

评论

岂能让“假肚皮”消费善良

钱兆成

最近,一种叫“孕妇假肚皮”的硅胶道具在网上热卖。购买者的使用目的也是千奇百怪:有的是为了防止被公司淘汰,而有的则是为了享受不排队、让座等各种孕妇优待。无论是上述哪一种目的,这些佩戴假肚皮的“孕妇”无一不是在消费他人的善良来取得所谓的特权。而新闻中的一个鲜活的例子证明了网络传言的真实性,幸好,这位张女士企图用假肚皮消费善良的举动并没有得逞,反而上演了一出向工商投诉的闹剧。

为何假孕妇的闹剧能够上演?笔者以为,现代社会是一个没有中心角色的社会。某些见到排队就想加塞儿、上了公交车只知道抢座的人,自以为自己是这个世界的中心。不过,多数人会对他们指责,因为他们破坏了公共利益;而佩戴硅胶的假孕妇,人为地制造出一个中心。善良的人们出于对母性的尊重也暂时承认了孕妇的中心地位,给予她们更多的优惠。

爱消费他人善良的人,在人际关系和社会心理上往往是幼稚,久而久之,因为占消费他人的善心而孤

单,因为孤单而造成对人际的不信任,于是更加热衷于见缝插针式的短期利益。一种恶性循环的形成就这么容易。

同时,善良的人们一旦发现自己的善良被他人恶意消费了,很多人会思考这么个问题:碰到自己拿不准的善事应不应该做?心中有善的人可能会继续为善,但是很可能会不由自主地考虑起为善的成本。而内心麻木的人们也会因自己的“小善不为”而窃喜。

美国社会心理学泰斗霍曼斯说过:“人际关系是一种互惠关系,是物质与非物质的一种交换。如果收益与代价大概平衡,人际互动就得以维持;相反,如二者不平衡则人际互动难以维持。”硅胶孕妇成众矢之的,就是因为她们的行径打破了人际关系之间的平衡。据统计,智商处于70~130的人,占有所有人的95.4%,谁又能比谁聪明多少呢?一时的小聪明,不过是自以为聪明罢了。莫让“假肚皮”消费善良,消费他人的人最终会被他人所消费。

微评论

东莞为城市正名 不能光靠宣传

叶孤城

一条时长15秒,包含可园、篮球赛事、知名企业等“东莞元素”的城市形象宣传短片,正在广州南站、长沙南站等全国多个高铁站场以及电影院线放映,为东莞“正名”。(2月27日《羊城晚报》)

东莞曾被人称为“性都”、“血汗工厂”,这些别称也许过于刻薄了,但未必毫无事实基础。东莞的色情行业举国闻名,后街扫黄扫而复生,甚至引得外地同行赴莞考察学习。东莞制造业延长工时拖欠工资的报道,屡屡见诸报端,就算不是血汗工厂,至少也存在缺乏行业自律和监管的现象。

地方政府欲重塑形象为城市正名,是值得肯定的有志之举。不过把正名的希望,完全寄托在一条15秒宣传片上,则是典型的鸵鸟政策。这就好比商家宣传商品,任你吹得天花乱坠,如果质量不过硬,长此下去,不但牌子打不响,反而会遭人唾弃。

东莞政府想用宣传片漂白城市形象,是建立在这样的逻辑之上:东莞被妖魔化和污名化了,所谓“性都”和“血汗工厂”等,都是外界诬指。这种逻辑的危险之处在于,它很容易让人忘了城市的问题究竟在哪里,并没有被解决,以致现实最终会给宣传者一记无情的耳光。

我并不反对城市加强形象宣传,只要宣传片的拍摄经费没有被咸猪手,至少对旅游和吸引投资还是有益的,但地方政府揣着明白装糊涂,就很难让人容忍,明明管理服务还有提升空间,偏说自己名声臭,都是众人泼脏水的结果,这样转移视线总不是办法吧?

短评

镉超标大米关注点岂是“压价”?

李晓亮

如果说还有比粮食、质检部门的长期不作为和徇私枉法、不良粮企的见利忘义更值得深究的,或许还是对“镉超标”大米的前世今生的忽视。就算监管链条严丝合缝,就算收购销售方都是“业界良心”,他们发现镉超标毒大米,也最多是封存销毁,但是产生毒大米的土壤,却仍在默默作恶。

所以,为“除恶务尽”计,阅读这篇新闻的舆论关注点不该在涨价、压价上,而应放在铲除“毒土壤”上

面。这里的“土壤”可以是本体:就是指让稻米感染中毒的镉污染重金属超标的水土条件。比如“湖南浏阳镉污染”事件就曾闹得沸沸扬扬,举国关注;也可以指“喻体”:从镉污染的违法排污企业、为“毒工厂”充当保护伞的地方权贵;长期不作为的环保、质检等职能部门等等。这些都是导致当下环保事件频发的温床土壤。只有彻底铲除这些,碧水蓝天和谐宜居的生态环境才更为可期。

非常道

“领导说,做点作业,就当练练手。”

——市区某单位工作人员小陈昨天向记者吐槽,这个春节过得真累,上班第一天,居然要帮领导女儿做寒假作业,而且这已经不是第一次了。

“称自己是屌丝那是自贱,自称屌丝的人是脑残

群体。”

——日前,导演冯小刚在微博谈论到“屌丝”一词。大多数网友认为屌丝是非官、富二代群体的戏谑与自嘲,是在残酷的社会现实面前的自我解压,有着超脱和自我鼓励的意味;而冯小刚则持完全相反的态度。



贺格力电器2012年销售突破1000亿

专业化VS多元化 你怎么选?

空调,我们更专业!

格力坚持专业化29年。29年心无旁骛,一门心思做空调,把空调做深做透做精!



千亿格力 3天大惠

2013年3月1/2/3日

提前认筹!
理性判断!
无需疯抢!

千亿分享创世钜惠,格力空调巅峰体验就在本周末!

千亿格力,巅峰体验!
13年仅此3天!

数量非常有限!提前认筹预订是关键!

活动期间,优先接待已认筹预订的顾客!

温馨提示: 买格力空调,到格力专卖店;到国生电器、百大电器、五星电器、国美电器和各地方性卖场。其它全国性连锁卖场,格力空调暂未进驻、无销售。