

观点 扫描



婚姻不该是一场被场景催熟的冲动,而应是一份被现实托底的笃定。否则,再多的“爱情主题银行”,也换不来一句真心的“我愿意”。

银行能办结婚证,为何年轻人不买账

8月12日,“银行能办结婚证了”登上热搜,引发网友热议。前几日,天津市河西区人民法院联合中国邮政储蓄银行泗水道支行,正式启用东海婚姻登记处·泗水道爱情主题银行服务点,成为全国首家落户银行网点的婚姻登记点位。

然而舆论场上,许多年轻人对此事并不买账:“是怕想结婚的人找不到民政局吗?”“方便查完征信再领证?”“一手交卡、一手交证?”调侃背后,是一种深深的疏离感。不少年轻人认为,这不过是变相催婚、本末倒置。他们真正需要的,显然不是换一个地方领证。

如今,婚恋服务创新层出不穷,除了天津的银行能办结婚证外,上海有云端婚姻登记点,有的地方甚至可以在商场领结婚证。这些都属于“颁证场景创新”,初衷无非是让领证更便捷,同时通过场景变化给予年轻人仪式感和情绪价值。

创新本身无可厚非,但问题在于:为何而创?年轻人是否真的需要?

仪式感与情绪价值,年轻人当然在意,但在婚姻这道人生课题面前,它们并非刚需,更谈不上优先项。

年轻人结婚为什么减少?从更世俗的视角看,当下年轻人的现实承受力与婚恋的复杂性、高成本严重不匹配。房价、就业、育儿压力,让许多年轻人对步入婚姻望而却步。此外,找到一个三观契合、真正相爱的对象,对年轻人而言也非易事,而妥协和凑合显然不是现在年轻人想要的。

近年来,我国大力提倡适龄婚育,构建、完善全社会的婚育支持体系。方向无疑是正确的,但在这个过程中,提升婚姻登记的便利度,终究只是“配菜”。真正的“主菜”,是积极回应年轻人的合理需求,用实打实的配套政策,排除他们在就业、住房、生育以及权益保障方面的后顾之忧,把婚恋的“门槛”降下来,让想结婚的人敢结婚、能结婚。

打造婚育友好型社会,不能停留于表面的“花样翻新”,而要在制度深处、生活实处,托举起让年轻人看得见、摸得着的安全感和幸福感。有了这份笃定,一切都会水到渠成。否则,再多的“爱情主题银行”,也换不来一句真心的“我愿意”。

王彬 来源:浙江日报



劳动教育也需要陪伴,而不能停留于空洞说教。父亲的沉浸式劳动教育能打动孩子和网友,关键在于其“同行者”角色,与孩子并肩作战。

送外卖治厌学,“疗效”怎么样

这段时间,浙江义乌一名父亲带儿子三伏天体验送外卖的视频火了。14岁的孩子说,学习不好“大不了去送外卖”。父亲没有反驳,而是带着孩子扎进了外卖骑手的队伍,并定下规则——给100元启动资金,父亲骑摩托车载人,接单、路线、开销全由孩子独立负责。

送外卖治厌学,“疗效”怎么样?近1个月的体验,并没等来“吃顿苦就爱上读书”的反转,却意外修复了亲子关系——儿子不再抵触父亲,而是懂得了关心父亲,明白生活不易;父亲也变了,“少一些唠叨,多一些陪伴”。

跑楼送外卖、上工地搬砖、体验耕作“面朝黄土背朝天”……近年来,为青少年量身定制的劳动教育形式多样,苦其心志、劳其筋骨,培养在逆境中解决问题的底气。不过,随之而来的争议也不少。有人点赞,“说教一百遍不如亲身做一遍”,能让青少年真切体验生活的粗砺感;也有人质疑,让未成年人从事高强度劳动是否安全合规?“不学习就得去吃苦”,是否也在一定程度上伤害劳动的尊严?

种种现象与声音背后,指向一个话题——今天,我们需要什么样的劳动教育?

劳动教育不完全等同于“吃苦教育”。社区服务、职业体验、乡村劳作、田间课堂……形形色色的劳动都是路径,不在于有多“苦”,而在于能否让青少年在动手实践中播撒崇尚劳动的种子,在磨炼意志中涵养不懈奋斗的精神。

劳动教育也需要陪伴,而不能停留于空洞说教。父亲的沉浸式劳动教育能打动孩子和网友,关键在于其“同行者”角色,与孩子并肩作战。在一起奔波送外卖的日子里,父亲认识到了孩子的抗压能力,也意识到了家庭中缺乏陪伴与沟通的短板。

“不知稼穡之艰难,乃逸乃谚。”劳动教育是青少年成长的重要一课,适龄、适度是重要前提。正值暑假,家长不妨与孩子一起走进生活的课堂、劳动的现场,在严格要求中融入更多鼓励与共情,在守护陪伴中激发内驱力,让有意思也有意义的劳动教育取得实实在在的成效。

曹怡晴 来源:人民日报



“票房7352元”上热搜,《牛来》成“胡来”?

据都市快报报道,猫眼专业版数据显示,一部名为《牛来》的动画电影上映10天,累计票房仅为7711元,累计观影人次278人。资料显示,该片主创仅两人,出品方前身为装修公司。

网友针对《牛来》的玩梗式幽默,在社交平台上形成了一个娱乐事件,在对已观影人群表示同情之余,有网友还用打五星的方式,对该片进行反讽,催生了多条令人觉得荒诞又无奈的段子。

这一情形,也使人想起2017年《纯洁心灵·逐梦演艺圈》公映后引发的一片群嘲。但显然,《牛来》再次刷新了观众对粗制滥造电影的认知底线。

综合网友评价与晒出的截图来看,《牛来》的粗制滥造,完全超出了观众的想象,“上坟烧的牛都比这个建模好”“动画学院大一学生都比这个拍得好吧”……《牛来》相关评论区里,网友啼笑皆非的语气背后,其实也隐藏着些许无奈与愤怒。

据齐鲁晚报综合报道,《牛来》演职人员仅2人,导演一人身兼数职,同时担任配音等。更让人意外的是,影片出品方的前身是装修公司,注册资本仅10万元人民币,2021年7月才更名跨界影视行业。年报信息显示,该公司仅1人参保。

了解出品方这一背景,似乎也就不难理解《牛来》的粗制滥造了。

事实上,长期以来,时有烂片借各种包装进入市

场,误导观众买单,一次次愚弄观众的行为,也消耗了多方的信任。这次对《牛来》的批评,可以看作是观众对粗制滥造电影不满情绪的一次释放。

而不满之余,疑惑也随之产生。《牛来》这样的电影,是如何顺利在院线公映的?当创作者并无实质能力,拿完全不及格的作品糊弄市场时,谁来帮观众守住最后一道质量底线?

而且,商业院线既然挂着“商业”二字,是否有必要尽到把关义务,把完全不具备公开售票放映水准的电影挡在门外?

在影片公映之前,通常会有院线经理看片环节。如果《牛来》进入过这一选片流程,那么很难相信院线经理会对这般质量的影片进行排片。如果《牛来》未经这一流程,那便如同未经质检的“食品”正式上架超市。

受网络热议影响,《牛来》日排片大幅增加,票房也在持续增长。网友调侃,“烂片不一定看,烂到极致高低看看怎么个事”。

部分观众出于好奇心“捧场”,这并非第一次,但由此也更为考验院线的态度——是迎合这一新情况继续增加排片,还是作出别的选择及时止损?

期望在这轮有关《牛来》的话题过去之后,院线行业能够着手重视质量评价体系建设,当好观众的“守门人”,态度明确地将明显不具备上映水准的影片拒之门外,别放任《牛来》式胡来。

韩浩月 来源:新京报

期望在这轮有关《牛来》的话题过去之后,院线行业能够着手重视质量评价体系建设,当好观众的“守门人”,别放任《牛来》式胡来。