

一家之言 >>

“不以结婚为目的”的婚恋节目，是泛娱乐的忧伤

文/郝雪梅

相亲，在单身人口比例越来越高的现代社会，已是高频话题。这不，最近由腾讯视频和米未联合出品的《请与这样的我恋爱吧》闯入观众视野，婚恋节目大家庭再添新成员。

(8月15日《新京报》)

婚恋节目的“杰出代表”应该就是那个“往前一步是幸福”的《非诚勿扰》了。从《非诚勿扰》开始，全国各地推出的婚恋节目是排山倒海，前赴后继。然而，即便是《非诚勿扰》这样档次的婚恋节目，真正促成的婚姻有多少呢？“往前一步是幸福”变成了“退后一步是网红”。结婚的没有几个，成为网红的倒是不少。

有调查显示，目前火热的婚恋节目，促成的婚姻少之又少，甚至连促成恋爱的作用都没有起到。在电视荧屏里，“幸福牵手”离场，到了台下留个微信，就各奔东西了。导致这种结果的原因其实十分简单，所有的婚恋节目都“不是以结婚为目的”的，大多数参加婚恋节目的帅哥美女，也都“不是以结婚为目的”，甚至连交友的目的都没有。

曾经一名很有争议的“网红”女子，她一年到头就是参加婚恋节目。在这个卫视“牵手失败”走了，到另一个卫视“牵手失败”走了，再到了一家卫视还是“牵手失败”走了。不是她没有被“爆灯”，而是每一次被“爆灯”的时候，她都是拒绝的，拒绝的理由千千万万，最终连拒绝的理由都找不到了。知情人说，她参加婚恋节目，其实并不是来寻找幸福婚姻的，而是为了换取出镜率，



图/吴小兵

想依靠出镜率进军演艺界，希望有一天成为“范冰冰”或是“李冰冰”。

这名女子就是“不以结婚为目的”的代表人物之一。而实际上，有这种心态的女性很多，她们就是“赖在镜头里”不愿意离去，有的人在一个节目里能待上半年的时间。

除了参与女性“不以结婚为目的”之外，很多卫视的婚恋节目也“不以结婚为目的”。他们在选择嘉宾的时候，考虑的不是“谁最想找到另一半”，而是谁的颜值更高，谁更能制造社会热点。当选择的门槛是“谁更能制造热点”的时候，这样的婚恋节目也就是有问题的了。目的很简单，换取收视率，换取广告费。我们看到很多婚恋节目，都有婚恋网站的友情赞助，而有些婚恋网站提供的嘉宾，有不少就是“婚恋演员”，并不是真正的征婚者。

“不以结婚为目的”的婚恋节目，其实是泛娱乐的忧伤。这种类型的节目虽然没有危害，但也该好好管管了。

一针见血 >>

“差评师”挨罚，“好评师”也当罚酒三杯

文/邓海建

近日，江苏省海门市人民法院受理了一起关于电商平台诉网络“差评师”侵权案件。阿里巴巴以侵权为由起诉3名利用恶意差评敲诈商家的“差评师”，请求法院判令其赔偿1元，并在淘宝网主页向商家致歉。一时间，网络“差评师”这个“职业”成为舆论关注的焦点。

(8月14日《经济日报》)

差评或者好评，是市场消费口碑。人际传播年代，基本心口相传，舞弊成本太高、链条太长，商家有心无力；互联网时代，分分钟能刷好评差评，且评价直接挂钩销量，倒逼卖家心思活泛起来。差评师这个行当，就是摸准了商家重视美誉度的“七寸”，以泼粪为职业，以抹黑为匕首，威逼利诱，坑蒙拐骗。电商“1元钱”的诉讼要求，更多的还是示范警醒效应，指望更多的监管者能将类似灰黑产业纳入常态监管范畴。

“差评师”，说白了就是口碑江湖上的“职业水军”。市场经济的本质，就是日趋成熟的信用经济。在电商“买买买”成为消费主流的今天，信用评价系统是消费者主要决策参考之一，也是诸多电商最为核心的竞争力之一。职业“差评师”主观恶意污染评价数据，这种泼皮无赖的行当，不仅侵犯消费者自主选择权、损害被敲诈的商家利益，更搅浑了互联网公平交易的秩序。数额巨大的，刑法上有敲诈勒索罪伺候着；数额较小或次数较低的，可依据治安管理处罚

法予以行政处罚。在这个问题上，小商家固然不能姑息养奸，大平台更要扛起清理门户的责任大旗。合理而治、聚力而为，差评才不至于成为一种谋利的暗器。

不过，“差评师”固然要挨罚，“好评师”就该沾沾自喜、逍遥看戏？

早在2015年，英国媒体就曾报道，在线零售巨头亚马逊宣布在美国起诉超过1000名给图书、餐馆或度假产品发布虚假评论的人。亚马逊声称，这1114名被告仅仅为了5美元的报酬就提供虚假评论，而且多数被告都给了商家产品五星级评论。

看来，职业“好评师”和职业“差评师”，总是相携而生的，本质上都是一回事。好评或者差评，只要是虚假的、乃至以此为职业的，恐怕都应该纳入法治严惩的聚光灯下。

当然，相较于职业“差评师”而言，职业“好评师”更难甄别——毕竟彼此合穿一条裤子，指望他们窝里反，很困难。这就需要电商平台建立更为科学而精准的数据监控体系，对于好评中的周期性异动，进行追查甄别。此外，无论是“好评师”还是“差评师”，一旦坐实违法违规行径，必须加大惩戒成本，比如通过失信者名单建设等，让刷评者在现代经济社会寸步难行。

“差评师”挨罚，“好评师”起码也当罚酒三杯。消费评价等信用体系，就该用刚性的法治牙齿和制度肌肉来捍卫。

谐 音文字
趣 趣人生

“付”与“福”

文/石川

著名的“六尺巷”故事，一直是一段流传至今的佳话。

说的是清代康熙年间，安徽省桐城县出生的礼部尚书张英的家人与邻居吴家在宅基地问题上发生了争执，家人飞书京城，让张英打招呼“摆平”吴家。而张英回信给家人的是一首打油诗：“千里修书只为墙，让他三尺又何妨。万里长城今犹在，不见当年秦始皇。”家人见书，主动在争执线上退让了三尺，下垒建墙，邻居吴氏深受感动，也退地三尺，建宅置院。于是，两家的院墙之间便留出了一条宽六尺的巷子。

这则故事道出了礼让便有和睦、付出换来福报的道理。

由此，也便让人联想到了“付”与“福”的关系。

“付”，除偶尔用作量词外，主要是指给予、交出和谦让之意，是一种布施的行动，是一种先期的垫付。“福”，尽管意义多种，但主要是与“祸”义相对，表达长寿、富贵、康宁、和睦、顺利和幸运等吉祥之意，是人类的美好期盼和普遍向往。

“福”，始终是藏在人们心头的理想和追求。有些人甚至还盼望着洪福齐天、福星高照和福如东海。在中华民族的习俗中，每逢春节，人们还将“福”字贴上门，祈求在新的一年里逢凶化吉，遇难呈祥，一顺百顺，诸事如意。有的人干脆将“福”字倒过来贴在门上，祈求“福到家门”和“福气临门”。还有一些人喜欢选用“福”字给自己的小孩取名，以此祈望着小孩成长得健康康和顺顺利利。

“付”，却并不是人人都愿意。因为它要么是一种既得“奶酪”的分切，要么是一种利益的转让，要么是一种拥有的割舍，要么就是一种时间、精力、体力的耗费。只有拥有长远眼光，并具备一定风格和境界的人才会做出“付”的选择和行动。

然而，梦想永远不会自动成真，“福”从来不会从天而降。“福”的驾到，需要“付”的投入。有“付”兴许不一定换来所期望的“福”，但没有“付”的表现，却永远不可能有“福”的呈现。从这个意义上说，“付”就是“福”的基础与铺垫，“福”则是“付”的促成与铸就，“付”的多少影响着“福”的大小，“福”的降临必须要有“付”的前期介入。

现实中，总有一些人并不明白“付”与“福”的关系。他们要么只想有福，却不问福的来由，从而不清楚如何去造福；要么虽然明白个中的道理却不愿意按照“福”到的规律去行事。希望长寿，却不遵守长寿的秘诀；希望富贵，却好吃懒做；希望康宁，却不防患于未然；

希望和睦，却处处锱铢必较；希望顺利，却只想自己不想别人；希望幸运，却从不做任何必需的准备。对于投入的事、付出的事、舍弃的事、谦让的事等须个人作出主观努力和主观约束的事，要么不愿做，要么打折扣。虽然心里想着“福”、口里念着“福”、眼里盼着“福”，但实际情形不是不安就是不顺，不是霉运缠身就是人际紧张，“福”分不拢边，“福”梦总难圆。这样的人，即便在家门贴再多再大的“福”，即便对“福”字反复地予以顶礼膜拜，其结果只会是年年徒羡别人享清福，岁岁哀叹自己命比黄连苦。

除了文章开头提到的“六尺巷”故事，其实，“付”与“福”，从古至今便是相辅相成、相得益彰。汗滴禾下土，方可换得稻花香里说丰年；十年寒窗苦读，方可换得天下知的功名；台下十年功的苦练，方可换得台上一分钟的掌声响起。那些真正享有福分的人，其光鲜亮丽的背后无一不是辛勤的付出。

历史和现实反复证明，福来自布施，来自孝顺，来自谦虚，来自仁义，来自不欺，来自善贤，来自勤奋，来自俭朴，来自平淡，来自真诚，来自厚道，来自尊重。它需要与人为善，爱敬存心，成人之美，救人危急，护持正法，敬重尊长，爱惜物命等利他行为的践行，需要对人待物的善行义举和真心付出。人的付出与善行，福兴许未至，但祸已绝对地远离；人的吝惜与行恶，祸兴许未至，但福已离己而去。

有智者曾经说过，没钱的时候，把勤奋布施出去，钱就来了；有钱的时候，把钱布施出去，人就来了；有人的时候，把爱布施出去，事业就来了；事业成就的时候，把智慧布施出去，喜悦就来了。为世界留下《蒙娜丽莎》、《最后的晚餐》等艺术杰作的意大利艺术家达·芬奇曾说道，勤劳一日，可得一夜安眠；勤劳一生，可得幸福长眠。中国的俗语也常常说及，天道酬勤，财散人聚，博爱领众，德行天下，吃苦是福，吃亏是福。这些名言俗语，无一不诠释着“付”与“福”的辩证关系。

“吉凶祸福有来由，但要深知不要忧”。明白了“付”与“福”的奥妙，便不会望“福”兴叹和“身在福中不知福”，并以“付”的行动去创造“福”、迎接“福”、拥抱“福”。

扫一扫，
转发美文