

张贤亮,属于80年代的文学拓荒者

□魏英杰

9月27日,著名作家张贤亮因病医治无效在银川去世,享年78岁。张贤亮先生的助理马红英透露,张贤亮是9月27日下午两点左右因病猝然离世,具体什么病不方便透露,已经治疗一年,但张先生去世前身体状况一直不错,没想到走得这么突然。马红英介绍,张贤亮先生的追悼会将于9月30日在银川举行。(《扬子晚报》9月28日)

把张贤亮放在时代的背景下,或许更能客观地评判他的文学成就

及其不足。

9月27日中午,作家张贤亮因病医治无效去世,享年78岁。当这一消息在网上传播,引起了许多人对这位作家以及上世纪80年代的文学回忆。

和王蒙等作家一样,张贤亮的文学生涯始于上世纪50年代,又因反右等原因沉默长达20余年,直至“文革”结束,才有机会重新走上文坛。他们既是1949年后的文学新生代,却也是迅速沦落的“伤痕一代”,而在经历血与火的锤炼后,他们的新作品赢得了更有力的生命。在上世纪80年代,张贤亮的《绿化树》《灵与肉》等作品畅销一时,影响了一代人。张贤亮曾说:“我是中国第一个写性的,

第一个写饥饿的,第一个写城市改革的,第一个写中学生早恋的,第一个写劳改队的……”

张贤亮等上世纪80年代作家如同拓荒者,一边捂住尚未完全愈合的伤痕,一边在新时期文学荒地上播撒种子。遗憾的是,张贤亮并没在文学道路上走得更远。由性而人性,由人性而探索更为深刻的人的命运问题,这是许多文学作品获得不朽的重要原因。虽然“伤痕文学”在那个时代起到了反思与刺激的作用,但在这之后,包括张贤亮等一些伤痕文学作家却没能继续以文学的探索,回应时代的精神渴望。张贤亮的文学生命,犹如突然中止的壁钟,从此陷入了尴尬与沉默之中。此后的各种文学荣誉与职

务,都不过是对他此前文学创作的追认与加持。

但在文学以外,张贤亮提供了文人从商的一个榜样。他以另一种方式,投入了时代的洪流。在上世纪90年代初,张贤亮基本上是弃商从文,创办了银川镇北堡西部影城。这是国内较早的文化产业基地,在苦心经营下,该影城成为影视拍摄与旅游度假综合性景区,《大话西游》《新龙门客栈》等作品便是在那里拍摄。张贤亮也是上世纪90年代少数能在文海与商海中左右逢源的作家。他对市场经济的一些看法和做法,在当时来讲即便不是超前的,也具有一定开拓性,这使得张贤亮获得了文学家以外的一张新名片。

张贤亮是一个注定要写入中国文学史上的作家,对他个人的评价,要把他放在时代的背景下,或许更能客观地评判他的文学成就及其不足。总的来讲,伤痕文学最大作用是觉醒了一代人对刚刚逝去的噩梦年代的控诉,但其只满足于受难者的申诉层面,有点类似于“文学上访”,而不能在个人苦难中提炼与表达出人性张力。这是所处于那个时代知识分子的局限性,也是不少中国作家的文化宿命。

当然,这并不妨碍人们对张贤亮等新时期文学的回归者与拓荒者表达敬意。从文学角度讲,张贤亮属于上世纪80年代,那个充满各种可能,生机勃勃的时代。

百姓说话

金秋出游请把文明带上

□白靖琪

“十一”黄金周即将到来,许多人将选择外出旅游。国人的海外形象和景区的整洁秩序都将面临一次大考。鉴于近年来不断曝出各类不文明行为,有必要及早提醒:出游,请把文明带上。

公众还记得,曾有中秋过后,三亚3公里海滩布满垃圾达50吨;某年国庆一日,天安门地区扫出近8吨垃圾;埃及3500年前的文物被刻上汉字“丁锦昊到此一游”……

据统计,2013年全年,中国出境旅游已达9819万人次,境内旅游32.5亿人次。

无论是随意插队、高声喧哗,还是随地大小便、在景区乱刻乱画,都是不文明的陋习。一般来说,选择节假日出游的公民,绝大多数经济条件都应该不会太差。不

管是在家里、社区还是工作单位,很多应是遵纪守法的模范。为何一到外出旅游,就把乱扔垃圾的陋习暴露无遗呢?从根本上说,还是文明素养并未内化为自觉行动。

当外出旅游逐渐成为一种生活方式,钞票随身带、相机身上挂、家人伴左右,文明却没成随身“装备”,问题自然就产生了。一个尴尬的现状是,中国游客留给国际社会的印象并不佳,要么是公共场合大声喧哗,要么乱扔垃圾,甚至公开违反当地禁忌。“中国人出境看世界,世界也在看中国。”出国旅游的公民是国家名片,种种陋习自然会严重影响国家形象,必须坚定地予以革除。

革除陋习,必须带上文明。而公民文明素养的提升,是一个潜移默化的过程,需要全社会共同努力。既要有相应的制度跟进,保障文明素养的提升落到实处,也需要积极引入学校教育、家庭影响和社

会评价,形成舆论监督、道德约束等机制,营造一个“人人有道德、人人守公德”的良好氛围。

革除陋习,必须加强管理。这需要景区、旅行社等方面形成合力,为游客出游提供便捷、多样的选择,更好地保障文明出游落到实处。

“带走的是好心情,留下的是好印象”。为了出游更舒适,为了他人更愉悦,也为了维护并提升国家形象,出游请带上文明。

手机消费正当权益 受到侵害,请拨打:

指尖热线
3120557
zzrbtxb@163.com

枣庄日报社通信部

画里有话



薛红伟/图

“遮丑”更丑

(9月27日《广州日报》)

□王聃

2007年曾招致舆论痛批的甘肃永靖县“遮丑墙”,并没有成为“最后那一个”。这一次,是发生在广州,4年前,广州亚运会前夕广州大学城4个保留村外建起6米高的铁皮墙,村子围得密不透风,被媒体称为“遮丑墙”。4年后,亚运会再次开幕,铁皮墙却依然屹立。过去4年,拆除围村铁皮墙的声音此起彼伏,但一直悬而未决。

无论是贫困地区还是繁华都市,有一点是确凿无疑的:“遮丑墙”不是为了给路过的普通人看的,它要展示的对象只会是更高层级的官员。正因为如此,这种行政心态的一个逻辑是,只要“遮丑墙”不被上级戳穿,或者遭遇外来的强力干预,它就会一直进行下去,甚至在建成之后懒得再拆除。它不考虑地方政府的权威与公信力,也无暇顾及是否有损民众的利益。

微言大义

新华视点:阿里上市,舆论热议“首富”。企业创富,理所应当,冒尖登顶,体现企业家个人成就。公共话语应该少琢磨“首富”,多研究“共富”。尤其是政府以及公共资源属性大众媒体,更应该多为“草民”忧,多想想帮助普通人“雪中送炭”,而不要沉迷于“锦上添花”。

人民日报:从献血加分到领证献血,虽非强制,却让献血变味。献血本属自愿,情感绑架或道德试探,已背离献血初衷;浅薄利诱或灰色交易,更会吓阻自愿献血者。当然,献血加分和领证献血的背后,或与血荒有关。更该问,当今之世不缺热血国民,为何频见血荒?

光明网:周不久前,一个准备出国的学生为办毕业证书证明跑了8趟学校和留学中心,盖了无数个章;今日,合法的结婚证却被认定为“无效证明”。我们总是慨叹社会上缺乏正能量,可是一想,难为老百姓的规定和制度如此之多,又怎能让人去高攀幸福二字。

南方日报:比利时一对老夫妇年近九十,深受癌症等病痛折磨。由于担心其中一人离世后另外一人无法自理、生活孤寂,两人决定明年结婚纪念日时一同接受安乐死。丈夫说:“我们想一起走,因为我们都惧怕未来。”比利时是安乐死合法国家。

“建设质量强市 共创幸福枣庄”主题系列宣传报道之四

创新促进发展 质量铸就品牌

枣庄市首届市长质量奖、山东洪海集团有限公司总工程师 史洪涛

史洪涛,山东洪海集团有限公司高级工程师,从事广告机行业二十余载。个人大小技术发明百余项,产品已获40多项国家专利,其中7项发明被业内人士誉为“中国广告机第一人”,获得“山东省质量控制成果管理奖”、“山东省质量守信企业”、“枣庄市首届市长质量奖”等荣誉称号后,又连续创中国业内四个第一: 1.产品独家进入上海世博会,并在零故障的情况下顺利完成到世博会结束; 2.业内独家获得省级“名牌产品”和“著名商标”; 3.成功举办每年一届的“中国广告技术和产品交易会”,这是中国广告协会和省工商局有史以来首次在一个企业举办这样的全国会议; 4.承接东湖天幕4680平方米天幕工程,创造了同行业的一个奇迹。

在他的带领下,山东洪海集团有限公司一举成为国内最大的三面翻广告设备生产企业,产品销往国内几乎所有的大中城市,并出口多个国家和地区。

一.牢牢树立质量意识和创新意识: 企业的发展要有过硬的产品质量,产品质量不仅体现在产品的外形等技术环节,更多地体现在如何采用科学的管理方法,而售后服务就成为产品质量的延续。公示确保全过程的质量是个科学严谨的系统工程,做好这个工程必须依靠科技创新,包括技术创新、管理创新和服务创新。

二.在所管辖的组织中积极推进质量管理工作: 1.技术创新: 广告设备是新兴行业,洪海公司除了在技术

上不断改进传动结构提高产品质量外,在生产工艺方面采用自主研发的自动步进机和数控冲孔设备,独家实现了由半机械化到数控的生产。CAD机械制图、电脑编程、美术设计都由史洪涛亲自负责,研发生产了白天是三面翻夜间自动转化成LED显示屏,方阵百变幕墙等几十种国内独家所有的新产品,引领了中国户外广告发展趋势,得到了中广协领导的高度肯定。

2.服务创新: 售后服务是产品质量的核心。史洪涛率领洪海公司打破传统服务模式,业内率先实行终身免费包换原配件,一来显示洪海企业对产品质量的高度自信,另一方面是对产品长期使用质量的保证。我们有一句话:服务,主观为自己客观为客户,换句话说服务是为了自己,为了自己的利益和发展,就不得不为客户服务。把客户的利益和企业利益紧紧地捆绑在一起,赢得了客户的赞誉。

三.在质量管理方面持续发展规划: 在以后的一段时间,史洪涛将带领洪海公司继续依靠科技创新不断开发新产品,打造成中国最大的户外广告、城市亮化工程,市政建设用品的综合生产基地,带动本地产业链共同发展,使客户来到枣庄就能买到他们所需的所有相关产品,使其真正成为名副其实的“中国广告城”。 (刘艳花)

主办: 枣庄市质量兴市工作领导小组办公室 枣庄市质量技术监督局

行业首创 格力家用中央空调六年包修

格力电器近日对外宣布,自2014年8月1日起,格力将对家用中央空调提供“6年免费包修”的服务政策。如此长时间高质量的服务政策,放眼整个行业还属首创。此政策的出台,能让消费者更放心、省心地使用格力产品,进一步展现格力作为行业龙头老大的不可撼动的实力。

核心看点1 “包修”不等同“保修”

空调素有“半成品”之称,比任何家电产品都更依赖安装、保养等售后服务。近年来,为了吸引眼球,各空调品牌纷纷玩弄概念,“10年保修”甚至“15年保修”等噱头,令人眼花缭乱。其实“保修”和“包修”是完全不同的两个法律概念,其中最大的区别是“保修”是可以收费的,而“包修”则是完全免费的。格力此次以“包修”6年,定位自己的产品,是对产品质量的自信和品牌服务的放心,这个政策引领了家用中央空调行业的服务观,是切

身为消费者利益考虑的实惠省心的政策。

核心看点2 格力做领导者,不做模仿者

“好马配好鞍”,好的产品要配好的服务,才会给消费者带来完美的消费体验。格力电器董事长兼总裁董明珠女士曾表示:“做领导者,不做模仿者。”格力电器作为制冷行业的领头羊,无论是产品质量、品质,还是售后服务,都领先于行业。此次推出的“家用中央空调6年免费包修”政策就是通过升级售后服务,对消费者进行郑重承诺,从而带动行业内其它品牌共同提高服务质量。

核心看点3 从创新和服务看企业实力

自1999年格力“第一代智能多联机”问世,到2013年的“格力光伏直驱变频离心机”以及2014年的“格力磁悬浮变频离心机”等全球首创产品,格力为全球暖通行业

的带头性作用有目共睹。针对家用中央空调,格力电器敢于率先承诺6年免费包修,这是源自于对格力产品技术和品质的绝对自信,也是对消费者、社会和环境的责任,这是行业服务的又一次超越。作为行业标杆,格力一直坚持不懈地为消费者提供放心的产品和服务,为节能减排,绿色环境,贡献专业的力量。

“好空调,格力造”的口号早已深入人心,格力电器始终将产品质量视为企业的生命线。在质量控制环节,格力制订了严格的标准体系,将质量隐患解决在设计源头阶段;建立业内独一无二的筛选分厂,对所有外协外购的空调零部件进行100%的全检,用这样不产生任何经济效益的“笨”办法,保证每一台空调都能经受岁月的考验和用户的见证。这也是格力创造性地推出“6年包修”政策的底气 and 保证。