光洲评论

外国盐比中国盐更……

◇杨光洲

外国月亮比中国的圆,外国空气比中国的甜,虽然这两句话都出自留学国外的学者之口,但其荒谬程度确实如痴人胡言乱语。不过,也难说有多大的害处,因为智力正常的成年人,谁会相信这种如发高烧病人的昏话呢?不仅难成大害,而且,以此作反面教材,还能让人看清崇洋者的媚态与媚骨,有寓教于乐的功效。然而,近来又有人以明示或暗示的伎俩,拿外国的食盐与中国的食盐做比较,个中滋味,却无"月圆""气甜"的风雅幽默,而是藏着骗财的陷阱。

有些网络平台,不时会有面目各异的网红进口盐登台表演。这些舶来品贵得离谱。一袋400克的国产食用精盐,一般售价为3元,而进口食盐,动辄要贵出几十倍。来自大西洋沿岸某国的85克食盐卖到149元,每克售价约为国产食用精盐的233倍。进口食盐,真的都物有所值吗?贵得都真有道理吗?且听进口食盐商家广告中的说辞:

俺家的盐,生成于四十多亿年前的海洋;

俺家的盐,是大自然的恩赐;

俺家的盐,俺国家的家庭都在吃……

难道这些就是你家食盐在中国卖天价的正当理由吗?

地球上的海盐,都来自海洋,各大洋是相通的。你家食盐并不比谁家的食盐年纪大、资格老、辈分高。

在谈到你家食盐时,尽管你饱含深情地用"恩赐"二字跟大自然拉关系、套近乎,但是,大自然与中国的关系也很铁,给中国的盐资源,丰富且优质,长芦盐场、苏北盐场、布袋盐场、莺歌海盐场驰名世界。

你国家的家庭都吃本国的盐,竟成了你骄傲的资本,以此为卖点,是不是有点夜郎自大了呢?中国人的吃中国盐,吃出了四大发明,吃出了《黄帝内经》,吃出了唐诗宋词,吃出了雄赳赳气昂昂的中国人民志愿军,吃出了袁隆平、莫言、屠呦呦……中国人对自己家的盐充满自信,有什么必要为你兜售的高价舶来品花冤枉钱?

为了卖高价,进口食盐商还说自家的盐含有80多种特殊的矿物质。其实,根据我国《食品营养强化剂使用标准》,是不允许食盐中添加除碘以外的营养强化剂的。食盐的主要成分就是氯化钠,所占比例为98%以上。世界卫生组织建议每人每天食盐的摄入量不要超过5克。过量摄入食盐会对人的健康造成不利影响。试想,在总量为5克的食盐中,80余种矿物质的总占比不到2%,每种矿物质又能有多大的量呢?你若指望花钱从天价盐中有效补充80多种矿物质,那就是被忽悠了。

商场如战场。兵者,诡道也。过去无商不奸。用历史、文化、消费群体等元素把自家极普通的商品包装得与众不同,这是某些商家的看家本领。但是,如今,诚实信用是我国民商事活动必须遵循的原则。对于虚假宣传、误导消费的进口盐卖家以及为其提供平台者,市场监管等部门应依法进行查处。

在中国科技、生产力落后的年代,"洋"成了高端、高价、时髦的符号:洋车,洋油,洋烟,洋布……随着时代的进步,科技与生产力水平的提升,"洋"早已不再是束缚中国人民的绳索。然而,现在某些进口盐却又忽悠了部分国人,可见崇洋之阴影并未全部散去,或者遇一定条件,又死灰复燃。对进口盐的宣传若不依法管束,没准会泛滥滋生出个"洋盐"的怪胎词语。

外国盐比中国盐更酸?更甜?更苦?更辣?更健康?更浪漫?还是环球同此咸淡?你是否心甘情愿交智商税呢?盐中有大义,购盐当审慎。消费代表你的心。就看你买的那包盐了!

◎论理

面对谣言须冷静

◇田向文

谣言自古有之,讲述最多的是三人成虎与挖井得人。

三人成虎出自《战国策·魏策》:庞葱陪同太子去邯郸做人质,临行前庞葱对魏王说:"一个人说街市上有老虎,您相信吗?"魏王说:"不信。""两个人说街市有老虎,您相信吗?"魏王说:"半信半疑。""三个人说街市有老虎,您相信吗?"魏王说:"寡人相信啊。"庞葱说:"街市上本来没有老虎,但是三个人说有,您也就相信了。我要去的邯郸离大梁比街市远很多倍。我离开大梁后,诽谤臣与太子的人可不止于三个,愿大王您在那个时候能够明察。"魏王说:"寡人知道怎么处理。"庞葱与太子离开后,对他们的诽谤就传开了。后来庞葱与太子从邯郸回来,魏王果然不再接见他们。这则故事是用寓言讲述谣言的危害。魏王虽然懂得了三人成虎的道理,但还是被谣言所左右。

挖井得人出自《吕氏春秋·慎行论》:宋国有个姓丁的人,由于家里没有水井,因此特派一人专管打水的事。后来他家要打一口水井,他告诉别人说:"我家打水井需要有一个人帮忙。"有人听了就去传播:"丁家挖井得到了一个人。"于是都城的人纷纷传说这件事。宋君听到后,就派人向姓丁的问明情况,姓丁的答道:"需要有一个人帮忙挖井,并非在井内挖到了一个活人。"书中评价的原文为"求闻之若此,不若无闻也"——听这样的传言,不如不听。

谣言多以沸沸扬扬真假难辨的传闻面目出现。如何应对种种传闻,则是很多人面对的考题。唐朝程皓的故事可以给人一点点启迪。

《唐语林》记载:检校刑部郎中程皓,做事周密谨慎,从来不议论他人的长短。同事们聚会时,经常会发生议论他人是非的情况,但每次程皓都不参与,而是坐在一旁缄默不语。等到同事们议论完了,程皓才慢慢地替他人辩解:"此皆众人妄传,其实不尔。"(这都是别人乱说的,实际情况不是这样的。)有时候还列举他人的长处。有一次,程皓在大庭广众之下被人辱骂,在座的人都惊愕不已,并替他愤怒,没有想到程皓却不动声色地起身避开了,说:"彼人醉耳,何可与言。"这个人喝醉了,与他有什么值得说的呢。

程皓的性格周密谨慎,做事就会认真仔细;闲谈勿论人非,就会多思己过,三省吾身,就不会祸从口出,惹祸上身;对待针对自己的诽谤,不动声色地淡然处之,是大度更是智慧;当然,谣言在程皓这里也断掉了传播的途径。

谣言就是谣言,谣言不能永远掩盖真相。人在面对谣言时要保持清醒的头脑,不信谣,不传谣,像程皓一样缄默不语,闲谈勿论人非。谣言像蛊惑人心的妖怪,你若心生定力,见怪不怪,理性睿智,它便难有可乘之机。

◎画里有话

权威第一 比赛第二

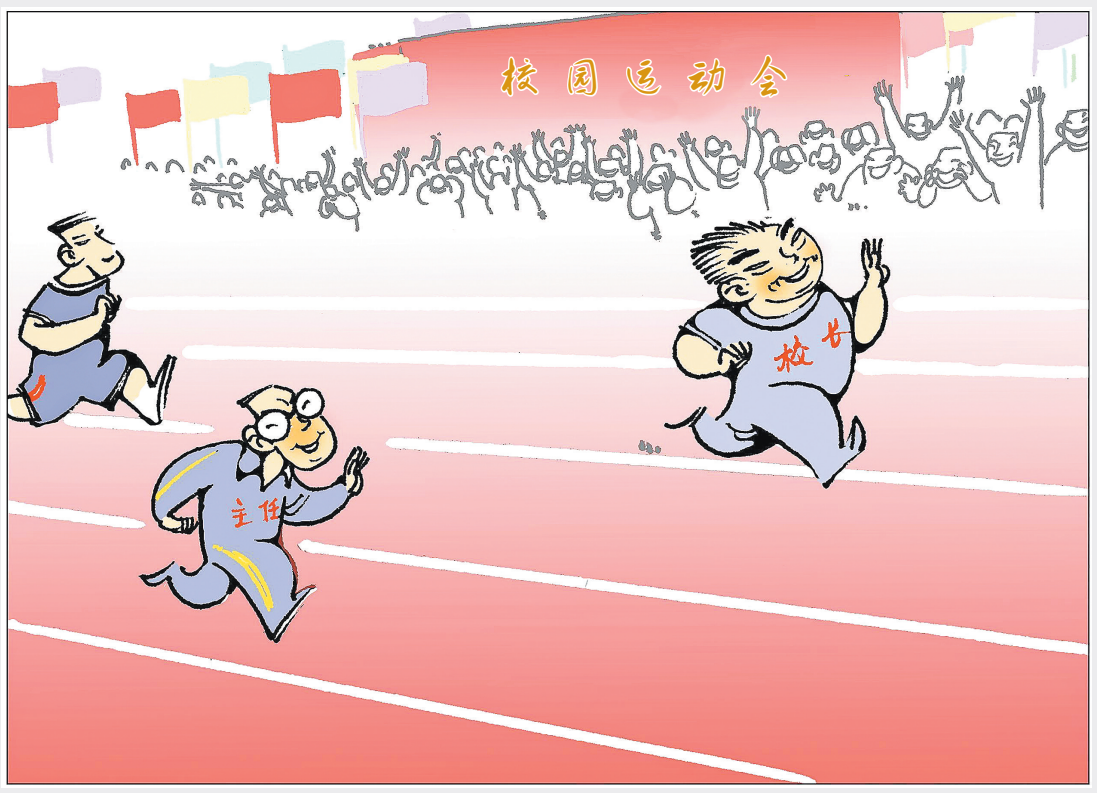
一

领导亲自参赛,
我等必须求败。
维护上级权威,
丝毫不敢懈怠。

二

领导事事英明,
我等紧跟听令。
追随闪光足迹,
亦步亦趋遵命。

马菁海 绘　杨光洲 文



◎聊天

叫 场

◇王俊良

《红楼梦》中王熙凤出场,是在林黛玉进贾府,拜见外祖母、舅舅、舅妈一干人之后。随着一声响亮的声音,"我来迟了,不曾迎接远客"!王熙凤才闪亮登场。

这一情节,像极了京戏中的叫场:人隐于幕后,人未到,声先闻,为角色上场造势。蜀汉丞相诸葛亮,走出隆中之前,多层次、多角度、多种形式地造势,均属气氛十足的叫场。

诸葛亮《出师表》,以"臣本布衣,躬耕于南阳,苟全性命于乱世,不求闻达于诸侯。先帝不以臣卑鄙,猥自枉屈,三顾臣于草庐之中",夺古今叫场之冠。由之演绎的一切,包括杜甫"三顾频烦天下计,两朝开济老臣心",皆不出叫场之囿。

罗贯中写三顾茅庐,有刻意叫场之嫌。其一改惜墨如金写作习惯,用近两个章回篇幅,浓墨重彩地反复皴染三顾茅庐过程,把诸葛亮的出场,打造得既神秘,又光鲜亮丽。

先是借司马徽之口,高调将诸葛亮类比吕尚、张良,接着又安排名士崔州平、石广元、孟公威三人,从不同角度介绍诸葛亮文能治国、武能安邦的雄才大略。还让诸葛亮岳父黄承彦、弟弟诸葛均先后出场,分别诉说诸葛亮身在隆中,心怀天下的襟怀。

吕尚"兴周灭商"的出场,与诸葛亮的叫场有几分形似。吕尚出场之前,也如法炮制了一个吸引眼球的叫场套路。不同之处,一个注重过程,凸显茅庐之"三顾";一个在意目的,重点不是"姜太公钓鱼",而是"愿者上钩"。

吕尚钓鱼,气氛造得无可挑剔。唯一的不足,是吕尚年龄偏大。之前,除在棘津卖过小吃,在朝歌当过屠夫,并无治国安邦履历。据《韩诗外传》透露,吕尚"九十乃为天子师,则遇文王也"。在学历、工作经历皆无,年龄也严重超限的情况下,这个场咋"叫"?

年已九十的吕尚,在渭水制造悬钩垂钓看点,吸引出猎的西伯。《史记》载,占卜出猎"所获非龙非彲,非虎非罴,所获霸王之辅"。周西伯猎,果遇太公于渭之阳,与语大说,感慨道"自吾先君太公曰'当有圣人适周,周以兴'。子真是邪?吾太公望子久矣!"

占卜与果遇,这两个细节的字里行间,透露出吕尚的过人之处。也难怪,周西伯"与吕尚阴谋修德以倾商政,其事多兵权与奇计,故后世之言兵及周之阴权皆宗太公为本谋"。就是说,后世的暴力革命,用得都是吕尚当年兴周灭殷的老药方。

吕尚渭水垂钓千年之后,东汉严光在富春江上又故伎重演。这一次,严光在钓具上进行了一系列革新:鱼线上,干脆不挂鱼钩;坐在高高的钓台上,鱼线离江面至少还有三丈。叫场依旧,套路依旧,只是"你站在桥上看风景,看风景的人在楼上看你"。

说是叫场,实则做场。明场,是严光"垂钓";暗场,为凸显光武"襟怀"。《后汉书》载,光武即位,严光乃变名姓,隐身不见。帝思其贤,乃令以物色访之。有人上报,"有一男子,披羊裘钓泽中",帝"乃备安车玄纁,遣使聘之。三反而后至。舍于北军。给床褥,太官朝夕进膳"。

严光无诸葛亮、吕尚闪亮登场之后辉煌,却有无冕之王的实惠。试想一下,与东汉一哥过从甚密的同窗,从洛阳到富春江畔,一路走来该有多少隐性利益等待开发!明为隐士的严光,让以范仲淹为代表的读书人,甚至真就信了"先生之风,山高水长"!

可以说,诸葛亮、吕尚叫场,意在上场;严光叫场,却在做场。此做,场上所有风景尽收眼底,止在"明月装饰了你的窗子,你装饰了别人的梦"。

南腔北调

据《工人日报》报道,北京有一支仅有8人的"娘子军",自称"先锋号车间的女工"。她们是一家房屋租赁企业的公益团队,因工作与老年人打交道多,她们特别了解老年人日常生活中的痛点。这支"娘子军"将"智能时代不让老人掉队""互联网适老化"做成了颇具规模的公益事业——在社区举办教老人用手机的课程,研发迭代纸质、视频教材30余版,陆续推广到全国48个城市、2017个社区;开展手机培训课程约9000节,服务老年人约31万人次;在微信群编辑"每日一答"内容,迄今已坚持1100多天……

短评:数字化社会,不让老年人掉队,不仅仅是政府部门和科研机构的事,还离不了对老年人细致入微的关爱。北京的这支8人"娘子军"教老年人用智能手机,就是向在数字化社会遇到困难的老年人伸出了有力的援手。老吾老以及人之老是我们中华民族的传统美德。弘扬这一美德,也须与时俱进。8人的"娘子军"队伍不大,却给几十万老年人送去了温暖。她们所做的公益,切中了很多老年人不会使用互联网的新痛点,焕发出的正能量当然巨大。

近日,山东济南商河的崔先生在网上认识了一名妙龄女子,认为自己找到了爱情,先后给对方转账600多笔累计50多万元。直到警方将对方抓获崔先生才知道,所谓妙龄女子其实是一名壮汉。

短评:无论是线下还是线上,能用钱买来的绝对不是真正的爱情。线下的骗钱爱情陷阱好识别,线上的爱情骗局更具诱惑性,当然把落入所谓爱情圈套者骗得也更惨,甚至连性别都是假的!无论线上线下,异想天开的幸福到头来都只能是竹篮子打水一场空。心存正念,你会找到自己的另一半的。捂牢自己的钱包,不轻信网上的甜言蜜语打钱,不做以钱买爱情的妄想,最起码不会人未脱单,钱先没了。

近日,因员工入职时要不要提供婚育状况的纠纷引发关注。女子陈某某2020年6月15日入职天津某公司,双方签订劳动合同。陈某某在应聘入职填表时虚报婚育情况。2021年3月12日公司以陈某某提供虚假材料及违反公司规章制度为由提出解除劳动合同。陈某某认为,她隐瞒的信息属于个人隐私,并无告知公司的义务,采集这个信息本身就是不合法的。一、二审法院均认为陈某某虽虚报婚育情况,但与劳动合同的履行无必然关系。婚育状况属个人隐私,就业时虚报不构成欺诈,公司据此解除劳动合同违法。

短评:劳动者入职用人单位,在习惯观念中就成了单位的人,就必须服用人单位的管。在此观念中,劳动者只有毫无保留的忠诚义务,而无个人隐私可言。但是,法治环境下,劳动者与用人单位是一种劳动合同关系,双方关系的核心是劳动合同所确定的权利义务。除此之外,任何一方要求对方履行合同以外义务都无法律依据。那些习惯于要求员工绝对服从的用人单位,在向员工提出劳动合同之外的要求、增加其义务或加重其负担时,要先看自己的要求是不是合法,法律红线不可踩!

近日,安徽宿州警方接到群众报警,称电瓶车被盗,民警通过侦查锁定犯罪嫌疑人,并将犯罪嫌疑人孙某抓获。据孙某交代,他专门寻找路边钥匙未拔的电瓶车下手。

短评:不怕贼偷,就怕贼惦记着。贼会惦记着什么呢?一是对其有价值的作案目标,二是主人疏忽大意失于管理的财物。停放电瓶车离开时,得把车子锁上,这是最基本的防范措施。然而,有的车主却做不到,久而久之,竟成了习惯。这样的车主还不在少数。窃贼如饿狼一样在窥探作案的机会,不落锁、不拔钥匙的电瓶车,岂不就是他们眼中的羔羊?停放电瓶车时,最好停在城管部门划定的停车范围内,因这些停车场所多有电子监控探头。停车离开时,要记住落锁拔下钥匙,不要给贼留想头。

据新华社报道,国家互联网信息办公室、工业和信息化部、国家市场监督管理总局近日联合发布了《互联网弹窗信息推送服务管理规定》,自本月30日起施行。国家互联网信息办公室有关负责人表示,规定旨在加强对弹窗信息推送服务的规范管理,维护国家安全和社会公共利益,保护公民、法人和其他组织的合法权益,促进互联网信息服务健康有序发展。

短评:作为网民,谁没有受过弹窗信息的侵扰?对此,以前网民多选择忍,而有关部门在处理时也缺乏明确的依据。现在家多部门联合发布的《互联网弹窗信息推送服务管理规定》,属于行政法范畴的规章,具有约束力和刚性。对于违规弹窗信息侵扰,网民维权和执法部门处罚都有了依据。那些以弹窗损人利己者,该住手了。坏人都是好人惯出来的。网民对于弹窗信息侵扰,要积极举报。清朗网络空间,就是维护网民自身权益。执法部门对违规发射弹窗者,当执法必严,切实尽到守土之责。

据《扬子晚报》报道,近日,一位患者带孩子在扬州市中医院看病,根据医生处方在医院二楼药房拿药并支付136元,后发现同样的药品在外面的连锁大药房仅需64元左右,并且,该药房并不在医院门诊一楼的取药处。对此,该患者提出了疑问。记者调查发现,这位患者反映的情况属实,并且,该药店大部分的药品价格均比市场价超出30%~170%不等。

短评:这位患者遇到了挂羊头卖狗肉的把戏。患者极易把开在医院的纯营利性质大药房当作是医院的,而大药房就是利用患者的这种信任,乘机卖高价药。医院就是无良大药方挂着的羊肉,而高价药就是大药房坑患者的狗肉。医院对这种侵害患者利益的行为难辞其咎。公立医院,应把社会效益放在第一位,像扬州市中医院允许以营利为目的的商家利用医院的设施,误导患者,与无良商家沆瀣一气坑害患者利益的行径,在全国并不是个例。卫生行政部门、市场监管部门当严查。患者也要留心自己所去的医院,发现此类情况,要积极举报,协助执法部门,把在公立医院挂羊头卖狗肉的把戏彻底清扫出去,维护人民医疗卫生事业一方净土。