

# 开往春天的列车,被“执念”逼停的风景

□然玉

近日,居庸关花海登上各大网站的头条,被誉为“开往春天的列车”的S2线迎来无数观光客和摄影爱好者。但由于个别游客不惜穿越铁路围栏横跨铁道,几乎逼停列车。还有人在山里抽烟且不听劝阻,防火意识淡薄。27日,居庸关附近山林暂时封闭。资深铁路摄影爱好者呼吁大家文明拍摄,注意自己安全的同时也要遵守守纪。(3月29日《北京晨报》)

小资情调的春日叙事,再一次终止于无比尴尬的现实。那些本该美好的地方,最终还是沦陷在了,跟风起哄的滚滚人潮之中。春花烂漫、一路美景,却无奈被“冲动的人群”毁了意境。于是,不幸错失风景的我们,开始吐槽“素质堪忧”,开始呼吁“文明出游”,就如同此前许多次一样!在很多时候,“美景招来人群,人群毁了美景”,这似乎已经构成了一个

难解的循环。

“开往春天的列车”,实在是一幕太过典型的风景沉沦史。最初,由于网络上疯狂扩散的美照分享,其一夜之间迅速爆红,并被舆论塑造标志性的春日意象;而由此带来的,则是蜂拥而至的人群,以及炙热无比的执念……就这样,几被神话的“开往春天的列车”,吸引来了一大批“搭便车者”:他们以乘坐此车标榜情怀,以拍下繁花表演浪漫。当“风景”被当作背景和布景,整个事件的属性已不再单纯。

短时间内暴增的游览者,为何会成为破坏性的力量?之于此,其实很好理解。一方面,这群人本就是一时兴起的跟风者,其出游行为未经成熟规划,临场遇事自然更容易举止失态;另一方面,人群增加必然导致平均素质被拉低,众多缺乏审美判断、摄影训练以及安全常识的“玩票者”加入其中,发生逼停火车、违规抽烟等事情实在不足为奇——鱼龙混杂的观光者,让“开往春天的列

车”最终不堪重负。

爆红于网络的S2线及其沿线山林,本质上乃是属于民间发现、自发捧红的“新兴景点”。这种身份特性决定了,其并不具备足够的软硬件设施,来引导、分流、约束蜂拥而至的人潮。这种先天的不足,遇上热情而执拗的游客群体,难免会应付不及、捉襟见肘。从某种意义上说,最原生态的风景,让我们见识到了最真实的人性。尤其是在群体无意识的狂热之中,总会有不少人心安理得地做出荒唐举动。

“开往春天的列车”,曾经的赞美有多炽烈,如今的遗憾便有多沉重。回溯整个事件的来龙去脉,我们应该反思的,想必不仅是素质或文明的缺失,更有对于“美与审美”的重新审视。春日赏景,本是一件内化的、纯粹的“心性消遣”,如今却时常成为跟风、竞争与炫耀性的投机行径。太多的人,太多卑微的心思与粗鄙的举止,断送了S2线的沿途美景,也断送了“找到真正所爱”的可能。

Y 一家之言  
YIJIAZHINYAN

## 离婚限号? 公共服务不应预设道德判断

□周潜之

“离婚登记工作时间每天受理50个号、上午下午各25个……”近日,上海某区婚姻登记中心出具的一则告示引发网友热议。记者实地探访后得知,“限号”是因为新《婚姻登记工作规范》增加了离婚登记询问笔录等程序,导致办理时间延长、接待压力变大。而上海民政部门表示,已经在考虑推出网上离婚预约。(新华网)

虽然此“离婚限号”颇有些不得已,但今年“两会”期间,已有多位人大代表建议增设婚姻缓冲期,通过为离婚设置一定的限制,一方面可以防止当事人因生活琐事冲动离婚,另一方面也能有效杜绝“假离婚”。青岛、广州、大连、南京等多地已经开始实施离婚限号措施。

统计显示,2014年我国依法办理离婚363.7万对,比上年增长3.9%,离婚率连续12年增长。从乐观的角度看,这体现了社会的进步,因为婚姻自由不仅包含结婚的自由,而且也包含离婚的自由。但婚姻不是一句“好合好散”那么简单,每一起离婚案件的背后,都意味着一个家庭的解体。通过社会力量的积极介入,保卫婚姻、维护和谐美满家庭生活已经成为各级政府、社会组织与公众的共识。

通过种种措施限制人们离婚、维护婚姻关系的稳定,确实迎合了人们的普遍心理。毕竟,在现实生活中,遇到婚姻不合、扬言离婚的,亲朋好友都会好言相劝,“宁拆十座庙,不毁一桩婚”“劝合不劝离”的婚姻观念还是根深蒂固。但这种措施如果由公共机构来统一实施,不仅于法无据不合法理,而且也隐藏着巨大的风险。

首先,公共服务部门没有限制离婚的权力。公共服务机构对公众提供的是无差别的服务,在实施过程中,经办人不能带有道德情感因素,更不能把这种情感转化成强制规定。

其次,限制措施并不能解决离婚率上升的问题。一段婚姻走向结束,其背后有着种种可说或不可说的复杂因素,感情破裂、价值观冲突、家庭矛盾、生活压力等都有可能成为根源。

再次,用政策限制离婚在执行上存在巨大风险。俗话说,家家有本难念的经。婚姻圆满、家庭幸福自然是人人追求,但婚姻不幸、矛盾重重,离婚何尝不是一种解脱。

我们常说,没有调查就没有发言权。离婚是个普遍存在的社会问题,但更是成因复杂的家庭问题,绝不能仅仅出于所谓“好心”一限了之,更不能随意施展对公众权利的限制。通过启动社会工作程序,通过社区、社会工作机构、妇女儿童权益组织以柔性的方式,在详细了解具体情况的基础上,分别进行干预引导,这才是符合法理人情的现代社会治理之道。

(请本版作者速与本报联系,以奉稿酬)

W 微点评  
EIDIANPING



近日,一女子开保时捷卖菜的照片在网上走红。在这辆保时捷跑车的引擎盖上,摆放着用保鲜膜精心包装的青菜,还手写了一个“自家阳台菜,健康无污染”的牌子。“买不起就不要问,我家阳台种的,很安全,你不懂”,围观的路人质疑菜价贵,没想到反招揶揄。有眼尖的网友指出,这辆黄色保时捷911跑车,目前经销商报价在130万元至240万元之间,开着如此酷炫的豪车摆菜摊子,确实不多见。(光明网)

【点评】

@蓝心:绝对炒作,动机不纯。  
@甲壳虫:开保时捷还卖菜,请问你到底想干啥?



据沈阳地铁微博爆料:3月29日,沈阳地铁一号线现一男一女在车厢内嗑瓜子,吃完后瓜子壳丢了一地。沈阳地铁第一时间发布微博对其行为进行了强烈谴责。(光明网)

【点评】

@星辰:惹人,咋有这么多不讲文明的人呢。  
@爱你一万年:地铁上没有垃圾桶吗?  
@岛上草:太不讲究了,素质成问题啊。

S 生活观察  
SHENGHUOGUANCHA

## 对“砍人不砍价”不能止于谴责

□胡艺

“可以砍人,不可以砍价”,这条雷人广告宣传语惊现武昌一闹市街头,让不少路过的行人惊叹不已。3月28日上午,记者在武汉市武昌自由路看到,一家主营热转印技术的门面,一张塑料的广告宣传单铺展在一张木桌上,宣传单下面用红色的字体标注着“可以砍人,不可以砍价”的广告语。工作人员解释,他们采取薄利多销的营销方式,不希望消费者再讨价还价,广告宣传语仅仅是标新立异,吸引人眼球而已。(3月29日《武汉晚报》)

虽说这则充满暴力的雷人广告语被媒体曝光,舆论谴责,但是商家并不吃亏,“砍人不砍价”的噱头就让媒体帮忙做了一回煽情广告。商家追求标新立异,吸引消费者眼球的目的达到了,部分公众猎奇心理在某种程度上也得到了满足。相对于炒作带来的人气与利润而言,笔者又不能不“佩服”商家恶俗炒作中又透出几分“狡黠”。

在商言商,现代商业社会确实需要一些经营手段,但是决不需要鼓励大家“砍人”这类有损法律道德规范的无聊营销创意。商家除了

赚钱外,还要具备一定的文化理念,守住社会道德底线。否则即使这种营销手段取得了再满意的效果,聚集再多人气,也会给人留下“穷得只剩下钱”的恶俗印象,何况,从市场的角度看,优化服务环境,提高服务质量,降低服务价格,才是经营的硬道理。

说到这里,我不禁想起近来媒体报道的一些另类经营例子。如,某理发店搞跪式洗头服务;某医院打出谁搞大了蒙娜丽莎肚子的广告;酒吧向顾客传授勾搭秘籍;餐厅取名“饭罪团伙”;服装店取名“衣冠勤瘦”等等。尽管这些另类营销方式哗众取宠且庸俗不堪,与我们的传统文化、社会道德格格不入,让人心里感到别扭,引起了公众的反感。但是一个显而易见的事实是:他们恶俗营销、借媒体炒作自己,为自己赢得了人气和知名度,实际上成了另类经营行为的受益者。

因此,要遏制另类经营行为重演,除了对商家进行道德舆论谴责外,有关部门更要从法律制度的层面给另类经营行为树立界桩并加大处罚的力度,加重其违规成本,让另类经营者出于经济利益与违规成本考虑,不敢炮制另类经营行为。如果这个问题不解决好,“砍人不砍价”还会以其他形式继续出现。

## “90后”月嫂抢滩不等于抢薪

□司马童

全面放开二胎,月嫂市场迎来利好。目前有资历的月嫂供不应求,身价水涨船高,吸引更多年轻人的目光,“90后”纷纷抢滩月嫂市场。年纪轻对从事月嫂工作是一个弱势,但不少“90后”月嫂认为,只要吃苦肯学,逐步积累经验,前景很好。(3月29日《东南早报》)

家政服务辛苦劳累,从事保姆、月嫂工作还常被看作“伺候人”的行当,所以,这一行业不仅人员流动频繁、从业者年龄普遍偏大,而且文化和资历兼具的高素质专才,越来越成为抢手对象。月嫂“高薪”之下,不少年轻人也纷纷转行,意欲从中分一杯羹,这种“抢滩”现象已然成了热议话题。

“90后”月嫂大量涌现,你怎么看?一项网络调查可谓基本“问”了人们的担忧,这便是“90后”月嫂的经验与责任心可能不够,她们的“抢滩”,或许都为“抢薪”而去。对此观点,我认为虽有一定道理,但却更需一种周全和长远的考虑来看待。换言之,对“90后”月嫂多一点宽容与支持之心,其实才是推动这一行业稳步发展的积极之举。

“90后”月嫂的抢滩市场,无疑也有着诸多益处。一是年轻人知识水平高,学习能力强,更能形成科学合理的育儿观,有助于增强月嫂队伍的长期稳定和提高整体服务水平;二是有利于服务对象的个性化要求,确保月嫂人员的多梯队、多样化选择;三是在“市场洗牌”过程中,也能有效消除那些滥竽充数者的浑水摸鱼,进而形成擦去泡沫的价格机制。

有道是“自古英雄出少年”,就高素质的月嫂队伍来说,可以关注其年龄大小,但也不用一味迷信于“年长就有能力”。事实上,社会上早已不乏“90后”月嫂的佼佼者。

“90后”月嫂抢滩不等于抢薪。正如一些市民所言,生育一胎时会请高级月嫂,但生育二胎时,一些妈妈倒愿意聘请年轻月嫂,能减轻点经济压力。那么,如果年轻人看准了家政服务的良好前景,一步一步地勤学苦练,这种“抢滩”就更显促成利人利己和多赢局面了。

一份辛劳一份回报,月嫂“高薪”关键还靠勤勉付出。从这个意义上说,选择任何职业,首先还看你的脚踏实地、孜孜以求,而不必过多纠结于表面参考的年龄大小等。“90后”月嫂的抢滩市场,要的也正是这种实事求是的宽容激励、乐观其成。