



退还份子钱引发热议
找回“礼”的纯真与温情

□关育兵

近日,一则关于结婚礼金退还的温馨故事在网络上悄然走红,引发热议。林女士赠予的2000元结婚礼金,被朋友以理解与体贴为由温馨退回,并附上真挚的祝福。这一举动不仅让林女士深感温暖,更如同一股清流,冲刷着当前社会中份子钱习俗的异化现象,唤起人们对“礼”的本质与人际交往真谛的深刻思考。(12月21日 潇湘晨报)

份子钱,这一在中国传统文化中承载着深厚情感与祝福的礼仪习俗,原本寓意着亲朋好友间的情谊与关怀。然而,随着社会经济的发展与人际关系的复杂化,份子钱逐渐从一种表达祝福与关怀的方式,演变成为一种经济负担与人情债,失去作为“礼”的纯粹与温情。

近年来,关于份子钱的热议此起彼伏,从吉林延边小王为避免无效社交而公开拒绝随礼的决绝,到山东济南李女士因频繁随礼而身心俱疲的无奈,这些真实的故事无不反映出份子钱已经悄然变质,成为许多人心头重负。

份子钱引发热议的背后,是人们对于“礼”的本质与人际交往真谛的深刻反思。在一些不良社会风气侵袭下,份子钱逐渐失去作为情感交流的媒介作用,成为一种金钱交易与人情往来的负担。这种异化的份子钱现象,不仅背离了作为“礼”的初衷,更在无形中扭曲了人际关系,让人与人之间的交往变得功利与冷漠。

要让份子钱回归原本的纯粹与温情,需要重新审视并反思这一传统习俗。首先,应该倡导理性随礼、量力而行,避免因盲目跟风或攀比心理,而给自己和他人带来不必要的经济负担。其次,人们可以尝试创新随礼方式,如赠送寓意美好的礼物、亲手制作的贺卡等,以更加真挚和个性化的方式表达祝福与关怀。

同时,全社会应加强引导和教育,让人们认识到份子钱的本质与意义,避免将其视为一种金钱交易或人情负担。通过弘扬传统文化中的美德与智慧,可以让份子钱重新焕发出“礼”的纯粹与温情。

更重要的是,人们应该倡导并践行一种更加健康、积极的社交观念。在人际关系中,应该注重情感的交流与沟通,而不是过分强调物质层面的往来。通过真诚的关怀与帮助,建立起更加牢固与持久的人际关系,让份子钱成为传递爱与温暖的桥梁,而不是阻碍人际交往的绊脚石。

此外,政府相关部门也应发挥积极作用,通过举办各类文化活动、宣传正确的社交观念等方式,引导人们树立正确的价值观与社交观,共同营造一个更加和谐、健康的社会氛围。

作为中国传统文化的一部分,份子钱的本意是传递祝福与关怀。让份子钱回归原本的纯粹与温情,让这一传统习俗在新的时代背景下焕发出新的生机与活力,重拾那份最真挚的祝福与关怀,需要更多人同心奔赴。

打造科普辟谣“照妖镜”

□王琦

近日,国家卫生健康委专门在官网开设“健康科普辟谣平台”,重点针对一些明显违背科学常识、夸大其词、移花接木的信息定期辟谣,这一举措为广大网民提供一面“照妖镜”,有助于公众识别并抵制健康谣言,提高科学素养。

当下社会,人们越来越关注如何保持身体健康、预防疾病。正确的健康科普信息能够引导公众形成科学生活方式,提高自我保健能力。而错误的健康信息也同样具有极强的传播力和影响力,一旦被人们接受并付诸实践,不仅可能无效,还会危害健康。

“健康科普辟谣平台”的设立,正是对这一现实问题的积极回应。该平台将重点打击健康谣言,这些谣言往往披着“科普”外衣,利用人们对健康的关注和对专业知识的渴求,进行误导和欺骗。

同时,该平台还鼓励公众提供谣言线索。这种“全民监督”模式不仅增强辟谣的及时性和有效性,也提高公众对健康信息的辨识能力和批判性思维。当公众面对健康信息时,能够主动思考,辨别真伪,而不是盲目相信或转发,这对于构建良好的健康信息传播生态至关重要。

“健康科普辟谣平台”的设立,并非一劳永逸之举。随着医学科技的进步和健康观念的更新,新的健康谣言可能不断出现。因此,平台需要保持高度的敏感性和反应速度,不断更新辟谣内容,以应对可能出现的新挑战。此外,平台还应加强与其他媒体、社交平台的合作,形成辟谣合力。通过多渠道、多形式的传播,可以让辟谣信息覆盖更广泛的受众群体,提高辟谣效果。

我们期待这个平台能够发挥更大作用,成为公众健康信息的“守护神”。同时,也希望每个人都能成为信息的甄别者和传播者,共同维护清朗网络空间。

管住“关键人”,才能管好“关键小事”

□黄祖祥

准出招破局,对规范物业企业自律行为、促进小区精细化管理、提升物业服务水平具有重要意义。

物业经理要找准定位,要当小区“大管家”,不要当“大当家”。现实生活中,不少物业经理把工作职责主次颠倒,把服务业主变成管理业主,不尊重业主权利,该公示的不公示、该公开的不公开、该业主做主的不征求意见。有些物业经理甚至与“沙霸”“搬霸”等不法人员勾结,因私吞停车牌费、虚报服务人头、非法侵占业主公共收益等被绳之以法现象屡见不鲜。在部分小区违规装修屡禁不止的背后,也并优先推荐评先评优;连续2年被评为三星,被列入行业重点监管对象;对评为不定星的,将采取约谈物业服务企业法定代表人、建议调整人员等措施。

住宅小区是城市的最小细胞单元,小区物业服务是城市治理中的“关键小事”,对于提升群众生活品质、城市安全运行、社会和谐稳定意义重大,物业服务的好坏直接影响群众的获得感、幸福感、安全感。但当前在泉州各地,不少住宅小区都存在业主与物业矛盾纠纷多的共性问题,陷入“业主不满意物业服务—物业服务收费难、缴费率低—物业服务降低服务标准来达到收支平衡—更多业主不愿意缴费”的恶性循环。

此次,泉州对物业经理、保安员服务质量实行星级评定,正是通过管住“关键人”来推动解决“关键小事”的精

开展小区日常巡逻工作,也未定期进行安全隐患排查,平时懒得管事,还常与业主发生冲突,导致业主满意度低。实际上,保安员所坚守的岗位是“服务岗”,也是“形象岗”“救命岗”,如何提升保安员群体的职业素养,关系小区安危、业主利益。以晋江为例,当前在开展住宅小区管理品质提升专项行动中,以提升全市物业保安形象、开展物业保安规范化试点建设为抓手,对全市330个住宅小区基础数据逐一摸排建档,梳理和背景审查2702名保安,共清退或转岗保安员44人,同步开展83期物业保安员轮训,基本实现物业保安员全员轮训工作,并发动75个小区580名保安员加入警保联动体系。希望全市各地在推进物业保安员职业化、正规化、专业化建设方面持续出招,常态化抓好拉练比拼,推动他们在维护小区安全、保障居民生活秩序,提升居民满意度等方面发挥更加重要作用。

要管好“关键小事”,就得先管住“关键人”。期待泉州各地在开展物业经理、保安员服务质量星级评定中,建立精治善治、动态监管长效机制,充分释放“正向激励、逆向惩戒”效应,推动广大物业服务企业标准化、规范化、精细化、常态化建设,努力打造高品质物业服务,更好地托起小区居民平稳幸福的幸福。



保安员要切实担责,要当小区“守护者”,不要当“守门员”。不少小区保安员每天活动半径就在保安室,既未

得功利与冷漠。

要让份子钱回归原本的纯粹与温情,需要重新审视并反思这一传统习俗。首先,应该倡导理性随礼、量力而行,避免因盲目跟风或攀比心理,而给自己和他人带来不必要的经济负担。其次,人们可以尝试创新随礼方式,如赠送寓意美好的礼物、亲手制作的贺卡等,以更加真挚和个性化的方式表达祝福与关怀。

同时,全社会应加强引导和教育,让人们认识到份子钱的本质与意义,避免将其视为一种金钱交易或人情负担。通过弘扬传统文化中的美德与智慧,可以让份子钱重新焕发出“礼”的纯粹与温情。

更重要的是,人们应该倡导并践行一种更加健康、积极的社交观念。在人际关系中,应该注重情感的交流与沟通,而不是过分强调物质层面的往来。通过真诚的关怀与帮助,建立起更加牢固与持久的人际关系,让份子钱成为传递爱与温暖的桥梁,而不是阻碍人际交往的绊脚石。

此外,政府相关部门也应发挥积极作用,通过举办各类文化活动、宣传正确的社交观念等方式,引导人们树立正确的价值观与社交观,共同营造一个更加和谐、健康的社会氛围。

作为中国传统文化的一部分,份子钱的本意是传递祝福与关怀。让份子钱回归原本的纯粹与温情,让这一传统习俗在新的时代背景下焕发出新的生机与活力,重拾那份最真挚的祝福与关怀,需要更多人同心奔赴。



经营者利用具有作弊功能的计量器具构成欺诈的,适用消费者权益保护法“退一赔三”规定;集市主办方发现经营者从事计量违法行为而不制止,或者包庇、纵容的,处五万元以下罚款,情节严重的,处十万元以下罚款。近日,国家市场监管总局修订出台《集贸市场计量监督管理办法》,严厉打击集贸市场计量违法行为,坚决减少和杜绝“缺斤短两”现象。

(人民日报/文 视觉中国/图)

警惕“知识付费”背后的陷阱

□林轩鹤

元的课程内容并无太大差别,但申请退款均遭拒绝。

“知识付费”领域存在一些陷阱,应该引起警惕。许多“知识付费”平台、机构会提供免费的试听课或体验课,这些课程通常内容丰富、质量较高,用来吸引用户购买付费课程。然而,用户购买付费课程后,往往会出现课程内容注水严重,质量远不及免费课程高。有些“高价课”实际上粗制滥造,甚至只是将已有的视频剪辑重新打包出售。一些“知识付费”平台、机构会在宣传时夸大课程效果,如承诺“轻松月入过万不是梦”等,但实际上无法实现所承诺的效果。甚至有“考试押题班”承诺能押中考试题目“一考就过”,但实际上并未押中题目,导致用户浪费时间和金钱。此外,缺乏有效的审核机制,使得低质量课程内容得以传播。用户如果发现内容不符合预期,申请退款时却遇到各种阻碍。一些“知识付费”平台、机构还会收集用户的个人信息,如果安全措施不到位,这些信息可能会被泄露,或者被用于其他商业目的,侵犯用户的权益。因此,用户在购买“知识付费”产品时,要理性评估自己的需求,不可轻信夸大的宣传。

有关数据显示,2023年全国“知识付费”用户规模突破5.7亿人。行业蓬勃发展的同时,也存在一些乱象,亟须进行整治。平台、机构需要对“知识付费”行业健康发展。



花26900元报押题班,一题没押中,机构还拒绝退费。江苏淮安的丁先生没禁住“一考就过”的诱导,学完网络课程后满怀信心去考试,进入考场看到试卷却傻了眼,最后以四门考试三门没通过收场。(据央视新闻报道)

近年来,“知识付费”成为人们闲暇之余最热衷的学习方式之一。“知识付费”之所以受欢迎,是因为市场需求广泛。随着社会快速发展和行业不断变革,人们对学习新技能、新知识的需求不断增加。无论是企业人士希望提升职场竞争力,还是家长期盼孩子获得更好的成绩,或是个人渴望了解新知识,“知识付费”均可满足这些需求。“知识付费”平台、机构通常也能邀请行业专家或者具有丰富经验的从业者来授课,确保内容的高质量和权威性。然而,也有些上千元甚至上万元的“高价课”其实是“注水课”,用户付费后被割“韭菜”。记者检索发现,有些“知识付费”账号粉丝超过100万,每条视频内容点赞量均破万。可是多位网友表示,自己购买的199元、980元、3980

世相观澜

“AI辅导员”上岗 用心良苦

●“扣扣老师,我的论文盲审没过,怎么办?”这是近日杭州电子科技大学一名学生向“AI辅导员”扣扣老师发出的提问。该校组建师生团队研发推出“AI辅导员”,帮助辅导员从重复、繁琐的日常事务性问题中抽身出来,集中精力为同学们提供心理关怀等服务。(12月21日 北京青年报)

王军荣点评:“AI辅导员”绝非冰冷的技术堆叠,背后蕴含着大学深切的责任观念与良苦用心。该校对“AI辅导员”角色进行精准设定,主要承担重复、繁杂的日常事务工作,比如解答常见的学业流程问题、校园生活指引等,让辅导员从琐碎事务里解放,把更多精力和时间投入到学生更为需要的情感关怀与深度引导领域。“AI辅导员”并不机械处理问题,对学生提出的重要问题,它在自动筛选后会发给辅导员,避免忽视学生的重要需求。这种人机协作模式,既发挥AI高效处理信息的长处,又保留辅导员在教育过程中人文关怀的核心地位。该校还根据学生反馈,持续对“AI辅导员”优化完善,不断丰富知识储备,优化交互逻辑,让高校教育更显温馨。

用“凹凸”分男女 太过粗俗

●近日有网友发帖称,武汉江岸区台北院子商业街一处公厕的女性标识为“凹”,男性标识为“凸”,令人感觉不舒服。记者实地探访后发现,该公厕的“凹凸”标识在引发热议后,已更换成男士和女士的简笔画。(12月21日 九派新闻)

杨玉龙点评:近年来,因公厕标识过于奇葩引发舆论关注屡见不鲜,在一些景区、商场的卫生间门口,有些是全英文标识,有些是三角形、水滴、斜线等几何图形组合,有些是京剧脸谱、敦煌壁画、动物剪影等艺术图案,给如厕者带来不便。特别是有些标识带有不良隐喻,容易给青少年带来负面影响。其实,公共卫生间内男女标志就应简单明了,只看一眼就能快速分辨。目前不少城市都对公共卫生间标识进行统一规范,比如设定黑底色的“男Men,女Women”,男性图标采用蓝色,女性图标采用粉红色。相关部门对厕所标识问题应重视起来,可以出台公共卫生间标识“负面清单”,在设置底线的同时,也为创意给足空间,别让如厕者煞费脑筋,或者产生“被冒犯感”。

“有毒野史”泛滥 应予围剿

●近日,网络上多名家长举报称,从电商平台上购买给孩子阅读的“课外历史书”《野史》,掺杂大量恶俗网络用语,并仿照成教科书模样,让人真假难辨。(12月21日 潮新闻)

江德斌点评:教科书作为学生学习知识的主要载体,内容准确性和权威性至关重要。这些充斥着恶俗网络用语、粗制滥造内容、低俗插画,且伪装成教科书模样的“有毒野史”,极具迷惑性,实际上是非法出版物。对于心智尚未成熟的孩子来说,“有毒野史”中错误的历史信息、歪曲的历史观,会悄然植入脑海,混淆对真实历史的认知。“有毒野史”公然出现在市场上,甚至登上头部电商平台,销量还非常可观,这是对正常出版秩序的严重威胁。监管部门要迅速行动,坚决打击和取缔此类不良出版物,确保所有面向未成年人的出版物都符合健康、积极、向上的标准。出版方应坚守职业道德底线,严格把控书籍内容质量,杜绝出版此类误读、毒害孩子的读物。电商平台作为书籍销售重要渠道,要切实加强对上架图书的审核管理,建立健全图书筛选机制,对涉嫌误导消费者、内容不良的书籍,应及时下架处理。

悬崖要酷拍摄 切莫跟风

●近日,一段在网络疯传的视频令人心惊胆战:12名身上绑着绳索的人,手拉着绳索围成一圈,在名为“金枪峰”的石柱上摇摆身体,身后则是深不见底的悬崖。这一幕不仅引发众多网友的质疑,更触动公众对于安全与冒险界限的深刻思考。(12月21日 红星新闻)

关育兵点评:这段视频中“摇摇欲坠”的景象让人担忧,这些极其危险的动作背后隐藏的风险不言而喻,公众自然会产生安全方面的疑问。有活动参与人士表示,参与拍摄人员具有户外运动专业技能,使用的工具也极为可靠,网传视频是用无人机拍摄后采用特殊影像技术营造出“万丈深渊”的视觉效果。但面向公众发布的这样特效“要酷”视频,仍是不恰当的。近年来,有些人为了拍出大片效果,在危险地方做危险动作,导致人员伤亡事件屡屡发生。作为专业人士在极端场地进行救援训练很有必要,但应考虑到视频发布后容易引来缺乏经验和判断力的青少年模仿。如果确实有必要发布,也应在视频中明确警示:“专业训练,请勿模仿”。作为视频发布平台,应加大对这类具有危险性、诱导性视频的审核力度,公众则应保持理性思考,不跟风模仿。