

关于我国养老保险制度的文化思考

□ 赵 书

养老保险作为一种制度安排,要实现有效率的运作就必须充分地考虑其赖以建立的社会基础,即不仅要考虑其政治经济现状,而且要考虑其文化历史传承。我国是一个有着五千年文明史的国家,与其他国家相比,有着更为厚重的文化积淀。所以,认真研究我国的传统文化,特别是传统养老文化,对于我们建立有效的养老保险制度是有重要意义的。

我国的传统养老文化是在数千年历史中孕育、诞生和固化起来的。从有关资料和一些古代文学作品中可以看出,早在公元前一千多年,人们就有儿女养老的意识,如在《诗经》中,就有反映儿女出征,无法侍服父母的那种内责和痛苦心情的内容。及至公元前三四百年,伴随着儒学的萌发和初步发展,中国的养老传统日益规范化,逐渐凝聚成颇有特色的传统养老文化。其主要内容包括:

1、以孝观念为核心的养老思想基础。

“孝”是中国传统文化的典型代表之一儒家文化的重要内容,其影响源远流长,深入千家万户,是我国传统养老文化的思想基础,我国传统养老制度的方方面面均肇源于此。孝,上为老字,下为子字。其意有二,一是儿子肩负老者,意为侍养老老,二是儿子尾随老者,意为承继父道。“是故孝子之事亲也,有三道焉。生则养,没则丧,丧毕则祭。养则观其顺也,丧则观其哀也,祭则观其敬而时也。尽此之道者,孝子之行也”。所以,一个孝字,几乎包含了中国传统养老文化的全部内容。

2、“敬”、“养”并重的养老供奉制度。

我国传统养老文化将养老分为“养”和“敬”即我们今天所谓物质上奉养和精神上奉养两种,并把

精神上奉养摆在非常重要的位置上。“用天之道,分地之利,谨身节用,以养父母,此庶人之孝也。”如果不能敬老、尊老,那么,“虽日用三牲之养,犹为不孝也。”集传统文化观念之大成的《礼记》一书明确指出,“孝有三,大孝尊亲,其次弗辱,其下能养。”可见其重视精神奉养甚至超越了物质奉养。而物质奉养,又将其分为满足老年人基本生活需求的“能养”和让老年人衣帛食肉,营养充足的“善养”,强调对老者要给以“善养”,使“足以衣帛”,“膳饮从于游”。

3、以尊老为特征的养老礼律制度。

礼,指礼节,实质是一种社会伦理秩序。为了尊老,确立老年人在家庭和社会上应有的位置,传统养老文化中有一套繁杂而细致的尊老之礼。如,养老场所之礼,五十岁养于乡遂之学,六十岁养于国学中的小学,七十岁养于国学中的大学;服役优待之礼,五十岁免服力役,六十岁免服兵役,七十岁免见宾客;乡饮酒之礼,五十岁坐,六十岁坐,六十岁菜三碟,七十岁菜四碟,八十岁菜五碟,九十岁菜六碟;如此等等,不一而足。某些朝代皇帝还躬体力行,亲自参加尊老典礼,向着老祝寿,举行“乞言”、“合语”之礼。由于尊老典礼常常与皇帝视学联系在一起,所以有时一年中举行达四次之多。清代乾隆年间经常在宫廷中举办千叟宴,款待全国的老寿星。明代则不定期地派出中央大员,周巡全国,察访高年老人的情况。

律,指法律。在法律上,传统律例规定了“十恶”大罪。其中,殴打和谋杀长辈亲属被视为“恶逆”;控告或诅咒长辈亲属被视为“不孝”等。犯有恶逆或不孝大罪者,非绞即斩,不准赎免,不准缓刑。而凡属高年在堂的家庭,其子孙犯法,则可申请缓刑,待老人送终后再行刑,史称“留养”。如清代徐天爵因

私造赌具触犯了法律,判为“遣戍”徐犯提出家有七十老母,请求缓刑。于是改为暂缓流放。

4、以“私田”为代表的养老土地制度

土地,是家庭养老的经济基础。无论各朝代实行何种形式的土地制度,都为家庭职能的实施提供了一种经济保证。井田制是八家共一井。中间一块为公田,周边八块,一家拥有一块。占田制和均田制都是以家庭为分田和纳税单位。丁男丁女分配的土地多些,老年人分配的土地少些。但老年人的土地,有时可以完全成为私田。如北魏均田制,“年过七十者不还所受”;唐代均田制,六十岁以上分田四十亩,口分田与永业田各占二十亩。在一定条件下,口分田与永业田均可出售。老年人拥有土地,一方面保证了老年人的衣食所需,另一方面提高了老年人在家庭中的价值和地位。

5、以济老为内容的养老赍济制度。

除了分配土地,养老赍济也是一项重要的养老辅助手段。如汉元帝元年,“年八十以上,赐米人月一石,肉二十斤,酒五斗。其九十以上,又赐帛人二匹,絮二斤。”明朝初年,“军民八十以上者,不分男妇,有司给绢一疋,絮一斤,米一石,肉一斤。九十以上者。倍之。”清代更加干脆,规定“男妇年七十以上者,照从前恩诏之例,分别赏赉。”对于一些鳏寡孤独者,更是赍济有加。明代还专门成立了养济院,收养这些老人。

6、以家庭为依托的养老护理制度。

家庭养老,不仅需要经济奉养,更需要生活护理。特别是高年老者,身边最好留有子女。为此,许多朝代多方优容,使子女不离父母,老者有人照料。秦初就有了“八十者一子不从政,九十者其家不从政”的习惯。以后历朝历代基本上

沿袭了这个传统,略有变化。汉初规定,“九十者一子不事,八十者二算不事。”唐代和明代均允许年过七十的老者择一家人服侍,免其全部差役。

对于官僚家庭,其子孙在外省任职的,亦可因父母在堂而申请就近任职或提前退休。如清代乾隆朝协办大学士吏部尚书梁诗正“秦请回籍终养”,照顾年逾八旬的老父。现任武将,只要国家无战事,亦可要求在省内服役。

归总来看,我国传统养老文化从制度角度进行观察,可以发现,它一方面是以家庭作为养老制度运作的基本载体,老年人的生时供养、护理死后送葬以及尊奉敬老之风等基本上都是在家庭范围中实施操作的。另一方面国家在礼、律、经济土地制度和意识形态等方面对家庭养老作了全面支持。

中国传统养老文化的孕育产生与中国传统经济的小农经济生产方式密切相关,无论是井田制、均田制,还是自由买卖的土地制,都离不开一家一户的耕耘操劳。所谓“五口之家,百亩之田”就是这种经济形态的具体描画。由于土地的束缚,五口之家世代厮守,与区区薄田相依为命。父辈们守着这块土地。抚养儿女,世代绵延;儿孙们守着这块土地,日出而作日入而息,为年迈父母养老送终。离开了这块土地,不知生也不知死;守着这块土地,生有室葬有地。正如有的社会学家所分析的,小农经济毕竟太脆弱了,它要靠天恩赐,靠祖先保佑,靠家长组织,靠老人传授知识,甚至靠官府解决各种耕作中的纠纷。传统养老文化恰恰给每个家庭造就了这样的能管理家庭组织生产的家长,深谙天文地理各种农事的长者,有绝对权威处理纠纷的老人以及能保佑家庭昌盛的祖先。小农经济和传统养老文化虽归不同范畴,但在维持生产、保护家庭上求得了统一。

中国传统养老文化在本质上反映着传统封建社会统治者的要求,是为了由家及国,推孝及忠,维护封建政权的稳定。君主专制政治制度和传统家族制度相辅相成,国家中的君臣关系,实际上就是家庭中父亲与儿子关系的翻版。“父为子纲”,子为父所有;“君为臣纲”,臣为君所有。由此形成了“孝子出忠臣”的观点;“其为人也孝悌,而好犯上者,鲜矣;不好犯上,而好作乱者,未之有也。”显然,封建统治者要巩固等级,强化服从,宣扬孝道、倡导养老是重要途径之一。“民知尊长养老,而后乃能入孝悌。民入孝悌,出尊长养老,而后成教。成教而后国可安也。”

不过从积极意义上看,传统养老文化对家庭责任,亲情关系有很好的强化作用,既维持了社会的稳定又对老年弱势群体提供了一种有效的保护。

尽管我们今天的社会经济制度与过去有着根本的不同,但在进行养老保险制度设计时,仍不能无视传统养老文化的历史惯性。例如家庭养老,当我们把它作为一种制度模式进行选择时,首先应将其认知为一种文化模式,充分考虑其文化特质,即其特有的养老思想、养老价值观和养老行为方式。这样才能认识到它不仅反映了家庭内代际间的互动,而且反映了价值观和情感模式的继承。反映了中国传统社会中那种“父母在,不远游”,养老责任高于个人发展、家庭对赡养老人的强烈的责任认同。

西方人类学家克罗伯讲,“内隐的文化模式是相当稳定的……它们体现了某种集体的合力和长时段的趋势”。任何一种养老老模式都不是一个孤立的社会现象,而是政治制度、经济形态、思想文化、代际关系等诸因素合力的结果。我们在做养老保险制度的设计或选择时应当注意这一点。

连锁专卖四要素

□ 谢昌举

要有好的店面
连锁专卖一定要选择好的店面,如同一篇文章,有了好的开篇,就会吸引读者阅读下去。好的店面对连锁专卖也是如此,它会吸引消费者进店,让其“身不由己”,这是“消费前提”,只有进店了,才可能产生消费行为。所以说,一个好的店面是连锁专卖成功不可或缺的关键因素。怎样衡量店面好坏?红豆形象男装五公司运营部经理刘清认为,首先店址要选好,这是衡量店面好坏的关键。试想一下,一个垃圾遍地、尘土飞扬、声音嘈杂的店面,谁愿意驻足停留?哪怕店里的商品再好,消费者也不会买账。其次是门店设计、店内道具陈设,这是“脸面”,必须好中选优,精益求精,来不得一丝一毫的马虎。刘清强调,对于连锁专卖,店面好坏不仅直接影响产品销售和品牌整体形象,而且对品牌推进成功与否起重要作用。

要有精良的产品
有了好的店面,还要有好的产品,店面再好,如果没有好的产品,同样留不住消费者的脚步,刘清如是说。“红豆形象男装”是红豆主营销品牌,定位中高档,系列化产品包括衬衫、西服、茄克、西裤、T恤、毛衫、领带等,主要满足25岁—45岁城市主流人群的需求。品牌以“红豆形象男装——打造中国人主流生活方式”为理念,奉行“平和、平实、平民、平价”的营销概念,高擎“新节俭主义”大旗,准确把握时代潮流和消费需求,将生活中的简约之美和品牌理念、营销概念巧妙糅合,一举奠定了红豆形象男装的市场核心地位。所有这些都属于品牌的精神象征,也为“精神元素”。对于红豆形象男装这样的一线品牌而言,仅有这些当然不够,为了使品牌更具立体感、亲和力和感召力,丰富其“物质元素”,红豆集团连续引进多名国内外顶级服装人才,其设计总监由中国著名时装设计师赵玉峰担纲,韩国服装设计新锐廉鹤善为其首席设计师,服装版型则由曾任职多个世界顶级服装品牌、有“现代西服之父”的安东尼奥·蒙塔尔多先生担任技术总顾问。顶级服装人才的加盟使“红豆形象男装”,无论是产品质量、款型、色彩,还是品牌理念、文化都有了质的飞跃。

要有细致的管理
好的店面、好的产品,是否就意味着连锁专卖的成功?当笔者将这一问题“抛向”刘清时,他立即摇头,只能说成功了一半。那另一半呢?管理。刘清回答。管理是成功的决定性因素,刘清说,专卖店管理包含许多方面,但最重要的还是对人的管理。自营店从店长到店员实行聘用制,且一般都在当地招聘,经培训合格上岗,由于公司不可能每个店派驻长期代表,所以店员个人素质几乎决定了一个门店的“生死命运”。一个缺乏责任心、没有工作激情的导购员可以毫不费力地毁掉一笔生意、得罪一个顾客,反之,则会让一个原本没有购买欲望的顾客产生消费冲动和消费行为,并留下良好“品牌印象”,进而成为忠诚客户。两种导购态度产生截然相反效果,那么,靠什么实现后一种效果?如果认为仅靠人的自觉性就能实现“后一种效果”,显然不切实际,因为每个人都有惰性,当缺乏有效监督,惰性就会膨胀。唯有靠完善的监督激励机制和健全的制度管理,才能有效抑制人的惰性,提高自觉性和忠诚度。

要有坚定的信心
店面、产品、管理,连锁专卖成功三要素都已具备,想必应该“高枕无忧”了吧?刘清说,要想获得持续成功,成为行业“领跑者”,还有一点必须具备——信心,强大的信心。“信心比黄金更重要。”这是金融危机发生后,温家宝总理在多个场合反复强调的一句话,其意无需赘言。刘清说,做什么事情都不可能一帆风顺,当遭遇困境、挫折之时,坚定的信心是战胜困难最有力的武器。自信是成功的动力,没有了自信心,干什么都难免会失败。爱默生有句名言,“自信是成功的第一秘诀。”要坚信我们比别人强,要坚信我们一定能做好。

创新煤矿安全思想教育要做到“五变五为”

□ 杜本珍

安全思想教育煤矿企业安全管理的第一道关口,也是思想政治工作的重要组成部分。当前,面对各种利益关系调整,广大员工思想和价值观呈多元化的实际,对煤矿安全思想工作提出了更高要求。因此,我们要积极探索煤矿安全思想教育的新方法、新途径。笔者结合鲍店煤矿多年来的实践,认为创新安全思想教育要做到“五变五为”。

活动主题求深变短期为长远

安全思想教育的实际效应分为浅层效应和深层效应。浅层效应反映的是安全感性认识,深层效应反映的是理性认识水平。只有若干浅层效应的感性认识上升到深层效应的理性认识,才能提升安全思想教育的实际效果。由此可见,安全思想教育达到深层效应不是一朝一夕的事情,实践也证明,安全思想工作试图经过短时间的努力取得成效是不切合实际的,必须持之以恒、常抓不懈,这就需要不断探索优选新的安全思想工作支撑点。鲍店煤矿围绕寻找一种能够满足形势发展需要、体现矿井特点、长期有效的安全思想教育载体,进行了深入摸索实践,取得了较好成效。如近两年来构建了情理兼备的“方圆”安全文化体系,确定了总体规划 and “启动宣贯、发展推进、持续提升”三阶段目标,实施了“六个一”工程,即编印《“方圆”安全文化手册》、《“方圆”安全文化建设发展纲要》、《区队安全文化建设指南》,建设“方圆”安全文化长廊、“方圆”安全文化一条街、

区队安全文化建设园地,有效提升了职工安全生产意识,营造了浓厚安全氛围,为矿井发展提供了科学引领和坚强保证;开展了以安全方针政策宣贯到位、“方圆”安全文化培塑到位、干部职工业务技能及健康素质培训到位等“十个到位”为总要求的安全思想教育,系统提炼总结了鲍店矿20多年来安全思想教育的成功做法,拓展延伸了安全思想教育时空,对保证和促进矿井安全发展起到了积极作用。自2000年以来,矿井没有发生重大安全责任事故,被评为山东煤矿安全评估6A级矿井。

责任落实求真变“无形”为“有形”

安全思想工作是一项系统的实践工程,也是一个长期而复杂的工作任务,必须明确各级责任,逐级分解,狠抓落实。实践证明,凡是建立安全思想教育责任制并严格落实到位的企业,安全教育工作就抓的实,干部职工安全素质相对较高,企业的安全生产就会平稳进行。否则,就会职责不分,责任不明,安排落空。因此,搞好安全思想工作,必须建立权责明晰的安全思想教育责任制,把责任具体到每个岗位、每个人,做到一级抓一级、层层负责任,切实把“无形”的教育通过建立责任制转为“有形”的行动。鲍店煤矿结合新形势和新要求,制定了《全员安全思想教育责任制》,明确了包括7大类、72个岗位人员的安全思想教育责任,建立了党政齐抓共管、部门协调联动、基层单位具体落实、职工群众共同参与的安全思想教育责任体系,形成点点相连、连点成线、连线成面的全员、全方位、全过

程抓安全思想教育的强大合力。同时,为确保责任真正落实到位,还建立了干部职工安全诚信档案,逐级签订了安全责任状和安全目标责任书,人人写出安全保证书,并逐级备案,提高了广大干部职工认真履职、主动承责、人人尽责的自觉性,推动安全工作由“被动管理”向“主动尽责”的转变。

方法载体求活变“空洞”为“生动”

面对职工队伍思想观念日趋多元化,自我意识较强、思维方式活跃的实际,安全教育如果单靠“一个活动来回搞,一个模式上下套”,就显得空洞无力,就难以收到预期效果。因此,增强安全思想教育的吸引力,就要按照贴近实际、贴近群众、贴近生活的原则,从尊重人、关心人、理解人、激励人的角度出发,创新和改进方式方法,切实使职工思想上产生共鸣、行动上达到共振。鲍店煤矿在创新安全思想教育方法载体上进行了有益的探索实践,积累了丰富的经验,形成了一套行之有效的工作方法,如提炼总结了以大众教育、“四期”宣教、心理调节、“三违”帮教、家庭联保、群监活动等为主要内容的安全思想教育“十二法”。近年来,这个矿在“十二法”的基础上,更加注重人文关怀,发挥情感教育的优势,通过“问卷调查、心理测试”“答题”法、“上班看脸色、干活看劲头、休息看情绪”“三看”法、“一对一”帮教法、“六必访、九必谈”法等,关注职工身体和心理健康,与职工平等交流沟通,尤其对“三违”人员采取了“开门式”交流、“闭门式”沟通、“朋友式”促膝谈心“家长式”跟踪教育,通过真诚帮助、真情感化,使

职工在内心深处真正认识到了“安全管理严是爱、松是害”、“安全就是幸福、安全就是效益”的内涵,安全行为由“被动要求”向“自我要求”的更高层次发展。实践证明,通过运用这些方法,改变了过去空洞式的说教,增强了安全思想教育的生动性和实效性,矿并始终保持了安全思想教育的舆论强势,干部职工队伍素质得到提高,安全生产保持整体稳定。

制度规范求精变繁琐为简约

制度和规范是做好工作的保证。为抓好煤矿安全思想工作,不少单位都出台了很多硬性制度、规范,使安全思想工作有据可依、有章可循。但是,虽然各类制度和规范应有尽有,可由于太多且内容繁琐,互相交叉、重叠,真正让职工了解掌握的不多,贯彻地时候太繁琐,导致制度规范作用没有得到充分发挥。从心理学的角度分析,制度过多容易使一些心理承受能力差的人产生抵触情绪,一些思想素质低的人产生放任自流情绪。因此,要真正发挥制度、规范的作用,一方面要本着“实用、易用、能用、管用”的原则,把所有制度、规范进行系统梳理、精简归纳,做到“实、精、全”,即立足实际、操作实用,内容精细、分类精致,全面安排、全员适用;另一方面要确保制度的严肃性和公正性,制度一旦下文执行就不得随意更改,若违反其规定,就必须严格按照追究责任。近年来鲍店煤矿在安全制度和规范的制定方面,坚持删繁就简,系统归类的指导原则,为了使制度能够符合矿情,便于操作,反复深入基层和现场进行调研,掌握现场安全实际和职工思

想动态,制定出了职工群众普遍认可的“三自三创”、危险源辨识、“三位一体”、安康作业确认、监督考核等制度、规范,使干部职工安全操作便捷,安全行为更加规范,矿井安全形势多年来持续稳定,并带动矿井生产经营水平取得了前所未有的成就。

监督奖惩求严变“虚功”为“实做”

只有加强对安全思想工作工作的监督奖惩,才能够化“虚功”为“实做”,提升安全思想教育实效。因此,煤矿企业要建立安全思想教育监督机制,做到监督程序规范、监督形式科学、监督内容全面;要建立安全思想教育考核机制,做到勤考核不断线、严细则不留情面、“实”结果让职工心服口服。鲍店煤矿非常重视安全思想教育监督奖惩,专门成立了安全思想教育督导检查小组,由矿分管领导牵头组织,定期不定期深入基层,通过查阅资料、座谈交流、闭卷测试、现场提问等形式,对基层单位安全思想工作工作的开展进行检查指导。建立《安全思想教育考评标准》,强化安全思想教育过程考核,纳入区队绩效考评范围。按照落实责任、执行标准、监督检查、考核奖惩、追究问责“五个从严”要求,对履职不实、监管不严、措施不力的各类人员,一律从严追究责任。实行安全思想教育“一票否决”制,凡是出现落实安全思想教育责任不到位且出现事故的单位和负责人,在区队绩效考评、评先评优等方面全部“一票否决”。通过严格监督奖惩,矿井安全思想工作由声势型向效果型转变,使教育的形式、内容和效果达到有机融合和统一,促进矿井安全生产长周期、良循环发展。