

“方便”不方便

□ 周云龙 (南京, 媒体人)

老同事快要退休了, 手头的事一件一件移交。片子不审了, 稿子不看了, 会也不开了。问他失落吧? 他爽声大笑: 不上班了, 以后倒真是——麻烦。

老同事的“麻烦”, 指的竟是以后怎么上厕所! “平时, 我总是跑到单位来方便, 在家怎么都觉得意犹未尽。”他并非“带薪大便”一族, 前年去美国看孙子, 发现在自己儿子家也不能自由方便地“方便”……

上厕所, 很隐私的一个话题。可是, 关系密切的同事、亲友闲坐一块, 聊起此等“下流问题”, 往往都有共同语言, 或者说共同的纠结, 纠结的程度不等、形式各异而已。有人在自家天天“方便”方便, 出去

走亲访友, 哪怕在岳父母家, 都难以习惯, 通常选择忍着憋着; 憋到极限, 才设法搜寻附近公厕解决问题。有人在家天天坐便器, 而若外地出差, 不管高档酒店, 还是写字楼, 首选蹲坑; 实在没辙, 蹲到坐便器上解决。有老友的妻子接岳母过来同住照顾, 他不太适应, 变得尿频尿急。有老友的女儿带女婿上门拜访, 做丈人的每次莫名感觉心神不宁, 无法做事……与食物或花粉过敏一样, 有的人与陌生人距离太近, 即神经过敏; 一旦分开, 症状会慢慢消失。

上述排异反应, 或与安全感、自由度有关, 实质是“距离问题”。心理学家发现, 人需要在自己的周围有一个能够把握的自我空间, 这个空间的大小会因文化背景、

环境、行业、个性的不同而不同。专家表示, 人与人的距离, 视关系远近, 大致分为公众距离、社交距离、个人距离和亲密距离。显然, 关系场景中, 若有一方越位过界, 必有一方或多方不自由——即使是亲人之间, 现在奉行的处世之道也是: 亲密有间。

距离产生美。不仅如此, 适当的距离, 还会产生尊重、爱护、友好、礼节……不当的距离呢? 只会引发不适、不顺、不畅。当然, 人一旦实现心灵自由, 距离也许不再是距离, 人们可以顺其不自然, 随同遇而安。但是, 你的自由止于他人的自由, “一个人挥舞胳膊的自由止于别人鼻子的地方”。另一个问题, 你没有要求别人实现“心灵自由”的自由。



花友伊娃

□ 黄 晔 (湖北, 教师)

与伊娃相识, 很有故事性。

那年6月中旬, 想给家里换台大冰箱, 于是到某大型家电商场看货。我径直来到一家中外合资的冰箱柜台, 当班营业员就是伊娃。

因为对这个品牌的信任, 也因为活动力度大得诱人, 还因为伊娃的热情、周到, 很快就选中一款, 一切都很顺利。

12月中旬的一天夜里, 冰箱突然出故障。第二天早上我在微信上告知伊娃。她安慰我不着急, 很快联系好维修人员上门服务。可是, 却说要拖回维修点检查。当时, 旧冰箱已经处理, 临近春节, 家里的年货无法存放。好在又尝试几次后, 发现冷冻

室又开始制冷。为权宜计, 只能先用着, 观察情况。

伊娃说: 我卖了这么多年这个牌子, 真的还是第一次遇见这种情况。您放心, 万一不行, 我给您申请更换。最后, 我们选择了更换同款冰箱。岂料, 更换过程一波三折, 导致消费体验差, 言语间便少不了埋怨, 而伊娃的态度一直都很好。后来她通知我说商场做活动, 可以用送券抵差价。又是多次折腾, 伊娃终于完成了她的“用券任务”, 我们钱货两清, 偶尔会在朋友圈相互点赞。

很早就发现伊娃很爱花, 家里鲜切花不断。有一次照例给她的花点赞, 于是她

推荐了一个家庭鲜切花群, 那里面的花真是物美价廉, 诱惑着我不停地买买买。伊娃是群里的专家, 有群友咨询花的品种, 她都能给予准确答复, 她还会包装简单的花束, 让我以为她做过相关专业的工作, 后来才知道她纯属业余爱好。因为每次她拍出的鲜花照片都很有美感, 后来凡是她购买或者推荐的品种就会很快售罄, 伊娃成了花友群里的带货女王, 我也成了她的粉丝。

我一直没想明白, 冰箱故障为何没联系客服售后, 而是直接找了伊娃。后来就很俗气地解释为“缘分”, 不然, 怎么能有如今的花友伊娃呢。

