



“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



掌上安徽APP



市场星报官方微博

时事乱炖

“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会成为受害者。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

热点冷评

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

非常道

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

微声音

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