



1

《論語》有言：“己所不欲，勿施於人。”自己不願承受的事，也不要強加給別人。

人與人之間，永遠是相互的。所以，相處，要懂得換位思考，站在別人的角度去看，你就能發現自己的不足；交往，要學會將心比心，試着理解別人的辛苦，你就能對他人多一份體諒。

《了不起的蓋茨比》中寫過一句話：每逢你想批評任何人的時候，你要記住，這個世界上所有的人，並不是個個都有過你擁有的那些優越條件。

曾聽一位網友講過這樣一個故事。他在一次點外賣之後接到好幾個電話，接通之後對方

相處舒服的人都懂得換位思考

不說話就直接挂斷，他以為是有人惡作劇便大發脾氣。結果在清理手機信息的時候看到一條消息，提醒他外賣放在前台。

原來，外賣小哥是一名聾啞人，由於溝通不便，所以每次都會在送餐時提前發短信告知。

事後，這位網友為自己沒有耐心十分自責，並在網上呼籲大家如果遇到這種情況，最好檢查一下有沒有被忽視的短信，不要急着給差評，以免傷害到這些努力工作的特殊人群。

2
學會換位思考，是一個人最大的善良。當別人遇到困難時，如果我們能懂得換位思考，在能力範圍內伸手幫一把，不僅是雪中送炭，更是別人迷茫時的一絲希望。

3
什么是修養？網上有個高贊回答是：換位思考，凡事多替別人着想。

曾看過一個故事：一個農夫請一個盲人朋友到家里吃飯，吃過飯時天已黑，盲人朋友一定要回家。農夫沒辦法，拿給他一盞燈籠，盲人朋友很生氣地說：“你明知道我看不見，卻給我一盞燈籠，你這是在嘲笑我嗎？”

農夫解釋道：“雖然你看不見，但是別人可以。你提着燈籠，這樣就能避免別人撞到你。這不是嘲笑你，而是在乎你。”盲人朋友聽後十分感動。

人有千萬個，心有千萬顆。一件事，不同的人站在不同的角度，就會有千萬種答案。如果每個人都能懂得換位思考，學會將心比心，那麼爭吵和矛盾就會少很多。

寬容來自理解，理解來自換位思考。“責人之心責己，恕己之心恕人。”凡事懂得換位思考，是一個人最頂級的修養。

4

正所謂，“橫看成嶺側成峰，遠近高低各不同。”一個人身處不同的位置，看到的風景也會不一樣。

古時候，有個老婆婆每天都在哭，晴天哭、雨天也哭。鄰居問她：“老人家，您為什麼每天哭得這麼傷心？”老婆婆說：“我有兩個女兒，大女兒賣傘，小女兒賣草鞋。晴天，大女兒的傘賣不出；雨天，小女兒的草鞋賣不出，沒有生意怎麼賺錢生活啊。”

鄰居說：“老人家，您為什麼不這麼想呢？晴

天，你小女兒的鞋店生意紅火；雨天，上街的行人又都往你大女兒的傘鋪里跑，這樣不是就不苦了嗎？”老婆婆覺得他的話很有道理，從此天笑得合不攏嘴。

人生在世，不可能事事盡如人意。心大事就小小小事就大。換位思考，往往能解決人生80%的煩惱。

人與人走近，需要換位思考；心與心貼近，也需要換位思考；情與情濃厚，更需要換位思考。學會換位思考，是做人的至高境界。

4

聽過這樣一句話：你永遠不可能真的瞭解一個人，除非你穿上他的鞋子走來走去，站在他的角度考慮問題。

如果只站在自己的位置看別人，看到的可能永遠都是不好的一面。

與人相處，要懂得換位思考，尊重別人就是尊重自己。

愛出者愛返，福往者福來。人生所有的驚喜與好運，都源於你日積月累的人品與善良。

學會將心比心，才能得到人心。願你一生努力，一生被愛。想要的都擁有，得不到的都釋懷。

文章來源：公衆號哲學人生網；作者：哲學君

短文精選

閑

閑，大體可分為兩種。一是清閑，無事可做抑或不願做事，皆屬此列。另一種是偷閑，如閑情逸致。這兩種“閑”最大的區別是，前者“閑”乃常態，亦稱常閑，而後者“忙”才是常態，正因為忙，才偷，所謂忙里偷閑是也。

《呂氏春秋》中說，判斷一個人是否值得深交，其中之一便是“止則觀其所好”——閒暇時，通過一個人業餘時間的愛好，就能看出這個人的品行；看一個人喜歡把精力投入什麼方面，就能窺見其心之所向和人生格局。

大千世界，萬種奇觀，芸芸衆生用來打發業餘時間的方法自是五花八門。有人愛喝茶閒聊，有人愛醉酒度日，有人愛上網神遊，有人則蒙頭酣睡。也有人愛讀書學習、探索新知，抑或陪家人旅遊看景，增長見識，更有人借此機會苦練業務技能，或者發展業餘愛好，從而讓自己不斷成長，豐盈人生。如何打發時間，往往與人生的規劃和目標有關。

“閑”還有身閑與心閑之分。整日身閑的人貌似輕閑，實則最累；而心閑的人，身體雖鮮有得閑，卻十分愜意。漫畫家方成先生八十九歲高齡時，身體依然十分硬朗。一位澳大利亞漫畫家向他討教養生之道，方老只說了一個字——忙。後來，他又為自己畫了一幅自畫像，題字就是：“生活一向很平常，騎車畫畫寫文章。養生就靠一個字——忙。”

這個“忙”就是一種最好的心閑狀態，也是忙與閑的最美融合。

文章來源《大公報》作者：劉世河

二舅說偷

二舅說，小孩兒拿東西不算偷。偷是人最古老的一種本性。在我們人類還是孩童的遙遠年代，大地上長滿瓜果。那些瓜果不是任何

人的私有財產，我們處在孩童時期的祖先，看見果子就伸手採，遇到西瓜就彎腰摘。千萬年里他們就這樣生活。

只是到後來，大地被一塊塊地瓜分了。大地上的瓜果成了一些人的，其他人沒有權利採摘，採摘別人的瓜果被說成了偷。偷是一件耻辱的事。有個成語叫“瓜田李下”，是指“瓜田不納履，李下不正冠”，以免讓別人誤解自己在彎腰偷瓜，舉手盜李。

在孩子身上，能有幸看到一些人類童年的影子。孩子見一棵樹上結着果子，就會伸手去摘，這和我們千萬年前的祖先多么相像——這是最本能、最天真無邪的動作。大人看見樹上的果子首先會想，這棵果樹是誰的；孩子心中沒有這個概念，或者在孩子心中，果樹都是大地的。

儘管人類早已經長大到成年，但我們的孩子還處在童年。每個孩子都生活在全人類的童年。從孩子身上我們看見遙遠的祖先。祖先繁衍養育了我們，現在回頭看，祖先就跟孩子一樣。

作者：劉亮程



我們都需要一個可以隨時打擾的朋友

在這個世界上，誰是可以隨時打擾的人？他如今還在你身邊嗎？

有沒有一個人，你和他嘮叨，他不嫌你煩；你遇到難題，他能幫你周全；你有了委屈，他毫無條件地站在你這邊？

曾經那個久伴身邊的知己，那個可以開玩笑不用擔心對方翻臉的人，還在嗎？

有些感情，不是敗給了時間，不是敗給了磨難，而是敗給了壓力。

想聯繫，又怕打擾。你們是什么時候開始，從無話不談的知己，變成了害怕打擾的陌生人？是什么時候開始，從對方的唯一，變成了害怕成為對方的多餘？

從步入婚姻之後，還是從有了孩子之後？從我們為了工作忙到昏天黑地，還是從我們為了應酬忙到半夜回家？

有些感情不是因為不能同甘共苦，而是因為我們彼此都太過忙碌。我們都有壓力，不想自己的一些鷄毛蒜皮為對方增添麻煩。

不知道什麼時候開始，我們學會了但笑不語。別人問你累不累，我們會笑着說“還好吧。”但其實，心里真的很想抱着對方哭一回，告訴他“我不好。”

“我不好，我想找人袒露心扉，我想找人示弱一回。”編好了信息，卻又匆匆撤回，因為我知道，你和我一樣累。報喜不報憂，有的時候不止對家人，也對朋友知已。

很多時候當荆棘出現，我們不是挺不過去，而是在挺的過程中太過孤單，想找一個人陪一會兒，哪怕相擁那一刻就已足夠。

這個世界上最甜蜜的語言，不是“累了就歇一會兒”，不是“餓了別忘記吃飯”，而是“最糟糕的時候，記得有我”。

我們都需要一個可以隨時打擾的朋友，他不在乎你有沒有財富地位，不因為利益多寡而親近你，喜歡就是喜歡，舒服就去在意。可以隨時打擾的朋友，你們之間誰也不用刻意討好誰，能夠真真實實做自己，不用戴面具，不用裝笑臉。

看到過這樣一句話，“你的快樂一直不缺觀眾，也願你的無邪有人真的懂。”這個世界上，有這樣一個人嗎？能看透你的偽裝，懂得你的善良；能穿越你的鋒芒，觸碰你的軟肋？如果有，那一定是千金難換的感情。

真正的友情，不需要虛偽，不用那么多客套，不會有懷疑，不會有算計。餘生，希望我們都能做自己的屋檐，能在跌倒的時候爬起來堅毅前行；希望我們也都有機會做別人的雨傘，能擁有一個可以隨時打擾的朋友。

作者：無銘

後疫情時代的消費

開始我們都以為，因為疫情在家瀕臨懨懨的人們解禁後會瘋狂撒錢，吃喝玩樂，醉生夢死好一段日子，但想象中的報復性消費並沒有到來。

央行公佈的數據顯示，一季度人民幣各項存款增加 8.07 萬億元，同比增加 1.76 萬億元；其中，住戶存款增加 6.47 萬億元，同比增加 4012 億元——我們等來的，竟然是報復性儲蓄。

發明“報復性消費”這個詞的學者單正平，曾復盤過去幾十年里中國人的幾次報復性消費潮：一是改革開放初期，剛結束物資短缺的中國人開始大肆吃喝；二是 20 世紀 90 年代，壓抑許久又有了點錢的人們催生了服務業的繁榮；三是剛進入 21 世紀，長期擠宿舍等單位分房的人們一窩蜂開始買房；四是北京奧運會後，富起來的老牌單車大國開始集中追求開私家車的出行體驗。

報復性消費潮首先離不開全社會經濟水平的突飛猛進這一物質基礎，同時更需要有超越實際需求的情緒化消費作為心理驅動。

如讓·鮑德里亞所言，“飽暖思淫慾”的使用價值已經無法滿足消費者蠢蠢欲動和“成為更好的自己”的追求。過去人們報復性消費，是因為經歷了從無到有的過程，花錢吃喝玩樂和買車買房，都包含着“闊起來”的自我證明。

意思是，我買大奔，不是因為別的車不能“奔”，而是因為我買得起大奔——在這段洶涌的變革期，消費產品的符號意義更為明顯。

消費放大了慾望、階級差異和攀比心理，但也刺激了生產力發展和社會進步。20 世紀初的美國

煙草廣告費盡心思把女人騙去買煙，無意間助長了女性的獨立和平權意識；可口可樂和耐克的熱血廣告片，有時真能激勵年輕人去勇敢打拼，挑戰自己。

自由經濟理論的祖師爺亞當·斯密相信，消費並不一定只會帶來追逐奢靡的愚蠢輕浮，人總會慢慢產生更高級的需求。事實證明這個預測有點道理。

然而，消費主義營造的世界級拜物教很大程度上又成了衆多焦慮的根源。我擁有了，然後想要更多；我擁有的不如隔壁老王多，然後想比他多；累死累活好不容易比老王多了，發現樓上老李比我和老王加在一起還多——這是我們緩解焦慮的方式，同時也是我們焦慮的原因，因此我們一直無法快樂。

我們試圖在詩和遠方里尋找答案，結果讓詩和遠方也變成了消費的對象。

於是，生於黃金時代、看着西方社會打贏冷戰走向巔峰的恰克·帕拉尼克在《搏擊俱樂部》里怒吼：“廣告誘惑我們買車子、衣服，於是我們拼命工作，買不需要的東西。我們是被歷史遺忘的一代，沒有目的，沒有地位，沒有世界大戰，沒有經濟危機，我

們的大戰只是心靈之戰，我們的恐慌只是我們的生活。”

然後你猜怎麼着？世界大戰來了，經濟危機也來了。疫情帶來的死亡與恐慌並不亞於一場真刀真槍的熱戰，疫情製造的經濟動蕩影響遠超 1929 年的大蕭條。89 歲的巴菲特經歷過 5 次美股“熔斷”，其中 4 次發生在 2020 年 3 月；同一時期，在世界上的很多地方，巴菲特的同齡人被醫院放棄治療，以便將醫療資源用于救助年輕人。

最近幾個月乃至未來的幾年里，人類將經歷一次大規模的從有到無。生命、健康、親人、愛人、財富、事業……種種構成正常生活的元素，在疫情面前都顯得搖搖欲墜。很多東西跟空氣一樣，平時讓人覺得稀鬆平常，一旦沒了便生死攸關。

消費主義和消費當然會繼續存在，但會被賦予不同的意義。消費將趨向務實與純粹，人們將更深刻地意識到：消費不能指揮生活，生活要指揮消費。消費主義會受到更嚴肅的詰問，以便為精打細算提供更充分的理論依據。

貨幣形態從沉重的貴金屬變成輕飄飄的紙張，再到今天屏幕上的數字，這種演化在不斷削弱我們對金錢的基本尊重——它或許正在被疫情重新喚醒。

當我們更理性地對待每一筆支出，更慎重地考量每一件心動的商品是否有必要買回家時，商品的生產者才有可能更深入地琢磨消費者的需要，嚴格把關質量和體驗，消費才會真正迎來陞級，並向它本質的功能回歸——讓生活更美好，而非更浮夸。

作者：李神喵

