

让“零彩礼”成为新风尚

■秦宁

近日,一场“零彩礼”结婚,让河北的一对新人成为“网红”,连当地市委书记都到夫妻俩所在的公司,为他们俩的行为点赞。“清流啊!这对新人很朴实”“破旧俗,立新风,勇气可嘉”……众多网友的礼赞和祝福,说明了一个最简单的道理:简单、质朴、回归本心的婚嫁风俗,是年轻人发自内心的渴求,也应该是我们时代的风尚。

“成就一双儿女事,了却两家父母心。”男婚女嫁,本是人生大喜。然而在少数地区,一些有情人难成眷属,被天价彩礼所拆散。因婚借贷、婚后还账,让不少新婚家庭返贫,天价彩礼已成全面小康路上的一大拦路虎。比如,从原来的“三转一响”:自行车、手表、缝纫机和收音机,到现在的“一二三四五”:一个院落、两层小楼,百元钞票三斤、四轮汽车、男方父母不超五十岁……压得当事人喘不过气。也正是在这一背景下,“零彩礼”结婚才愈显其“清流”的可贵。

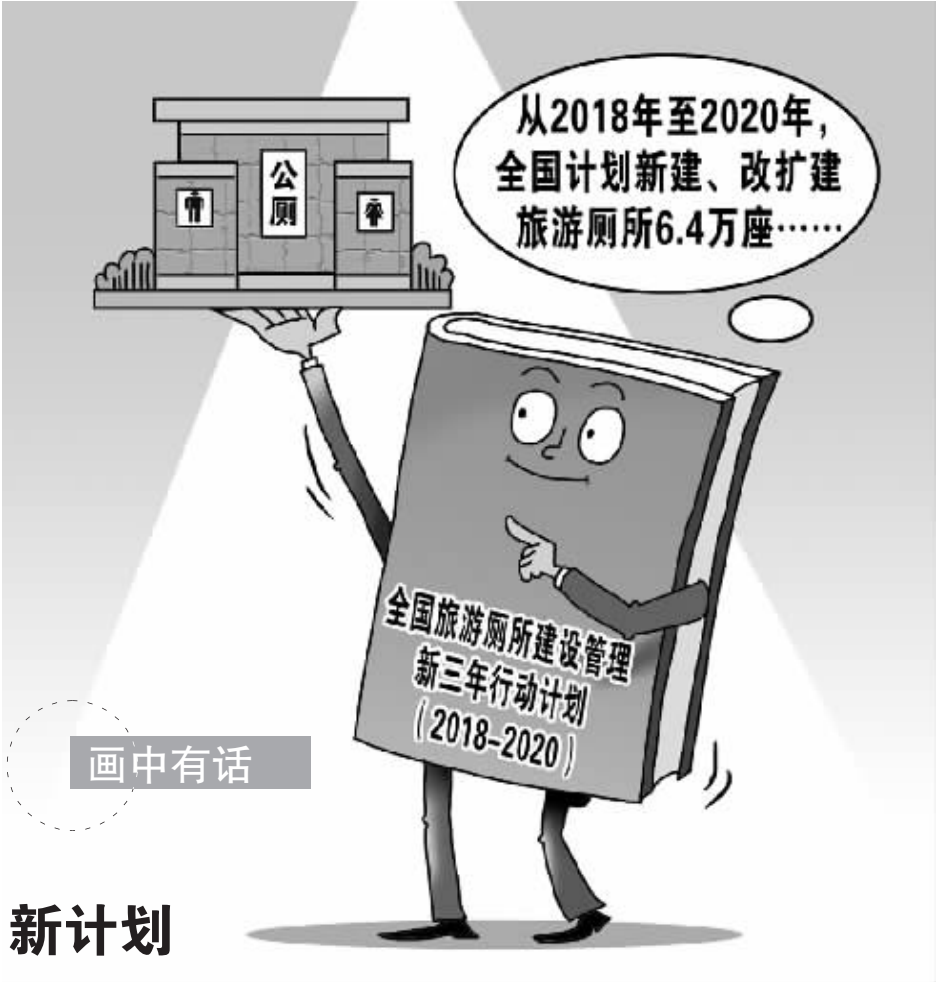
“我看上的是人,不是背后的家庭,没必要为难父母,为难爱人。”新娘质朴的话语,说明了一个简单的生活常识:结婚过日子,最主要是两个人过得好,相互包容,金钱不能衡量一切。但移风易俗,殊为不易,以零彩礼为例,当事人往往需要先过心理关,让自己摆脱世俗的偏见;再过亲朋好友关,用真诚和耐心说服他们;还需过社会压力关,用勇气抵御指指点点。以“零彩礼”新娘为代表的“新青年”的可贵之处,就在于他们不仅认为当前农村的结婚攀比之风不可取,更愿意身体力行,努力为之做出改变。

风俗之变,折射出价值观的改变,背后是乡村社会结构的变迁。与

以往相比,今天的乡村社会已经发生了翻天覆地的变化,农民的生活水平有了很大的提高。以农村电商为例,商务部的统计数据显示,到去年第三季度末,全国已经建成农村电商服务点 35 万个,覆盖率达 50%左右。通过电商平台,一批农业品牌被打造,农村发展的新动能正在被激发。可以说,通过精准扶贫、乡村振兴等战略拔除农村的“穷根”,也就消除了把女儿当做“摇钱树”的陈旧观念。而大量的农村青年通过进入城市、拥抱现代文明,也实现了价值观重建,逐渐抛弃了陈规陋习。越来越多的年轻人,都更有意愿也有能力涵养新风、引领新时尚。

党的十九大报告明确提出,“开展移风易俗、弘扬时代新风行动”。风俗既是长时段历史变化的一个结果,也引领着当前乡村社会的价值观。婚丧嫁娶、迎来送往的风俗中,埋藏着价值观变迁的种子,需要耐心培育,正确引导。“零彩礼”结婚正是对此的积极呼应。古人云“不学礼,无以立”,进入新时代,尤须破旧礼,立新时代之风。值得欣喜的是,从不再热衷大操大办红白喜事,到春节期间少放、不放鞭炮,再到天价彩礼日益失去市场,近年来,越来越多的陋俗正在被改造,新风尚正与新时代相接洽,蔚然成风。

移风易俗,还需培植清新脱俗的生态系统,也离不开政府部门倡导和率先垂范。“化俗不易,贵在因民。”用太阳的温暖去移风易俗,要比用暴风骤雨好。当前,祛除陋俗的正面因素正在凝聚,“零彩礼”结婚受到无数人力挺,正说明只要因势利导,再顽固的陋规也会逐渐丧失生命力。与此同时,我们也要处理好继承和创造性发展的关系,做好创造性转化和创新性发展,更加从容地开启新生活。



画中有话

新计划

厕所问题是涉及百姓生活和国家建设的大事,不仅事关人民健康和生态环境的改善,还关乎国家良好形象的树立。必须坚持不懈推进“厕所革命”,把“厕所革命”进行到底。

近年来,“厕所革命”持续发力,取得了明显成效。自 2015 年实施“厕所革命”以来,作为重中之重的旅游业共新建改扩建旅游厕所 6.8 万座,并计划在接下来的三年内,再新建、改扩建旅游厕所 6.4 万座。

新华社发

追赶偶像

三川原声

■方珍

“孙扬哥,你是我的偶像!”

“偶像不是用来看的,偶像是用来追赶的,你的明天一定会更加灿烂,加油!”

这是在央视“挑战不可能”第三季第一期中,作为嘉宾的中国男子游泳队运动员、奥运冠军、世界游泳健将孙扬和挑战者黄俊凯的对话。

在交互绳跳挑战中,中国小将黄俊凯和他的伙伴挑战了日本的吉尼斯世界纪录创造者、保持者,最终挑战成功,当黄俊凯和他的伙伴即将登上荣誉殿堂时,黄俊凯举手表示有话要说,随即表达了对孙扬的崇拜之情。

“偶像是用来追赶的”,孙扬的回答亮了。他不但正确地引导黄俊凯崇拜偶像,还激励黄俊凯追赶偶像,并走向更灿烂的明天。

年轻时,崇拜自己的偶像是很正常的,那是青春的一个音符。崇拜偶像可以,但不能盲目崇拜。如果只以见偶像一面或和偶像合个影或让偶像签个名为荣,那就成了盲目崇拜。笔者以为,偶像当如孙扬,激励粉丝追赶偶像,并让粉丝活出自己的精彩!这是崇拜偶像的一种境界!

笔者曾看过一期关于阎维文的

电视节目,阎维文讲述了他年轻时崇拜偶像的事。阎维文的偶像是李双江,为了跟李双江学习唱歌,上世纪 70 年代,他从每月微薄的工资中,抠出几十块钱买了一部唱片机,以及许多由李双江演唱的、三毛钱一张的薄膜唱片,然后就跟着唱片练习唱歌。经过努力,阎维文也成了歌唱家。

还有一位从星光大道出来的如今被大家所熟知的歌手刘大成,也是不断地追赶偶像而成功的。刘大成的偶像是阎维文,他不是简单地崇拜阎维文,而是梦想成为像阎维文那样的歌唱家。刘大成家境虽贫寒,但却非常喜欢唱歌,因为崇拜阎维文,一有空就对着庄稼旁边那一排排杨树练习歌曲“小白杨”,并且坚持听磁带,从中学习与总结声乐知识,最终在星光大道一举成名。

阎维文、刘大成可谓是由崇拜偶像,从而追赶偶像而成功的典范。但有很多人在崇拜偶像中迷失了方向,听偶像的歌、看偶像的剧,甚至生活用品用的都是偶像用过的牌子。这是狭隘地崇拜偶像,因为他们不知道偶像的成功是用辛勤的付出换来的。真正崇拜偶像,就要像阎维文、刘大成一样,去追赶偶像,去成为偶像那样的成功者。单纯地崇拜偶像是活在偶像的影子里,而追赶偶像则是活在自己的世界里。在自己的世界里追赶偶像,活出人生的精彩,是一种积极的人生态度。愿我们由崇拜偶像,进而追赶偶像,从而走向成功吧!

局长变董事长只是开始

■陆娅楠

日前,中国铁路总公司所属的 18 个铁路局全部完成了工商变更登记,并正式挂牌。从“铁路局”变为“有限公司”,原来的“局长”也变成了“董事长”,铁路改革的动静不小。

从 2013 年撤销铁道部、组建中国铁路总公司至今,中国铁路改革“大戏”不断,也备受社会关注。变“坐商”为“行商”的货运体制改革,率先让习惯了冷脸子、批条子的“铁老大”,感受到了市场冷暖,逐步转型为热心肠、跑腿忙的“店小二”。首条民营资本控股的高铁项目——杭绍台高铁,以 PPP(政府和社会资本合作)模式启动,又为铁路投融资体制改革探索出一条新路。如今 18 个铁路局不仅牌匾变了,领导称呼改了,公司法人治理结构也建立起来,企业与政府的边界厘清,中国铁路公司制改革真是从“面子”深入到了“里子”。

然而,从“面子”到“里子”,仅是铁路改革漫漫征途中的一步。要满足人民群众日益增长的美好生活需要,铁路还需要经历从“里子”到“骨子”的蜕变。

这种从“里子”到“骨子”的蜕变,是当代铁路人不得不担当的历史使命。“独大”近 70 年后,中国铁路总公司继承了“共和国长子”的全部财富,也不得不扛起全部包袱。他们一只脚踏上了工业现代化的最前沿,重载、高原、高寒等技术创新令全球艳羡,高铁更成为国家名片。另一只脚却被绊在了计划经济的框框里:经营权、收益权,权责不清;公益的、盈利的,边界不明;降成本、去杠

杆,成了老大难。这样的两只脚,固然有风光的一面,但走不稳,也很难走远。只有进一步深化改革,“脱胎换骨”,才能抓住这一轮赶超窗口期和战略机遇期,实现持续健康发展。

呼唤从“里子”到“骨子”的蜕变,更是激活行业内生动力需要。受历史传统影响,铁路准军事化管理色彩浓厚,为实现目标往往“不惜一切代价”。在这样的文化浸润下,铁路职工能吃苦、讲奉献,但个体的全面发展却往往被压抑;铁路办事的效率高了,效益却有时会打水漂。既然要做现代企业,就得从“骨子”里改变这种行业文化,通过推进法治化、市场化经营管理,变“让我改”为“我要改”,使每一位铁路人都能从改革中看到个人发展的希望,把企业当成潜力股好好经营。

如果说,改革从“面子”到“里子”很难,那么从“里子”到“骨子”就更难。铁路行业中,一家几代都供职于同一个企业的情况并不少见。在机构调整、人员精简,以及业务开拓的过程中,如何真正触动延续几十年的老传统、老思维,又不影响铁路的正常生产运输?如何坚持改革在法治化、制度化的轨道上推进,又不伤害为铁路“献了青春献子孙”的“老铁路”的感情?这些“两难”问题都是铁路深化改革避不开、绕不过的考题。

幸运的是,中国铁路改革已经拥有了一个好的开局。看看今年市场反响强烈的高铁网上订餐、“复兴号”快递等等,我们有理由相信,局长变董事长只是开始,中国铁路会给我们一个更为惊喜的明天。