

“低负担红包”让年俗回归本真

□钟超

新闻事件:农历新年来临之际,一张“广东利是金额参考图”在网络走红,“血亲100元、旁亲50元、老表20元、亲戚10元、邻居5元……”这份“讲心不讲金”的红包准则,打破了红包金额攀比的怪圈,消解了春节期间人情往来的负担,让人们看到了传统年俗回归温情本真的可能,让网友纷纷点赞支持。

发红包是很多地方春节不可或缺的年俗,长辈给晚辈添福、亲友间互道吉祥,薄薄一个红包,裹着的是团圆的心意,藏着的是浓浓的年味。可不知从何时起,这份美好开始变味儿:红包金额

水涨船高,从几十元涨到几百上千元,甚至成了衡量人情亲疏、比拼面子排场的工具。有人为了凑齐红包钱精打细算,有人因忌惮高额人情支出不敢回乡过年。传递祝福的红包,反倒成了春节的“甜蜜负担”,让团圆的氛围少了几分轻松,多了几分功利。

如果只看金额多少,红包的价值就难免会变味儿。这一点,广东的利是文化给出了最好的答案。在广东,红包被称为“利是”,不仅金额亲民,更有着“普惠式”的温情。除了至亲之间互派利是,同事、邻居、朋友相见,往往也都会送上小红包图个新

年好彩头。此前佛山一场婚礼上,新娘子将宾客红包折角退还的画面走红,更是让外界看到了广东人情往来的通透:重情不重利,讲礼不攀比。正如网友所言,红包发少了,过年才能多走几家亲戚,才能把更多时间花在相聚聊天上,而不是在金额上斤斤计较。这份简单与纯粹,恰恰戳中了当下人们对轻松过年的期待。

“低负担红包”的走红,不仅是网友对一种地方习俗的认可,更是对健康年俗文化的呼唤。春节的主题是团圆、欢乐、祥和,所有年俗都应围绕这个主基调展开,红包亦然。它不该是压在人们

心头的“人情债”,而应是拉近关系的“黏合剂”。广式利是之所以被推崇,正是因为它守住了传统年俗的初心,让红包回归了“祝福”的本质,在赓续传统文化的同时,也契合了现代社会的生活节奏和价值追求。

当然,移风易俗非一日之功,打破红包攀比的怪圈,也不可能仅靠一纸参考图。红包金额的背后,是世俗形成的人情观念,想要让“低负担红包”成为新风尚,需要更多人的自觉践行。对于认同这种文化的年轻人而言,不妨从自家做起,在家庭聚会时主动和长辈沟通,商定大家都能接受的红包标准,用

行动消解攀比;对于整个社会而言,更要倡导“重情轻利”的交往理念,让大家明白,春节的美好,在于家人闲坐、灯火可亲,而非红包的厚薄、礼物的贵贱。

年味,藏在热腾腾的年夜饭里,藏在家人团圆的欢声笑语中,也藏在那份简单纯粹的红包祝福里。愿更多人能从广东利是文化中汲取灵感,让红包少一点功利攀比,多一点温情理解,让金额低一点、心意浓一点,让传统年俗在时代发展中守住初心、焕发生机,让每一个人都能轻松过年、欢乐团圆。

摆拍视频,实为“摆明”骗流量

新闻事件:近日,四川泸州一博主发视频称,自家孩子在商场附近玩耍时险些被人贩子拐走。警方调查发现并不存在“拐骗”情节或可疑人员,发布者王某供述视频为摆拍。目前,公安机关已依法对其处以行政处罚。

摆拍视频利用人们的恐慌赚足了眼球,却构成了对社会善意的消耗。近年来,一些成年人将目光对准

未成年人这个低成本流量道具,或让孩子演绎悲惨故事消费苦难,或打造“天才”“神童”人设,或设计“孩子主动帮助乞丐”等情节,用表演骗取点击量,为后续带货或打广告铺垫。这折射出流量经济对儿童世界的入侵。如何守护孩子们健康成长的权利,避免其沦为网络景观中的表演者,当是数字时代里一个亟待重视的课题。

盒饭摊“转正”的治理启示

新闻事件:浙江宁波镇海区九龙湖镇一工地旁,一名卤肉饭摊主凭借实在用料和暖心互动走红网络。当地社区遂主动牵头,协调多部门启动联合服务,快速划定固定经营区域,全程指导证照办理。没多久,营业执照顺利送达,让小摊位在规范经营中升腾起更浓烟火气。

在规范管理与人文关怀之间找到最佳平衡点,这是基层治理的重要课题,是检验治理者智慧与方法的一块“试金石”。社区主动

牵头提供服务、多部门协调全程指导,让一个盒饭摊实现合规经营,为这一命题提供了鲜活样本。

治理没有一成不变的公式,期待更多地方和部门立足实际、因地制宜,创造更多人们喜闻乐见的“两全其美”,让群众幸福感绵延不息。

龙小张 议事



“代拜年”“代磕头”纯粹是哗众取宠

□与归

新闻事件:临近春节,某互联网公司在APP上推出“代拜年”服务,其中的“代磕头套餐”引发争议。该服务声称,“代磕头行礼是为表达孝心的传统仪式,只针对长辈、老年人”。从其页面可以看到,“代拜年”服务价格199元到299元不等,“代磕头”2小时收费999元。

此事迅速引发“孝心能否外包”的争论,还有人将其称为“赛博尽孝”。随即,2月11日,该公司发布情况说明,将引发争议的服务项目

予以下架。

有网友说,“999元直接送给家人不好吗?”这也让人很难不去怀疑,“代磕头”是否只是个营销噱头?是出于真实的需求,还是有某种配合性的表演?

近年来,随着互联网场景应用愈发深入大众生活,诸如电子红包、电子爆竹等早已十分流行。应当说,这些虚拟产品满足了一定的客观需求,比如它们更加环保、便利。与此同时,拜年的形式也愈发丰富,从短信拜年

到微信拜年再到视频拜年,方便了很多不能回家过年的人。

但是,“代磕头”“代拜年”就有些哗众取宠了。因为不是什么情感和仪式都可以“外包”,也不是所有的节日或习俗都可以“蹭卖”。说白了,这种所谓的服务,是噱头大于实际,不排除营销炒作的嫌疑。营销也要有边界,噱头终究要碰头。及时下架相关服务,才是明智的。

“窗帘行动”暖心托起幸福“夕阳红”

□通讯员 季萌

新闻事件:清晨,拉开窗帘,让阳光洒进屋里……这对大多数人来说,再普通不过。可对浙江省宁波市镇海澥浦镇汇源社区的独居老人来说,这个动作有着特别的含义。据当地媒体报道,独居老人和社区志愿者之间有个温暖的约定——每天早晨,老人拉开窗帘,代表一切安好;如果窗帘没动,志愿者就会立刻上门,或者打电话询问情况。这个约定,有一个专属代号:“窗帘行动”。

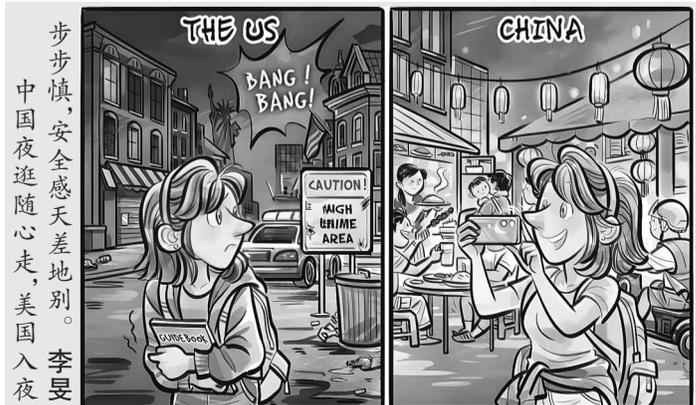
简单的一个举动,在这里被赋予了积极的含义,意味着约定,意味着关怀,更意味着志愿服务所赋予的温暖力量。在这场“窗帘行动”

中,窗帘不再是具象的窗帘,而是一个个需要被关爱的群体,是一份份稳稳的幸福感和安全感,是一份份来自社会的温暖和关怀。

高龄独居老人由于身体机能衰退、行动不便等因素,在日常生活中面临诸多风险。此外,独居老人的一些核心需求,更藏在无人知晓的日常细节里,比如无处诉说的孤单落寞等。这些细碎的难题,有时反而最需要一份放在心上的惦记、一种主动靠近的关怀。社区志愿者考虑到这些情况,通过观察窗帘的状态来判断独居老人的状态,可谓一举两得,既能不打扰老人生活,又能及时发现异常。这样的“窗帘行

动”无疑彰显了对独居老人细致入微的关怀,不仅守护了独居老人的安全,更是温暖了老人的心。

关心独居老人,需要全社会的努力。爱的传递,贵在坚持。相信这样的“窗帘行动”会得到更多关注,也会有越来越多的志愿者加入“窗帘行动”,与那些需要帮助的老人来一场“窗帘之约”,让爱心接力释放更多正能量。期盼更多地方因地制宜地推出更多像“窗帘行动”这样微小却有意义的暖心行动,让更多独居老人感受到社会的关爱与温暖,让他们在关爱中安享幸福晚年。



步步慎,安全感天差地别。中国夜逛随心走,美国入夜

声明作废
▲黑龙江省益通运输有限公司不慎将车牌号黑AF1168(黄色)道路运输证丢失,证号:230100077516,声明作废。
▲黑龙江滨创建筑工程有限公司巴彦分公司,统一社会信用代码:91230126MABP5L6F53,不慎将负责人(崔桂珍)名章丢失,声明作废。
丢失声明
▲周国峰,身份证号:232103197801273318,将车牌号:黑AR9268,黑AU188挂营运营证正本丢失,特此声明。

声明作废
声明作废
注销公告
注销公告
减资公告
减资公告
通知寻人
通知寻人
刊登热线
刊登热线
18686716631
13763511313