用行政手段倡导某种文化。的确,行政手段在文化宣传上有着无比强大的力量。尤其是,在我们这个行政资源对社会资源、文化资源、经济资源等还具有相当大的支配作用的情况下,以行政手段“反低俗”,的确是一种有效手段。就好像以金钱、美

色、性话题为卖点的相亲节目《非诚勿扰》被要求整改一样,行政力量可以让它在短时间内改头换面,甚至关掉。

但我们也要看到,行政力量在发挥如此强大作用的时候,也容易走向反面。毕竟,行政力量这种引导方式更多是一种强制性引导。而且,当行政力量无法提供能够被受众喜闻乐见的“非低俗”内容时,行政力量的“反低俗”,很容易导致推倒无法重建的局面。事实上,低俗之风之所以掀起,除了有着物欲社会的土壤之外,更主要的是,我们的“非低俗”文化,尤其是行政力量主导下的“非低俗”文化,过于板着脸孔,过于没意思,才让低俗文化攻城略地。

无疑,低俗文化是借助商业、资本的力量兴风作浪的。换句话说,商业力量、资本力量在文化的传播上,有着决定性的影响。这在商业社会是一个明显的特征。一旦商业和资本介入,不仅可以改变人们的物质生活方式,也可以改变人们的精神生活方

式。低俗文化是拜商业和资本之功,“反低俗”也不应该错过向商业和资本借力。

被商业和资本力量共同烘出来的低俗文化,我们同样需要借助商业和资本的力量“反低俗”。无论你是否承认,《建国大业》这部红色题材的电影,就是以商业的手段取得的成功。应该说,这就是“反低俗”借力商业的杰作。只是,我们的“非低俗”文化,长期以来,习惯于在行政的怀抱里,喝着行政的奶长大,不敢到商业、资本左右的市场里一争天下,也因此一旦遭遇借力商业和资本的低俗文化,就节节败退。

所以,低俗文化横行,除了反思物欲社会的土壤之外,还需要反思那些“非低俗”文化何以如此不争气。在“反低俗”过程中,我们不仅需要更灵活多样的行政手段“反低俗”,更需要借助于商业和资本的力量“反低俗”,“以其人之道还治其人之身”,在“反低俗”中,这一句老话同样适用。



拍卖土地存猫腻

《现代快报》8月3日报道,7月23日,扬州国土局对外公开出让5幅地块。在拍卖过程中,应拍者还在举牌叫价,主持人就落槌。这引起拍现场人员的质疑。 勾牛/漫画

高温下劳动者热死“拷问”监管体制



□王敏 李美文/漫画

安全,是各级政府部门义不容辞的职责。

对高温下的劳动者保护,法制建设的滞后极为明显。1960年三部部门联合公布的《防暑降温措施暂行办法》,年过半百仍然“暂行”。尽管一些政府部门也出台了相关通知或工作方案,要求保护劳动者的身心健康,但效果并不理想,中暑事件仍不时上演。比法律滞后更令人担忧的,是职业病防治监管体制的混乱,以及“多龙治水无人管事”的局面。

职业病防治最早由原劳动部和卫生部管理。1998年机构改革后,由卫生部负责。2003年主要工作由卫生部移交安监总局。拿中暑来说,现场监管工作由安监部门负责,涉及防暑降温措施等是否有效、防暑设备、药品等是否发放等;工伤保险由劳动保障部门负责;卫生部负责制订相关的国家标准。由于没有综合管理体制,缺乏技术支撑,部门的职责分工很多停留在文件上,许多地方反映基层监管处于“真空”或“盲区”,搞不清楚究竟该由哪个部门监管,劳动者更无从维权。

职业病防治亟待理顺监管体制,落实责任目标。各级政府部门应切实保障广大劳动者的生命安全和身心健康,将职业病防治纳入政府领导任期考核目标,将职业病危害治理和防治纳入社会经济发展总体规划,明确各级政府及其有关部门在职业病防治中的职责,将职业病防治工作的责任落实到部门、落实到责任人,督导有关部门严格执法监督。

职业病防治和安全生产监管工作内容上有相似性,都关系到劳动者的切身利益。各级政府部门要像重视安全生产那样重视职业病防治,重视高温下的劳动者权益。当前,对于安全生产事故造成的“红伤”,对决策者的相关政绩实施“一票否决制”,起到遏制安全生产事故和减少死亡人数的作用。职业病防治也需要同等程度的重视,严格责任追究,才能避免惨剧接连发生。

近期天气持续高温,济南等地多名户外劳动者中暑乃至热死,引发人们追问:在高温下工作的户外劳动者,谁来保护他们的生命安全?中暑属于我国法定职业病的一种,中暑乃至热死属于小概率事件,这种“白伤”通常也没有安全生产事故造成的“红伤”那么触目惊心。但高温劳动保护和每个劳动者息息相关,保护劳动者的身体健康和生命

“扫黄”还须“拔出萝卜带出泥”

□邹伟 周英峰

各地警方掀起强劲的“扫黄风暴”,依法查处一批营利性陪侍问题严重的娱乐场所,社会反响强烈,群众拍手称赞。与此同时,更加深入开展“扫黄”行动,既“拔出萝卜”又“带出泥”,则成为公众更大的期待。

在已查处的涉黄案件中,一些细节颇引人关注:很多涉黄娱乐场所同时是黑、毒、赌的“落脚地”;少数公职人员知法犯法,充当涉黄场所的“报信者”或“保护伞”;个别地方涉黄人员在警察面前气定神闲,颇有底气;许多地方的扫黄行动不得不动用大批警力,由公安机关高层领导亲自带队,行动前高度保密。种种迹象,让人深感“扫黄”背后的复杂性。

“黄毒”自古有之,且随着经济社会的发展,与黑、毒、赌等联系日益紧密,形成共生模式。涉黄娱乐场所的背后,大多有或大或小的“后台”,这次被查出的一些高端娱乐场所在此前历次“扫黄”行动中屡屡幸免就印证了这一点。同时,涉黄娱乐场所也成为许多官员交际公关、大搞权色交易的主要地点,毒害社会风气,损害政府公信力,危害日益加深。

“扫黄风暴”正在各地如火如荼地开展,但评价“扫黄”的成果,不能局限于有多少“陪侍女郎”被查获,有多少涉黄场所被关停,而是必须“拔出萝卜带出泥”,将打击目标延伸到“黄色”的整个利益链条中,重创幕后的黑恶势力和腐败官员,铲除滋生违法犯罪活动的温床。否则,风头一过,“黄”又可能复生。

历史教训表明,扫除黄祸及其背后罪恶,必须多管齐下、标本兼治。必须将“扫黄”与“打黑除恶”、“反腐倡廉”结合起来,在重点打击幕后组织者、操纵者及“保护伞”的同时,相关部门特别是纪检、监察、反贪等部门力量也能积极介入,齐抓共管,方能取得更好实效。

防范涉黄场所“死灰复燃”,绝不是一两次运动式的集中“扫黄”所能奏效的,更在于长效机制的构建。要通过不断完善规章制度和法制建设,把对色情活动的打击转到常态管理的轨道上来。同时,坚持惩处和教育、服务相结合,大力倡导积极健康的社会观念,鼓励娱乐场所业主合法经营,加强对女性的保护和服务,“黄毒”就一定能够越来越少。

本报《汽车周刊》创刊 20多家车商“支招”

□记者 巩文

本报讯 随着我市汽车消费的不断升温,消费者需求不断增加,为搭建一个有效的沟通平台,为广大市民、商家服务,昨日下午,本报邀请我市20多家汽车4S店和汽车经销商负责人,在《周口日报》9楼举办《汽车周刊》创刊座谈会,一条条建议,一个个妙招,让即将亮相的《汽车周刊》增加了许多新的看点。

本报《汽车周刊》每周三发行,共4个版面,内容丰富精彩。《汽车周刊》的出现,弥补了我市没有专业汽车媒介的空白,对市民看车、买车、养车有很大帮助,同时加之专家的辛辣点评,让《汽车周刊》更有看点,配合《周口晚报》的影响力,对于我市汽车销售业将产生深远影响。

别克、雪佛兰、一汽、比亚迪、奇瑞等20多家经销商负责人经过近两个小时

的发言,提出许多好的观点及建议,从他们的专业角度,分析客户买车前需要什么知识,如何根据需要进行选车。还有许多商家对本报提出了积极的意见和建议,包括栏目的设计和稿件的采集。

周口日报社社长郭其健、周口晚报总编辑顾玉杰等报社领导出席座谈会。听取了大家的建议后,郭其健说,为了迎合市场的需要,《汽车周刊》应运而生,这是市民了解周口市品牌、活动、服务、促销的一个平台,也是商家、消费者沟通的一个平台,通过这个平台,能让消费者更好地了解车、对比车、购买车。郭其健表示,这次座谈会,大家的意见非常宝贵,对提高办报质量有很好的帮助,我们将继续发挥报纸的影响力,把这个栏目办得越来越好。

淮阳荷花节“唱到北京去”

□晚报记者 杜欣 实习生 姜昀辰

本报讯 “大家一起唱,唱到北京去……”昨天上午,在淮阳外国语学校排练大厅,悠扬的歌声此起彼伏,来自淮阳县的三支合唱队在这里精心排练,为央视《唱到北京去》专场做最后的准备。

《唱到北京去》是央视《梦想剧场》今年推出的一档新栏目。按照《梦想剧场》拍摄程序,首先由著名歌星到外景地海选,由过关人员组成三支合唱队进行决赛选拔,最后在央视经过周赛和月赛的角逐,选出冠军季军。

淮阳荷花节开幕后,歌坛伉俪付笛生与任静、著名女高音歌唱家李丹阳、来自利比里亚的28岁的黑人明星郝歌及由《梦想剧场》总导演敖立群和副导演宁博芳带队的50多人的摄制

组浩浩荡荡走进了淮阳,拉开了淮阳激情盛夏的序幕。淮阳的大吴陵、教育、龙湖三支合唱队分别由付笛生与任静、李丹阳、郝歌负责海选。付笛生与任静两人在淮阳太昊陵景区游览时,发现很多能歌善舞的导游,就在人杰地灵的大吴陵精心海选了一组队员,组成了太昊陵合唱队。李丹阳到淮阳之前,已对淮阳历史文化进行了细致的了解,知道淮阳文化教育氛围浓厚,于是,她挑选了能唱能跳的中学生组成了教育合唱队。郝歌在龙湖风景区,被十里荷香的美景迷倒不时引吭高歌,许多游客纷纷提出与他合影留念,他都一一满足,并挑选了歌喉好的游客组成龙湖合唱队。

据悉,淮阳的3支合唱队将于8月10日拉进京城,亮相央视,参加冠军的角逐,一展风采,并于9月初在央视播出。