

保护身心障碍者 从“称谓”开始

9月21日是世界阿尔茨海默病日，阿尔茨海默病在我国被称为“老年痴呆症”，患病人群约1000万。调查显示，近四分之一的患者会隐瞒或者掩饰被诊断为阿尔茨海默病，主要原因是耻感和遭遇歧视。40%的阿尔茨海默病患者指出在日常生活中会受到排斥。为此，多家媒体呼吁为“老年痴呆症”正名。

如果没有这一份调查，恐怕大多数人都不会想到，一个简单的“称谓”问题，会给阿尔茨海默病患者带来如此大的困扰和压力。记得在2008年春晚上，演员蔡明因表演小品时频频使用“老年痴呆症”这一骂人语，引来非议，当时许多人为之辩护，觉得一个“称谓”是无所谓的事，可现在来看，正常人如此称呼或许本无恶意，但它带给阿尔茨海默病

患者及其家人的，却是实实在在的伤害。

其实，需要改变的何止是“老年痴呆症”！在我们的传统文化和生活习惯里，对各种身体或心理存在一定障碍的人士，总是充满着各种歧视性的称谓，例如语言障碍患者被称为口吃、大舌头、结巴；智力障碍者被称为呆子、傻子、弱智；心智障碍者被称为疯子、神经病，视力障碍者被称为瞎子、盲人。

上世纪80年代，我们在公共话语中抛弃了“残废”一词，改称“残疾”，但“残疾”一词就没有歧视意味吗？从字面看，“残”和“疾”二字，都带有贬义，这个词太直接不够委婉，依然难以避免对弱势人群的伤害，2008年北京残奥会冠军吕红琴就说过：“我不觉得自己是残缺的。”在

国际上，普遍使用的都是“身心障碍”一词。

对于各种身心障碍者，总有一种观点认为：无需为称谓纠结，只需给弱势群体做点实事。这显然是一种高高在上的思维，把身心障碍者当成无知无觉的个体。实际上，中国几千万身心障碍者固然需要物质上的帮助，更需要平等和尊严，正所谓善言暖心，恶语似刀，保护身心障碍者就当从“称谓”开始。

所谓文明，本来就是形式上的，一个社会的遣词用语是其文明程度的体现，对弱势群体使用委婉称谓体现社会关怀，理应成为一种常识。在许多国家和地区，媒体和公众在称呼弱势人群时都尽量使用中性的词，有些国家甚至认为身心障碍者的称谓仍不够人性化，而改称“身体

挑战者”。在台湾，智力障碍者被称为“喜憨儿”，英文叫“Children Are Us”，公交地铁上没有“老弱病残孕专座”，而只有“博爱座”。

令人遗憾的是，我们关于身心障碍者的“称谓”，一直遭忽视。几年前《残疾人保障法》修订时，立法机关内部曾有讨论，是否废除“残疾”一词，但最终还是保留了，近些年来，尽管有不少声音呼吁为残疾人“正名”，但未能成为主流的声音。

我们的社会亟须一次文明启蒙，唤醒公众的无意识的偏见，学会换位思考，尊重身心障碍人群。这样的改变，需要从最微小的语言细节做起，需要政府、媒体、公众的共同参与，但愿，为“老年痴呆”正名，能够成为一个起点。

(转载自《新京报》)

阳澄湖蟹市场之乱实乃诚信之危

□ 周义兴

据报道，市场上挂着阳澄湖大闸蟹“戒指”售卖的大闸蟹，主要分三种：外地蟹、塘蟹、湖蟹。外地蟹是蟹商将江苏兴化、高澄等地的螃蟹贩运到阳澄湖，再以阳澄湖大闸蟹的名义卖出，又被称为“洗澡蟹”。塘蟹则是养在阳澄湖

周边农村水塘里的螃蟹。螃蟹在阳澄湖湖面中养殖，是正宗的“阳澄湖大闸蟹”。仅从外表，即便是阳澄湖当地的蟹农也很难分辨三者的区别。

早在几年前，相关协会就推出防伪“戒指”，然而，“戒指”的防伪功能受到了形形色色假冒行为的挑战。对大闸蟹市场的乱象追根

寻源，关键还是源于见利忘义与诚信丧失。阳澄湖蟹市场之乱的实质乃是诚信之危。

一种商品要得到消费者的信任与认同，不但需要有过硬的质量与服务，还要有长期的坚持与不懈努力。就阳澄湖大闸蟹来说，如果没有过去几代蟹农的努力与诚信经营，如果不能得到消费者的认同，很难想象，阳澄湖大闸蟹会在市场形成如今的知名度。然而，现在外地蟹、塘蟹与湖蟹难

分，甚至存在以外地蟹、塘蟹冒充“阳澄湖大闸蟹”的乱象，令人担心阳澄湖蟹市场诚信已经在流失。这样的蟹市信用，能在多大程度上得到消费者认同？结果是不言自明的。这是阳澄湖大闸蟹市场目前面临的危机。

针对蟹市之危，是救还是不救，乃至应该怎样救，关键也在“诚信”二字。要保住“诚信”二字，一在内部约束，二在外部监管，而这，显然不是戴几只“戒指”、走走形式，就能轻易解决的。

“爱情之都”

□ 何勇海

千古爱情绝唱《孔雀东南飞》是中国文学史上第一部长篇叙事诗，故事发生地安徽怀宁县至今仍保留着焦仲卿和刘兰芝的合葬墓，而《孔雀东南飞》的传说已被列为安徽非物质文化遗产。9月19日，总投资27亿元的怀宁县孔雀东南飞文化产业基地项目概念性规划通过了专家评审。

近年来，主打“爱情”牌是一些景点、城市推广旅游的时髦做法，比如杭州前不久表示，要亮“爱情之都”城市新名片。而怀宁拟建国内爱情类主题旅游第一品牌“中国爱情之都”，似乎口气更大。但仅凭一部古诗，就能撑起一个“中国爱情之都”吗？

这个“爱情之都”总投资高达27亿，是否值得打造，恐怕还得问问当地老百姓，不能只是有关部门的“单相思”。前不久，据新华社报道，计划投资2亿元的河南汝南“梁祝故里”因开发商撤资半途而废，如今一片荒凉；热热闹闹的山西娄烦“孙大圣故里”折腾了2年只建成了一座接待中心。以焦仲卿和刘兰芝为依托打造“爱情之都”，这个“美梦”会不会成为下一个“烂尾工程”？恐怕难说。

而且，这个“爱情之都”同样是“文化搭台，经济唱戏”，搞的仍然是早已遍地开花的产业同质化旅游，难以形成明显的可识别性而脱颖而出，游客恐怕不会“投怀送抱”，极有可能把“浪漫”变成“浪费”。

真不知道，还要多少盲目的旅游投资打了水漂，才能惊醒某些人胡乱投资的臆想美梦？

广告