■她时代观点

中国女足要成绩更要公平

文 / 汪昌莲

时隔 8 年重回奥运的中国女足，8 月 13 日凌晨在 1/4 决赛中 0 比 1 不敌德国女足。在下半场少打一人的情况下，姑娘们用意志力，最后时刻甚至还获得了一次点球。这样的场景让在男足项目上失落已久的中国球迷再次感动不已。而大部分女足球员月薪 2000 元，休假躲宿舍不敢上街，更让球迷唏嘘不已。

（8 月 14 日《新京报》）

中国女足出征里约奥运会，值得关注。这也是女足走入低谷、沉寂多年之后，重新回到公众视线。虽然成绩并不理想，但中国球迷仍给予女足姑娘足够的理解和支持。特别是，谈到中国女足的工资待遇，球迷更是替姑娘们打抱不平：在中国足球“男尊女卑”的大环境下，女足姑娘们踢的是一场不公平的足球，能踢出好成绩来吗？

记得中国女足原主教练李霄鹏曾经说过，自己有姐妹也不会让她们踢足球，因为女足太苦、待遇太低。正是这样的环境，让有 13 亿多人口的中国，只有女足球员 1000 多人，而新科世界冠军日本的注册女足球员为 4 万人，德国则高达 100 万人。女足与男足同工不同酬，是不争的事实，姑娘们的月收入，少则 2000 多元，多则 3000 多元，还不如一名农民工挣得多，令人心痛。前国脚王丹丹放弃踢球去摆地摊，更令人心寒。

中国女足的月收入，还不够男足去泡一次酒吧。然而，就是这样一个中国足球中的弱势群体，曾经夺取过世界杯的亚军，让全国球迷欣喜若狂，也让中国男足无地自容。在“男尊女卑”的不平等环境下，姑娘们要么选择“看工资出力”，要么干脆选择放弃，甚至是宁可摆地摊，也不再去踢这不公平的足球。如此看来，中国女足队伍萎缩，成绩滑坡，也就理所当然了。

由此，笔者想到了孙雯、范运杰、高红等那一批铿锵玫瑰。她们当时的待遇也许比现在还要低，她们也在踢着“不公平的足球”，但是，她们不计个人得失，一心一意地去踢球，为国争光。还有巴西的世界足球小姐玛塔，她的经纪人正是罗纳尔多的经纪人法比亚诺，但在收入上，玛塔一年的收入，可能还不如罗纳尔多送给某位女友的一份礼物多。不过，玛塔最盼望的，倒不是薪水上的提高，而是能代表巴西踢球。

可见，改变“男尊女卑”的现状，是中国足球迈出成功的第一步。换言之，中国女足需要的不仅是成绩，还有公平。首先，中国女足的发展，还要依靠体制上的优势，并借助市场的力量。同时，应建立女足人才培养和激励机制，发展和壮大女足队伍。特别是，新生代的女足姑娘们，除了赢得应有的待遇之外，还要向中外的老一辈铿锵玫瑰们学习，甘于清贫，乐于奉献，勇于拚搏，为中国女足的崛起和祖国的荣誉而战。

■一针见血

“蹭睡族”别蹭了便宜，丢了脸面

文 / 张帮俊

近期武汉天气炎热，不少市民选择去商场“蹭空调”。前天，网友“@只吃罐头的馋猫”发帖并配照片称，宜家家居的部分展厅里，有不少人瘫坐甚至躺在沙发、床上，非常不雅，也不方便其他乘客体验和选购商品。

（8 月 15 日长江网）

为何出现如此多的“蹭睡族”？就是占便宜的心理作怪，占公共资源理直气壮。商场里有空调和 wifi，坐在沙发、床上休息，多怡然自得。要是在家，享受这些待遇还要花钱，可在这里，分文不要。可能有的人，刚开始也不好意思当“蹭睡族”，但见别人心安理得地享受着免费的待遇，心想，不占白不占，也就随大流，从众了。

现在许多商家比较重视顾客的体验感受，选购床、沙发这些商品时，允许尝试，躺在床上、坐在沙发上体验其舒服度与软硬度。结果，有些人就利用“体验”来方便自己，把商场的床与沙发，当成自己的家，甚至纵容孩子在床上打闹玩耍，弄脏展示商品。这种非常不文明、不雅的行为，干扰影响了其他乘客体验和选购商品。

“蹭”字，字典里给出的一种解释就是占人家的小便宜。时下，人们经常说到的蹭车族、蹭饭族，都是在占别人的便宜。试想一下，人人都去占便宜，那么，肯定就有人吃亏。商场是公共场所，不是旅店或家，作为一个进入商场的顾客就需要注意自己的言行举止，加强自律，不能因为自己的不文明行为给别人带来影响。

当然，也有人会说，也不是存心要当“蹭睡族”，只是商场休息的地方太少，于是，就借这些床与沙发来休息。作为商家，要看到事情背后暴露出来的的问题。可以在公共区放置简易的凳子，供给顾客休息。对于长时间占据沙发和床的顾客给予善意提醒，人都是要面子的，相信，大多数人会知道怎么做。

“蹭睡族”毕竟是不光彩的称号，但愿，大家都不要戴这个帽子。社会公德需要每个人去遵守，去自律。别蹭了便宜，丢了脸面。

■社会观察

莫让“尚床吧”打法治“擦边球”

文 / 阿莲

“Kao！”“哎约我烤”“厕所串串”“尚床吧”……这不是在说脏话，而是郑州街头一些餐饮商铺的名称，“污”的程度令人咋舌。几年来，各种令人匪夷所思的商铺名称在郑州悄然出现。不少市民认为，这样的确可以吸引消费者，但商铺名粗俗化的倾向也令不少人反感，应适可而止。

（8 月 15 日《大河报》）

商家推出一个独树一帜的店名，进行宣传营销，并无不妥。但其前提是，店名内容必须文明守法。河南郑州一商家，使用“上床吧”的谐音，形成了“尚床吧”的店门，看似一种创意，实际上是一种恶意炒作。首先，店名的内容虽然是“打擦边球”，但仍然低俗不堪，挑战了公序良俗，理应受到工商部门的查处。特别是，“尚床吧“之类的店名或广告语，屡次突破法律盲区，其对社会的危害性，远非低俗这么简单。

不仅是商家，哪怕是一座城市，为了向外界推介自己，打出一个展示自身特质的广告语，均是一件值得肯定的事情。然而，一些城市受文化底蕴不足的限制，以及急功近利浮躁心态的影响，打出一些所谓的标新立异的广告语，大有“语不雷人死不休”的阵势。可以说，现今层出不穷的广告语，很多有一个共同的“特色”，要么假大空，要么低俗不堪。比如，江西宜春那个 “一座叫春的城市”，本想通过“叫春”增强视觉冲击力，不料却弄巧成拙，踩了低俗“红线”。

文化是软实力，是一座城市魅力与竞争力的真实体现。而城市广告语，是城市文化浓缩之后的精华。城市广告语没文化，至少折射出了当地政府“重经济，轻文化”的偏执行政思维，这显然值得城市管理者反思。然而，低俗广告频现，也暴露出了监管的缺位。可以说，泛滥的低俗广告，已成为城市管理的一个盲区。特别是，取缔低俗广告，最大的障碍是缺乏法律依据。很多时候对低俗广告的监管，管理部门有些无奈，无能为力。

莫让“尚床吧”打法治“擦边球”。我国的广告法中，对一些具体问题的规定存在着漏洞。如广告法规定，广告应当真实、合法，符合社会主义精神文明建设的要求，不能妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚。但怎样就算是妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚，在实际操作中很难界定。因此，广告监管方面的法律应该更完备、更具体，也更有操作性。比如，除了明确禁止使用低俗语言做广告之外，一些篡改词汇、容易引起歧义的广告语，也应该限制发布。

治理光污染应从立法共治入手

文 / 玫昆仑

报载，夜幕降临，摩天大楼灯火璀璨，街边店铺霓虹广告流光溢彩。“不夜”的明亮城市诉说着繁荣的同时，也暗藏隐忧：灯光之下，无法再看见璀璨的星空，超亮的户外广告牌带来的光辐射，对生态环境造成不小的危害。值得注意的是，国内光污染问题仍未得到足够的重视与治理。

（8 月 15 日《经济参考报》）

在民众关注水污染、大气污染和噪声污染的时候，很少有人关注光污染。现实是，美国一份最新的调查研究显示，现在世界上约有 2/3 的人生活在光污染里，光污染已经成为专家所说的“直接影响人类身体健康的环境杀手”。另外，还能破坏生态环境，影响动植物生存等，不可小视。

问题是，到目前为止，什么是光污染，光辐射到何种程度才算违法光污染，违法光污染应该怎么认定、查处以及由谁来认定、查处，甚至如何监管、防范等，与水污染、大气污染和噪声污染相比，还面临无法可治的尴尬。正由于在治理光污染上存在法律空白，没有对光污染进行标准界定，更没有明确监管权限，谁来监管，依据什么监管，都还是个大问号，导致光污染没有引起民众的重视与关注。光污染危害人类身体健康和生态环境安全已经是愈演愈烈，让人纠结不已。

老实说，以往，民众把灯光视为城市发展与文明的象征，还没有在头脑中形成光污染的概念，更没有认知光污染的危害。这就需要立法宣传，让民众认知光污染，规避光污染，防范光污染，打造宜居的城市生活环境。何况，光污染对人体和环境的危害具有“潜伏性”，短期内不容易察觉；特别是大中城市随着发展的加快，民众对亮化、美化和“不夜城”的追求，导致光污染越来越严重。另外，由于光污染的特殊性，不能像水污染等其它污染一样，通过分解、转化和稀释等方式得到消除或减少，导致对光污染的治理只能从源头抓起。这又决定了治理光污染必须有法可依，即迫切需要对光污染予以立法，寻求依靠法律法规进行预防和治理的路子。

当然，仅给光污染立法是不够的，还应该对照亮产品从设计到使用进行规范与监管，对民众进行相关的普法教育，提高对光污染的认知度和防范率等。特别是出台了法律法规，明确了监管责任，还应该加大执法力度，严格执法，从严查处，对光污染者决不姑息迁就，下不为例。唯此，才能造福于民，提高民众的生活幸福指数。