

遏制“骨灰房” 需要更严厉的法律措施

李英锋

窗户被红砖封死,平时没人居住,只有清明祭扫时才有出入……据《中国新闻周刊》报道,过去几年,江苏、河北、广东等地出现了“骨灰房”,一些业主将商品住宅专门用于存放骨灰盒,由此引发了一系列关于公序良俗、住宅属性等问题的担忧和争议。

按照我国的传统文化和公序良俗,逝者与活人应该“阴阳相隔”,逝者的安息空间与活人的生活空间有着明显的伦理界限。一些人将商品住宅专门用于存放骨灰盒,让逝者的骨灰与活人为邻,打破了伦理界限,违背了公序良俗,让邻居感到膈应甚至恐惧,甚至导致其房产权益受损,很容易引发纠纷。

最新修订并于今年3月30日施行的《殡葬管理条例》考虑到了“骨灰房”越界问题,回应了民众的呼声,明确向“骨灰房”说“不”,禁止将居民住宅专门用于安放骨灰。这一立法动作对“骨灰房”作出了负面法律评价,有助于教育引导民众树立健康、文明、有序的殡葬理念,规范殡葬行为。

然而,立法只是第一步,落实才是关键。《殡葬管理条例》针对禁用“骨灰房”给出的配套保障措施,仅仅是“将居民住宅专门用于安放骨灰造成不良影响,或者违反本条例规定办理丧事活动的,由县级以上地方人民政府民政部门会同有关部门依照职责责令改正,进行教育”,这样的规定未免让人产生“力有不逮”之忧。或许,立法者本着“逝者为大”的理念,没有设定严格的罚则和强力制约措施,只是设定了柔性的干预措施,但这样的柔性措施在现实中能否有效遏制“骨灰房”,让人不敢乐观。

将居民住宅改造成“骨灰房”的行为,往往较为隐蔽,即便被他人发现,进而被民政等部门责令改正和教育,相关责任人也不会付出太高的违法成本。如果他们阳奉阴违、拒不改正,民政等部门没有强有力的制止和处罚措施,无法针对“骨灰房”立案,后续也就无法申请法院强制执行。

仅仅靠《殡葬管理条例》不足以有效遏制“骨灰房”,今后,可考虑通过修订相关法律法规,针对将居民住宅专门改造为“骨灰房”的行为设置更为严厉的法律措施,并赋予民政部门申请法院强制执行的兜底权力,让相关部门的执法干预措施更具惩戒力、约束力,让违法者承担的法律责任更重。同时,还可赋予社区、物业服务单位对居民住宅日常使用情况的监督责任和对违法改造“骨灰房”的事前、事中干预责任。法院也应依法支持民众针对“骨灰房”的合理维权诉求,让“骨灰房”改造使用者承担赔礼道歉、赔偿损失、消除影响、恢复原状等责任。

法治是门头招牌最美的底色

何必

门头招牌不仅是商家的“门面”,更是城市气质与治理水平的微观镜像。据读嘉新闻客户端近日报道,面对业态丰富的商业街区,海盐经济开发区(西塘桥街道)摒弃“一刀切”的粗放管理模式,将户外广告与招牌管理作为“优化公共空间、彰显城市美学、筑牢安全防线”的重要切入点,推动城市管理从“末端执法”向“源头治理+精细服务”转变:在商户装修启动之初,综合行政执法队便主动上门提供“一对一”指导,让商户“心中有数、手中有尺”。这种“服务跑在问题前”的做法,既有效避免了商户的经济损失,也从源头保障了街

面风貌的合规与协调。

海盐经济开发区的做法,在整个嘉兴已是寻常景象,但如果你认为管理门头招牌只是区区小事,很容易管好,那就有些想当然了。这么多年来,各地门头招牌引发的舆情风波可谓此起彼伏,很多不合情理的规定出台了,很多不可思议的事情发生了,很多奇丑无比的招牌出炉了,拍脑袋决策,朝令夕改,一地鸡毛,当地商户敢怒不敢言,外地网友群起而讥之。可见,管好门头招牌并不是一件容易的事,小招牌背后蕴藏着大学问,归结起来主要有两点:规矩立到位、服务做到位。

门头招牌管理的目标,当然是让城市有“颜”又有“序”,让城

市公共空间在秩序中焕发出多元的商业活力与美学张力。所以,门头招牌既要尊重商业个性,又要守住安全底线;既不能杂乱无章,也不能“千店一面”;既要各美其美,又要美美与共……如此“既要”“又要”本就不难,更难的是管理者与被管理者对美的认识不同,而且每个人心中都有自己认为的最美招牌,如何凝聚共识、定分止争?唯有立法。

2018年10月12日,嘉兴市人大常委会审议通过了《嘉兴市户外广告和招牌设置条例》;2020年4月10日,《嘉兴市户外广告和招牌设置技术规范》正式实施。一部地方法规、一个地方标准,将户外广告和门头招牌如何设置规定得一清二楚,无论是

行政执法还是商户安装,一切都依法可依、有据可循,不可能出现个别领导凭一己好恶决定商户门头招牌的奇葩事,也不可能闹出拍脑袋决策后朝令夕改的笑话。更重要的是,法规和标准都经过深入调查研究、广泛吸纳民意,凝聚了最大的共识,尽可能做到“既要”“又要”,它不可能让每个商户都满意,但能够获得大多数商户的认可,规矩立到位之后,执法人员的服务也做到位,主动上门提供“一对一”指导,让“服务跑在问题前”,如此,门头招牌管理便真的不是太难的事。

每个人对美的认识不同,门头招牌的底色多种多样,但毫无疑问,法治是门头招牌最美的底

色,正如“法治是最好的营商环境”。唯有法治,才能平衡规范与个性,才能守住安全底线,才能实现“多元共治”,才能让门头招牌各美其美又美美与共。它告诉我们,最好的城市管理,不是用冰冷的规则束缚活力,而是用温暖的法治守护秩序;不是追求整齐划一的刻板,而是追求和而不同的生动。法治让门头招牌既有“颜值”又有“气质”,让城市既有“烟火气”又有“文明味”。这不仅是门头招牌最美的底色,更是城市治理现代化的应有之义。



画里有话

yanyang2006@vip.163.com



断尾求生
尹元钧

年轻人“追地偶”让历史传承更有温度

余明辉

曹操墓前摆满布洛芬,年轻人扫墓玩出了新花样。近日,在河南安阳曹操高陵遗址博物馆,一代枭雄曹操的墓前摆满了布洛芬,还附带着“吃了布洛芬,记得不能喝酒啊”等贴心叮嘱。博物馆工作人员表示,他们不会随意清理这些物品,只是把它们码放整齐。

种种迹象显示,年轻人给古人扫墓正在成为一种新潮。这看似是轻松玩梗,实则是跨越古今的文化对话,是年轻人以自己的方式拥抱历史、共情先贤、践行文化传承的生动实践。

史载曹操毕生为头风所困,《三国志》明确记载其“苦头风,每发,心乱目眩”,这份痛楚,也痛在当代一些年轻人心里,他们带着现代技术生产的布洛芬前来,无关恶搞,无关炒作,而是基于历史考据的共情表达——知晓古人之苦,以现代方式传递慰藉。年轻人将这种行为称作“追

地偶”,把历史人物当作“老熟人”,打破了课本中古人的刻板形象,让千年前的灵魂变得可感、可触、可亲、可共情。

事实上,不止曹操墓,这股新潮正席卷各地名人古迹:李白墓前有天津海味,呼应其“斗酒诗百篇”的豪情;曹丕墓前有甘蔗、葡萄味零食,贴合其生平喜好;霍去病墓前有薯片、辣条,藏着年轻人对少年英雄的敬仰……在现代社会,一些年轻人感到迷茫,渴望寻找更有深度的精神寄托,而那些在人格、才华、气节上光芒四射的历史人物,就成了他们理想的价值坐标。

也有人质疑,这种方式过于随意,消解了历史的严肃性。其实不然,历史传承从来不是墨守成规的复刻,而是与时俱进的解读。当代年轻人不再满足于被动接受历史知识,而是主动寻找与古人的情感连接。他们用考据印证历史细节,用温情解读人物生平,哪怕是一份小小的祭品、一条简单的横幅,也藏着对历史的

敬畏和对古人的理解。这股新潮与文物保护法“传承中华民族优秀传统文化”的立法初衷高度契合,更是“让文物活起来”的生动实践。

年轻人“追地偶”,还是文化自信的表现。以往,我们对历史人物多是仰视,将其奉为遥不可及的符号;如今,年轻人以平视的姿态与古人对话,用年轻人的语言和方式,让传统文化走出象牙塔。这种转变,离不开近年来文博综艺、历史影视等方面的熏陶,更源于国力提升带来的文化自信——唯有足够自信,才能以轻松的方式对待历史,以真诚的善意传承文脉。

曹操墓前的布洛芬是一次跨越时空的共情,是一场别开生面的传承。年轻人以“追地偶”的方式,让历史不再冰冷,让传承更有温度,这种接地气、充满情意的文化表达,让传统文化真正走进了年轻人的心中,在与历史的深度联结中,年轻人找到了精神归属,找到了当下的“我”。

讲文明树新风公益广告

共建全国文明城市 共享美好幸福生活

嘉兴市文明办

讲文明树新风公益广告

文明创建人人参与 文明城市共建共享

嘉兴市文明办