



# “垃圾换如厕”需要的是“双向理解”



4月9日,“游客吐槽甘孜一公厕需凭空瓶进入”在网络上引发热议。四川省绿色江河环境保护促进会(简称绿色江河)9日傍晚在其官方微博回应称,该厕所实为318川藏绿色驿站,是一个环保项目,欢迎公众提出宝贵的可实施方案便于优化改进。(4月9日中新网)

这件事之所以引发网友热议,就在于事件本身的独特性。从表面上看,游客和环境保护组织似乎都没有什么错。游客内急需要如厕,但是因为手边没有垃圾可以兑换绿币,被拒绝进入厕所,由此觉得公益环保厕所的管理方缺乏人性化。但是在环境保护组织看来,他们设立这个环保公厕的目的,就是

为了倡导环保,作为厕所的拥有者和管理者,作出自己的规定没有问题。

当支持双方的网友各抒己见、相持不下的时候,我们应该明白这样一个逻辑,绿色江河作为一个民间环境保护组织,在这个地方修建公益环保厕所的根本目的,其实并不是为了给广大游客提供如厕的服务,而是希望借助游客如厕的刚需,宣传他们的环保理念。所以从游客的角度出发,对于环保组织要求“垃圾换如厕”的规定,还是要多一些理解与支持。

不过站在环保组织的角度,也要考虑这样一个问题,很多人在手里没有垃圾可以兑换绿币上厕所,但同时又确实比较内急的情况下,放着眼前的厕所不给上,确实很容易引发双方的争执和矛盾。更进一步说,如果一

些文明素质不那么高的游客,在没有厕所可上的情况下,选择“就地解决”,这同样会对当地的生态环境带来影响和破坏。所以环保组织以这种方式来宣传环保理念、倡导环保行动没有错,但是在具体的措施上,还有进一步改善和优化的空间。

所以我们说,“垃圾换如厕”本质上并不是谁对谁错的问题,而是一个双方互相理解、互相支持的问题。这件事在网络上的发酵,也许并不是一件坏事,至少可以提醒网友和公众,到这些生态环境脆弱的地方旅游,不但要具有更强的生态环保意识,不乱扔垃圾,而且也知道了有这样的需要用垃圾兑换绿币才能如厕的环保公益厕所,所以可以提前准备一些空瓶子等垃圾,以备不时之需。

苑广阔

## 市场星报

出版单位 安徽市场星报社  
地址 合肥市黄山路599号  
时代数码港24楼



新闻热线 62620110  
广告垂询 62815807  
发行热线 62813115  
总编办 62636366  
采编中心 62623752  
新闻传真 62615582



市场星报电子版  
www.scxb.com.cn  
安徽财经网  
www.ahcaijing.com  
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份  
全年定价 240元  
法律顾问 安徽美林律师事务所  
杨静 律师  
承印单位 新安传媒有限公司  
印务公司  
地址 合肥市望江西路505号  
电话 0551-65333666

## 星报传媒 全媒体矩阵



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



市场星报官方微博



## “微信群内被骂到严重抑郁” 标签化思维害人害己

近日,北京东城法院发布一起名誉权纠纷案。王某在无证据的情况下,先后在多个工作群内发表“损害公司利益”等内容,直指黄某倒卖公司项目,引发多人在群内附和,发出“汉奸”“内鬼”“叛徒”等内容。黄某不堪其扰,深受打击、情绪低落,经医院诊断存在重度抑郁情绪。(4月9日《北京青年报》)

有人的地方就有江湖,企业内部有矛盾在所难免。在信息不对称和信任缺失的背景下,王某利用身份上的优势居高临下地在微信群内对黄某进行辱骂,导致黄某承受心灵上的痛苦与人格上的伤害。“微信群内被骂到严重抑郁”犹如一面镜子,折射出狭隘、粗鄙的企业文化给普通劳动者带来的损伤。

企业渴望员工忠诚没有错,但不能挥舞着“道德大棒”肆意对员工进行伤害。在一些企业,依然存在一种标签化思维。标签化思维的要害,是盲从非此即彼、非友即敌的简单逻辑,陷入一叶障目、以偏概全的思维误



“随地吐痰” 王恒/漫画

区。觉得自己有理、认为对方理亏的王某,在微信群里恣意放纵、为所欲为,对黄某进行形形色色的标签化和污名化,给黄某带来巨大的心理压力,最终导致她不堪重负。在微信群内

骂人固然很解气,标签化思维却很容易导致对某个人、某个群体的误伤。

现代企业内部治理,离不开法律与规则。领导与员工虽有分工上的区别,但也应有基本的平等与尊重。哪怕黄某真有泄露相关信息的嫌疑,公司也可以通过各种合法的渠道进行调查取证,而不能在微信群内通过网络暴力的方式来动用“私刑”。部分人的恶语相向,不仅会让网络暴力受害者正常的生活受到影响,还会留下焦虑、恐惧等心理阴影。

如果放任网络暴力大行其道,今天的施暴者明天也可能成为受害者。网络作为一个开放、共享的公共空间,缺乏审慎、自律的“一人一句”,也可能形成“波涛汹涌”。在这样一个表达的时代里,语言既有分量也有力量,如果不掂量轻重、不计后果“随地吐痰”,很可能让他人成为网暴的受害者。

杨朝清



## 别让“纸巾刺客”“躲猫猫”

“你们这餐巾纸怎么收费这么贵呀?”近日,从山西来乌鲁木齐游玩的朱先生在某连锁餐馆用餐,结账时发现多了一笔5元的餐巾纸费用,他表示不解,“提供餐巾纸不应该是餐馆的基础服务吗?”该餐馆工作人员则表示,该店餐巾纸一直都收费。(4月10日《工人日报》)

真是不问不知道,一问吓一跳。从情理上说,餐馆为顾客提供餐巾纸,本身属于基础性服务,很少有人会想到额外收费。如今,问题既然暴露出来,自然需要引起重视,无论如何都不能让“纸巾刺客”“躲猫猫”。

究其“纸巾刺客”能够“躲猫猫”,很大原因跟消费者的麻痹大意有关。收费的餐馆通常以成本、环保等为由认为收费是合理的,而消费者通常觉得是被迫附加消费。但是,由于餐巾纸收费涉及金额不大,消费者为了面子或者为减少麻烦,大多会选择默默付款。殊不知,消费者的默认,让餐馆变本加厉。

从法律角度说,尽管有关法律法规对于餐巾纸该不该收费并没有明确规

定,是否免费提供和如何定价掌握在经营者手中,但这绝不是“纸巾刺客”“躲猫猫”的理由。首先,消费者在选择餐巾纸上具有选择权。也就是说,一旦餐馆不事先告知,就悄悄把餐巾纸收费加到其它附加费上,就是在剥夺消费者的选择权、知情权。

其次,餐巾纸收费的价格,应该建立在明码标价、价格合理的基础上。但是,一些餐馆让“纸巾刺客”“躲猫猫”,收取的费用价格也相当随意,严格意义上说,这涉嫌价格欺诈。

近年来,随着消费者维权意识的不断提高,以及越来越注重就餐的体验感,一些餐馆不透明的操作,不仅已经严重影响了消费者的体验感,还衍生了很多的矛盾纠纷。

事实上,也只有餐馆着眼长远,不让“纸巾刺客”影响“回头客”,以及监管部门主动出击,加强监管和引导,“纸巾刺客”才不可能“躲猫猫”,避免在“刺”伤消费者的同时,“刺”伤整个营商环境、社会文明。

贺成



## 丰富自己,胜过取悦别人

1.丰富自己,可以多读好书。阅读是一种从外部世界回归精神生活的过程,不仅开阔眼界,更能丰富内心;2.丰富自己,可以多去旅行。旅行可以改变你的生活和心态,让你看到一个不一样的世界;3.丰富自己,可以经常运动。无论生活有多忙,抽点时间去运动,你流过的每一滴汗水,都在塑造一个更有活力的自己;4.丰富自己,还要善于自省。自省是一面镜子,能够照见自己的缺失,继而照亮前进的路途。

@人民日报



## 一个家最好的模样 藏在这三个字中

家是一切的起点,也是我们永远的避风港。家,是一个人精神与心灵最终的归宿。一个家最好的模样,其实不过三个字:净、静、敬。

1.屋净。一个人所居住房间的模样,往往就是这个人内心的折射。把屋子打扫干净,就是在清理内心的思绪,打理自己的心情。2.心静。无论身在何种环境,都要保持一颗静心,淡定从容,浅笑安然。3.人敬。家人之间的尊重和谐,彼此关心和理解,是一个家最好的模样。 @新华社