

邻里维护“相邻权”贵在换位思考

□石平(本报)

上月底的一天,高新区一小区的居民陈先生和刘先生的争吵吵醒了不少邻居。周围邻居称,两人原本是关系不错的上下楼邻居,可最近却因为停车的事情吵得不可开交。原来有的人为了方便自己停车,将爱车停在别人车库门前,严重影响了车库主人的正常通行。(10月29日《枣庄晚报》)

在汽车时代到来的今天,不少小区存在在他人车库门前乱停车的乱象。按照律师的说法,这种行为侵犯了“相邻权”。车库主人有权找物业或居委会协调处理,处理不妥、情况严重的,车库主人有权拿起法律武器维护自己的合法权益。以笔者愚见,因为

停车问题闹到诉诸法律的地步不是不可以,但不是上策,即便赢了官司,以后抬头不见低头见的,邻里关系可没法儿处了。

回望历史,从解放初期的平房街道,到1958年前后的单位社区,再到上世纪90年代后的商品房,随着居住条件的三次大改变,邻里关系也在随之变化。居住在大都市,我们不仅要适应快节奏的生活,更要忍受邻里之间“老死不相往来”的孤独。进来出去那“砰”的关门声,把邻里之间的心灵交流、情感沟通都一起锁住了。

中国青年报社会调查中心对4509人进行的一项调查显示,40.6%的人不熟悉自己的邻居,其中12.7%的人“根本不认识”自己的邻居。邻居见面也就打个招呼,“一般都是家里漏了水或者要装修了,才会去找楼下的邻居,看看什么情况”。调查中,80.9%的人感觉与以前相比,当下的邻里关系越来越

冷漠了。

高空抛物、噪声扰邻、宠物放养、停车占道等都是破坏邻里关系的导火索。不仅如此,因为空间有限,就把东西放在楼道间、走廊里,独占公共面积,这种行为与“在家里大声吵架或唱卡拉OK”成为邻里之间的两大戒,是十分令人讨厌的行为。

既然不得不成为关系紧密的邻里,解决磕磕碰碰最好的办法就是加强交流。俗话说,“千金买屋,万金买邻”,邻里关系也是一种生态,故此现在仍有许多人将邻里氛围作为相互理解的重要关系。如果能把邻居处成好朋友,让“亲朋”就住在对门,这该是多么惬意的事啊!

如何打破冷漠,让陌生的邻居熟悉起来?将心比心,应学会换位思考,打开人人心头那把锁叩开邻里之间那道门,也是我们处理邻里关系最佳选择。邻里关系是人际

关系中的一种,中华民族历来有“和为贵”的思想。特别是邻里之间,它是人们居家生活中毗屋相连、守望相助的小型自然群体,因此邻里关系非常重要。人是社会性动物,人的社会本性要求人们必须顾及他人利益,唯此才能处理好人际关系。

解决邻里生活中的矛盾与问题,关键是互敬互让。与人为善,你敬我一尺,我敬你一丈,必定和谐相处。反之,与人为恶,你损我一尺,我损你一丈,必定害人害己。邻里之间相互帮忙,和谐相处,是邻里伦理之要。做到这一点,最重要的基础是建立邻里感情,感情是人际关系的纽带和润滑油,良好的邻里感情会让人受益无穷。这种局面形成了,即便出现停车占道的情况,用一句流行语来说:天上飘来五个字——那都不是事。

百姓说话

舶来节全盘照搬无异于东施效颦

□李云

“前几天晚上我正在散步,突然看到一个戴着僵尸面具的孩子从小区花园里蹿出来,好在前两天孙子从超市买回来一只一样的面具,我才没被吓到。正准备回家,刚走到楼下,就听邻居们议论林家的小孙女被僵尸面具吓得哇哇大哭。”1日,市民李女士抱怨道。(11月3日《枣庄晚报》)

近年来,纷至沓来的舶来节如火如荼,大有超过传统节日的架势。情人节、母亲节、母亲节、圣诞节、万圣节,和传统佳节兼容并蓄,名目繁多的舶来节催生了与之相关的节日经济,让我们的生活看似热闹了起来。

毫无疑问,中西文化存在着相当的差异,一些不符合国情的舶来节还是让人难以接受。笔者以为,兼容并蓄并非要把外来的文化全盘接收。万圣节是西方国家好玩的“捣蛋节”,在中国却是更多是让人胆颤心惊的“恐怖日”。看似搞怪好玩的万圣节道具,对于老年人或年幼孩子的精神和心理上造成了一定的伤害。

热闹的节日氛围,让繁忙的人们放松身心,也和家人朋友多了一些交流,这是好的一方面。西方一些节日,比如父亲节、母亲节,让儿女在工作之余记得对父母表示一些孝心,是值得拍手称赞的“舶来节”。但舶来节和传统节日,一样地需要取其精华去其糟粕。否则,全盘照搬将无异于东施效颦。

点点评

新闻:被老乡骗进传销组织的刘某在与传销人员的接触中,发现大部分传销人员都急需资金,遂以可帮忙办理大额透支信用卡为名,骗取83名传销人员所交的手续费共计34万余元,后刘某以回家乡办卡为由携款逃离。近日,广西壮族自治区桂林市临桂区人民法院以诈骗罪判处刘某有期徒刑7年6个月。(11月5日《京华时报》)

点点评:传销、骗子,半斤八两。

新闻:新加坡航空公司的一架飞机10月26日执飞澳大利亚悉尼到马来西亚吉隆坡的任务时,由于机舱里的烟感报警器突然报警,航班紧急降落在巴厘岛的登巴萨国际机场。经查,原来是飞机运送的2186只绵羊因气压变化不断放屁、排泄导致废气淤积,触发了报警装置。(11月5日《新文化报》)

点点评:飞机都熏出心理阴影了。

新闻:去年3月,广州公安机关破获了增城区新塘镇大敦村原村干部组织私接“老鼠管”偷水超过11年的特大盗窃城市供水案。如今一年多过去,大敦村拖欠已超4000万元的水费不但仍未追回,网管改造也无法推进。广州市自来水公司首次向该市政府提交停水申请,大敦村近7000名村民未来或将面临无水可用。(11月5日《新快报》)

点点评:没喝水也该思源。

画里有话



贪官打坐

□京文

近日,广东省纪委、省委组织部联合举办“全省新任提任省管厅级领导干部集体廉政谈话教育活动”。省纪委书记黄先耀批评有些领导干部思想迷信。有个被查处的领导干部收集供奉舍利子,晚上还要打坐两个小时。

(11月4日《新快报》)

今日观察

电商互撕,口水换不来口碑

□高路

距双十一还有一个星期的时间,口水仗已经提前开打。京东指责阿里逼商户站队,想垄断市场;阿里则回应,“鸡举报了鸭,说鸭垄断了湖面”,意指两家原本就不是同一平台上的竞争者。另一边,国美炮轰苏宁降价注水,苏宁指责同行作假,大大小小的口水仗数不胜数。

阿里京东两家开打,总是能擦出让人关注的火花。相比于京东的情绪激动,阿里则平静一些。维权很正常,闹到要全国喊话、“实名举报”的地步却更像炒作,时下电商行业的市场竞争和监管环境是否恶劣到了这种程度,恐怕没人会这么认为。所谓排他性协议到底是商业纠纷还是涉嫌垄断,有国家部门管着、有法律的武器可以拿来维权,并不存在投诉无门的情况。

巨头们的互撕从一个侧面反映出市场

竞争的激烈,某种程度上说,双十一就是展示网购平台实力的指标,谁都输不起。双十一也被网友视为检验商家诚意的时刻,那些不愿意在这个时候放点血的,也将被贴上小气耍大牌的标签记恨上一年。

双十一前锣鼓喧天并不奇怪,风平浪静才是奇怪的事。不管用什么办法都要让自己能赶上这趟火车。这么说来,用什么来指责对手不重要,重要的是要摆开对决的姿势。得到便宜自然好,得不到也能给自己找一个体面的台阶。京东指责阿里垄断,但要论起双十一的由来,其实“双十一”从阿里的一个创意到风靡社会的一个节日,本身就是一个开放包容的过程。京东本身也是这个被意外炒红了的节日的受益者,借了别人的东风,是不是也要说声感谢呢?所以,对于电商巨头制造的各种迷雾,消费者并不太当回事,相互指责之下,其实他们都是受益者。

正是在相互借势之下,双十一才有了如今的红火,大家都应该珍惜这个属于电商的日子。口水换不来口碑,京东的敌人不是阿里,他们之间的不同也远没有想象中的那么

大。他们真正的敌人其实还是他们自己。“双十一”前夕,国家质检总局公布了最新一次质量抽查公告,抽查结果显示网络销售的儿童玩具、服装、鞋类、背包和小家电等,合格率只有73.9%。价格是足够低了,但是质量是否足够过硬,消费体验是否足够好,这才是制约电商发展的最大的因素。不管是阿里还是京东,都不是在口水战中成长起来的,而是在一步一步地改善电商环境,是解决技术、金融问题,甚至是社会问题的基础上发展起来的,没必要在口水上浪费太多的时间和精力。

以一种旁观者的心态面对互联网的风云,可能更贴近问题的本质。说到底,这只是一场老大老二老三老四的争宠游戏。而作为消费者的我们,其实更在乎的是真正的能力。市场不会被一家所垄断,但市场会选择那些真正为他们的生活带来变化的人。从这个角度说,摆脱对炒作式营销的依赖,回到更好服务大众、推动社会进步的本质上来,才是真正需要做的事。

太平人寿150亿保障助力“杭马”开跑 为逾30000名运动员和工作人员无偿提供意外伤害和医疗保险

11月1日,2015杭州马拉松在杭州黄龙体育中心顺利开跑,太平人寿作为本次赛事的官方指定唯一保险赞助商,为逾30000位赛事运动员及工作人员提供了总额达150亿元的意外险保障,承担活动当天所有意外伤害及意外医疗保险。

杭州马拉松是国内历史最悠久的马拉松三大赛事之一,本届马拉松设全程马拉松、半程马拉松、小马拉松、情侣跑和家庭跑等5个项目,来自45个国家和地区的3万名路跑爱好者参加了本次比赛,是历年来参赛

国家最多的一届。此次太平人寿与杭州马拉松赛事深度合作旨在共同倡导健康向上的生活方式,呼吁更多的人参与体育运动,享受运动乐趣,关注身心健康。活动当天,太平人寿特派9位保险专员赶赴杭州马拉松医疗定点医院,提供专业的保险理赔咨询服务。

值得一提的是,太平人寿还特别组织“跑团”参与此次赛事。“跑团”成员包括公司员工、客户、媒体等各界人士,“跑团”中的最好成绩是全程马拉松2小时48分钟,位列华

人选手第五,在赛场赚足了眼球。“跑团”中一位特地从湖州赶来的太平人寿客户表示:“我对马拉松已经到了痴迷的地步了,很感谢太平人寿组织的这个专业跑团,让我可以尽情享受跑步带来的快乐。”

据悉,太平人寿曾为“第48届世界乒乓球锦标赛”、“F1世锦赛中国大奖赛”、“上海四国女篮挑战赛”等极具影响力的大型体育文化活动提供专业人身保障和保险服务,服务水平和风险保障能力广受认可。(诸筱艳 洪丹)