

“村规民约”勒住份子钱值得肯定

□ 郭文斌

“我们初步算了一下,与往年相比,今年全村办酒席的场次减少了85%左右,为老百姓直接节约资金300余万元。”云南文山壮族苗族自治州麻栗坡县天保村党委书记、村委会主任刘德明告诉记者,为村民节约如此之多份子钱的,是一份全体村民“签字画押”的“村规民约”。(7月21日《中国青年报》)

和许多农村一样,当地村民被各种名目的“办酒风”所困扰,也陷入了恶性循环之中,为了收回随出去的礼金,办酒席的名目越来越多,送出去的礼金也越来越多,越是送出去,越想收回来。从这个意义上说,“村规民约”勒住份子钱,让村民走出份子钱怪圈是值得肯定的。

“村规民约”勒住份子钱并非个别。在淄博临淄区南太合村,红白喜事随份子只需要5毛钱,这个规矩已经坚持了30年。这也是村规所约定的。

其实,看这个能够勒住份子钱的“村规民约”并没有什么“高大上”之感,且只有简单的三条,然而,却让村民受益。原来每年需要两万元的人情费,现在减少到两三千元。显然,村民已经从繁重的“份子钱”中解脱出来了。

订立“村规民约”,并不难,许多农村都有,然而,真正严格按“村规民约”办的却很是罕见,这使得“村规民约”只有纸质意义,而很难落到实处。这次“村规民约”为何能勒住份子钱?在我看来,根因在于“自愿”。

报道中说,这份极为简单的“村规民约”,得到了全体村民的一致赞同,全村968户户主在“村规民约”上签下自己的姓名,并按上红手印。村民们之所以会“自愿”,是因为一方面深受份子钱之苦,他们需要找到一个“解脱”办法,“村规民约”就是最好的载体,另一方面也唯有“村规民约”才能让他们不再为“面子”受累。在农村,面子观念很强,固然我们可以斥之为“陋习”,但却是根深蒂固的,很难在短时期内消除,况且,为面子而打肿脸充胖子也是人之常情。重要的是要帮助村民找到一个解决的路径。

“村规民约”勒住份子钱只是村民自治的一种表现,值得借鉴的是,“村规民约”要想达到效果,首先要建立在村民“自愿”的基础之上;其次,村干部要抓准时机,摸准关键,顺水推舟,而不是靠行政的命令强推。任何“村规民约”均要建立在村民自愿的基础之上,否则,最终是不太可能会取得效果的。



「禁飞区」
王恒漫画

非常道 | FEI CHANG DAO

在美国爱法比爱国更牛,光爱国,不守法,屁用不顶

“说到爱国这事呢,美国人确实大都比较爱国,但其实美国人更爱法。美国公立学校有也有爱国宣誓,Florida有个孩子就不宣誓,被老师批‘不爱国’。结果孩子家长告到法院,就这一句话,被判赔偿32500美元。可见你再比人家爱国也不好使,因为告诉你那人他爱法。在美国爱法比爱国牛X,光爱国,不守法,屁用不顶。”

——网友@美国大兵净多

微声音 | WEI SHENG YIN

“他们只有在安全的时候才是勇敢的,在免费的时候才是慷慨的,在浅薄的时候才是动情的,在愚蠢的时候才是真诚的。”

——北影导演白羽针对近期媒体和网络上某些激情四射的言论,借用米兰·昆德拉的话批评道。

“形容大雨,还得数张爱玲形容得最好:‘下大雨了,下得那么持久,一片沙沙声,简直是从地面上往上长,黑暗中遍地丛生着琉璃树,微白的蓬蒿,雨的森林。’”

——藏书家@北平谢其章

世相杂谈 | SHI XIANG ZA TAN

快递“被广告” 法治得跟上

□ 谢晓刚

昨日,福州多位网友反映,他们收到的快递上贴有广告,这样“被广告”的方式让其有些气愤。而记者经过调查发现,在快递上贴广告已经渐渐成为业内的“灰色”收入,市场上甚至形成了专门的快递广告公司。(7月21日《海峡都市报》)

开开心心购买了一件称心如意的物件,却在收快件时感觉到瞬间不爽,快递上被贴上了小广告,无论收件方愿意或者不愿意,而且小广告内容可能是五花八门,亦可能是充满邪恶和不健康的内容。谁遇到此种情况都会感觉不爽,更糟糕的是,很多时候这些广告居然将收件人信息给贴住了,致使部分包裹不得不原路退回,给商家和消费者带来不便。

当然,法无禁即为可行。在包裹上贴广告是否符合规定?其实邮政业相关国家标准中针对快递封装用品的封套、包装箱、包装袋都有“任何部位不能印有经营性质的广告”的要求。

快递上的广告内容该由谁来把关,张贴位置是否有规定,能不能以这种强迫性质让消费者接受?随着满天飞的快递件上的广告,社会民众产生了质疑。

中国是全球第一快递大国,对于广告商来说,这是块肥沃的土地,对于快递业来说,即使每张几分钱的张贴利润,其空间也是大得惊人。

可对于消费者来说呢?此种张贴于快递件上的小广告却与垃圾短信无异。无论消费者愿意或不愿意,它都贴在那里,你要收包裹就必须收广告,无论内容、信息健康与否,消费者都没有说不的权利。从这个角度来说,包裹上贴小广告实则是对消费者的一种强制性灌输,是对消费者权益的侵害,应当要受到限制或约束。

我国快递业的发展,近年来突飞猛进,数量之巨、渗透民众生活之大,亦是前所未有的,而法律需要尽快完善的不仅仅是针对已出现的包裹小广告,还需要举一反三,前瞻性规定好涉及快递业、商家、消费者之间的责、权、利,维护好现代商业环境的同时,更要保障好各方的利益。

GREE 格力 | KINGHOME 晶弘冰箱 | TOSOT 大松

(2006年荣获)

世界名牌 格力空调

三伏天冰点价

安徽格力十五年来首次 盛夏大促销

活动时间:即日起-8月13日 格力空调·冷酷到底

大1P冷暖挂机26Q畅 冰点价 1999元

2P变频柜机50T爽 冰点价 4950元

✗ 空调企业很少会在三伏天里主动降价

✗ 三伏天高价自然销售,可以多赚不少

✗ 货源安装本已吃紧,降价等于找麻烦

✓ 减轻部分地区受灾群众负担!

✓ 减轻城市工薪、刚需阶层压力!

✓ 真正让利消费者,增进幸福感!