

以爱和馨香致敬母亲

新华社记者 董博婷 黄玥

又逢母亲节,又是一个繁花盛开、馨香四溢的五月。

不管是近日全国妇联推出“我给妈妈送束花”公益传播活动,为10000个家庭定制妈妈专属鲜花和祝福;还是社区街道开展主题活动,通过插花、制作蛋糕等形式感恩母爱;亦或是各地学校组织学生通过手工、书信、贺卡等形式献礼母亲……人们用言语和行动表达对母亲的美好祝愿和感恩之情。

母亲是每个人最早的老师,她教

的不仅仅是生活技能,更多的是做人的道理。孟母“断机杼”引导孟子持之以恒;欧母“以荻画地”培养欧阳修勤学之品质;陶母“封坛退鲜”教会陶侃清白做人、廉洁为官;岳母刺字“精忠报国”成就岳飞坚守信仰……岁月悠长,母爱如草木芳香萦回,在潜移默化中浸染孩子,影响社会。

母亲对于家庭是重要的情感纽带,更在家庭家教家风建设中发挥着重要作用。她们赋予孩子成长动力;为小家无私奉献,充盈爱的温暖;为邻

里增添融融和气,共沐和谐新风;为社会撑起“半边天”,贡献进步的力量。

时至今日,母爱有了新的精神内涵。养育不同民族十个孤儿的“传奇母亲”阿尼帕·阿力马洪;提灯照亮上千名大山女孩求学路的“校长妈妈”张桂梅;面对从十楼坠落的幼童,奋不顾身伸出双臂的“英雄妈妈”吴菊萍……她们诠释着“母亲”的大爱,如苍穹般包容辽阔、像大地那样坦荡沉静。

致敬,母亲的无私。感恩,母亲的奉献。

防治校园攀比不应流于形式

默达

近日,安徽淮北某小学向家长发放一份调查问卷,其中600元左右一双的“防攀比鞋”引起争议。学校方面称“家长可以如实填写意见”,当地教育主管部门也表示:“问卷在部分班级发放,并非要求购买,目前已停用该问卷。”

攀比是一种复杂的消费心理,往往伴随自卑、从众、焦虑等心理问题。它常常找上青春期的少年,正是因为他们尚未形成稳定、成体系的价值观念,需要教育者适度干预。若仍处于征求意见阶段,学校的做法倒也并非不能理解。但防治校园攀比绝不是发问卷、买几双鞋就能解决的,家长的疑虑很能说明问题。

单从问卷的内容和结构来看,与社会调查遵循的原则相去甚远。比如,统一买鞋这件事有利有弊,需要从多个维度展开分析,问卷却先让家长判断“支不支持”再谈原因,恐难以充分反映问题。再比如,“支持”部分将理由杂糅成一条——“既能够消除学生攀比(心理),树立正确的价值观,又



有利于学生足部健康”,有过度引导的嫌疑,而“反对”部分涉及最为关键的费用、效果、配套措施却表述模糊,家长无法通过问卷表达具体需求。更不必说问卷中未注明单选多选,还有影响阅读的错别字,等等,看起来不专业且不真诚,倒像是走走过场。

而问卷中提到的600元一双的价格,则是家长们质疑的焦点。结合生活常识可知,这个价格可以买到市面上绝大多数知名品牌的新款运动鞋,集中采购理应更加便宜,中间是否存在“吃回扣”“假竞标”等灰色地带?家长无从知晓。最为关键的一点在于,600元的价格并非多数家庭可以承受

的,许多人一辈子都没有穿过如此昂贵的鞋子。用高价防攀比本就匪夷所思。但换位思考,若是勾选“价格过高”,并经由孩子之手交回,在本就有攀比心理的人看来,或许又落入了“自证陷阱”。

从强制穿校服,到禁戴名贵首饰,再到统一购买“防攀比鞋”,确实能看到各校的良苦用心。但深入思考,孩子们选择在鞋上攀比,只是因为原有的攀比方式被取缔了。若仅做规定而不加强教育引导,最终仍是治标不治本。况且校服丑、校服贵、质量差等问题仍存争议,因校服带来的违规收费现象偶有发生,如今又提“统一买鞋”无非是换种形式平添负担,不要说家长不支持,学生们恐怕也不会愿意。

单靠“防攀比鞋”防不住真正的攀比心理,唯有加强引导和教育才能赢得家长和学生的共同认可。今年5月是首个“全国学生心理健康宣传教育月”,深挖校园攀比现象背后存在的心理误区,方能从源头化解家长的疑虑。

来源:南方日报

让彩礼回归情理

秦睿

过去在海东市循化撒拉族自治县积石镇尕斯列村,彩礼可以高达30多万元,高额彩礼埋下的隐患引发了许多家庭矛盾。通过持续深入开展移风易俗,现在村民结婚时,彩礼不超过10万元,文明新风吹遍撒拉之乡。

在农村地区,高额彩礼这一不良风俗,带来了盲目攀比、举债结婚、铺张浪费等不良社会风气,也在感情和婚姻中种下祸根,让原本恩爱的情侣劳燕分飞,让本应和睦的家庭产生嫌

隙,不仅衍生出因婚致贫现象,近年来甚至引发涉彩礼纠纷恶性案件,已经从“家事”上升成为社会问题。许多类似于“名为待字闺中,实为待价而沽”的诟病,反映着群众对高额彩礼的厌恶。还有调查显示高额彩礼是现在年轻人不想结婚的原因之一,可见高额彩礼对社会的影响已经不容忽视。让彩礼回归情理,是老百姓的心声。

近年来中央一号文件多次点名“高额彩礼”问题,传递出党和国家对这一问题的高度重视和治理决心。在青海,随着乡村振兴战略和乡风文明建设的不断推进,农村地区的这种不良风俗得到了有效遏制,但是部分地区隐患犹存。高额彩礼不仅物化婚姻,也异化风俗,失去了彩礼的本意。彩礼作为中华传统习俗中的一项婚姻礼仪,有着悠久的历史,本是代表男方家庭的诚意和尊重,不能让高

额彩礼乱象暗淡了传统习俗中所追求的温良、恩爱等伦理美德。

彩礼背后交织着经济、社会等复杂因素,治理方式不能“一刀切”。民政、妇联、司法、宣传等相关部门在积极开展合作,红白理事会、乡贤理事会等群众组织也在充分发挥作用,以遵守法律、因地制宜的教育、规劝、批评、奖惩方式推动婚俗倡导性标准的执行,倡导婚事新办,遏制天价彩礼,遏制大操大办,明确规定结婚彩礼、嫁妆数额、宴席规模、亲友随礼标准,杜绝或减少名目繁多的红包礼金。我们还可以进一步深挖青海不同地区依然存在高额彩礼的深层次原因进而采取针对性措施,比如性别比例问题,就可以开展线上相亲活动,比如观念问题,就可以多进行正确引导、榜样引领的工作,靶向治疗,还人情以温情、还民风以淳朴、还乡风以文明。

来源:青海日报

一段时间以来,从淄博的烧烤到天水麻辣烫,从“尔滨”的雪花到上海的“繁花”,火爆全网的“顶流”带动了文旅消费新热潮。通过线上线下联动、消费场景融合,文旅消费实现从“流量”向“留量”的转化。这背后,数字消费的助力不可忽视。

随着在线医疗、智慧旅游等新业态、新场景、新模式不断涌现、逐步发展,数字消费不仅在需求端改变着人们的生活方式和消费习惯,也在供给端推动着相关行业的深刻变革,拓展了消费增长新空间。这种消费模式,已成为促消费政策的重要抓手之一,有助于推动技术应用创新,促进产业与消费双升级,对新质生产力的培育也起到重要作用。

从去年年底的中央经济工作会议到今年的《政府工作报告》,数字消费都是关注的重点之一。商务部不久前印发的《数字商务三年行动计划(2024—2026年)》提出,要培育壮大新型消费。数字消费提升行动落地实施,打造“4+N”网络消费矩阵,开展“全国网上年货节”“双品网购节”“数商兴农庆丰收”“丝路云品电商节”4个全国性网络促销活动,支持各地因地制宜开展系列配套活动。同时,商务部还将今年定为“消费促进年”,具体举措之一就是要大力发展数字消费……一系列扎实举措印证着“数字”对百姓生活的深刻改变,也将起到提振消费的积极作用。数据显示,今年一季度全国网上零售额为3.3万亿元,同比增长12.4%。数字消费成为新增长点,智能穿戴装备和电子音像制品分别增长30.9%和23.4%。

数字消费领域增长空间广阔,但依然存在基础设施不足、服务能力偏弱、监管规范滞后等亟待补齐的短板弱项。举例来说,2023年,全国12315平台接收网购投诉举报1261.1万件,占投诉举报总量的56.1%;又如,适宜老年人和残障人士使用的智能技术相对欠缺,专用智能化终端产品仍显不足等。各地区和有关部门要从更好满足人们多元化、个性化、品质化的需求入手,立足区域禀赋、资源优势,在完善基础设施、促进数实融合、保护消费者权益等方面努力实践、深入探索。唯有如此,数字消费才能在拓宽经济增长空间、提高人民生活品质等方面发挥出更大作用。

来源:经济日报

拓展数字消费新空间
年 龄