

# 从生活费看大学生生活

赵志疆



## 今日论语

今年8月,有媒体在北京大学生群体中随机调查发现,近三成在京大学生每月生活费超过1600元。一时间,大学生的生活话题被舆论热议。随着各大高校陆续迎来开学季,大学生的“开学装备”和消费水平再次成为热门话题。

每个月应该花多少钱?答案因人而异,因为生活环境和收入水平的不同,这样的问题很难作答。不过,同样的问题对大学生来说,似乎不难回答和比较,这不仅是因为大学生们的生活环境大体相同,更关键的是,在人们的传统观念中,他们大多是没有收入的纯消费者。于

是,这样的问题多少带有一丝审判的味道,并因此被人津津乐道。

就各地调查来看,大学生每月的生活费多在1000元左右,低于800元或高于2000元的很少。这样的结果,很容易使人与曾经的大学生开销作对比,并引发感慨。客观地说,单纯的数字对比有失公允:一方面,物价上涨,大学生的开销也难免水涨船高;另一方面,随着经济条件的普遍改善,越来越多的家庭增加了“预算”。更重要的是,曾几何时,餐饮费几乎意味着大学生生活费的全部,现在餐饮费虽仍是“大头”,但所占比例已大大降低——多出来的这些内容,更具有比较意义。

多出来的是些什么开销?服装、社交、娱乐……还有手机、电脑等电

子产品。以传统眼光看,这些非生活必需的开销自然应能省就省,其中存在的铺张和攀比更容易遭受非议。提醒大学生“量入为出”的同时,也应看到,手机电脑已成为时代“标配”,只要使用得当,完全可以成为便利的学习工具。至于社交娱乐类开销,也没有必要视若洪水猛兽,大学生多一些社交活动,可以丰富生活、培养健全人格、增加生活经验。由是观之,此类费用合理与否,关键在于“度”的把握,除却社会引导,更考验着大学生的自觉和自律。

相比起大学生生活费攀升,更值得关注的是,生活费的来源渐趋多样化——与原本单纯的家长供养不同,越来越多的大学生有了勤工俭学的收入,这是一个令人欣喜的

转变。时至今日,勤工俭学早已不再是寒门子弟的特征,而日渐成为大学校园的一种流行。这种转变不仅得益于活跃的外部市场环境,更不失为大学生主动融入社会的写照。

大学生生活费的数字变化,不失为管窥大学生生活的一面镜子。如果我们能撇开传统的眼光和批判的冲动,大学生应该花多少生活费,完全应该是能够个人掌握的议题。也许应明确这样一个准则:对那些单纯依靠父母的大学生来说,无论生活费的数字看起来多小,任何不必要的开销都意味着浪费;对那些有能力自食其力的大学生来说,即使生活费数字看起来有点大,也没必要替他们焦虑——具备“财商”的他们,自然会管理生活、规划未来。



## 新民随笔

### 多敲木鱼 少敲饭碗

吴强

3名屡被投诉的出租车驾驶员被公司除名了。饭碗头敲掉,可谓是雷霆手段了,但这则新闻读来总觉得不是滋味。

好几年前就有出租车公司规定,只要被媒体曝光,司机立马就除名。知道这个以后,我和同事写涉及出租车司机的报道,除非情节真的是“罪大恶极”,总是笔下留情,尽量避免在报道中明确提及某辆车。这也是心存忠厚的意思。毕竟,有个饭碗头不容易。或许,这个饭碗头后面,涉及的还不止一个人的营生。所以,虽然被投诉的司机,多多少少都有问题,有的,问题还真挺讨厌,但,能留点余地就留点余地。

仔细看这次新闻中的各项投诉排行榜,不难发现,上海几大出租车公司均不在榜上。同样都是出租车驾驶员,面临同样的出租车运营形势,拉的客人想来也都是差不多的,结果却这样泾渭分明,无疑说明上海主流出租车公司的管理水平还是过得硬的,说明公司管理好坏还是足以在很大程度上规范驾驶员行为的。所以,比除名几个驾驶员更重要的恐怕是,所在公司的管理水平究竟如何。

看上去,除名也是一种管理,并且很多时候不失为一种有效的管理,就像足球场上面对那些不规矩的球员,裁判有权掏出黄牌,乃至红牌罚出场一样。但是,我们都知道,一个真正有水平的裁判,并不在于频频掏出红黄牌来破坏比赛的节奏,或者把运动员一一罚下去,孤家寡人快活;而在于控制好比赛节奏,防患于未然,尽量不让运动员走到被罚下这一步。这样的裁判才是好裁判,比赛也才精彩得起来。

同理,把驾驶员除名了事,而不去多研究一下为什么这些驾驶员会走到这一步,不去从日常管理上下功夫,这样的管理显得简单粗暴。或许,在出租车驾驶员供过于求情况下,公司并不担心除名,反正除了旧的,新的马上能招到。只是,管理水平不真正下功夫,难保新的也会重蹈覆辙。岂不可惜?

多拉拉袖子多提醒,多敲敲木鱼,少敲敲饭碗头。这也是心存忠厚的意思吧。

## 网络需要更高质量的互动

### 权威声音

随着互联网越来越深入地介入日常生活,制定一些基本的治理框架也势在必行。今年6月1日正式施行的网络安全法,为网络空间治理、网络信息传播秩序划定了基本规则;日前,国家网信办又出台了《互联网跟帖评论服务管理规定》,把最常见的讨论平台也纳入了网络生态治理。

“后台实名,前台自愿”早就是我国互联网业的一个常见形态。这个管理规定最值得关注的变化,是强化了服务提供商的主体责任。这意味着,网络服务商的主体责任,将与主管部门的监督责任、普通网民的自律意识一起,构成一整套法治链条,共同防止互联网的野蛮生长。

以互联网治理的法治化来推动形成良好网上舆论氛围,其核心在于不能搬弄是非、颠倒黑白、造谣生事、违法犯罪,不能超越宪法和法律界限。要求恪守法治底线,对普通网民来说只是发言时需要克制一下不良情绪。真正需要担心的,是制造虚假舆论、混淆视听、谋取不当利益者,以及传播暴力恐怖、虚假信息、淫秽色情信息的人或平台。

良好的网络生态,要通过创制网络空间规则,平衡好政府、社会、企业和民众之间权益关系,还要把握好规范治理与保护创新的关系,因为互联网的生命力就来自多样性、包容度和创新力。我们不要一个混乱无序的互联网,也不要一个死气沉沉的互联网。在大数据和物联网时代,一些新的商业模式比如共享经济、互联网金融等,已经实质上把网络实名制推向了台前,而这对社会征信系统和个人隐私保护的水平提出更高的要求。能否基于用户信用评估实现对跟帖评论的分级管理,将很大程度上取决于我们能在这两方面迈出多大的步子,也考验着政策执行与现实对接的智慧。

营造生态良好的网络空间,寻求更高质量、更有活力的互动交流,既契合互联网的发展特性,也符合社会公共利益。让用户对自己的言论负责,平台对互动质量负责,监管对网络生态环境负责,我国互联网的发展才会既秩序井然又充满活力,从而更好地造福人民。(叶白 刊今日人民日报 本报有删节)

## 尽早让劳动课重返中小学课堂

### 日报观点

教育部基础教育司司长吕玉刚在9月5日召开的新闻发布会上表示,社会劳动要纳入到课程体系当中去。教育部刚刚研究了中小学生学习综合实践课的指导纲要,劳动教育的实施要和综合实践课的开展紧密衔接,融为一体。

如今的学生,除了上课、写作业、考试这些动脑多过动手的“劳”之外,基本就没有什么体力

劳动了。别说到田间地头参加劳动,很多孩子连家务劳动也不怎么爱干。

劳动教育,于受教育者个人而言,是一门综合课。劳动是一门自然课,通过劳动,尤其是户外劳动,学生亲近自然、了解自然,从而开阔眼界、增长见识;劳动是一门技能课,所谓熟能生巧,劳动培养出一双巧手,让人一生受用不尽;劳动是一门体育课,现在的学生学业负担较重,劳动可以让学

生放松身心、强健体魄;劳动还是一门素质课,有助于磨炼学生吃苦耐劳的精神和坚韧刚强的意志;劳动还是一门体验课,通过身体的投入与劳作,感受劳动的喜悦、丰富情感的体验。

劳动教育关乎个性也关乎集体,关乎当下也关乎长远,重返中小学课堂必要且迫切。学校这一环,一要增加劳动教育硬件。二将劳动教育贯彻到全学科、全流程当中。三将劳动教育成果纳入学生评价体系。(练洪洋 刊今日广州日报 本报有删节)



「共享单被」  
某独立测评机构测试了北京地区五家知名五星级酒店,发现未彻底清洁浴缸马桶圈,未更换床单、枕套等问题,酒店的卫生情况引发关注。 天呈画

### 自由谭

秉持“便宜没好货”的理念,很多人愿意选择更贵的大品牌去消费,不求喜出望外,但求物有所值。不过,当下越来越多的事实似乎表明,贵也未必是好货,有时还需要一点运气。

吃和住是人的两大基本需求,最近的新闻却足够令人震撼。一直以服务好闻名的海底捞,因“后厨老鼠乱窜”“漏勺勾下水道”陷入舆论漩涡。至于住,恐怕多数人对快捷酒店的卫生状况不抱太大幻想,所以当《快捷酒店究竟有多脏?网友在7家店开房实测,结果恶心死了!》刷爆朋友圈后,不少人还是报以宽容之心:“一两百块的快捷酒店还想怎样?想干净住五星级酒店啊?”

没想到一切来得这么快。有机

构又测试了几家五星级酒店,发现被套床单几乎都不更换,连马桶都不擦,漱口杯都不清洗。知名品牌、每晚近两千元、五星级,为什么还是买不起的干净卫生?如果说经济型酒店囿于利润太薄而压缩了相关成本,为什么以用户体验为先的五星级酒店会犯同样的错误?

简直不能更糟了。洗不干净尚情有可原,压根不洗叫人如何原谅?真的是为了省钱?不在乎,恐怕才是主因——在消费者看不到、看不出的地方,无任何操守可言,而只要能骗过埋单的人,一切就万事大吉了,没人去较真。

所以,每晚一两百元与一两千元

## 消费这事理应有人把关

宋鹏伟

的酒店可能犯同样的错误,因为卫生状况是消费者的盲区。花了大价钱,却连最基本、最重要的服务都享受不到,往轻了说是欺诈,往重了说是破坏市场秩序,不仅让价格指标失灵,而且严重影响消费安全感。管理松懈、培训不足,这些可以想见的理由是否真实已不重要,因为消费者无法掌控,所以自我保护才是最重要的。于是人们纷纷献出妙招,有人疑惑为什么还有人出门不自备床单、被套、马桶圈,有人支招要看被单是否有折痕或提前打电话告知自己有洁癖,更有人祭出绝招——走之前把一切都弄脏,脏到不得不换。真假已不重要,吐槽的背后是满满的无力与不悦,消

费者有必要这么全能、这么累吗?

这也本不是消费者该做的事儿,理应有人替公众把关。政府监管可以在例行检查、违规重罚上发力,行业监管可以在制度规范、监督自律上做更多,公共媒体可以在调查报道、舆论监督上做文章,消费者口碑评价和第三方评测机构可以用市场手段荡涤污浊……让消费者有力的办法很多,但万变不离其宗——作恶成本要足够大,大到不值得去作恶才行。

良好市场秩序的建立必须驱逐作恶者,如此才能使价格反映价值,让货真价实、物有所值成为常态,给消费者以真正的安全感。