

## 热点聚焦

## 炒作“月薪过万”是贩卖焦虑的陷阱

从“月薪过万很简单”到“月薪过万招工难”,再从“我是如何三个月实现月薪过万的”到“上亿资产只能算精英中产”……置身于网络,仿佛到处都是有钱人,而你我似乎成为被时代剩下的一群人。

伴随着互联网传播速度的加快,类似的焦虑陷阱屡屡刺激着人们脆弱的神经。从网络新近流行的热词“月薪过万”,到前段时间炒作的买表就要“绿水鬼”和“车厘子自由”,都以具象的收入和消费水平为标签,把人按收入多少粗暴地划为三六九等。如果经常关注此类话题,就会自觉不自觉地掉进某些人设定好的话题性焦虑陷阱。

看到这些刺激眼球的话题陷阱,如果从国情出发冷静地思考一下,与身旁的亲朋好友、同学同事认真交流一下,就能发现“月薪过万”并非普遍现象。腾讯理财通等机构新近发布的《2019国人工资报告》显示:即便收入最高的上海和北京,月薪过万者比例也仅为三成,且集中于互联网、房地产和金融等行业。虽然这一数字,未必能全面反映收入情况,但也从侧面说明,多数人的收入并没有那么高。

数据证据清晰明了,为何“月薪过万”等话题依然能够轻易戳中民众敏感的神经呢?

首当其冲的原因,是个别媒体尤其是自媒体,总在使用“贩卖焦虑”的套路。这些人为了赚取流量打赏和广告收入,枉顾社会基本事实,生造一些概念吸引眼球。将“贩卖焦虑”做成了一门生意。在这些人的价值观里,似乎只有有钱才是人生赢



家,只有炫富才是生活的意义。衡量人生成功与否的唯一坐标系,就是赚钱的多少。

不容否认的是,微博、微信等社交媒体的存在,似乎也给人带来一种错觉:很多人似乎经常在吃吃吃、买买买,要么是到处旅游晒太阳,而自己好像只有上班下班,拿着微薄的工资照顾家庭……两相比较,不免加剧包括焦虑在内的各种负面情绪。

教育、医疗、住房等方面开支高企,再加上工作和生活中的各种压力,让普通民众感受到不少负面情绪。因此,部分民众心态变得浮躁,看到这类噱头十足的文章、言论,可能根本不会去思考其真实性,只会盲目跟风转发。

诸多社会因素的共同作用,让这些概念陷阱,越来越有市场,也让人们的焦虑情绪陷入了不断放大的恶性循环。

在焦虑情绪的支使下,不少人容易只看到事物的一面。比如只看到月薪过万者的收入,却忽视了他们背后所付出的努

力:无休止的加班、挤地铁倒公交拖着疲惫的身躯深夜回到家;再比如只看到朋友圈里出去“潇洒”的场景,却不知道这可能是他们攒了很久的假期和积蓄换来的,发朋友圈的前一晚他们也可能在办公室里辛苦加班……

事实上,“月薪过万”缺乏准确的指向意义。在房价、物价、工作压力、生活节奏均不等的情况下,一线城市月薪过万带来的生活质量和幸福指数不一定比县城几千元月收入的高。当前我国的发展还不平衡不充分,因此,不顾地区、城乡差异的比较,会影响人们对现实的判断,进而产生错误的消费观乃至丧失奋斗的方向。

收入向来是个敏感问题,随着社会发展、消费升级,“月薪过万”这类概念陷阱以后还会被人再次拿出来利用。在众声喧哗的时代,尤其需要警惕这类生造概念贩卖焦虑的套路。须知,简单跟别人攀比没有意义,幸福都是奋斗出来的。(白靖利)

## 让工作成为人生出彩的舞台

近年来,电子商务和物流业的快速发展,给消费者带来了很大便利。其背后是数以百万计快递从业者的走街串巷、辛苦配送。正因如此,一些地方的快递小哥因业绩优异而获得当地“青年五四奖章”。

在个人价值实现路径多样化的今天,无论做什么行业,要想实现人生“出彩”,除了要靠辛勤劳动,还需要精益求精、尽善尽美的“匠心”追求。据悉,在获奖的快递员中,有人曾通过市场调研,了解到快递业务中存在的短板与不足,并有针对性地加以改进;有的人“想客户所想,急客户所急”,用贴心细致的服务赢得了客户的信任。正因如此,快递小哥们在日常的繁忙工作中坚持奋斗,让看似不起眼的快递行业成为人生出彩的舞台。(余幸)

## “整理师”走红带来诸多启示

花2000元请人上门整理家里的衣橱,您能接受吗?近年来,随着消费者对家庭收纳整理日渐重视,整理师也在市场上走红。与家政服务不同,整理师不是简单地收拾房间,而是要通过规划去梳理家中需要哪些物品,以方便使用。

近些年,高校毕业生人数逐年递增,就业压力一年比一年大。如今,社会分工越来越精细,许多新行当层出不穷,社会对各类人才的需求也越来越大,影响了许多大学生原有的思维方式和价值观念。对不少求职者而言,从事甚至创造一个既适合自己又适应市场的新行当也并非难事。

青年人选择职业,如何实现个人价值、超越平凡,“整理师”走红有启示意义。对每个劳动者而言,只要热爱生活,勤奋努力,又善于发现,有创新思维,不局限于传统意义上的工作和职位,实现自身价值的机会实际上无处不在。(钱凤伟)

## 职工有话

## 每种职业选择都有必然的承担

5月1日,湖南长沙大三女生瓜瓜发微博称自己前一天夜里在殡仪馆点了单外卖,外卖员送餐时在陵园附近迷路被吓到崩溃。

此事在网上引发了诸多讨论,殡仪馆这类的特殊地点,外卖小哥要不要拒送?会不会引起模仿,故意在殡仪馆点餐戏弄外卖员?外卖平台相关负责人表示,用户利益是置第一位的,会尽全力满足用户需求,但也希望不要故意为难小哥。

应该说,即便送餐地点是殡仪馆,小哥可能忌讳或是畏惧,却没有拒绝的理由,因为这项工作是开放性的,并没有限定条件。正如出租车不能随便拒载,不能以路程远近或是否方便到达来取舍客人,外卖员对送餐对象也没有选择余地。如果因为送餐地点是殡仪馆就放弃,其实是一种职业歧视,照顾了自己的心理感受,对殡葬行业的从业者却有失公平,没有一视同仁对客户对待。正如外卖小哥所总结过的那

样,对方是个女生都不怕,自己怎能胆小呢,还是硬着头皮坚持送单。

这位女生当时和同学在山顶的殡仪馆拍摄纪录片作业,晚上肚子饿了才叫外卖。对她来说,是正常的工作与点餐行为,外卖小哥的胆怯,反过来提醒大家要正确认识殡葬行业,消除先入为主的偏见。对殡葬行业的工作人员来说,何尝没有不被人理解的苦衷:请客没人愿来,握手被人拒绝,也不能随便给人拜年。这个行业为逝者服务,崇高而神圣,工作的特殊性让他们经常沉浸在告别的悲伤中,心情抑郁,也是个需要关爱的群体。

送餐到殡仪馆被吓到崩溃,只能说,每个职业都有着逃不脱的承担,都有相伴的艰辛与委屈:记者不能选择采访现场,环卫工不能选择寒暑,消防员不能选择火场,医生不能选择疾病……工作没有轻重之分,岗位没有优劣之别,所有行业与劳

动者,都有着一样的光荣与伟大,也都有着咬牙承受危难的时候,要在身体与心理上经受极限的考验,没有谁比谁更有资格矫情。有时候,哪里有危险有困难,还偏要往前冲,诸如抢险救灾,应对疫情,根本就没有退缩的余地与空间。

想起另外一则有关外卖小哥的故事:半夜冒雨将外卖送到客户地址,却联系不上,委屈不已,后来收到客户信息:因为工作太累太困,睡过去了。外卖小哥顿时心软了,谁都辛苦啊。谁还在半夜点餐,还不是加班加点拼命干活给饿的。

没有一项工作是轻松的,要不要送餐到殡仪馆,根本就不是个问题,既然选择了外卖行业,就只有风雨无阻,在所不辞。没有不理解小哥的意思,这事恰恰说明每个行业都要得到理解与尊重,理解自己工作的内涵,也理解他人的工作,这样也能少一些委屈,多一些积极承担。(余人月)

## “扒”隐私式面试要不得

眼下正值求职旺季,很多求职者表示在面试时经常被问及个人隐私,虽不想回答,但为了找工作又不得不说。有媒体近日调查发现,不少求职者感觉在找工作时完全没有个人隐私可言,很多企业没有“边界意识”“问得没边儿”。

“扒”隐私式面试对求职者十分不公平,这容易加重用人单位在招聘过程中的主观判断成分,有可能演变成就业歧视。此前有关部门曾专门出台规定,要求禁止招聘环节中的就业性别歧视,不得询问妇女婚育状况,不得将妊娠测试作为入职体检项目,不得将限制生育作为录用条件。

“扒”隐私式面试屡禁不止,说明现实中确实有一些企业的招聘行为需要进一步规范,用人单位亟待树立“边界意识”,从工作能力上考量求职者,不应向求职者提出与工作无关的问题。如果偏离了面试的关注点,就难以招聘到真正适合企业的人才。(何勇海)