

K 铿锵杂谈  
KENGQIANGZATAN

W 微点评  
WEIDIANPING

# 整形低龄化源于审美异化

□刘孙恒

近年来，美容整形行业快速发展，其中，青少年群体正逐渐成为医疗美容行业的主要消费人群。调查发现，由于当前我国青少年群体辨识能力差、风险意识不强、身心发育不健全等因素，以及医疗美容机构鱼龙混杂，因医疗美容造成的身心伤害事件呈高发趋势，给青少年和家庭、社会造成严重的不良影响。（《中国妇女报》）

整形低龄化，主要是源于审美异化。本来，参差多态乃是幸福的本源，尤其在多元化的社会语境下，审美取向应是“各美其美”，环肥燕瘦各有各的欢喜，但不知从何时起，大眼睛、双眼皮、高鼻梁、尖下巴等成为

“美”的主要标准，显得一个人唯有长成这样，才能叫“美”或“帅”，审美病态化显而易见。

如果说追求“网红脸”折射病态审美，那么把“网红脸”和成功、幸福等联系起来，更是病得不轻。不可否认美丽也是一种资本，可要知道，决定一个人走得多高、多远的是努力、能力、意志力等内在因素，颜值往往只能锦上添花，特别是当这种“美丽”可以复制的时候，更是变得廉价。所以，一些家长竟然还盲目跟风带孩子“动刀”，可见不只一些孩子，甚至一些成人的价值观念也出了问题。

爱美之心，人皆有之。能够理解每个人的爱美之心，美容整形技术发达之于有生理缺陷的人来说，更无异于一种福音。然而，选择整形与否，

还是要慎之又慎，三思而后行，青少年尤需如此。原因不只是整形有风险，整形失败的后果通常令人难以承受，更在于审美观念是随时代发展和变化的，今天“网红脸”代表“美”，明天可能就不“美”了，而在这个转变的过程中，只有不断地给自己充电、不断地提升内功才是永恒。

从社会治理层面来讲，扭转整形低龄化的趋势，矫正背后的病态审美取向，亦离不开媒体舆论对年轻人审美的引导，让人们树立起健康的审美理念；家长和老师亦要肩负起教育的作用，让孩子形成正确的价值观，不能盲目从众；公共部门则要强化监管，那种没有资质、存在安全隐患的整形机构，应及时取缔。唯有多方协同发力，整形低龄化现象才会得到有效遏制。

④新华网：#司机用车灯为母女照亮回家路# 近日，江苏泗洪，一对母女骑行在乡间小道上，小心翼翼地摸黑赶路。车主高源刚好路过，见状使用车灯为两人照明，并降低车速留下安全距离，一路尾随护送，直到前方出现亮光。原本半小时的路程，高源走了一个半小时。

点评：赠人玫瑰，手有余香。一件看似不经意的小事，却给别人带来很大的帮助，为善良的女司机高源点个赞。

④新快报：#公厕内设置广告# 近日，广州召开2019年广州“厕所革命”动员部署工作会议，指出将探索政府管养的公厕通过经营获得管养经费保障。公厕内设置广告，成为办法之一。

点评：以公厕的商业化经营来获得公厕管养经费，此举可有效减轻财政负担，也让公厕的管理养护进入一种良性循环，进而巩固“厕所革命”成果，避免一些公厕重新陷入“脏乱差”的境地，值得推广。

④人民网：#投诉即赔付# 3月7日，黑龙江省省长王文涛表示，黑龙江成立了诚信基金整治“天价”“宰客”等旅游问题。游客旅行中一旦感觉有问题，诚信基金“投诉即赔付”。

点评：要净化旅游市场环境，最根本的就是要尊重游客利益。“投诉即赔付”可进一步提高旅游投诉处理效率，倒逼从业者依法诚信经营，对地方提升区域旅游发展形象也大有裨益，效用值得期待。

④新华网：#相亲致抑郁# 武汉一25岁女生在父母偷偷安排的数场相亲饭局上均未相中合适对象，引来父母不满，不准她进家门。不堪压力，女孩性格大变，近日被诊断为情绪抑郁症。

点评：父母逼婚已成为一个普遍的社会现象，甚至衍生了一些惨痛的教训，亟须我们在全社会培育一种正确的权利观、婚姻观，在父母与子女之间开辟第三方救济渠道，才能真正改善这种局面。

W 微言大义  
WEIYANDAYI

## 让“五毛食品”无处藏身

那些回不去的时光，让我们经历了生命最美的体验，奠定了我们独一无二的青春与成长。

——《青春是张单程票》

许多时候，并不是看到高楼才会想到家，而是遇见了那个想要一起生活的人，才会建立起一种对家的强烈渴望。两个人一起努力奋斗，一砖一瓦地建造起自己的城堡，而后规律、节制地过日子是一种莫大的幸运。

——老丑

我们最缺少的，不是独立思考的能力，而是独立思考的欲望。

——王路

交流式的沟通并不是我们“对”别人做了什么，而是我们“跟”别人做了什么。在这个意义上，人际沟通更像是跳舞（当然是需要同伴的那种舞蹈）。沟通就像跳舞，取决于同伴的参与。而且成功的沟通就像好的舞蹈，绝不仅仅取决于主导（领舞）的那个人。一个舞者再成功，如果他（或她）不能考虑或者配合他（或她）同伴的技术，看起来也会很糟糕。

——《沟通的艺术》

每个人都是独一无二的钻石，何必去羡慕别人的璀璨？你只是还没找到属于自己的光。

——加油

选择不是承受，是承担。

——陶立夏

我们的一生可以说是用时间来换取才华；才华越来越多，时间越来越少。如果一天天过去，时间少了，才华却没有增加，那就是虚度了光阴。

——李开复



□孙维国

新学期开始，各地部署开展学校食品安全风险隐患排查，要求学校先进行自查，重点排查和整治学校周边的小超市、小餐饮店、“五毛食品”等。（据新华社）

食品安全事关孩子身体健康，质量堪忧的“五毛食品”，存在钠含量超

标、添加剂过多等危害，是健康“隐形杀手”，如果孩子长期食用，其危害不言而喻。对“五毛食品”的整治进行过多次，但“五毛食品”却屡禁难绝，主要原因有两点：一是日常市场监管乏力，往往是集中整治过后，日常监管工作没有常态跟进。二是利益驱动。由于“五毛食品”生产制作简单，粗制滥造，成本很低，虽然售卖价格不高，但学生喜欢购买，销量很大，商家自然获利多多。

治理“五毛食品”需要精准发力。除了集中整治，需要落实日常市场监管，进行常态化治理，并对“五毛食品”治本溯源，严惩生产制售不合格“五毛食品”的无良商家，从根源上铲除“五毛食品”的来源。同时，加大对售卖“五毛食品”商家的处罚力度，让其付出得不偿失的代价。如此多方携手联动合力，最终才能让“五毛食品”没有立足之地。

## “逍遥法外”怎能成为品牌语言

□楚欣

最近，中央电视台新闻节目报道，有个偷车人，身上穿着一件胸前赫然印有“逍遥法外”字样的上衣。警方经过认真排查，最终将他逮个正着。提审时问道：“为什么要穿这样的衣服？”回答：“好看！”（据新华网）

笔者以为，偷车人之所以说“好看”，可能在于胸前“逍遥法外”那四个字。所谓“逍遥法外”，从古语“逍遥物外”（不受外界事物约束）演化而来，指犯罪的人，躲过法律的应有制裁，仍然自由自在地生活。偷车人想要的，无疑是这种“理想”的结果。然而天网恢恢，他还是没能逃过法律的制裁。

不过，本文想谈的，并非这个偷车人的“理想”何以会破灭，而是

“逍遥法外”作为品牌语言，印在衣服显眼的地方，意味着什么？我们又该怎么办？

我国是法治国家，政治、经济、文化等一切行为，都必须遵守法律。如有违反，就要受到应有的惩处。这当中，商品的牌号、广告、说明，也必须依法办事。

历史的经验教训告诉我们——“有不尽者，亦宜防微杜渐而禁于未然”。意思是，倘若有错误的倾向出现，就要从苗头抓起，避免事态恶化。对待不良不当的品牌、广告，也应如此处置。但愿厂家、商家，有关管理部门，都能以社会效益为重，依法行事，发挥正能量。这样，在商品市场上，那些出格的所谓“戏言”或者“豪语”，就无藏身之地，代之的是健康、文明、富有特色的宣传语言。

H 画里有话  
HUALIYOUHUA



近日，中国消费者协会发布的一份报告显示，目前婴儿纯母乳喂养占比不到一半，“产假短或工作忙”是造成母乳喂养偏低的首要因素。我国职业女性所能安排的母乳喂养时间一般不会超过4个月，与相关国际组织推荐的6个月纯母乳喂养标准存在差距。中消协建议进一步优化产假制度，有条件的地区和单位可以探索实行弹性工作制，加强对母乳喂养的制度支持和职工情感关怀，为保护、支持和促进母乳喂养提供更多现实支持。（据人民网）