



星报时评信箱：  
xbxy2010@126.com

微声音  
WEI SHENG YIN

### 打着宗教的幌子 却滥杀无辜的人 是恶魔附身

宗教本是人们对崇高和超越的精神追求，体现生动的现实关怀。而宗教极端的目标，却是斩断人与世俗世界的最后一丝联系，这也正是包括自杀式袭击在内的极端事件的根源所在。人的生命至高无上，任何信念、“神明”与理由，都不能为滥杀无辜辩护。  
@人民日报

### 为何“牯岭街少年” 一再出现？

丝毫不在乎被打少年的生死，拳打脚踢中还夹杂着讽刺讥笑、“手不够狠”的冷漠言语，还有那失去理智的一泡尿。这是一群少年的真实写照，残忍而又准确地呈现出存在于青少年群体之中的暴力行为和暴力心态。这种对生命漠视、对法律无知的态度在质问着谁？  
@正和岛标准

### 人要有正气正心

人如果没有一点正气，邪气就容易上身；人如果没有一点正心，邪心就容易生发。每天养成一点正气，每天培育一点正心，只要一点点，就能祛邪，毕竟邪不压正。社会的悲哀在于，有些人邪不压正，以邪为荣，另一些人如蝇逐臭，唯那是瞻，反而是扬正气立正心者不受待见。但这一定不是你弄正就邪的理由。  
@行者林清平

# 花样翻新的“高温险” 应少点噱头多点惠民

□卞广春

“中秋节赏月险”、“光棍节脱光险”，随着互联网金融的兴起，一个又一个另类的保险产品出现在网络销售渠道。如今，炎热的高温季节一步步临近，又有保险公司推出了“高温险”。(本报今日A06版)

通过网络销售的保险产品，近年来很吸引人的眼球。一是市民自助购买，没有保险员面对面的盯梢，少了一些戒备；二是保险产品的投入不大，有几分娱乐性；三是也有点博弈色彩，投保未知的自然现象，谁赢谁输都吃不准。但是，保险公司推出“中秋节赏月险”、“高温险”之类的险种，绝不是图自己娱乐，也不是为了让购买该保险的市民娱乐。虽然他们不把赚钱写在脸上，但对商业利润的追求是谁也否定不了的。从这个意义上讲，市民投保“高温险”应当适可而止，别盲目放大自己的欲望。

对保险业而言，互联网保险产品还处于起步阶段，保险公司更可能采取谨慎性的经营手法，而不会为了迎合或满足公众的投资欲望冒太大的风险。与十年前相比，不论是财险还是寿险，近年来的保险收入上升幅度趋缓，由于竞争激烈，保险人员处于相对饱和的状态，保险业的发展越来越需要拓展更广阔的空间，互联网发展无疑是天赐良机。但真要有所突破，也不容易。保险业推出的类似高温险，如果少点噱头，多点惠民，让群众尝到甜头，可能会有更好的发展势头。

比如，在销售推广高温险时，可以附加上其他条件，针对不同的人群，采取不同的赔率，既让这一险种得到更广泛的认知，又让某些特殊困难群体从中获得收益，形成以富济贫的理念，有更多的参与者能获得收益，也让购买这一保险的人获得更多的快感。

## 时事乱炖 SHI SHI LUAN DUN

### 广场舞不该被关进以暴制暴的笼子

□李振忠

“阻止广场舞已经绞尽脑汁了，铁丝网都用上了！”前晚，网友“留在大武汉”微博爆料称，屡次劝阻跳广场舞扰民的居民无果，武汉市汉阳区新长江香榭琴台小区物业公司在小区外围广场竖起百余米长的铁丝网。(5月26日《长江日报》)

广场舞其实是一把双刃剑。作为小区居民来说，没有广场舞，此处就是一块文化荒漠，有了广场舞，又成了一种噪音源。作为政府部门来说，一方面倡导街道居民丰富文化生活，组织一定规模的广场舞比赛等群众喜闻乐见的文化活动，另一方面又要城管甚至公安部门来消解广场舞带来的噪音扰民之危害。

而应对广场舞，至少已经出现了放藏獒咬、钢珠枪“枪击”、泼粪、“高音炮”对攻等战略战术。对于如此新闻，既非危言耸听，当然就有其事实对应。那么，为什么一场喜闻乐见的群众娱乐活动，会被以暴制暴化和污名化？以其“双刃剑”的性质来说，凡事都要有个度，过度则一定会破坏某一种和谐与和平，广场舞正是这样一把双刃剑。

广场舞不该被关进以暴制暴的笼子。基层文化工作者和管理者，应当进行充分的管理与引导。管理其“从心所欲而不逾矩”，引导其合法合理合规矩。而所谓的规律与规矩，就是与居民楼保持足够的距离；音量保持不逾矩，最低限度即不扰民；大声喧哗不逾矩，至少应当保持文明与自尊。而当大妈或者大姐们不能保持这种自觉与自尊之时，基层管理者的管理责任就显得尤为重要。



“制暴” 王恒/画

## 世相杂谈 SHI XIANG ZA TAN

### “随礼”挨骂 切中婚俗时弊

□斯涵涵

又到结婚旺季，很多人会莫名其妙地收到“红色炸弹”——可能来自不太熟的同事，认识没多少天的前同事，或是失联多年的同学。近日，有一个帖子在论坛上很热闹，说的就是一件结婚送礼金的事情：一名网友去参加短暂共事过的前同事婚礼，一个人去了，只出了100元礼金。结果呢，遭来同事老婆的一顿臭骂。(5月26日《扬州时报》)

随着人们生活水平的提高，物价上涨，婚宴价格也水涨船高，礼金行情无奈也随行就市不断上涨，让人们“步步惊心”，叫苦不迭。该网友和这位前同事根本不熟，平时连个电话都没有，自己结婚的时候也没邀请对方，假如电话祝福，或者不去，恐怕都不会招骂。在星级酒店办酒席新人的确花费很大，随礼100元并吃两顿，显然超出了新人们的“预算成本”，这就是“随礼”挨骂的起源。

因此，请客送礼双方都太“有才”，骂人和被骂双方都是输家。归根到底，“随礼”挨骂切中婚俗时弊。不论远近亲疏，一律邀请，本意不是收获祝福，结婚图的不是人气和喜气，而惦记着来宾红色的厚薄，说明婚礼已变异为营利性项目，收获怨气乃至废气也就不足为奇。

酒宴和随礼，往往迫于社会的压力和世俗的攀比。在物欲横流、浮躁功利的年代，国人根深蒂固的虚荣心理纠缠着当下利益之上的价值观，将礼轻情意重的美好意蕴全然抛弃。“红色炸弹”已将真挚的情感炸开遥远而冷漠的距离，酒席俨然成为财富比拼、敛财手段和利益算计的演练场，实在是时代的悲哀。

婚礼诚可贵，真情价更高。炫富的婚礼从来不是永恒的代名词，而随礼的“额度”更不应该成为亲情、友情的衡量标尺。“红色炸弹”屡屡来袭，我们如何面对新娘的怒骂，又如何在这个被金钱“绑架”的社会地雷阵中突围而出？面对“红色炸弹”，谁又是那个众人盼望的“拆弹部队”呢？

# 联通特惠季 流量大放送

三星 GALAXY S5

HTC 8160

华为 G610+

酷派 7298A (春雷HD)

联想 A850+

中兴 Q501U

索尼 L39u

0元购手机

8核极速巨屏 24G超大流量送

月月“521” 一年话费不用交

办联通宽带 送手机 送流量 送互联网电视

任选流量包 随时加油 随心定制

上网快 就选沃 www.10010.com