

# 生命,比演出效果更重要



本报评论员  
胡天立

要将存在生命危险的动作、行为和念头扼杀在摇篮里。保障每一位演员的生命安全是原则和底线,毕竟再高的演出效果也高不过生命。

近日,安徽宿州市埇桥区蒿沟镇尹楼村某表演现场,两名杂技演员在进行空中表演时,女演员意外坠落,后送医院经抢救无效身亡。相关部门第一时间赶赴现场进行处置时发现,事发当时女演员身上没有任何保护措施,且演出主持人在节目开场报幕时宣称,该杂技表演没有任何保护措施,将表演最真实的杂技。

女演员坠亡事件曝光后在网上引发热议,其中讨论最多的就是女演员在表演过程中为什么没有任何保护措施,且主办方甚至还以“没有保护措施”来作为表演的卖点。为了所谓的“表演真实性”,就真的可以忽略必要的安全措施吗?

中国杂技形式多样,其中有危险性较低的表演,如顶碗、柔术、变戏法、独轮车等,还有一些项目则具有一定危险性,如走钢丝、空中飞人、双杆爬等。据笔者了解,那些具

有危险性的杂技表演绝非如那主持人所说,“只有不带保护措施的才是真杂技表演”。恰恰相反,这些杂技项目从一开始就应该有着“层层保护”。

首先在演员的培训阶段,高空杂技演员都需要练就强健的体魄、高超的柔韧性,以及极高的心理素质。其次,高空杂技对表演的高度有着严格的要求与控制。一般在使用吊车进行高空表演时,高度会控制在3米左右,最高不超过5米。在这样的高度上表演,即使出现危险,演员一般也不会有生命危险。在高度更高的表演中,如空中飞人,不仅演员的手部、腰部会用不显眼的绸吊绑住,舞台下方也必须铺设弹力网作为“双重保险”。最后,高空杂技在表演过程中,从来都不是以“惊险刺激”、“博人眼球”为目的。视情况抛弃危险系数高的动作,量力而行是高空杂技业内的共识。

杂技的特色从来都是平中求奇、险中求稳,看似惊险刺激,实则四平八稳。无论是走钢丝还是空中飞人,表演的核心都是要求“稳”。高空杂技固然有冒险成分,但从来不是需要表演者通过赌上性命去追求所谓的“真实”和“惊险”。被誉为“杂技奥斯卡”的蒙特卡洛国际杂技节最高奖“金小丑奖”的奖杯是一个抱球微笑的小丑,它揭示了杂技是一项给观众带去愉悦而非追求刺激的技艺。

这次的坠亡事件也给所有举行类似表演的主办方们敲响了一记警钟。在进行可能存在危险性的表演时,一定要做好安保措施,将存在生命危险的动作、行为和念头扼杀在摇篮里。保障每一位演员的生命安全是原则和底线,毕竟再高的演出效果也高不过生命。试问,如果每场杂技演出都是“一辈子只有一次的表演”,那这门传统技艺又是如何传承至今的呢?

## 防“摸鱼”切勿防过头



本报评论员  
陈江

“上厕所都要先报备”,这种防“摸鱼”就防过头了。须知,好的管理之道,带来的是事半功倍,反之则事与愿违。

为防止员工“摸鱼”,有的公司恐怕用力过猛了。据媒体报道,离职员工举报某培训机构单日加班超6小时,公司管理非常严苛,“上厕所都要先报备,不在工位开除组籍。找领导交涉,他说不愿意做就走,很快会有人来顶替你。”

报道一出,引发网友热议。有人留言:真的搞不懂这种公司存在的意义。还有人直接建议:上厕所都不自由,这样的企业,不去也罢!

或许实际操作中,情形没有单方描述得那么极端,但这样的规定差不多是存在的。近年来,员工失去“如厕自由”的消息亦不时见诸媒体。有的企业在厕所屏蔽手机信号;有的公司限制员工上厕所的时间;甚至还有企业对上厕所超过规定次数的员工施以罚款……这些奇招、歪招,令人哑然失笑的同时,戳中了不少上班族、打工人的痛点。

当然,在不少公司,上班时有员工借上厕所“摸鱼”的情形是客观存在的。女员工在卫生间扎堆聊天扯八卦;男员工蹲坑打手游的亦不鲜见;还有员工会当着领导的面表演勤奋,当面一套背后一套。

客观而言,企业制订一些规章制度,防止员工“摸鱼”可以理解。但企业不能据此就对所有员工“无差别”对待,甚至在管理中手伸得过长,干涉员工“如厕自由”,既违背人性,还侵犯了劳动者基本权益。像这种离开工位要开除、上个厕所要报备的极端要求,不仅简单粗暴、不通人情,还对员工缺乏应有的尊重,更是苛刻得有些离谱。身为员工,不免感到悲哀。试问在这样的高压之下,还怎么调动员工的积极性?

其实,就心理层面而言,“摸鱼”是人性,因为“摸鱼”的快乐是即时的,能够快速给人带来满足;而工作是延迟反馈,必须经过一段时间的学习、探索,才能获得“奖励”。一般情形下,人会倾向于即时满足,所以大部分人很难抵抗“摸鱼”的快乐。而一家企业,如果有为数不少的员工,都到了等着上厕所“摸鱼”的话,那作为企业管理者更应该反思:底下员工为什么对工作没有积极性、失去了兴趣?激励机制是不是出了问题?企业的管理模式是不是跑偏了?

实际上,生活中的大部分工作,并不是简单计件计时的流水线作业。一些创造性强的工作,是需要一些“摸鱼”的松弛,来唤醒创造力,激发新的活力。像“上厕所都要先报备”式的管理,这种防“摸鱼”就防过头了。须知,好的管理之道,带来的是事半功倍,反之则事与愿违。

## 航空带货莫忘服务底线



本报评论员  
方小晶

从长远来看,廉价航空要走得更远,服务意识不能丢。不能为了过度追求带货,而把最基本的服务底线都丢了。

天津的王女士乘坐前往丽江的航班时,遇上了糟心事。空姐向乘客推销商品,时间长达40分钟,让她根本没法休息。此事引起了网友议论,一度上了热搜。

许多网友惊诧,飞机上怎么还会推销商品?其实这并不是新鲜事,笔者多年前就曾经历过,场景和王女士的遭遇相似,都是在廉价航班上,只是卖力推销的不是空姐,而是一位空少;推销的不是墨镜,而是飞机模型。

不可否认,廉价航空以其低廉的票价,给我们的生活带来了便利。对于航空公司来说,既然票价上让了利,那么必然要从其他方面寻找利润。一方面是节流,例如取消飞机餐甚至饮料、行李托运不再免费等等;另一方面还要开源,飞机上推销商品正是这类产物。

民航监管部门说在飞机上卖东西并不违规,事实上大多数乘客对此也抱着宽容态度,不乏有人去捧场。但此次事件之所以引发那么大的反响,实际上并非对于飞机上能不能卖货的讨论,而在于在“红眼航班”上,如此长时间地推销商品,已经丢失了起码的服务意识。

谁都知道赶深夜或凌晨的航班是件痛苦的事,为了赶飞机许多人都是疲惫不堪,迫切希望休息。这时候进行长时间的推销,显然并不合适,甚至让人反感。为顾客着想应是服务业的第一准则,这样的行为偏离了这一准则。我们可以接受乘坐廉价航空时,让渡一些权益或服务,但航空公司作为服务行业,不能毫不顾忌顾客的感受,连乘客休息的权利都需要让渡给你的推销。

板子不能全落在空姐身上,她们只是为了完成公司规定的流程,或许还有相关的KPI考核。问题的关键,还在于航空公司身上。过去几年,航空公司的日子不好过。面对复苏的市场,我们理解航空公司急于创收的心情。但航空公司也得考虑下,在飞机上推销带货是否是最好的商业模式?要知道,空乘的本职工作是服务乘客,职业培训和技能点里,都不会有推销商品这一项。好的商业模式应该实现多赢,而过度的推销带货并不能做到这点。

从长远来看,廉价航空要走得更远,服务意识不能丢。毕竟,是乘客的满意度最终决定你的发展空间。你不能为了过度追求带货,而把最基本的服务底线都丢了。