



### 扫兴式父母

□本期主持:周培尧

有时想分享所见所闻,父母一点也不感兴趣;有时取得成绩想得到父母肯定,却被泼了一盆冷水……“扫兴式父母”近日成了社交网络上的热议话题。对此,有网友表示,父母的“扫兴”其实是对孩子的激励和鞭策,但也有网友表示,长期如此会打击孩子的信心和积极性。您怎么看?

### 代沟所致 无须介怀

①泥河牧歌:年轻人把向父母分享自己的快乐,却得不到父母回应的现象称为“扫兴式父母”,用词颇有些严重了,究其原因,无外乎是对同一事物在认知上的差异造成。父母到了一定年龄已经趋向于老成稳重,而年轻人喜欢追逐新奇,当两种理念发生碰撞时,无论是产生共鸣还是分歧都属于正常现象,不宜用“扫兴”来定义。求同存异、消弭代沟,方为上策。

②刚柔:父母与子女存在代沟,这是普遍的现象。两代人在认知与喜好上是很难达成一致,从另一方面来看,这也折射出父母和子女天然的差异,当父母对子女的分分享没有兴趣就难以产生互动。因此,子女更应正视代沟的存在,多多理解父母,不要过于在意父母的无动于衷,他们并不是刻意扫兴,而是乐不相投,难成其兴也。

③徐振宇:为人父母都是望子成龙、望女成凤的,所以子女眼中所谓的“扫兴式父母”是有认知偏差的。即使在孩子看来父母的做法是如何不近人情,那也是他们对自己的深切期望落空后的体现。试想,当你发现自己的期望落空时,你会如何应对?“父母呼,应勿缓。父母命,行勿懒。父母教,须敬听。父母责,须顺承”。古人所训,鞭辟入里。

### 伤及亲情 理当反思

④渊智洞达:无论是成人还是孩子,内心深处都有获得称赞得到肯定的期望。经常受到打击的人,不一定在磨砺中日臻完善,也很可能会消磨意志,或者产生逆反心理变得叛逆,长久以往,就会关闭和父母交流的大门,可谓事与愿违。儿大三分客,父母和孩子也需要平等相待,方能构建和谐友善的家庭氛围。

⑤曹建明:“扫兴式父母”其实就是一种负激励现象,尽管父母的动机良好,但产生的效应也是不断递减,甚至是负面的。尤其是随着时代的发展变化,社会竞争的加剧,孩子学习、工作中的压力日渐加大,更需要家长的肯定和鼓励来释放情绪并减压。因此,对于习惯了负激励的“扫兴式父母”来说,实在有必要转变观念,从而在和谐平等的氛围中与孩子一起共同成长共同进步。

⑥鹿台一卒:教育是一门综合了心理、社会、人文等多种学科的系统科学,父母作为孩子的第一任老师,对这门学问的理解和掌握程度,直接关系到教育培养孩子的效果。但不可否认的是,许多家长并不掌握科学的教育方法,自觉不自觉地实行“扫兴式教育”者不乏其人。当下,父母也要与时俱进,以更高的素养助力下一代健康成长。

### 相互理解 共同成长

⑦中言利尔:可怜天下父母心,应该强调的是,绝大多数父母都是对自己儿女深切关爱的,表面上对孩子的冷漠严厉,实际上是恨铁不成钢的表现,儿女们应理解父母的良苦用心,激励自己做得更好。而身为父母也理应反思,当孩子对自己的冷面孔已感觉“扫兴”,那就应该主动改变并与儿女好好沟通,在宽严相济中让子女“不用扬鞭自奋蹄”,这样才能变扫兴为助兴,让家庭其乐融融。

⑧创业:面对“扫兴式父母”,家长与孩子都需要进行反思。家长要明白,孩子的每一次尝试和表达,都是他们与世界互动的方式,是他们独立思考 and 建立自我认同的过程,“扫兴式父母”会影响到孩子的自我成长。与此同时,孩子也应该尽可能理解父母的良苦用心,学会坦然接受一些建设性的批评。如此,父母与子女才能在互促互进中共同成长。

⑨仙水忍:每个孩子都需要得到父母的反馈,但父母如何合理去运用奖励和批评的方式,显得非常重要。父辈和孩子之间存在天然的代沟,彼此的思维存在较大差别,让父母完全意识到自己的不恰当做法有些困难,但孩子可以尝试与父母建立适当的生活边界,父母也会逐渐理解孩子的成长与变化,家庭和谐需要双方的相互理解和共同努力。

### 下期话题

近日,在电商直播间里带动用户下单的带货控场“气氛组”登上热搜,被网友称为“电商捧哏”,他们营造出直播间人流涌动的氛围,并搭帮吆喝卖货。有人认为,这是行业细分更加专业化的表现;也有人认为,这些都是套路满满的设计。对此,您怎么看?下期茶座,邀您聊聊“电商捧哏”这个话题,您可在“温陵茶座”新浪微博留言,也可加入QQ群299935398参与讨论。



周培尧

# 民俗热点,亦是文旅发展支点

□周培尧

10.5亿次,这一数字也告诉我们,在网络社交媒体发达的时代,短视频已然成为城市推广的一柄利器。仅以抖音为例,近年来因其带火的城市就不胜枚举,从重庆的洪崖洞到上海的武康路,再到南京的梧桐大道,都是由短视频引发强大的传播效应,进而促动游客去深入了解城市打开旅游市场的例证,这种“逆向”探索城市人文历史的风潮,已成了数字化时代旅游的新常态,对城市推广而言也带来了全新的启迪。

据统计,城市形象视频超八成由个人创作。因此,城市在形象推广上转向“政府搭台,民众唱戏”的新路径,已是必由之路。回溯泉州的旅游发展历程我们会发现,早在2012年,泉州就征集33位旅游达人,变身穿越宋元时期游泉州,借力发力推广泉州旅游;去年7月,为庆祝申遗成功一周年,泉州市文旅局、泉州古城办推出“宋元中国看泉州”抖音话题挑战赛,超5200个投稿视频推介泉州,相关视频播放量超1亿次;今年6月,为深入挖掘泉州乡村旅游资源,多部门联合启动“海丝乡愁——遇见最美村庄”跟着达人游泉州活动,邀请8名百万粉丝以上新媒体达人开展采风直播、摄制短视频,助力泉州乡村旅游……通过网络社交媒体制造与输出城市文化认同与情感认同,对树立城市形象无疑起到了四两拨千斤的作用。

当然,推广城市形象,网络社交媒

“梳头头髻圆,爱水埔埔娘。阔衫大裾衫,头花插歌歌”。本报记者日前从泉州市文旅局获悉,从年初至今,泉州“蛸埔女”抖音话题播放量突破10.5亿次。今年以来,以“簪花围”为主要特色的蛸埔女文化吸引了五湖四海游客的目光,掀起一波又一波打卡热潮。众多文化名人、影视明星频频来泉,在名人明星流量的加持下,世道之城泉州火爆“出圈”。来自海内外络绎不绝的游客纷纷前往东街街道蛸埔社区体验簪花围,让这一传统民俗大放异彩。

蛸埔女文化的火爆,看似偶然却有其深刻的必然性,这与泉州市委市政府多年来对蛸埔女文化进行活化利用、保护性挖掘,且完整保留了蛸埔村的原生态生活习俗密不可分。同时,相关部门也不断探索将历史文化习俗与现代时尚元素结合,策划了蛸埔海鲜啤酒节、蛸埔闽南语乡村音乐节、“海丝·蛸埔”民俗文化节等一系列文旅活动,使得蛸埔女文化借助多种平台一跃成为闪亮的泉州城市名片。

“蛸埔女”话题抖音播放量突破



自去年以来,广电总局持续开展网络微短剧治理工作,加强规范管理,有效净化网络微短剧行业生态。下一步,将再次开展为期1个月的网络微短剧专项整治工作。(视觉中国)

# 严查鬼秤,让老百姓“秤”心如意

□吴志明



近日,“官方通报B太遭鬼秤事件”登上微博热搜首位。据公众号“大连市场监管”消息,11月12日,大连市市场监督管理局通报称,涉事商户涉嫌在经营中故意使用破坏准确度计量器具的行为,现已立案调查。而在此前一天,该局曾发布通报称,近日联合公安机关查处了3起非法改装销售计量器具案。一个热搜,将让人深恶痛绝的鬼秤现象再次拉回市民视线中。笔者认为,只有多方合力施策,才能杜绝这种现象,还老百姓“秤”心如意购物环境。

7斤多的鸡复秤时只有5斤多,2斤7两的海鲜放到店铺秤上,竟变成3.8斤……在打假博主“B太”发布的视频中,这样的事情公然上演!当地市场监管部门介入后,经过检测,发现违规行为确实存在,调查鉴定结果是出来了,但公众却大为失望,不仅是对大连市监管的失望,更是对当地市场监管部门的失望,本是分内本职工作,却在网曝后才介入,日常监管的缺失不言而喻。

鬼秤问题早就不是新鲜话题,近年来这种现象在各大市场上屡见不

鲜。顾名思义,鬼秤就是那些被做了手脚的电子秤。据了解,现在的鬼秤可通过输入密码调整计量精度,还可以一键重启恢复正常。此外,还“与时俱进”地出现了可通过遥控器进行远程操作的电子秤。

鬼秤的出现,不仅在斤两上欺骗消费者,损害其合法权益,扰乱正常的市场秩序;还破坏整个社会信任的基石,影响诚信市场建设;更给所在城市抹黑,它暴露了一个市场、一座城市诚信的缺失,以及城市治理的疏漏,舆论发酵后,势必引发城市口碑的崩塌。试想,连最基本的市场规范都没有的城市,还能指望外地游客前来旅游吗?如此短视的行为,虽然带来一时的利益,损害的却是城市的长远发展之计。不仅如此,这种行为还涉嫌违法,将受到法律法规的惩处。

天地之间有杆秤。在古代,杆秤被称为秤砣,秤砣又叫作衡,因此杆秤被认为是权衡之器;在老百姓的心中,杆秤更是公平公正的象征、天地良心的标尺,一桩桩交易就在秤砣与秤盘的此起彼伏间完成。秤杆上的斤斤计较,演绎的是人生的公公正正。笔者认为,要杜绝鬼秤现象,需要多方合力施策。首先市场监管管理部门要做到守土有责,不能等到知名博主、网络大V曝光,才“高度重视”“迅速行动”“严厉查处”。

应该加大日常检查与惩处力度,设置举报电话,对查实的违法行为重拳出击,从严从快处理,让不良商家得不偿失,提高其违法成本。正如一位网友的建议,“查处一次在摊位前挂牌‘缺斤少两两摊位’,查处三次就直接停业,看谁还敢违反?”同时应在市场设置公平秤,方便消费者进行复秤。针对通过网络渠道销售非法电子秤较难杜绝的现象,可商请电商平台及相关部门配合,顺藤摸瓜,将研发者、生产者、销售者一网打尽,从源头杜绝。消费者对这种现象应该“斤斤计较”,提高自我保护意识和维权意识,不能因为涉案金额较少就听之任之,人人都应该充当“捉鬼”的“钟馗”,勇于拿起法律武器与不良商家作斗争,遏制缺斤少两现象的进一步滋生。而作为商家,少一些套路,多一些真诚,方能守住经营本心。

民间谚语云:“秤上亏心不得好,秤平斗满足好人。”足斤足两、童叟无欺,是做生意的基本原则,也是千年流传下来的商业美德。商家要盈利无可厚非,但要买卖公平、生财有道,须知权衡之术、用秤之道:秤虽小,却可以称人心,利益虽高,不取无义之财。如此方能行稳致远。



吴志明

# 蹲地用餐罚款20元 懒政思维何时休

□孔德洪

被子未叠放罚款10元,碗筷不洗罚款10元,蹲地用餐罚款20元……日前,四川省凉山彝族自治州普格县一份加盖村委会公章的《新农村美丽乡村农村人居环境罚款标准》(以下简称《标准》)在网络流传,引发关注。(11月15日“上游新闻”)

涉事村干部回应称该文件属实,并经过了群众大会讨论。他表示罚款并非目的,而是为了督促村民搞好个人卫生。此外,他还提到,罚款金额将用于帮助村民购买清洁用品,而不是村里占为己有。

众所周知,村委会作为村民自治机构,其权力范围并不包括行政处罚。在我国,行政处罚权归属于行政机关。无论打着什么样的旗号,无论这钱怎么用,对“整治不力”的村民罚款在法理上都是站不住脚的。而《标准》标注的区域,除了院坝、入路涉及公共区域,其余皆在村民屋内,无疑也失之于宽,逾越了基本的边界,侵犯了村民的隐私权。

人居环境整治,是建设美丽乡村的重要举措。为了改善环境、人民健康,改变生活习惯,一些地方的村镇在基层治理过程中,对于部分卫生习惯不佳的家庭,可以在村规民约中约定一些道德生活方面的要求,倡导在公共空间的衣食住行文明,但这应该是引导性的,而非强制性的。遇到整治效果不佳就“病急乱投医”,采取不合法的罚款行为,这也是一种懒政思维,只会加剧意见冲突,损害村民权益,将农村搞得一团糟。

应该看到,席地而坐、蹲地就餐等乡村陋习虽然不被广泛认可,但却是当地人们世代沿袭的生活方式,想持续推进乡村整治,取得良好成效,需要综合考虑群众的生活习俗、文明水平以及当地的发展程度,以更大的耐心去体察、理解和包容,尊重部分群众的选择,赢得群众的认同。

在推行乡村整治时,政府部门、基层组织不妨多一些换位思考、少一些自以为是,通过提供设施、资源和反向激励等人性化方式,引导村民自觉投身改善人居环境和移风易俗的新行动中。在此过程中,还要时刻审视相关措施是否真正充分尊重了村民的意见和权益,是否进行了充分的法律审查和合规性评估。最重要的是,应加强关于美丽乡村的宣传教育,使村民潜移默化理解并认同环境整治的重要性,自觉改变行为习惯。只有在正确观念引导和有力措施加持下,乡村整治才能发挥有效作用,乡村美丽和文明才能真正实现。

# 千年摩崖造像被“毁容” 文物保护“慢不得”

□张立美

11月14日,位于四川省南江县赤溪镇金银山村五社的“石飞河摩崖造像”被村民涂色破坏引起关注。有关该造像的一份报告显示,石飞河摩崖造像历经北魏晚期、初唐、武周、中晚唐四个开凿阶段,保存较好,其中北魏晚期造像为巴中首次发现,对完善巴中和四川石窟造像序列,探讨南北佛教文化艺术交流具有十分重要的学术价值。(11月15日《新京报》)

一群七八十岁的老人为了还愿,擅自给有着1400年历史的北魏摩崖造像涂色,造成文物“毁容”,这俨然是好心办坏事。文物,承载着历史的记忆,印刻着文明的痕迹,维系着文化的认同,任何改动都有可能造成不可逆的损坏。千年摩崖造像被涂色“毁容”,不仅直接破坏了造像的原貌,而且对造像原有材质产生一定影响,造像本体会出现损坏,造像的历史信息也会丢失一部分,完全恢复造像原貌难度非常大。

虽然“毁容”千年摩崖造像行为令人气愤,但从法律角度看,当事人最后可能只是“批评教育”或给予五百元以下罚款。被“毁容”的千年摩崖造像尚未定级,“毁容”行为又是无心之过,不构成故意损毁文物罪,只能按照破坏一般文物行为进行追责。同时,当事人大多是超过七十周岁的老年人,按照《治安管理处罚法》的规定,不执行行政拘留处罚。

这起千年摩崖造像遭到无知村民涂色“毁容”案件,敲响了田野文物保护警钟,构筑田野文物保护的“铜墙铁壁”显然“慢不得”。

首先,应强化田野文物保护力度。政府要尽快对新发现、新发掘的文物进行定级,加大投入进行保护,及时为田野文物提供防风、防盗等基本保护设施,明确田野文物守护人,还要充分运用监控摄像头、周界报警系统等技术手段,提高田野文物保护能力。

其次,应加强田野文物保护宣传。基层政府、文物保护单位、公安机关、民间文物保护组织等应当进村入户对农村居民进行持续且有效的文物保护教育,普及文物保护单位的基本常识、破坏文物的法律后果等知识,增强公众田野文物保护意识,提升居民参与田野文物保护的自觉性。很多不可移动的田野文物散落在偏远山村,数量又比较大,完全依靠文物保护单位力量进行保护不切实际,关键是要发挥社会大众力量参与保护,才能有效杜绝各种破坏。

最后,应加大破坏文物惩罚力度。这需要完善相关法律法规,提高破坏一般文物的惩罚标准,提升法律的约束力和震慑力。