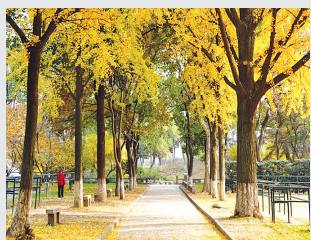


今日声

你能想象把大学校园建设打造成为一个旅游景区,每天熙熙攘攘的游客来回穿梭在校园里拍照留念的情景吗?

四川工商职业技术学院拟将其校园打造成一个国家3A级旅游景区。有评论者提出质疑:大学作为教育、科研、学术和人才培养场所,把校园“开放”给观光客,说轻点是本末倒置,说严重点是利令智昏——把经济利益看得太重了。(光明网)



“我会烧团最喜欢的红烧蹄膀、炒五香回锅肉、煮杂酱面;可以像以前一样陪他一起看古装电视剧;还会讲他最爱听的神话故事,唱小曲哄他睡觉……手机和网有啥子好耍嘛?我就是想不通呀!”

67岁的何奶奶盼孙子来家里过暑假。但孙子团团竟因为奶奶家没有WiFi和智能手机,哭闹着在地上打滚抗拒。(都市快报)



“以此为准,大家好,我是新的小编,之前那个小编已经拜拜了。”

7月31日,南京市公安局官方微博“@平安南京”发布消息,随后该消息被证实为谣言,“@平安南京”公开承认错误,对公众表达歉意。

来自政府的消息历来以权威性和真实性为重。同样是传谣,谣言经政府官微传播后破坏力更强。这也提醒所有的政府官微,不能将自己当成自媒体,置权力边界和社会责任于不顾。(中国青年报)



“吐槽车不让人行为成百上千次,不如一个摄像头管用。”

近期,宁夏银川市市民感受到一些驾驶员在通过斑马线时停车让行的文明之举,已经适应了此前一些司机或呼啸而过或狂按喇叭催促的路人,突遇这种文明行为有些不适应,有的站在马路中间有些不知所措。(新华每日电讯)



本度新闻

一边“反婚”成流行,一边“相亲”猛回潮——

“婚恋市场”的两张面孔

婚恋广告频遭声讨,相亲市场悄然崛起

近几年关涉婚恋题材的广告频频引发声讨,已经成为舆论高危地带。更值得注意的是,在网友对种种婚恋广告同仇敌愾的同时,婚恋相亲市场却在国内悄然崛起,占据越来越大的市场份额。前段时间,一篇名为《中国式相亲价目表:我儿子才33,不考虑没北京户口的姑娘,有户口残疾也行》的文章席卷了都市男女的朋友圈。无论文中描写的比魔幻现实主义更魔幻的细节是否属实,只要在周末花点时间到北京朝阳公园转一圈,就会收获大致相似的第一手印象。

相亲作为社会事实一直存在,但是在经过了二十世纪若干轮席卷全国的自由恋爱运动后,相亲在十年之内迅速回潮,涌入日常话语,乃至以《大女当嫁》、《中国式相亲》等以各种形式堂皇进入公共视野,却仍令人咋舌。默许父母在朝阳公园的烈日下日复一日兜售自己,甚至和父母一起出现在《中国式相亲》嘉宾席上的年轻人,当然也包括他们的父母,受到的物化并不亚于广告里拙劣的表演,他们为何能够安之若素(或至少咬牙接受)呢?

大城市中反相亲、反逼婚潮流的兴起

事实上,抵制相亲、控诉逼婚,甚至进一步演化为反感双方父母、警惕

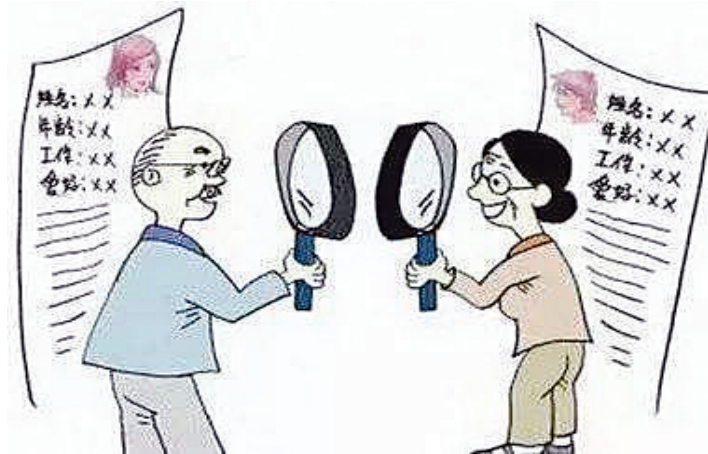
婚姻本身在互联网上已经成为一种“主流”,和传统的“恋爱结婚天经地义”观念分庭抗礼。

但反婚不全是网络媒体上的口舌之快。根据民政部社会服务发展统计公报,尽管适龄未婚人口一直增加,结婚登记对数却从2013年起呈现负增长。反相亲、反逼婚伴随着结婚意愿的降低,一方面是因为女性作为婚姻中传统上被物化的一方、更多承担被低估的家务劳动的一方,意识到并开始抵制不平等的婚姻安排。而重要的另一方面是,婚姻本身保障性功能正在弱化。

首先,婚姻作为生产生活协作单位的地位正在下降。家庭外大部分男女都能独立获得收入;家庭内各种电器、高度普及的外卖送餐、名目繁多的上门服务和养老机构,使以往来自婚姻的协助如今都可以用金钱购得——连母职的履行都能够转化为月嫂和保姆的专业服务。

当今社会中,婚姻的另一重要诱惑是合作买房。可是,在人口、土地和各种资源都在持续向城市集中的中国,房地产作为经济命脉同时也扼住了近亿有购房刚需的青年人的命脉。学者的数据证实了人们的猜测:初婚年龄和房价之间的正相关的确存在,迫于购房压力,更多年轻人推迟了进入婚姻的时间。

购房能力的下降还直接影响了婚姻最核心的功能——“生育”的实



现。总而言之,城市的生活压力迫使年轻人开始反思传统上认为天经地义必须达成的人生成就,在收益减少、代价过高的情况下,婚姻乃至核心家庭并不能承担风险、提供保障,反感逼婚、推迟乃至拒绝进入婚姻即便偏激,也是一种合乎逻辑的结果。

故事的另一面:“啃老”和相亲文化的回潮

以上描述和分析都主要针对房价高昂、服务业便利的大中城市、中等或以上收入的青年人群。他们是这个时代有能力发出最大声音的人,但并不是所有人。对于中小城市、中等以下收入的人来说,家政、外卖、送货上门等花哨的服务在承受力之外,在生活中以社会协作取代家庭协作并不现实。在“80后”作为相亲市场

主体、“90后”迎头跟进的今天,人口红利逐渐变为人口负债,社会养老压力越来越大,结婚养老、养儿(女)防老就又回到了视野。

“啃老”这个对经济上依赖父母持明确批评态度的词不过诞生于2005年,今天就已经因为成为最广泛、习以为常的社会事实而淡出了公共话语。很多观察都指出,“90后”比起“80后”对父母更少叛逆而更多依赖——毫不奇怪,叛逆是需要经济底气的,他们在包括婚恋在内的方方面面更多听取父母安排就自然而然了。因此,“门当户对”这个老词开始越来越频繁地从二十几岁的口中说出,当然人们也时常像《欢乐颂》那样将“门”与“户”包装成更好听的眼界层次和共同语言。

(澎湃新闻)

我们为什么那么爱看人“相亲”

如今,有关“相亲”的新闻,可能轻轻松松就可以成就媒体平台上的一篇“爆款文”。搜索相亲二字,新闻比比皆是,更遑论电视上随处可见的相亲综艺节目,相亲,构成了花样百出、千奇百怪的文化景观。

我们为什么这么爱看人“相亲”?原本是颇为私密与个人化的事,却能引发全民围观,这也是颇为有趣的文化现象。相亲,已经是社会新闻的富矿,种种奇葩、可笑、荒诞的场面都不难找到。

但若把相亲等价于中国婚恋的主流模式,则未免失之偏颇。平心而

论,“相亲”与其说是本身构成新闻,毋宁说是我们在其中寻找新闻。我们爱看相亲,可能是因为它提供了一种阅读快感,方便我们寻找价值观上的优越,并迅速完成评价姿势上的选边站队,并很容易形成“互撕”的舆论态势,人们纷纷可以就“爱情与面包孰轻孰重”“多纯的爱情与多大的面包孰轻孰重”等等话题上发表看法。

大概哪个观点,都难说自己占有全部的真理。当房产依然勾连着教育水准,户口连接着公共服务的档次,老一代人对这些标准的极端演绎,不过是建立在自己几十年生活经

验的基础上,对安全感强烈盼望的投射。我们今天爱看相亲,是因为这里淋漓尽致地展现了价值观的对撞,这种价值观的对撞,恰恰也是几十年天翻地覆、变动不居社会现状的折射。有太多自己眼中的“天经地义”,在别人眼中成了“不可理喻”。

快速变动的社会尚未带来一种稳定的预期,理想化与不可知交织,后现代理念与前现代迷信共存。这也是为什么一边是对所谓“相亲鄙视链”大加挞伐,一边又是无数的家长梯风沐雨、义务无反顾地赶在相亲的路上……

当看到那些父母头顶烈日、为自己的孩子招揽目光,不难想象,他们对于子女的婚姻或许真的是心急如焚,真的是百般呵护。但有时施以嘲笑未免轻薄了,我们不妨从中厘清一个现实:一个“用几十年时间走完发达国家上百年历程”的国家,注定要经历节奏不一、思维碰撞、现实与理想脱节等等问题,关键是无无论社会还是个人,都当从中辨识出历史前进的方向,推动形成可以稳定生活的远景,并进而影响文化心理结构,导向一种稳稳的幸福。

(光明网评论)