

三江热议

“国宴饮料”何以污广告傍身？

斯涵涵

近日，网络上的一组椰树椰汁广告引发争议：在椰树椰汁的户外广告图片上，女性代言人衣着暴露，露出丰满的胸部，配以广告语“椰树牌椰汁，每天一杯，白嫩丰满”；而另一则网络视频广告中，多位胸部丰满的年轻女性手捧椰树椰汁，说出广告语“曲线动人，白嫩丰满”。这组被网友吐槽“辣眼睛”的广告，同样也受到了业内质疑。食品营养专家指出，作为普通食品却宣传丰胸功能，涉嫌违规。2月21日《新京报》

新广告太污？其实，旧广告也不高雅。因这并非椰汁广告第一次出现“辣眼睛”的广告，身为“国宴饮料”椰树集团不止一次遇到普遍质疑，早在八年前其就因恶俗广告遭到批评。时至今日，即便被网友评为海南“最臭广告”，但在椰树集团官网的“广告欣赏”栏目中，仍保留着“木瓜饱满我丰满”等夸大其词、捕风捉影的艳俗广告。

我国《广告法》第三条明确规定，广告应当真实、合法，符合社会主义精神文明建设的要求，第七条规定，广告内容应当有利于人民的身心健康，并且“广告不得有妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚、含有淫秽、迷信、恐怖、暴力、丑恶的内容”之情形。椰树集团这种打情色擦边球的广告，已经明显违反了《广告法》的相关规定。“污广告”无疑是对相关法规的漠视，对广告规范用语的嘲讽，更是对公序良俗的戏弄。

“国宴饮料”何以污广告傍身？源于低俗的广告认知及业态氛围。一些经营商家故意用主谓不清、语意含混的句子，利用文字的丰富联想，造成一个暧昧“氛围”，别有用心地打擦边球广告，毫无顾忌地给公众造成了视觉污染。

近年来，街头不时见到类似污广告，不怕不“雷”，只有更“雷”，文字越暧昧，广告越“辣眼睛”，就越具备话题性、争议性，就越能吸引眼球。一些商家热衷于打出这种隐晦、给人不良暗示的污广告，无非是以恶俗套路推产品和品牌。

据报道，两年时间，椰树集团的产值不仅没有增长，反而减少了4.3亿元。业绩下滑固然是由于饮料企业普遍面临产品滞销、竞争激烈的压力，但也有着品牌老化、缺乏创新的“吃老本”因素。面对销售萎缩和品牌老化，椰树集团不是积极开拓市场，对产品更新换代，而是想出广告炒作的馊主意，殊不知“污广告”与椰树牌椰汁本身的“国宴饮料”定位明显不符，也降低了椰汁行业的“老大”市场地位，对品牌不仅没有促进作用，反而引发不少消费者反感。

据报道，椰树集团的广告不仅遭到公众舆论一边倒的批评，还接连受到了地方工商部门的处罚。文明社会、法治社会对恶俗的广告“污染”就应该零容忍。严格落实法律法规，维护公共道德，坚决清除这类视觉垃圾。而广大生产厂商、商家也应该明白，追求质量与美誉度才是企业、商家做大做长远的基础。

街谈巷议

“霸气局长”的“霸气”从何而来

2月20日，就网传的一段以“正定霸气局长：谁不听话就处理谁，把你揍个半死再起诉你”为题的录音，当事人河北省正定县现代服务园区市场管理局局长褚相国回应称，录音内容部分有剪辑，录音谈话发生在今年1月份，是他在训斥一位犯了错误的下属时所说，并称此事县纪委已经介入。

2月21日中新网

读罢新闻，听完录音，隔着千山万水，隔着厚厚屏幕，都能让人感到那种一手遮天、不可一世的逆天“霸气”。厉害了，我的局长！

局长的“霸气”哪来的？一言以蔽之，大权在握的“一把手”。该局长说得清楚，现代服务园区市场管理局局长是他，市场中心主任是他，旭海通市场建设公司董事长还是他，“三位一体”，在其负责的一亩三分地，他一个人说了算，什么纪律、程序、规定等都可以无视。

说到底，“霸气局长”事件是一个老生常谈的问题，即权力监督制约。十八大以来，为把“一把手”的权力关进笼子里，无论是国家层面还是地方层面，没少宣讲，更构建了多种透明结实的制度笼子，党风政风为之一新。但少数领导干部并未入心入脑，依旧是“这里老子说了算”，处理一个下属歪歪嘴就够了，连遮羞布都不要。

现实中，类似的“一把手”并不罕见，而且一定程度上是公开的秘密。这说明一个道理：健全权力运行制约和监督体系依旧任重道远。

陈广江

“124根圆珠笔芯”书写出的是什么？

2月20日，记者被微信朋友圈里两张笔芯的照片震惊了。第一张笔芯照片的主人是杭州文晖中学初一英语老师占卫兰，都是红色圆珠笔笔芯，主要用于批改作业，共25根，用完花了一学期。第二张笔芯照片的主人是一名高三学生，共124根，主要用于做习题，用完也花了一学期。

2月21日《钱江晚报》

一学期，一个孩子就使用了124根圆珠笔芯，我们看到的是什么？看到的是社会现实的写照。

其一，这是题海战术的写照。这位学生的124根圆珠笔芯全部是用在了做题上。我们说好的素质教育哪去了？我们说好的告别题海战术哪去了？这何尝不是教育方式的迷失？

其二，这是考试模式的写照。学生把大量时间用在了做题上，是因为他们未来的考试模式就是不断地答题。虽然说，题海战术可以让考生有更多“实践经验”，但是也不能不说这种“死记硬背”的答题模式是存在问题的。高考模式不断改革，可是改了那么久，我们依然没有脱离高考的传统模式。不是说这种卷面答题一无是处，而是说进入高等学府，还需要拓展更多渠道。我们不能总是培养“高分低能”的人才。

其三，这是望子成龙的写照。望子成龙、望女成凤，是每一个家长的愿望，我们这些凡夫俗子都不可能摆脱这种牵绊，谁也不想让孩子输在人生的起跑线上。可是，人生的成功究竟是什么？除了学历之外，我们还该关注什么？我们不能放大“知识无用论”，但是也不能任由“学历有用论”走在极端的道路上。“半数中国富豪没有高学历”的事实告诉我们：人生的成功离不开学历，但是学历不是唯一的表现形式。

图说世相

给红包病人好得快？

前几天，广州市民陈小姐的父亲患病在新海医院住院，因病情严重需转院，谁知父亲刚刚抬上救护车，车上的一名“医护人员”就开口索要红包，如果不给就不开车。还说这个红包是吉利的意思，给了后，病就很快好了。新海医院称，该救护车不属于医院，属于救护车公司。

2月21日《信息时报》

给红包病人好得快？这可谓医护人员索要红包的升级版，虽然新海医院矢口否认该救护车不属于医院，但是，这其中脱得了干系吗？

朱慧卿画



文明快评

公交车里卖艺也是一种侵权

马涛

《重庆晨报》载，前几天市民李先生在乘坐公交车时，遇到一名年轻人在车上唱歌卖艺。虽然有乘客当场对年轻人的行为表达出不满和反感，但是，年轻人并没有就此收手。最后，有乘客因为难以忍受车内的噪音，被逼下车。

卖艺乞讨，相信很多人都遇见过，或者也奉献过爱心，哪怕真假难辨。我相信，大人都认可这样一种方式：你在公共场合卖艺，面前放着钱盒，我觉得不错，便投几个硬币；觉得没兴趣，就径直离开。双方都不会有心理负担。

但进公交车卖艺，气氛就不一样了。尽管车厢仍是一个公共场合，但卖艺面向的人群是特定的。哪怕有人戴着耳塞，或望着窗外，只要你没下车没跳窗，那你分明就是对表演的受众。许多卖艺者在伸手要钱时，似乎占了先天的“道德优势”：给，是应该的；不给，就不厚道。

许多人认为这无异于一种强买强卖。也许有人会问：许多城市的地铁已经禁止卖艺乞讨了，公交车上怎么不禁止？这确实是一个问题。其实，早在2010年已经有了这类征求意见稿，但到目前为止，仍未公布施行。时间需要等待，但在这个法律的空窗期，并

不意味着对公交车上卖艺乞讨的默许和放纵。

卖艺者是买了票上车的。他的定位，首先是一个乘客。但当他开启麦克风和音箱而开始演唱后，他就是一个卖艺者。无疑，在不知对方是否会领情埋单的情况下，采取高分贝音量表演的方式让人不适，本身就是一种不道德。

知名法律学者邓子滨在一篇名为《禁烟》的文中，有一段精彩的解释：自由不是平等的，它有积极和消极之分，积极自由应当让位于消极自由。引申到车厢卖艺，就是：你有卖艺演唱的自由，我有不想听的自由。

卖艺有卖艺的去处，车厢有车厢的用途，这两者不能混在一起。在这里，“法无禁止皆可为”的观念应该得到淡化，学会尊重别人也是自身道德的一种修炼。

这里未涉及到法律的问题，尊重法律固然是文明的进步，但什么都要靠法律来监管，实在也是一种悲哀。譬如，漫步在广场、公园的你，突然来了兴致想放声高歌，可以，但前提是，不得侵犯他人免于打扰的权利。如何在这两者之间找到契合点，更多的时候需要一种理性的常识和自觉。