

朋友圈该不该屏蔽父母

如今，只要有手机的人几乎都在玩微信，都有自己的朋友圈。不仅是年轻人，越来越多的中年人甚至老年人都开始使用微信。爸妈群体进驻微信平台，但一些子女为此烦恼。不少年轻人在吐槽自己的朋友圈每天都被爸妈刷屏。在朋友圈中，你屏蔽你的父母了吗？

子女应该有自己的私人空间

多数网友认为，父母在朋友圈内，儿女们没办法自由吐槽，有些事也不需父母知道，所以赞成屏蔽。网友“大度”：大家在朋友圈基本就是晒生活、晒工作，但有些问题父母的思想有时候接受不了，往往会产生不必要的麻烦。发一些朋友圈总是会被父母追问，严重影响到自己的生活习惯和自由。有时候想发一些消极的状态发泄一下，但顾忌父母便不发了，朋友圈失去了原有的意义。父母对子女朋友圈的关注对子女来说是一种束缚，子女应



该有自己的空间。

网友“hatty013d”：虽说父母是关心子女，但是代沟始终是存在的。父母子女的关系不管多好，子女还是应该有自己的私人空间的。并不是说子女在父母面前一定要是透明的，没有秘密的。如果要增进亲子之间的情感，还是建议尊重子女的隐私，还子女一个完整的朋友圈。父母子女，各人有各人的成长经历，有不同思想观点以及不同的生活阅历。所以更支持子女有自己的空间。

父母与孩子是最好的朋友

不过，也有许多网友对

此持反对态度，他们认为，不应该屏蔽父母，父母多了解网络或许就少了些代沟，多了一些话题，增进感情。

网友“屋顶上的鸟”：父母面对网络世界往往是迷茫的，面对庞杂的网络信息父母很有可能上当受骗，子女不仅不该屏蔽父母，还应该做他们的网络卫士，保护他们不被网络谣言等伤害。而且把父母拉进自己的朋友圈，更有利于消除父母的寂寞和孤独，是双方沟通交流的新平台和新渠道。朋友圈的良性互动，或许更有利于消除双方在生活和工作等方面的隔阂。(本报综合)

凤眼时评 >>

朋友圈应该容得下父母这位“朋友”

文 / 刘孙恒

是的，如你所知，朋友圈中的父母，是典型的“小白”用户，显得幼稚极了。我只是随意的说好像有点感冒，父母就叨叨的一大串，说什么要去看医生、吃药，注意休息、保重身体，说的好像自己得了不治之症似的。有时候正如笑话中所描述的：我在朋友圈发“被补刀了”，老爸问我被谁砍了；我说“笑尿了”，老妈说“怎么不当心点”。真的感觉和父母不属于同一个次元的世界，思维逻辑的差异不是一星半点。最让人受不了的是父母每天发的那些心灵鸡汤，有些简直就是白开水，父母们却依然喝的有滋有味，让人实在无法理解。

父母的确与我们的朋友圈格格不入，但是否就是我们就此屏蔽父母的理由？显然不是。除了父母，谁会时刻给你点赞、为你留言，及时关怀着你的一举一动，生怕你在外过得太委屈？当你能够接受陌生人的存在，忍受老板的责骂，能够坦然面对社会各种的不公平，经得起风吹雨打，耐得住寂寞孤独，果真就不能接受父



母的刷屏？请原谅父母的无知，他们出生于一个艰苦的时代，成长于一个大变革的时代，他们的知识结构注定其已无法理解如今的世界。何况，父母刷屏的就是他们看到的世界，或者说这个世界想让他们看到的东西，他们并没有话语权，只是被动的接受。

一些人之所以嫌父母烦人，关键是自私的缘故。他们只是从自己的角度思考问题，缺乏包容的态度，不去关注父母的生活态度、生存状态，也从来没有努力让父母成为自己的“朋友”，融入自己的朋友圈。别拿什么隐私、私人空间等做挡箭牌了，社交软件如此发达的时代，何处不是朋友圈？况

且都已发朋友圈了，还谈得上隐私吗？更别说，当父母渐渐熟悉了自己在朋友圈的话语模式，还会那么一惊一乍甚至鸡同鸭讲吗？

“门前老树长新芽，院里枯木又开花，半生存了好多话，藏进了满头白发；记忆中的小脚丫，肉嘟嘟的小嘴巴，一生把爱交给他，只为那一声爸妈。时间都去哪儿了，还没好好感受年轻就老了……”须知，朋友圈中这位特殊的“朋友”，当你开始嫌弃的时候，其实他们已经老了。对于一个为了你已奉献出大半辈子的老人，你还能要求其创造怎么样的奇迹？

诸位，朋友圈应该容得下父母这位“朋友”。

凤眼看世界 >>

郭丹是湖南社会科学院城市文化研究所主任，担任湖南卫视、湖南经视等多家媒体的特约评论员，致力于以社会学的视角进行公共舆论价值引导研究。我们在《娇点述评》版上邀请郭丹和大家来解读一些妇女儿童的热点事件，我们也跟随她犀利的目光，一起打量这个纷繁复杂的世界。

每年5月的第二个星期日，是一个感谢母亲的节日。百善孝为先，作为传承千年的传统美德，不少公司都把孝顺父母作为考核职工素养的软性指标。日前，许多公司都举行了庆祝母亲节的主题活动。然而面对这些活动，职场人却表示：想法很美好，现实很尴尬。软件公司程序员吴先生最近在微信群里收到这样一条通知：“请部门里的所有人本周内写一封给妈妈的信，交至XXX处，我们将统一为各位母亲预定一束鲜花，届时和信一同快递到家中。”这话一出，微信群里立马炸开了锅，“我能拒绝吗？”“我自己给妈妈打个电话就好了。”“鲜花可以有，但是能不写信吗？”在这个40人左右的部门中有23人明确在微信群里表示出了反对。剩下的同事虽然没有明说，但大多也如吴先生在朋友圈内发的文字一样：“嘴上虽然没有表示，但我的内心是拒绝的！”

为什么“拒绝”母亲节

文 / 郭丹

对于我们来说，母亲节和不久后即将到来的父亲节都是舶来品。弘扬孝行、表达关爱成了一年一度的仪式，在这一天要尤其郑重其事，专门用鲜花、礼物或真情告白来证明感恩之心。

实际上，双亲节落户中国的过程比较自然，毕竟对父母之爱是全人类的共同情感，并不存在语言、国界或文化传承上的理解和融合障碍。同时，这个融合过程也比较平淡，普通人对这个节日的响应其实并不如商家热烈。或许我们今天越来越感受到母亲节的节日氛围，花店里的康乃馨销售火爆、商场特设母亲节折扣专场、朋友圈里满屏都是温馨告白，煽情不可少、礼品更不可少，没有以物传情简直就是对母亲节的亵渎。然而这种氛围更多来自商业化的宣传造势，而不是普通人的情感需求。

可能对于传统的中国人来说，不仅适应不了这种爱要大声说出口的表达模式，甚至会抗拒这种仪式化和商业化的节庆方式。一来我们这个民族本来羞涩，“发乎情止乎礼”，情感表达上向来崇尚含蓄而非奔放。更重要的是，我们遵循的是“父母在，不远游”的孝道传统，大爱无言，感恩的表达方式是日常的侍奉左右而不是大张旗鼓的普天同庆，是长久的生活陪伴而不是华丽的物质回报，不应该只在某个特定的日子里强调，更不需要把私人感情变为大众狂欢。

由此我们就不难理解，为什么这个公司40人的部门里有23人明确反对公司的写信安排，绝不仅仅是工科男不善于表达，也不可能是吝啬于对母亲开口说爱，而是拒绝把私人感情和工作混为一谈，拒绝把对父母的感恩变成一场自我营销，拒绝把几句华丽丽的口水话打包给公司自我证明，换来一束公式化的鲜花自我满足。而就公司行为来说，活动背后的用意我们可以有多种理解：或许是源于弘扬传统文化的企业社会责任感，以孝道引导和激励员工，由此支撑自己的企业管理文化；又或许以此作为公司激励机制的一种形式，代表公司传递给员工的关心和福利，感谢员工父母为公司培养的人才；当然，倡导员工尽孝有利于建立企业有担当、重情义的正面形象，是成本低、效果好的自我包装和宣传手段。不过，不管是出自哪一种目的，其实公司都可以有更具诚意的表达方式，真的要倡导孝行，不必等员工写信，大可直接把鲜花先送到老人手中。真的要表达对员工的激励和对其父母的感谢，不必写信送花，大可以直接放假让员工陪母亲过节。听说还有些公司要求员工每月必须给父母发红包，这种节日活动设计，更像是借上级身份对下级私生活指手画脚，不仅缺乏实实在在的诚意，还在变相剥夺员工该有的工作福利。对于公司来说，对员工的要求和约束只限于双方约定的工作时间和工作内容范围里，要求员工给母亲写信并交给自己处理，就是对员工私生活的越权干涉，还容易产生借题炒作之嫌，不利于公司上下人心的稳定和团结。

当然，在母亲节这一天，不管用何种方式对母亲说爱，我们都应该肯定这个节日对母爱表达的纪念与尊崇，但绝不是自娱自乐或自我标榜，更不能拿道德或权利压人。另外，母亲节的意义，不在于考察我们当天如何表达，更在于见证我们在剩下的364天里做了什么，如果平日里用心尽孝，大可不必在这天刻意弥补。相反，缺乏了日常的关心和陪伴，再有含金量的母亲节也无法温暖冰冷的亲情。随着社会的发展，老龄化趋势不可避免，空巢老人的现象日渐严重，母亲节是应该成为全社会的一个提醒，但这种提醒绝不是面子工程上的捆绑消费，更重要的意义在于提醒我们自我审视，用更虔诚之心去感恩，母亲对自己的爱，值得我们终其一生去回报。