

■三言两拍

情人节就要到了,进口玫瑰成为抢手货,在四川成都市三圣乡花卉批发市场,厄瓜多尔进口玫瑰、25枝一束的“自由女神”,批发价达到1500元,每枝均价60元,零售价格更是逼近百元大关。批发店老板说,半个月前,这些花就全部预订完了。(2月12日《华西都市报》)



“天价玫瑰”情人节 消费分层背后的情感商品化

文/杨朝清

伴随着社会变迁,人们的情感表达方式不断发生转变;从“爱在心口难开”到“爱就要说出来”,情感表达越来越显性化、常态化。作为一种情感表达的手段,玫瑰受到很多年轻人的青睐;年轻人通过玫瑰这一工具,进行有声或者无言的符号互动;男青年投其所好,女青年心领神会,双方心照不宣、约定俗成地完成了一次情感表达。

尽管都是玫瑰,不同的玫瑰却具有不同的身价。既然玫瑰都具有情感表达的功能,为何还有不少人愿意一掷千金购买“天价玫瑰”呢?因为消费不仅是一种经济活动,也是一种社会活动;人们往往利用消费上的差异,来建构不同社会阶层的区隔与界限。换言之,消费不仅具有满足生活所需的实际功能,还具有抽象的符号功能,即社会表现和社会竞争的功能。

在日常生活中,人们通常按照品质和成本赋予不同的玫瑰以不同的符号意义。越是稀缺和美丽的玫瑰,在意义的等级系统中越是占据较高的地位;反过来,那些寻常和普通的玫瑰,只能在意义的等级系统中获得较低的地位。一些年轻人之所以热衷进口玫瑰,就是因为这不仅能彰显自身的经济实力 and 消费能力,也能彰显个人的审美品位

给“天价玫瑰”寻找一份替代品

文/苑广阔

情人节还没到,批发价1500元一束的“天价玫瑰”就频频“上头条”,乃至有网友调侃说,一些小伙子为了省点钱,不得不组团去花店以批发价买玫瑰,这不是把情人变成了商人嘛!情人未必是商人,但是在1500元一束,60元一枝的“天价玫瑰”面前,本该纯情、浪漫的情人节充满了浓重的商业味道,甚至成为很多人的一种负担,却是不争的事实。

尽管爱情是浪漫的,也是无价的,但是如果浪漫的成本太高,超过了我们的荷包承受能力,就应该引起我们的反思了,毕竟爱情再无价,但大多数人的荷包厚度却是有限的。而且,对于那些真正已经进入谈婚论嫁阶段的情场男女来说,更应该为了婚后的日子做一番打算,不惜一切地用金钱换浪漫,弄得经济格外拮据,婚后的日子,恐怕既难以适应,也难以承担。

正所谓物极必反,面对屡屡出现的“天价玫瑰”,一些年轻人开始向其说不,也向传统而老套的情人节过节方式说不。其实仔细想想,之所以愿意拿出一笔钱去购买“天价玫瑰”,无非是为了向爱人表达爱意,增进两人之间的感情,但是表达爱意和增进感情的方式,难道只有买玫瑰一种

和生活格调。

著名女性社会学者佟新认为:“如今我们否认纯真爱情的存在,是因为所有的爱 and 情都可以明码标价了。在商品化中我们失去了表达情感的手段和能力,因为所有手段都是物化的、商品化的。”玫瑰的身价尽管和情感表达没有直接挂钩,但在不少人看来,“玫瑰越昂贵,心意越珍贵”。这种错乱的价值认同一旦形成,必然会驱使乃至裹挟年轻人追逐“天价玫瑰”。

在商业资本的推波助澜下,情人节成为一种看似繁华的集体狂欢;玫瑰销量的逐年攀升,并不代表情感生活的品质在逐渐提升。市场化和商品化将人们情感的欲求和满足以等级化的价格呈现出来,在婚恋市场上不同经济状况的男人受女人欢迎的程度是不同的。在此背景下,一些家境并不优渥、缺乏财富积累的年轻人就会陷入“不敢爱”、“娶不起”的婚恋困境。

爱是离不开责任和担当的存在,但爱也需要包容和体谅。用炫耀性消费、符号性消费来进行情感表达,没有多大的必要。对于青年男女而言,只有学会理解爱、表达爱,才能爱得更加纯粹一些、轻松一些;当扭曲的消费文化得到纠偏,“天价玫瑰”的虚火才会降温。

选择吗?更何况现在市场上“保质期”最久的玫瑰,也不过是三四天左右,过了“保质期”,它们的归宿就只有垃圾桶,想想实在很可惜,很浪费。

但是另外一些方式,不但一样可以表达爱意、增进感情,而且还历久弥新,远远比买一束玫瑰更有价值和意义。有数据显示,今年情人节就在元宵之后,恰逢节后传统旅游淡季,国内长线游、出境游产品报价大幅下降。因此,和心爱的人一起拼假错峰出游,成为较多年轻人的选择。不少恋人和夫妻都选择拼假出游,日韩、港澳台、新马泰等多个出境热门目的地预订热度持续上升。

以旅游作为“天价玫瑰”的替代品,显然更务实,更有价值和意义。而有些情侣则把自己的爱情和社会责任实现了“无缝对接”,比如以手挽手一起去献血的方式见证自己的爱情,更是值得称道。一本象征着责任与荣誉的献血证,则成了男女爱情最好的证明。

不管是在情人节的过节方式上,还是在其他方面,年轻人就应该有创新,有创意,同时还能量力而行、理性务实,这样的“另一半”,才值得托付终生。

■她时代观点

“离婚劝导志愿者”不是婚姻的守护神

文/郭元鹏

春节长假结束了,不少人也给自己的婚姻划上了句号。记者了解到,赶到宁波民政局各县(市)区婚姻登记处去办理离婚登记的市民增加不少。统计显示,从年初七2月3日至2月9日,宁波有426对夫妻分道扬镳。离婚劝导志愿者在介入多起案例之后,深有感触地对记者说:“春节后离婚数量的骤增,这或许也是另一种‘节后综合征’”

(2月13日《宁波晚报》)

这条新闻,关注的是“春节离婚综合征”。我觉得赋予正常的离婚为“春节离婚综合征”本身就值得商榷。离婚率走高和节日期间产生矛盾有一定关系,但是也只能算是压倒“婚姻骆驼”的最后一根稻草,真正离婚的原因未必就是因为节日矛盾。其实,看到这则新闻,我更关注的是“离婚劝导志愿者”。

不能不说建立“离婚劝导志愿者”是用心良苦的。民政部门招募这么多“离婚劝导志愿者”是为了维系婚姻的,是为了让婚姻不破裂的,可是,这也是一种尴尬的事情。“离婚劝导志愿者”就呆在离婚登记处的大厅里,看到有人前来办理离婚手续,就会靠上去,询问离婚原因,进行劝说。实际上,这种好心带来的可能就是一种骚扰。

离婚是分为很多情况的。有的情况确实属于一时冲动。对于这种情况,“离婚劝导志愿者”应该能起到一定

■社会观察

“上班喝牛奶”不必较真也别轻视

文/吴左琼

近日,湖南省郴州高新技术产业开发区管委会纪检监察室通报某员工“早上9点在办公室喝牛奶”引发关注。2月12日,郴州高新区党工委委员、纪工委书记黄志中跟记者确认了这个消息,称相关单位只对其进行了口头的批评教育。但他也表示“喝牛奶”措辞不严谨,让大家的理解出现偏差。

(2月13日《新京报》)

从通报来看,的确有如大多数的观感,该单位似乎有点不近人情、矫枉过正。因为,喝杯牛奶如果不影响工作,不是窗口工作人员接待群众途中去喝,不必大惊小怪。然而,从相关单位的解释我们似乎发现,这份问责意见单,是该园区纪工委在暗访时发现某工作人员在上班期间“一边喝核桃早餐奶,一边浏览网页,旁边还有一些零食”;也就是所谓的上班时间吃早餐时作出的决定。然而,这些行为恐怕不仅是该园区不允许,其他单位也是有所约束的。

因为上班期间吃早餐的确有不良影响,不仅影响工作,如果是窗口单位,必然会给来办事的群众造成纪律不严、态度不正甚至不作为等不良印象。所以,从这个意义上来说,

劝说他们回家。问题是,还有一种情况,那就是感情破裂的,那就是已经无法在“一个屋檐下生活”的。他们的感情已经破裂了,不是“离婚劝导志愿者”通过几句话就能化解恩怨情仇的。他们离婚是自愿的,是经过深思熟虑的。

这个时候,“离婚劝导志愿者”的突然介入就是十分尴尬的事情。人家在这里排队等候离婚,你却问这问那,甚至有的问题还涉及个人隐私,会让真正想离婚的人十分反感,这实际上就成了一种骚扰。试问,谁想把自己的隐私告诉一个陌生人?

从法理的角度来说,结婚自由,离婚也是自由的。这些到离婚登记处办理离婚手续的人是符合法律规定的,“离婚劝导志愿者”的介入其实还涉及到干涉离婚自由法理。

受到“宁拆十座庙,不拆一桩婚”传统观念的影响,我们总是会劝说别人不要离婚,也就有了民政部门招募“离婚劝导志愿者”这种事情。出发点是好的,维系婚姻的稳固也是对的。但是,依靠“离婚劝导志愿者”维系婚姻也是不靠谱的。不该离婚的离不了,哪怕是拿到了离婚证,也会复婚的。该离的婚,劝了也枉然,情感破裂之后,强扭的瓜也不会甜。

关注离婚现象是对的,但是真正能够解决问题的是传播正确的婚姻观、价值观、情感观,让人们正确看待离婚,不出现冲动型的离婚就可以了,而不是指望“离婚劝导志愿者”。

该园区纪工委在暗访发现问题后,提示该单位对当事人批评教育、严肃纪律并不为过。虽然很多群众可能会因为相关部门不够严谨的表述为当事人“叫屈”,说明广大群众善解人意,但并不代表广大党员干部可以“推而广之”,更应该把群众的体谅当成动力和提醒。因为,机关事业单位工作人员的工作状态,不仅关系到政府部门形象,还关乎对群众的感情问题。一句话,为民服务,不能“做样子”;也不能“打太极”;不能“不作为”;也不能“和稀泥”,全心全意为人民服务,更接受群众监督。

相关部门虽不必为喝杯牛奶较真,但也不能轻视“上班时间吃早餐”等现象背后可能隐藏的“真问题”。我们知道,吃早饭虽是生活必需,也应该尽量在工作之前解决,不管喝牛奶还是咖啡,都不能成为耽误为群众办事的借口,即便是更加“人性化”的下午茶时间,缓解小饿小困添点小零食,也要尽量在“茶水间”进行,避免造成群众误解。

所以,“喝牛奶被问责”,不管是对当事人还是相关部门,不管是对涉事者还是旁观者,都不失为一个善意的提醒!