

# 广场舞不该成为一道无解难题

杨京

国家体育总局近日发布《关于进一步规范广场舞健身活动的通知》。通知提出，要严格规范广场舞健身活动行为，不得在烈士陵园等庄严场所开展广场舞健身活动。

最近两年，有关广场舞的争议时有发生，比如前段时间某地广场舞人群占用篮球场，多地也都曾发生过“烈士陵园跳广场舞”的新闻。连带着，广场舞的参与者也逐渐成为了舆论场中不受欢迎的群体。

先不说法律法规和管理条例，仅仅从公众普遍的观念和情感上看，在这种场合进行广场舞活动就是十分不妥的，也会破

坏陵园本应具有的庄重肃穆的氛围。此次体育总局发布《通知》，引来众人点赞，实在是意料之中。

不过也要看到，此次发布的《通知》，并不是一个具有强制性的条例，指望“药到病除”恐怕不太现实，至少还需要在日常管理中辅以各种措施加以落实。而在对《通知》中的内容加以肯定的同时，紧随其后的则是一个老问题：广场舞应该去哪儿？

广场舞虽然谈不上是高雅活动，但本身也不是什么不良行为。其在舆论场中日渐不堪的口碑，大抵是因为在具体践行中

“跑偏”，“负外部性”愈发扩散的结果。比如扰民、比如占道、比如破坏烈士陵园的氛围……

这种种因素，当然是可控的。问题存在于细节层面，即如何控。

要谈“控制”，至少包括禁止和引导两个方面。有关前者，《通知》作为又一个官方立场上的“表态”，已经得到了公众的认可。而有关后者，可能需要做的工作还有很多，也是根除争议的关键所在。

对于广场舞爱好者来说，他们作为社会的一分子，有关健身休闲活动的合理诉求不应该被无视。在场地短缺，特别是免

费场地越来越难觅的现状短期内难以改变的情况下，如何合理利用现有的资源以平衡各方利益，既考验智慧，也考验责任心。比如说，在公共场地进行分时段管理，对广场舞的时间、规模加以必要规范，等等。

这种种的一切，当然需要管理者付出更多的努力甚至必要的成本。但对于整个社会而言，对各种群体利益和合理诉求的平衡，应该是管理者应该追求的目标。与此同时，无论是不是广场舞爱好者，各个群体之间也应该保证必要的尊重、宽容和自律，在一定的规则框架之内行事。

## 画中有话

### 朋友圈广告治老赖

近日，三门峡市陕州区人民法院利用微信朋友圈可以投放广告的功能，将首批19名抗拒“老赖”的信息推送到辖区10万市民的微信朋友圈内，这是一项有针对性的“精准曝光”计划。据了解，这是三门峡市法院系统首家采用此种方式曝光“老赖”。在此之前，该法院还曾实行定制“老赖”彩铃、执行悬赏保险等多项举措，试图挤压“老赖”的信用生存空间。

图/朱慧卿



## 有啥说啥

“在某种程度上，今天的情况就如同1492年前的欧洲。新世界的发现，对旧世界带来了深远的影响。人类向太空的拓展，甚至将会产生更深远的影响，这将彻底改变人类的未来，甚至会决定我们是否还有未来。”

——霍金

“现在新的科技时代的来临，给年轻人创造了更多的突破阶层固化的机会。在相对公平的技术平台里，年轻人不讲自己的家庭背景，无须争论自己的出身是好是坏。你无须拥有得天独厚的垄断资源就可以白手起家，凭借自己的真才实学对世界做出改善。”

——周鸿祎

“互联网时代，知识被放大，意义却被忽略了。自媒体告诉你的都是知识，所以我们今天讨论一件事时，许多人可以高谈阔论，但少有人关注其中的价值。”

——资深媒体人陈保平

“当下中国艺术市场的乱象，根本原因不是艺术过度商业化，而是因为缺少艺术商业化必须的制衡机制——真正的艺术批评。真正的艺术批评，必须建立在批评家人格严格的独立性和思想完整的自由基础上。”

——清华大学哲学系教授肖鹰

“我是非常支持社交媒体的，没有社交媒体我也不会当选总统，这是一个很棒的工具。但是如果社交媒体把人们隔绝开，让人们不能互相倾听，不能有个好的谈话，因为你一直在忙着照相，那么你就是为社交障碍做贡献。”

——美国前总统奥巴马

投稿邮箱:whshuoba@163.com

## 时事快评

# 假如“野蛮分拣”没有视频曝光

高翔

双11购物狂欢刚刚过去，剁手党们还沉浸在丰收的喜悦和货品即将到手的期待之中。网上突然传出的一段视频，让大家气炸了肺。

视频中，一名穿着快递工服的男子，笑容满面地两次飞脚将车厢中的快递件踢起，背景还有“用劲用劲”的加油声。

双11精心挑选的货品，在快递小哥手中，就是这样一个待遇？

一时舆论哗然，一片声讨之声。知道快递小哥这几天着实辛苦，但这样用脚来装卸，却实在让人无法接受。

更何况视频中周围的快递员一脸轻松，一副习以为常的表情。这个样子，

你还敢把快件交给他们派送吗？天知道下次用脚卸货的，会不会是你心爱的花瓶、好不容易淘来的茶具。

事发之后，涉事的韵达公司官方回应，说这起暴力处理快件事件，是快递员上工太早心有怨气，自导自演了这么一出，公司已经报警处置。

问题是，假如没有这段视频，那么粗暴对待快件、野蛮装卸的事情，有没有发生过？快递公司又会怎么处理？

不难想象，假如没有拍视频，甚至只要不传到网上，“败坏了公司声誉”，公司管理人员发现了，也顶多就是批评几句，罚款了事。甚至可能睁只眼闭只眼，不了了之。反正收快件时，你也不知

道不是？

一个公司管理，靠视频、靠公众的舆论监督，来被动地推动？

一个快递公司，如果不真正从客户的角度出发，严格规章制度，严格管理，而仅仅是因为败坏了公司声誉才严肃处理，那它能走多远？

一个服务型企业，在任务繁重、员工有所怨怼之时，不思考是不是自己保障措施没到位，不想想方设法纾解员工的负面情绪，而是等到事态严重了，再来危机公关，它会不会长期陷入各类负面新闻中而不能自拔？

但愿通过这段视频，韵达们能好好地有所反思。

# 北京珍品堂陈年老酒征集

现因收藏馆需要，现面向社会求购。1951-2017年茅台酒、五粮液酒，各种洋酒，2000年前各种老酒、库存积压的老酒，冬虫夏草，1993年以前生产的安宫牛黄丸、黄酒、老阿胶，片仔癀。凡交易成功，车费报销50元。量大的还可以免费上门收购。

**活动时间：2017年11月14日-21日 8:00-17:00**

(此广告长期有效)

**第一会场：武汉晚报一楼大厅(惠济二路站地铁站B出口)**

联系人：**13263269739 余先生**

**第二会场：武汉亚洲大酒店6楼608室解放大道同济医院站(1路,208路,259路,411路,518路,523路,549路,621路,701路,712路,720路,802路)**

联系人：**18269999105 丁先生**

**第三会场：洪山广场保利大酒店9楼928室(地铁2号线,4号线交汇处,洪山广场A1口出。)**

联系人：**17755836959 杨先生**

郑重提示：请慎重考察,慎重交易。

以下收购茅台酒为53度高度酒(参考价),品相全、不跑酒的价格			
年份	价格(元)	年份	价格(元)
2014-2010	1200-1800	1985-1980	11500-15500
2009-2001	1800-2650	1979-1970	16000-70000
2000-1996	2700-4800	1969-1966	30000-100000
1995-1990	5200-7800	1965-1960	价格面议
1989-1986	8000-10800	1950-1960	价格面议

