

母亲节应成为反思性别分工的契机

□唐彦云

热点快评

母亲节临近,鲜花和祝福铺天盖地。人们总是习惯性地“伟大”“无私”作为对母爱的最高褒奖。然而,在这一片温情背后,我们也许更应该静下心来,去“看见”那些沉默而沉重的现实,那些在“母爱光环”掩盖下,被忽视的付出与透支的身心。

产后抑郁的常常是母亲,去学校开家长会的大多是母亲,社交媒体上辅导作业被气到崩溃咆哮的也多是母亲,当“青春期遇到更年期”,也往往让母亲承受更多的情绪与健康代价……这些现象并非偶然,而是性别分工失衡的缩影:为什么育儿被默认为母亲的责任?为什么父亲“帮忙”带孩子就能赢得赞扬,而母亲全天候的付出却

被视为应当?这不是个体的选择问题,而是根植于社会结构与文化观念的长期偏见。

因此,母亲节不应仅仅停留在歌颂母爱的表层,而应成为反思性别分工、打破“母职神话”枷锁的契机。我们需要呼吁社会正视育儿的集体性与公共性:父亲应当被鼓励、被期待、也被制度性地支持,能够平等、主动和深度地参与育儿,而不是“搭把手”。这意味着,家庭内部重新划分责任,社会制度层面提供切实的举措和保障——比如更加灵活且对称的育儿假制度、更普惠的托育服务,以及对职场母亲与父亲更公平的待遇。

令人欣慰的是,相比以前,男性的育儿意识在增强,社会对男性参与育儿的期待也在增强。比如各社交平台,常能看到不少“全职奶爸”的身影,有的用短视频记录带娃日常,分享育儿知识、

辅食制作和亲子游戏体验;有的聚焦于传递育儿理念,不断输出关于儿童心理健康、习惯养成、学习成长的理论。比如2023年,在浙江宁波某小学举办的一次家长开放日活动,就要求孩子的父亲必须参加;2024年,上海一家商场设立了“男亲子卫生间”,配备专门给小月龄宝宝换尿布的折叠篮,折叠篮放下后的高度接近男性腰部;今年年初,深圳一家商场也增设了“超级奶爸区”,室内配有冷热水、加热湿巾、奶粉冲泡区和放置台,为奶爸提供便利。尽管全职奶爸的总数仍不算多,尽管家校配合、公共资源促进父亲参与育儿的“用心之举”还较为稀缺,但只要出现了,就值得点赞和推广。

在呼吁打破“母职神话”枷锁的同时,还需要警惕另一种极端,那就是刻意追求“男主内、女主外”“全职奶爸”,以及对全职母亲的自贬和群嘲。这些本质上属于矫枉过正。其实,由谁主内和谁主

外不是绝对的,而应该充分尊重家庭中两性各自的潜能,做到合理分工、协同配合。只有当育儿成为父母双方和社会共同承担的责任,女性才能真正从母职的过度负担中解放出来,实现身体与精神的双重自由。

母亲节真正的礼物,不是让母亲在歌颂中负重前行,而是承认她们有权利脆弱、疲惫甚至崩溃,有不做“超人妈妈”的自由。让我们撕掉贴在母亲身上“伟大”“无私”的标签,把感恩与颂扬转化为关怀的力量,以更多实的行动,赋予这个节日新的内涵:推动父亲的平等参与,完善社会支持体系,打破束缚母亲的性别刻板印象。只有这样,才能让母亲节不仅是对母爱的礼赞,更是对两性平等与家庭和谐的承诺。这不仅是为了母亲,也是为了每一个家庭成员的幸福与下一代的健康成长。正如一位小学校长所言,“爸爸不缺位,妈妈不焦虑,就是给孩子最好的教育”。

观点声音

前几天,笔者网购一把梳子,拆开包裹一看,有根梳齿断了,就申请退款。捱下申请键,不久商家审核结果出来了——退款不退货。梳子自行处理,货款很快退回。选择“仅退款”与否,由商家和消费者自行协商,将成为网购新常态。最近,各大电商平台宣布对“仅退款”机制调整优化,未来平台不再主动介入消费者收货后的“退款不退货”申请。“仅退款”规则变化受关注,折射出社会对更加公平规范的电商新秩序的期待。所谓“仅退款”,是指消费者在电商平台购物后,如对商品不满意,可向平台发起无需退货的退款申请,在平台支持下实现极速退款。这一过程中,商户往往没有合理的处理时间,事后申诉成功率也很低。平台实行“仅退款”的初衷,是保护消费者权益、增加用户黏性。一些低价值小商品、不具备二次销售价值的货品可以“仅退款”,消费者省去了沟通成本、物流成本,体验更佳。除了花式“冤客”争夺消费者以外,“仅退款”也震慑着一些制假贩劣、虚假发货的无良商家。但在实施过程中,“仅退款”规则也有漏洞,出现不少诚实商家被“误伤”的情况。一些“羊毛党”利用制造破损、虚假差评等手段牟利,甚至有人开起付费课程传授“0元购”技巧、形成灰色产业链。一些商家和消费者对薄公堂,而大部分中小商户由于高昂的维权成本自认吃亏,承受货款两空的窘境。当这部分成本通过涨价或降低质量的方式被覆盖时,伤害的是整个行业生态。培育诚实商家、保护守信买家,增加无良商家的违法成本、减少“鸡贼”买家的滋生土壤,事关电商行业健康发展。“仅退款”规则调整是新起点,平台要扮演好“中间人”“协调者”角色,兼顾消费者和商家权益保护,从把牢商品准入质量关做起,完善买卖双方信用评价体系、优化流量分发机制,引导商家提供及时响应、公平合理的售后服务,不断推动电商营商环境与消费环境双提升。只有向着理想目标达到新的平衡,才能让规则纠偏真正给行业长远发展带来利好。相信各方同向而行、汇聚智慧,将启发更多新探索、新路径,重塑电商良性生态。

——人民日报《“仅退款”规则变化,重塑电商秩序》

胖东来玉石风波日前有了阶段性的进展。一面是许昌市市场监管总局公布了对胖东来玉石销售的检查结果——“平均毛利率不超过20%”“明码标价,手续齐全”;一面是于东来邀请“柴慈慰”、宋清辉等一众“黑粉”前来深入考察,努力自证清白。这样的“回怼”能否奏效仍有待观察,网友们已经看到了“网络碰瓷”的杀伤力。何为“网络碰瓷”?这个词最早用在网络购物中,指的是恶意给予商品和服务差评,以此向商家索要钱财。而“柴慈慰”等一众博主则更甚——他们信口开河,大肆攻击抹黑企业,最终目的是蹭热度、博眼球,借助碰瓷“起号”,从而更好地包装自己。尝到了甜头,就会有乐此不疲。此前谁听闻“柴慈慰”之流?如今他不仅把自己的名字炒作了热搜,还不忘推销自家产品,急于寻求流量变现。从公开批评雪冰城到胖东来,宋清辉也是顶着“经济专家”的帽子乱评时事,高强度自我营销。嘴上头头是道,心里全是生意,缺乏证据的无理取闹,明眼人自能辨别。我们提倡普通网民的舆论监督,然而监督是用事实说话,而非无根据、无厘头地唱衰抹黑,越过了这条界限,就会转化为“网络碰瓷”的低劣手段。“造谣一张嘴,辟谣跑断腿”,网络“黑嘴”一句话带来的伤害,民营企业却要花费数倍的努力去修补。而部分账号即便因造谣违规,却仍能换个马甲继续炒作,持续污染舆论环境。这显然不公平,因而需要监管力量的及时介入、激浊扬清。非理性的追捧也好,无厘头的抹黑也罢,企业不该成为他人蹭流量、博眼球的受害者,“网络碰瓷”当休矣。

——南方日报《别总让“胖东来们”受伤》

据5月6日央视新闻报道,5月3日傍晚,甘肃敦煌市经历了一场最大风力达到12级的强沙尘暴。当时,有近万名游客滞留在几个景区内,敦煌市立即启动恶劣天气应急预案,与强沙尘暴赛跑。3个小时内,所有滞留游客被安全送回市区。丝路明珠敦煌是很多人心向往之的旅游胜地,节假日游客众多,在遭遇极端天气时,如何确保游客安全,是一个严峻的挑战。强沙尘突袭,近万名游客滞留景区,从启动预案到完成转运仅用3小时,这份应急答卷令人惊叹,为文旅城市应急管理树立了标杆。凡事预则立,不预则废。敦煌的高效处置,首先源于对风险的前瞻性认知。作为典型沙漠气候地区,当地政府没有将风沙天气视为“不可抗力”消极应对,而是构建了“预防—响应—处置”的全链条机制。针对客流高峰,提前储备100辆旅游大巴,优化景区通行路线,甚至将路灯开启时间纳入应急预案,这些细节处的未雨绸缪,为应急响应赢得了宝贵时机。此外,鸣沙山月牙泉景区的万人演唱会的疏散经验,通过常态化演练形成的快速响应机制,让景区在极端天气下依然能保持“肌肉记忆”,上演了从预警发布到闭园通知仅用时5分钟的惊人速度。在这场应急大考中,“以游客为中心”的理念贯穿始终。面对“人员分散、天色渐暗、交通受阻”三重困境,当地公交系统投入140余车次运力,政府启用14辆公务车,动员15辆私家车参与转运,构建起“公车打头、社会车辆补充、景区观光车兜底”的运输网络。气象部门精准预警、文旅部门实时调度、交警部门全程护航,住建部门照亮归途……“全城总动员”之下,这场高效应急处置,为其他地区应对极端天气和旅游突发事件提供了参考范式。文旅发展从来不是单纯的资源比拼,更是应急能力的较量、服务意识的考验。安全这根弦更要时刻紧绷,否则就可能“一失万无”。夏季来临,面对流极端天气、山体滑坡等地质灾害发生概率显著增大,每个旅游城市都应将“安全底线”“游客安全”刻进日常思维和治理基因里。唯其如此,才能在防灾减灾工作中交出令人满意的答卷。

——工人日报《3小时跑赢12级狂风,这份应急答卷值得借鉴》

据报道,5月5日晚,一段无人机穿越云南大理崇圣寺千年古塔时突然“炸机”失控的视频引发关注。6日,当地知情人士证实,相关职能部门于上午在塔中发现了无人机,警方已找到涉事“飞手”,目前正按照程序开展处置工作。崇圣寺三塔是国务院公布的全国首批重点文物保护单位。无人机突然“炸机”失控,会不会给珍贵文物造成不可挽回的损失,公众为之担心也在情理之中。目前,有关调查处置工作尚未终结,很多信息还有待进一步披露,但可以确定的一点是,涉事“飞手”系擅自飞行,也即人们口中的“黑飞”。或许,在涉事“飞手”看来,自己出发点是为了,有利于针对工作开展更加直观的宣传。然而,无视法规、破坏规则的行为,从效果上反而会适得其反。如果无人机“炸机”后,给受保护的珍贵历史文物造成了损失,这属于侵权行为,根据民法典规定,该赔偿的要赔偿,该恢复原状的要恢复原状。作为文物保护单位,可以提起诉讼,检察机关也可以提起公益诉讼。从行政责任上讲,根据治安管理条例,对这种扰乱公共场所秩序的行为,可以处以警告、罚款、拘留等行政处罚。如果达到了情节严重的程度,根据刑法规定,还可以故意损毁名胜古迹罪,处五年以下有期徒刑或者拘役,并处或者单处罚金。翻看报道,类似无人机“炸机”并非个案。对涉事“飞手”依法依规给予处罚,自然是一记当头棒喝。对其他潜在的违法者而言,也具有一定的教育和震慑作用。当然,处罚并非目的,从长远看,有必要进一步优化无人机管理规定,明晰责任边界。而有关职能部门,也需加大警示教育宣传的力度,让公众知晓红线,远离“雷池”。

——新京报《无人机穿越大理千年古塔“炸机”,该当何责》

一些城市街头的共享单车算是被低俗小广告盯上了,从此前的粘贴纸质广告“升级”成盖戳与喷涂式,更加难处理。连日来,新京报记者走访了多处商圈、学校、地铁站、居民区周边数十个共享单车集中停放区,发现成人服务、涉黄网址、代开发票等违法小广告泛滥,很多共享单车都患上了“牛皮癣”。这些乱张贴、乱刻画的小广告东一张西一块,简直无孔不入、有碍观瞻,十分影响出行体验、城市美感。更重要的是,一些包含二维码信息的小广告还暗藏玄机,一旦用户扫码,可能面临信息泄露风险,甚至掉入诈骗陷阱,其危害不容小觑。相较于以往位置相对固定的“城市牛皮癣”,附着在共享单车上的小广告呈现出隐蔽性、流动性更强,涉及更多等新特点。比如,张贴小广告的人往往“来无影去无踪”,管理者只能跟在后面被动清理,有的广告甚至在被清理完后又“卷土重来”。又如,二维码小广告所链接的平台注册地多分属不同地域,有的网站服务器注册地甚至在国外,想要调查取证需要跨区域、多部门协调,成本高、取证难、查处难,这些都给城市治理带来了新难题。从现实来看,共享单车小广告点多面广的特性,也决定了整治小广告是一场需要各方协同联手的“持久战”。对此,一方面,相关部门要统筹协调、加强监管,顺藤摸瓜摸清并加大对背后利益团伙的处罚力度。另一方面,平台企业应积极履行主体责任,为防止小广告张贴加大对车辆本身的技术改造,也可畅通投诉举报通道,通过奖励举报、清理小广告等方式,引导全民参与监督、治理,让这些

——广州日报《单车“牛皮癣”真该管了》

帮助年轻干部扎根基层沃土

□赵件华 张裕新

为解决选调生基层经验不足、融入适应“水土不服”等难题,近年来,如皋紧扣选调生基层实践锻炼“墩苗期”,将基层村(社区)作为新入职选调生“工作第一站”,健全源头培养、跟踪管理、大胆使用的工作机制,帮助选调生健康成长。

今年中央“一号文件”提出,着力解决部分年轻干部在农村基层“水土不服”问题。初出茅庐的年轻干部如同“温室苗”难适“乡土壤”,他们面对工作内容与环境的巨大转变,因吃不透政策、拿不准情况、用不好方法一时难以融入基层,打开局面,也是在所难免。我们要找准根源、对症下药,帮助他们适应基层、融入基层,把根扎进基层沃土,为乡村全面振兴注入源源不断的青春力量。

筑牢思想根基。通过专题党课、集中研讨、谈心谈话等形式,引导年轻干部正确认识基层锻炼,珍惜在一线增长见识、提升才干的大好时机,真正激发年轻干部热爱基层、扎根基层、奉献基层的内生动力。要用好红色教育基地等资源,常态化开展党性教育活动,教育引导年轻干部以革命先辈为镜,感悟困难面前百折不挠的奋斗精神,涵养不怕苦不怕累的拼搏精神,勇于扎根基层一线、厚植为民情怀,全力以赴拼出一番新景观、干出一番新作为。

吃透政策精髓。现实中,若将政策文本视为标准答案机械照搬,或在执行中断章取义,再好的政策也会陷入纸上谈兵的困局。要把文件中“原则上”的抽象要求,转化为屋檐下“怎么办”的行动指南,通过原文精读研读、案例解读吃透政策精髓,沉心静气

读原文、悟原理,原原本本学习政策精神,纵向深入对比新旧政策差异,横向广泛参考不同地区实践案例,真正把握基层工作和政策文件间的深层逻辑关联,让政策养分真正浸润基层实践的沃土。

俯身倾听民声。年轻干部下沉基层,本就是为了问需于民、问计于民,向群众寻求治理之策。因此,要力戒“过客”思想。对群众有感情,工作才会有激情。“身”入基层,往往只是浅尝辄止,坐在群众身边却走不进群众内心。“心”至基层,工作才会做得更深入、加细致。基层治理工作一桩桩、一件件都需要年轻干部脚底沾泥、心中带情,放下身段,主动融入基层,体会群众的冷暖,解决好群众的“急难愁盼”。

实干担当作为。要积极搭建成长成才平台,有计划地安排年轻干部主动参与重点项目建设、农村土地流转、人居环境整治、矛盾纠纷调解等工作,练就解决突发问题和应对复杂局面的真本领、硬功夫。如今的农业从机械化种植、乡村网红直播带货,再到特色产业蓬勃发展,早已不再是传统观念中的“面朝黄土背朝天”。年轻干部要敢闯敢干,发挥个人专长,运用新思维、新模式,带领农民蹚出致富路,在真抓实干中注入新活力,成就新事业。

庭院里跑不出千里马,花盆里长不出参天松。助力年轻干部蓄势成长,要用好基层“大熔炉”,让年轻干部直面一线最复杂的矛盾问题和最迫切的发展需求,努力从“懵懂新手”成长为行家里手。



“毛孩子”喜获“护照”

日前,一只宠物犬顺利通过南通海关的资料验核和临床检查,喜获“护照”随同主人出国。这是南通完成的首批宠物检疫出证业务。

阮海麟画

以思廉之帆驶向清正之岸

□倪俊杰

一心为民的高尚情怀。他们以廉洁为底色,绘就了壮丽的人生篇章,成为我们前行路上的灯塔。

廉洁与现实生活息息相关,它体现在日常工作的每一个细节里。如项目审批时能否坚守原则,不被利益诱惑;在资金使用上,能否做到精打细算,确保每一分钱都用在刀刃上;面对各种诱惑,能否保持清醒头脑,坚决说“不”。在人际交往中,廉洁也至关重要。君子之交淡如水,与朋友、同事相处,应秉持真诚、正直的态度,不以权谋私,不搞利益交换。只有这样,才能赢得他人的尊重和信任,构建健康和谐的人际关系。

将廉洁融入生活,需要从思想根源上筑牢防线。要加强理论学习,深入学习习近平新时代中国特色社会主义思想,深刻领会党中央关于党风廉政建设的各项要求,不断提高政治觉悟和理论素养。通过学习,增强对腐败危害的认识,自觉抵制各种腐朽思想的侵蚀。同时时刻保持警醒,反思自身言行,做到“吾日三省吾身”,及时发现并纠正可能出现的问题。

培育良好家风也是让廉洁成为生活方式的重要一环。家庭是社会的基础细胞,是人生的第一所学校。良好的家风如春风化雨,滋润着家庭成员的心灵。许多清正廉洁的干部背后,都有一个廉洁自律、积极向上的家庭。父母以身作则,夫妻相互支持,共同坚守廉洁底线。在这样的家庭氛围中成长,人们更容易养成廉洁的习惯。我们要传承和弘扬中华民族优秀传统文化,注重家庭、家教、家风建设,让廉洁成为家庭的精神内核,以良好家风涵养廉洁作风。

政建设的各项要求,不断提高政治觉悟和理论素养。通过学习,增强对腐败危害的认识,自觉抵制各种腐朽思想的侵蚀。同时时刻保持警醒,反思自身言行,做到“吾日三省吾身”,及时发现并纠正可能出现的问题。

培育良好家风也是让廉洁成为生活方式的重要一环。家庭是社会的基础细胞,是人生的第一所学校。良好的家风如春风化雨,滋润着家庭成员的心灵。许多清正廉洁的干部背后,都有一个廉洁自律、积极向上的家庭。父母以身作则,夫妻相互支持,共同坚守廉洁底线。在这样的家庭氛围中成长,人们更容易养成廉洁的习惯。我们要传承和弘扬中华民族优秀传统文化,注重家庭、家教、家风建设,让廉洁成为家庭的精神内核,以良好家风涵养廉洁作风。

把旅游的“体验文章”做新做足

□王孝普

突击行军—攻城战斗—庆功联欢”四环节的沉浸式体验链。游客穿戴军装、领取道具武器,随着“团长”一声令下,游客变演员,景区变“战场”,游客们随着“八路军”冲进“县城”。该项目突破传统红色旅游“参观+讲解”模式,将爱国情怀转化为具象“战斗”体验,游客从旁观者变为参与者,通过角色扮演激发游客的情绪价值、共情能力。项目带动了周边产业发展,沂南县“五一”期间民宿预订量同比增长210%,当地煎饼、炒鸡等特色美食销量翻倍。

旅游产业本质上是一种体验经济,“跟着团长打县城”的爆火充分说明,不断创新供给,增强旅游的沉浸感和体验感,是提高文旅业竞争力的重要方式。随着文旅市场的发展,旅游需求更加多样化、个性化。人们对旅

游的认识不再只是“看山看水看风景”,而是日益向“观文品史、体验生活”的模式转变,通过场景创新刺激情绪消费,才能引来客、留住客。

文化是旅游的灵魂。旅游走过游山玩水、打卡拍照阶段,最终是一场文化和故事的比拼。依托文化资源创新旅游产品,是优质旅游内容供给的重要立足点,“跟着团长打县城”的推出就是着眼于对红色文化资源的合理开发与利用。我市可以深入挖掘张謇文化、江海文化、红色文化等历史文化、民俗文化资源,将文化内容、文化符号、文化故事融入景区景点,不断丰富文化为基础打造旅游产品,提炼南通文旅的独特卖点。以张謇的故事为蓝本,开发沉浸式体验项目,让游客感受张謇的实业救国之路。

体验是最美的风景。以人为本,激

发游客的参与感,是景区爆红的原因,也是长红的关键。游客是旅游活动的主体,准确把握游客的需求,最大限度满足游客的预期,是文旅创新的基本立足点。商业营销也好,文旅产品也罢,参与感是俘获人心的重要法宝。“跟着团长打县城”就是极大满足了游客的体验感。这就需要突破传统的观光式旅游模式,采用沉浸式、互动式等新颖的体验方式。利用南通的滨江沿海资源,打造沉浸式的江海文化体验项目,让游客参与到模拟的江海捕鱼、航运等场景中。设计低门槛、易参与的旅游项目,让不同年龄、不同背景的游客都能融入其中。比如南通新春民俗巡游活动近年来备受瞩目,是否可以其他假期开展类似的活动,并在内容设计中增加游客参与的环节,让游客亲身参与到民俗表演中。