



为看守所立法,才能让人权更有保障

□欧阳晨雨

无论是犯罪嫌疑人,还是被告人,首先都是公民;在未经审判定罪之前,他们的人身权利和诉讼权利,都应当得到充分的尊重和保障。

从“条例”到“法”,虽是一字之差,却意义重大。近日,公安部在官方网站发布了由其起草的《看守所法(公开征求意见稿)》(简称《意见稿》),向社会公开征求意见,其中不乏看点。

最大的“突破”,便是贯穿其中的“尊重和保障人权”。尽管“国家尊重和保障人权”条款,早已写进了《宪法》,但是在《看守所条例》这部27年前由国务院颁布实施的“古董级”行政法规中,却难觅其踪。这不仅是立法表述的欠缺,也是立法精神的缺失。

基于立法精神“遗憾”,必然导致具体立法上的“先天不足”。譬如,《条例》仍将在押人员称为“人犯”。与之形成强烈反差的是,1996年和2012年,《刑事诉讼法》已经历两度重大修改,“犯罪嫌疑人、被告人”名称已成社会共识,而恍若隔世的“人犯”称谓,仍在这部重要的行政法规中“名正言顺”。

无论是犯罪嫌疑人,还是被告人,首先都是公民;在未经审判定罪之前,都是“清白的公民”,他们的人身权利和诉讼权利,都应当得到充分的尊重和保障。

审视《意见稿》,看守所的法律定

位,将发生新的变化。“看守所是国家的刑事羁押机关”,开宗明义的定位,完成了与侦查属性的切割,有利于避免“侦查权”越界和滥用。

之前曝光的多起冤假错案,便与看守所内的非法羁押、提审有关。

在《意见稿》中,除重申检察机关的法律监督权力外,还规定看守所应接受外界的监督。接受“社会监督”的态度,体现了权力自觉。从“躲猫猫”“喝水死”等怪现象,到“在押人员杀死民警越狱”等突发事件,都说明了对于看守所这个封闭羁押场所,监督得不够。

此外,从“条例”到“法”,更容易消弭立法“冲突”。根据《立法法》,限制人身自由的强制措施和处罚,属于制定法律的范围。规范执行拘留和逮捕的看守所,只能由全国人大常委会制定法律,而不能由国务院制定行政法规“取而代之”。立法主体的变更,带来的是立法等级的提升,更是法治精神的“回归”。

当然,或许难以实现一些法学专家所设想的完美的看守所法,但是,相对于陈旧的看守所条例,有一部更加符合法治精神的看守所法,仍然值得肯定。



“抽奖式购物”涉嫌非法博彩

号称花一元就能博得价值几千元甚至几十万元商品的“抽奖式购物”平台一度风靡网络,多家大型电商、互联网企业涉足。“新华视点”记者近期调查发现,由于这种“一元购”涉嫌非法博彩,经媒体曝光后,已从一些大型电商平台退出,但众多小平台依然火热,花样迭出。
新华社发



为什么有些人总盼着曹德旺倒霉

□王言虎

有些人以狭隘的思维来理解企业家的行为,他们更乐于从一些表面的投资行为,从立场和动机出发,得出一些形而上的结论。

“曹德旺痛不欲生”“用10亿美元换来辱骂、游行、罚款”……近日,福耀集团董事长曹德旺又陷入一场莫名其妙的网络风波。原因是,有媒体报道,福耀在美国俄亥俄州代顿市投资兴建的工厂,“出现了很大的文化冲突”。消息传到国内,被一些媒体和公号不断扭曲夸大,让人感觉这家工厂快要办不下去了。

这是一起典型的自媒体为吸引眼球,抛弃底线,玩“标题党”的把戏。问题是:他们为什么要看曹德旺的笑话?原因可能仅仅是曹德旺的工厂开

在了海外。

去年,曹德旺在美国投资10亿美元设厂做汽车玻璃,引发广泛讨论。加上曹德旺在接受采访时称“企业在中国成本过高、税负重”,就有自媒体高呼“别让曹德旺跑了”。

虽然曹德旺此后多次辟谣称,去美国建厂,纯粹是市场与经营策略的考虑,而且福耀玻璃在国内也有十几个基地,“抛弃中国,逃往美国”一说根本就是空穴来风。但一些人仍然选择“不原谅”他。这次所透露出来的幸灾乐祸的情绪,就是上次事件的延续。

企业家投资建厂,首先要秉持企业家思维。哪里市场环境好,哪里有

发展空间,哪里赚得利润多,当然就要去哪里。

在美国建厂,确实是给当地贡献了税收与就业,但这只是曹德旺设厂的外部效应。建厂盈利了,利润还不都是中国企业的嘛。同样是可口可乐在中国建厂,他们就说是美国企业赚走了中国人的钱。

有些人总是以狭隘的思维来理解企业家的行为,更乐于从一些表面的投资行为得出一些形而上的结论。说得难听点,这就是立场论和动机论。

全球化时代,不论是文化交流,还是企业经营,都已经走出疆界,彼此拥抱。对曹德旺的工厂在美国遇到的问题,我们应该关照的是,中国企业应该如何尽可能地减少“制度成本”,如何更好地融入海外环境,而不是看笑话。

一些媒体、网友之所以对今日曹德旺工厂在美国遇到的问题“幸灾乐祸”,也是因为他们没有登上更大的舞台,没有看到外面的世界蕴含多少可能性。

这个世界上,比心理阴暗更可怜的是,既心理阴暗又看不懂大势。若说什么是大势,中美经贸关系良性发展是当今的大势。按照中美经贸100天计划,再过十来天,美国牛肉就要进入中国了,而曹德旺美国投资建厂,也是为中美关系做了贡献。



在冯小刚那里,这届观众不行?

□翠红

有样东西叫作“市场细分”。在烂片获得好票房的同时,稍有用心电影也能得到观众认可。与其痛斥观众垃圾,不如把时间和精力花在自己的电影上。

冯小刚站在拳击台上,对着想象中的敌人——垃圾观众,挥出了一记重拳。6月18日,冯小刚在上海国际电影节上表示:“是不是有很多垃圾观众,才形成了那么多垃圾电影?”“你如果不捧这场,它就没有生存空间”。

近几年,“小鲜肉”们靠着刷脸刷票房,演技、剧情统统不在线,票房却动辄上亿元。各界都在批评这些现象,为什么冯导出来喊声“垃圾”,竟有这么多人出来反驳呢?

冯导可能没有学过市场营销学,不知道有样东西叫作“市场细分”。在烂片获得好票房的同时,稍有用心电影也得到了观众的认可。

“小鲜肉”电影针对偶像迷妹市场,有内容、有分量的电影可以面对另一层不同需求的观众。这并不矛盾。

所以,烂片当道只能证明存在低级市场——这个低级市场在欧美照样存在,他们也生产一些青春片、小鸡电影中的烂片,不能证明整个市场都是低端的。

冯导拍片,完全可以针对这个懂得欣赏电影的细分市场。

再回到冯导的“垃圾说”。影片和观众之间的关系相辅相成,单方面教训观众:不看烂片,烂片就没有市场了。那么,观众也可以倒过来教训电影界的人士:你们多拍好片,我们就不要用看烂片了。

在烂片当道或者只有烂片的情况下,观众上哪儿去选择好片观看?那些获得数亿元、上十亿元票房的国产烂片,烂片和低端观众之间的关系,就像鸡生蛋、蛋生鸡一样,到底谁在先、谁在后不论,总之现在彼此相连,互相“恶化”。

电影和观众是互相培养的,拿冯

导自己的票房来说,好片子不愁没人欣赏。

类似于垃圾观众的说法,批评界有过,但是冯小刚以导演的身份来说,而且是再三地说,效果却完全不同。批评界是第三方,以客观的立场讨论一种现象,这无可厚非;冯小刚是业内人士,对消费对象大加鞭挞,就属于甩锅了。

作为导演,与其老盯着消费对象,痛斥观众垃圾,不如把时间和精力花在自己的电影上,多拍些经典电影,顺便为中国电影业培养一些有欣赏水平的观众。

商业运作中,必然不能以单纯的艺术审美来评判一切,出现品质与效果倒挂的现象不足为奇。

中国青年报评论《垃圾电影源于盛产垃圾的游戏规则》

随着电影市场的扩展和房地产一样陷入瓶颈,最终会出现真正有技术含量的竞争,到那个时候,“工匠精神”才会值钱。

媒体人张丰评论《老炮冯小刚又在捏观众这个软柿子了》