征集“天价彩礼”解决方案 问政于民就该这样具体

□ 杨鑫宇

最近几年，青年群体的婚姻意愿与婚姻困境，逐渐成为社会各界共同关注的话题。其中，围绕天价彩礼、落后婚俗等具体问题，从权威部门到社会舆论，都投入不少精力，试图理清其成因与现状，进而采取有效措施，对其加以解决。日前，安徽省委社会工作部通过官方公众号发布公告，向社会开展“倡树婚俗新风抵制高额彩礼”人民建议专项征集活动，再次引发社会讨论。

安徽省这次行动的方式颇具新意。过去，社会各界讨论天价彩礼、落后婚俗等问题时，更多倾向于对其展开宏观分析，将其放置在社会风气、社会现象的框架下加以审视，进而寻求破局之道。相比之下，安徽此次建议专项征集活动中提出的许多问题，更加微观、具体，显得非常“接地气”。

在相关公告中，有关部门一共提出了6个问题，其中，除了最后两个开放式的“请提建议”问题之外，另外4个问题都有非常明确、具体的指向。前两个问题分别是“您认为多少金额算高额彩礼（包括现金和金银首饰等贵重礼物）”和“您所在的村（社区），彩礼一般需要多少”，指向的是高额彩礼的金额和形式。第三个问题，则直接面向公众征集“因婚返贫”“因婚致贫”或“低彩礼”“零彩礼”的正反两方面案例。第四个问题，提出了“制定农村彩礼倡导性标准”的设想，并问询公众“可以通过哪些方式和措施来引导群众自觉执行”。

仔细审视这些问题，不难理解其背后的用意。前两个问题的意义，在于调研当地彩礼实际情况，了解民众对“高额彩礼”的态度认知；第三个问题的意义，在于通过真实案例了解实际情况，具体认识“高额彩礼”如何损害民生，并从民间自发的“低彩礼”“零彩礼”案例中寻找破局思路；第四个问题的意义，则是典型的“问政于民”，在推出政策前，先向民众询问如何解决好其落地落实、使人自觉执行的问题。

总体而言，这组问题设计最主要的亮点，在于有关部门克服了先入为主观念的影响。对官方机构而言，也只有跳出主观意识的窠臼，深入民间、深入基层获取新鲜真实的一手信息，才能让调研取得实效，避免在日后做出“拍脑门”式的政策决定。

落后婚俗属于社会结构性问题，与此相关的宏观分析不可或缺。部分地区深受“天价彩礼”困扰的现状，是各地经济发展、人口结构、文化背景等多方面因素影响的结果，本质上是“果”不是“因”，长期来看，必然会随着社会发展逐步得到缓解。实施移风易俗宣传活动、倡导文明理念，有利于社会充分认识落后婚俗的弊端，扭转不良风气。

但是，只从宏观理念层面进行倡导，而忽视解决困扰众多青年、家庭的具体问题，难以从根源上消除落后婚俗产生的土壤。对此，社会各界还需“两条腿走路”，兼顾社会全局结构与微观个体感受，同步展开有效的调查研究，进而提炼出可行的对策方案。这次安徽省提出的调研问题，体现了对微观个体感受的强烈关注。

就此而言，我们还期待这样的调研越来越多。毕竟，只有深入一线了解实情，才能对症下药、有的放矢，出好招、出真招，为年轻人和整个社会解决具体问题。

黑导游获刑 给坑人“套路”亮红灯

□ 刘婷婷

“黑导游”被判刑了。11月29日，黑龙江省文化和旅游厅发布消息，当地3名导游因强迫交易获刑。据通报，在该案件中，导游乔某、高某、宋某三人在哈尔滨至亚布力、雪乡途中，以言语威胁方式强迫游客购买自费项目。最终，乔某、宋某被以强迫交易罪判处有期徒刑七个月，并处罚金7000元；高某被以强迫交易罪判处有期徒刑七个月，并处罚金6000元。因为三人严重违法，文化和旅游部门将对其处以吊销导游证的行政处罚。

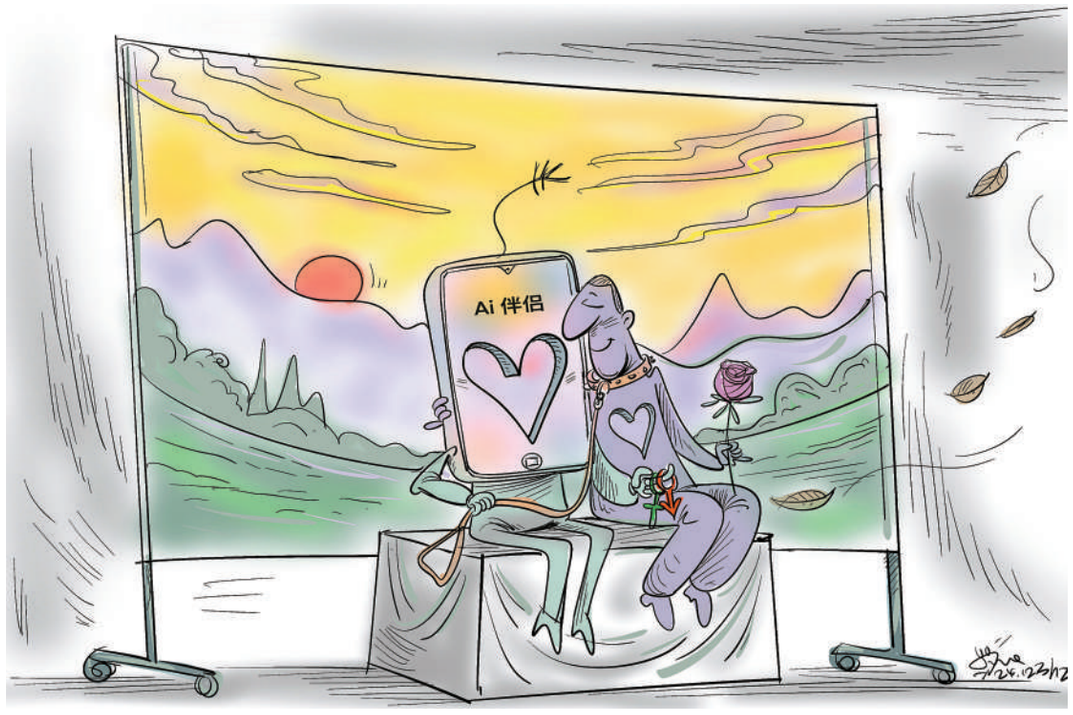
这一行政处罚、刑事处罚并举的处理结果，恐怕是涉事“黑导游”当初并没有意料到的。在他们看来，游客出来玩不积极消费，自己就赚不到钱，强迫对方买东西，不过是“做生意”的手段。对“以不合理的低价组织旅游活动，诱骗旅游者，并通过安排购物或者另行付费旅游项目获取回扣等不正当利益”，以及“指定具体购物场所”“安排另行付费旅游项目”等行为的处理，旅游法明确了行政处罚的罚则。不过，依照刑法中对强迫交易罪的相关规定，追究“黑导游”刑事责任的案例，在过去并不多见。

君子爱财，取之有道，导游想做生意赚钱固然是人之常情，但若把游客当成可以任意宰割的“羔羊”，无疑严重突破了法律底线。“黑导游”采取威胁的方式，强迫游客购买自费项目，是赤裸裸地侵犯消费者权益的违法行为。如果情节较轻，固然可以按照旅游法规定给予行政处罚，如果情节严重，具有相当的社会危害性，就涉及刑事犯罪。

我国刑法明确规定，以暴力、威胁手段，实施“强买强卖商品”“强迫他人提供或者接受服务”等行为，达到情节严重的程度，“处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金”，如果情节特别严重的，还将“处三年以上七年以下有期徒刑，并处罚金”。

2017年3月28日，最高人民检察院、公安部曾联合出台了《关于公安机关管辖的刑事案件立案追诉标准的规定（一）的补充规定》，其中规定“造成被害人轻微伤”“造成直接经济损失2000元以上”“强迫交易3次以上或者强迫3人以上交易”“强迫交易数额1万元以上，或者违法所得数额2000元以上”“强迫他人购买伪劣商品数额5000元以上，或者违法所得数额1000元以上”等，即为“情节严重”，应予立案追诉。对照上述规定，很多“黑导游”胡作非为，已经触碰了刑法红线。

重拳严惩“黑导游”，既利于公众，也利于旅游市场。从长远看，有关部门更需在建章立制上下功夫。平心而论，现行旅游法的处罚力度还有欠缺，特别是对个人的处罚，最高一般不过两万元。现实中，“黑导游”一次得手，恐怕就获益不少。在依法打击“黑导游”的同时，有必要研究对旅游法进一步修订的可行性，设法提高处罚力度，更有力地遏制各种坑人“套路”，促进旅游市场健康发展。



AI伴侣

在社交平台搜索“AI伴侣”，很多网友分享了自己与AI伴侣的日常。不少案例显示，伴随着AI伴侣拟人化程度的提高，用户可能会对其产生过度的情感依赖，无法辨别现实与虚拟的界限，继而受到情感伤害。（《扬子晚报》12月2日）

漫画：徐 简

幼师不该被困在形式主义任务里

□ 胡欣红

幼儿园老师下班后还要天天给孩子家长发送照片、视频以及总结文章？据澎湃新闻报道，近日，有上海市民反映，幼儿园老师工作量太大，下班时间被大量占用。对此，教育部门回应，已指导优化家园（家长-幼儿园）联系方式，既满足家长需求，又为家园沟通工作减负增效。

幼儿教育阶段，家长们对缺乏自理能力的孩子普遍难以放心，家园沟通是不可或缺的一环。及时有效的沟通交流，有助于家长与幼儿园之间建立良好的合作关系，共同为孩子的成长和发展创造理想环境。基于此，很多幼儿园都要求教师关注学生的日常表现，并适当抓拍一些照片或视频发送给家长。看到自家萌娃的各种“精彩瞬间”，家长们的担忧乃至焦虑自然烟消云散。

既然如此，家园沟通何以成了幼师不可承受之重？据爆料市民表示，原因是幼儿园新来的园长下达工作要求，为班里每一个孩子都建一个沟通群，群里有两名教师、园长以及孩子的父母。群里每天都要发布孩子当日在园的3-4张照片、一段视频，教师需每日给孩子做总结并写一段小作文。由于班里有将近30个孩子，发布的照片要挑选，视频要剪辑，老师们每天下班回家后都要捧着手机给群里发如上内容。

凡事过犹不及，切不可用力过猛。为每一个孩子都建一个沟通群，看起来是做得更细致、更到位了，其实不然。众所周知，家园沟通是为了更好地了解孩子的成长情况，解决教育中遇到的问题，并共同制定更有利于孩子发展的教育计划。这要求幼师与家长之间进行真诚、有效的交流，而不是简单地完成一些“量化”任务。

其实，家长们最需要的是教师精心照顾好孩子，天天发这么多照片和视频，反而影响教师完成核心工作。要求教师每日绞尽脑汁给每个孩子做总结并写一段小作文，更是有些强人所难。

毫不夸张地说，这种要求完全脱离了实际，不仅沦为形式主义任务，更让教师的关注点本末倒置。长此以往，不仅会影响幼师的工作效率和积极性，还可能对其身心健康造成负面影响。

值得一提的是，在家园沟通上用力过猛的并非个例。现实中，不乏幼儿园过于注重形式上的沟通，比如要求幼师定期填写繁琐的家园联系手册、完成各种线上任务等。这些任务不仅占据了幼师大量时间和精力，还可能让他们无法专注于与家长的深入交流，反而影响了家园沟通的效果。

家园沟通是幼儿园的一项重要工作，也是幼儿教师的一项基本技能和工作职责。但是，家园沟通应该有合理边界，绝不能让幼师困在形式主义任务里。幼儿园应该严肃审视现有的家园沟通任务，建立科学合理的评价体系，剔除那些繁琐、重复且没有实际意义的任务，从而让幼师有更多的时间和精力放在教育本身，回归家园共育的初衷。

超六成球拍不合格 增塑剂危害不容小觑

□ 龙之朱

你的球拍、跳绳安全吗？日前，据央视新闻报道，福建省质检院和宁波市质检院在开展产品质量安全风险监测时，发现学生体育用品含有对未成年人健康具有风险的成分，不合格率明显偏高。其中，球类产品的不符合率为7.8%，跳绳的不符合率为17.5%，球拍产品的不符合率甚至高达60.6%，不符合项目均为增塑剂。部分样品的增塑剂含量，超过参考标准限值的200倍。

据介绍，增塑剂也被称为塑化剂，因其可以增加塑料的柔韧伸展性，而被大量用于塑料制品。相关研究证实，邻苯二甲酸酯类的增塑剂可以经口腔摄入、呼吸道吸入和皮肤渗入这3个途径进入人体，被认为是人类自己生产制造的产量最大的环境雌激素之一，陆续被世界各国列为优先控制污染物。研究表明，青少年长期摄入增塑剂，男生可能发生青春期发育延迟，女生则可能出现早熟现象。

许多产品对增塑剂的使用都有明确限制。比如，我国早已明确邻苯二甲酸酯类增塑剂不能作为食品原料或食品添加剂。又如，在童装童鞋、玩具、儿童家具以及彩画颜料、蜡笔、书包等用品的国标中，也对邻苯二甲酸酯类增塑剂有明确的限量要求，限量值与欧盟现行标准一致。然而，我国现行标准中，对球类、跳绳等学生体育产品中的邻苯二甲酸酯类增塑剂的限量只有参考标准，没有强制标准。部分厂商完全不顾参考标准，导致产品中增塑剂严重超标。

各种球类、跳绳，还有球拍等体育用品，是许多未成年学生朝夕相处的“伙伴”，与孩子们的接触量不亚于衣服、家具和画笔等。尤其是，孩子们参加体育运动，往往会呼吸急促、大量出汗，考虑到增塑剂的3种摄入途径，难免更让人捏一把汗。在这种情况下，行业强制标准的缺失，无疑是一个亟待填补的漏洞。过去的行业监管盲区，或许与社会认知不到位有关。当下更要紧的，是必须马上行动起来，不能再让增塑剂继续“潜伏”在体育用品中，对青少年产生慢性危害。

面对官方质检机构的检测结果，有关部门应该根据本次风险监测结果，一方面向企业发放风险告知书、督促企业改进工艺采用替代物，一方面向社会公众传递明确信息，引起学生家长的重视。同时，其他地方的质检机构也不妨根据当地情况启动市场监测。此外，完善体育用品的安全标准，推动相应标准尽快实现对体育用品的覆盖，更是关键的治本之策。

近日，全国体育用品标准化技术委员会发布了跳绳国家标准草案稿，专门对跳绳中邻苯二甲酸酯类增塑剂含量进行了限量要求。既然跳绳可以对增塑剂作出限量要求，其他球类、球拍等产品，应当也有跟进的空间。

未成年人积极参与体育运动的目的，就是为了拥有更加健康的体魄。如果器材本身就存在安全隐患，无疑让体育运动走向了其初衷的反面。唯愿有关各方携手努力，从标准制定、产品生产销售等方方面面，为下一代营造更加健康的成长环境。

又见“证明我爸是我爸” 奇葩要求的背后是什么

□ 李 记

据极目新闻报道，11月29日，福建泉州惠安县一男子带着户口本及其父亲的户口注销证明，到当地电信营业厅注销亡父的电话号码时，遭到推脱刁难。当事男子表示，自己第四次去电信营业厅前，派出所已作出说明，且户口本也能证明父子关系，营业厅仍让他证明“我爸是我爸”，其怒拍视频发到网上，业务员才给办理。

哪怕用尽可能平和的陈述来重复当事人的此番遭遇，也不难感受到他那份深深的无奈。为什么此前“没用”的证明资料突然合规了？工作人员为何如此反反复复地折腾这位男子？这背后是否有着利益的“小算盘”？

为逝去亲人注销手机号有多难？不少电信运营商都表示，若要办理销号业务，需提供经办人有效证件原件、机主身份证件原件办理。但是，在实际操作中，有的网店还要求经办人在办理时签署“移动业务办理承诺函”，或提交机主死亡证明、户口本原件。种种繁杂要求，让办理者常常要“跑断腿”。

按照国务院督查组2020年11月3日发布的相关“督查情况通报”，要求证明“我爸是我爸”之所以屡禁不止，“根源在于为民服务意识不强，对‘放管服’改革的精神理解不深不透，在实际工作中没有将人民群众利益放在首位”。在规则不明晰或“弹性空间大”的情况下，总有一些工作人员推脱刁难和反复折腾。

如今，这位男子怒拍视频发到网上，问题得到解决，可是对其他人来说，遭遇类似“奇葩证明”又该怎么办？难道也要效仿这种特殊的解决方式？在大数据、云计算和人工智能越来越发达、越来越普及的当下，不管是电信运营商，还是基层政府相关部门，都应推进服务运行标准化、服务供给规范化、企业群众办事便利化，让一网通办、一网统管、一网协同等切切实实发挥作用，让“数据多跑路、群众少跑腿”真正落实。

别再让“包治百病”的“神医”继续忽悠

□ 土土绒

近日，“药王谷开诊1个多月15名患者死亡”事件引发广泛关注。据《新京报》报道，位于湖北省十堰市武当山的“药王谷中医馆”从事“抗癌治疗”，从今年4月18日开诊至5月31日停业期间，就诊的患者中已有15人去世，20人病情加重。目前，该中医馆涉刑事犯罪已被立案侦查。

一段简单的描述让人痛心不已。病人罹患癌症已经非常不幸，遇上毫无专业资质的所谓“抗癌大师”，更是雪上加霜。难以想象这些患者家庭在花费了大量钱财“治疗”之后，亲人不但没有好转，反而病情加重甚至去世，该是多么痛苦。

该医馆最著名的“医生”，被包装成“山东青岛著名老中医、民间抗癌大师、抗癌中心中医医疗总顾问”的侯元祥，早在该医馆开诊之前就因涉嫌非法经营罪被刑拘。他在案卷中供述称，自己没有中医的医师资格证，为了挣钱，卖一种自制配方治疗癌症的药，未通过国家部门的临床实验和检测。

“医生”没有医师资格证，所谓的“秘方”药未通过检测——换言之，该医馆完全是个忽悠人的“草台班子”。然而，就是这么一个“草台班子”，竟然吸引了全国各地的患者前来求医，而且收费不菲。在“治疗”过程中的种种不规范操作，更是令人瞠目结舌。

可以理解的是，人在面对癌症这样的重症时，往往会焦虑不安、情绪脆弱，这都是人之常情。但是，越是“病急”越不能“乱投医”。一种所谓的“秘方药”可以治各种各样的癌症，明显不符合常识。无论身患何种疾病，最重要的是相信科学。否则，不光治疗费用可能“打水漂”，更会耽误宝贵的治疗时间。

在此次事件中，还有一个值得注意的细节：很多患者是听了网红吴某某的宣传而来中医馆求医的。吴某某在短视频里声称侯元祥有绝门医术，是“全中国中医治癌第一人”，3000多名患者经侯元祥治疗后肿瘤不见了，登记有名有姓的患者治愈率已超过80%，而且“侯老不像其他中医，治好了此癌症，治不好彼癌症”。

根据我国广告法，发布医疗、药品、医疗器械等广告，应当在发布前由有关部门对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。此外，医疗、药品、医疗器械广告不得含有表示功效、安全性的断言或者保证，不得说明治愈率或者有效率，不得与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较。而吴某某不但擅自发布广告性质的信息，还肆无忌惮地吹捧其功效，宣传“治愈率”。这样夸张的宣传在网络上当然很容易“吸睛”，成为中医馆引流的一大“法宝”。

这也提醒相关部门，对医疗广告的监管需要与时俱进，在传统媒体发布广告相对规范的同时，不能让一些人钻了自媒体管理相对宽松的“空子”。另一方面，互联网平台也应积极承担责任，加强审核，避免类似涉嫌违法的言论在网络蔓延，误导网友。

在新起点上为马克思主义中国化时代化大众化作出更大贡献

□ 周家彬

习近平总书记近日对新时代马克思主义理论研究和建设工程作出重要指示指出，马克思主义理论研究和建设工程是党的思想理论建设的基础工程、战略工程。20年来，工程始终围绕中心、服务大局，推出了一大批高质量研究成果，在学习研究宣传党的创新理论、巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位等方面发挥了重要作用。

11月29日，在马克思主义理论研究和建设工程工作会议上，传达了习近平总书记的重要指示。

2004年，中共中央提出实施马克思主义理论研究和建设工程。回首过去20年，马克思主义理论研究和建设工程始终高扬马克思主义旗帜，把党的创新理论作为研究重点，把重大现实问题和理论问题作为主攻方向，把深化理论研究与推动实际工作紧密结合起来，把成果产出和人才培养紧密结合起来，把借鉴国外成果和扩大中国影响紧密结合起来。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央从党和国家事业全局的高度认识和把握相关工作，党的十九届四中全会、十九届五中全会、二十大、二十届三中全会等重要会议对新时代马克思主义理论研究和建设工程的深入实施和改革创新形成系统谋划，党和国家把马克思主义理论研究和建设工程作为强国建设、民族复兴伟业的一项重要工作加以推进。

20年来，马克思主义理论研究和建设工程取得了一系列重要成果。在中央宣传思想文化工作领导小组直接领导下，中央宣传部负责组织实施，有关部门密切配合，创新了理论研究机制，实现了理论工作部门和实际工作部门的深度结合。编译出版《马克思恩格斯全集（中文第二版）》《列宁全集（第二版增订版）》等标志性著作，持续推出《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》《习近平新时代中国特色社会主义思想学习问答》等理论读物以及《敢教日月换新天》《领航》等专题文献片，在学习研究宣传党的创新理论、巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位等方面发挥了重要作用。持续发展马克思主义理论一级学科，壮大包括马克思主义理论、中共党史党建学等在内的马克思主义学科体系，编写出版大量重点教材，覆盖哲学社会科学主要学科专业的工程教材体系逐渐形成，有力推动了哲学社会科学的繁荣发展。巩固壮大包括各级各类马克思主义学院和研究中心（院）等在内的理论阵地，选育大量马克思主义理论人才，培养造就了一批有信仰、有学养、有影响的马克思主义理论家特别是中青年理论家。实践证明，马克思主义理论研究和建设工程，不愧是党的思想理论建设的基础工程、战略工程。

迈入新征程，马克思主义理论研究和建设工程面临新形势新机遇新挑战。新时代党和国家事业发展取得历史性成就、发生历史性变革，全国人民“四个自信”明显增强，我国的国际影响力持续提升，这为新征程上进一步深入实施马克思主义理论研究和建设工程提供了思想基础和有利条件。我们不断深入推进党的理论创新、开辟马克思主义中国化时代化新境界，这对创新马克思主义理论研究和建设工程注入了强大动力、提供了新的机遇。但与此同时，随着“两个大局”加速演进，加之信息技术迅猛发展，国际话语权的斗争形势更加复杂，国内外各种思想文化的交流和交锋更加频繁，思想文化领域斗争依然深刻而复杂，这对马克思主义理论研究和建设工程提出了新的挑战和新的要求。

在新的历史起点上，必须创新马克思主义理论研究和建设工程，为马克思主义中国化时代化大众化作出更大贡献。要聚焦学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，以体系化、学理化为方向深化理论阐释。马克思主义中国化时代化和党的创新理论的发展是一个不断丰富拓展并不断体系化、学理化的过程，与此相对应，马克思主义理论研究和建设工程必须在理论研究和阐释的体系化、学理化上下功夫，重点研究阐释马克思主义中国化时代化和党的创新理论中的原理性理论成果，把握相互的内在联系，提炼概括具有中国特色、世界影响的标识性学术概念、学术范畴，强化理论的体系化概括和学理化表达，推动全社会更好学习把握习近平新时代中国特色社会主义思想。

要巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，以增强针对性、实效性为导向强化理论武装。深入实施马克思主义理论研究和建设工程，研究攻关是基础，转化运用是关键。理论的研究是为满足时代和人民的需要服务的，马克思主义理论研究和建设工程必须更好地促进马克思主义与中国实际相结合，回应中国之问、世界之问、人民之问、时代之问，反映世界历史的发展脉络和正确走向，揭示我国社会发展、人类社会发展的大逻辑大趋势，展现中国式现代化和民族复兴的历史沿革和实践要求。在此基础上，还应把政治话语转化为大众话语，把“有意义”的道理讲得“有意思”，推动党的创新理论“飞入寻常百姓家”，更好地为人民大众所理解和掌握，从而为伟大事业凝聚伟大力量。

要坚持“引进来”和“走出去”相结合，以扩大国际影响力为目标优化理论传播。马克思主义基本原理是普遍真理，当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义的形成和发展也必将对世界社会主义的发展和人类文明的进步产生深远影响。创新马克思主义理论研究和建设工程，必须从世界眼光、国际视野出发，在加强与海外马克思主义交流，更加充分地借鉴世界马克思主义研究的有益成果的同时，推动我国马克思主义研究者和研究成果不断走向世界，进一步做好马克思主义尤其是中国化时代化马克思主义的理论传播，不断扩大当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义的国际影响力、感召力、引领力，让马克思主义设想的人类社会美好前景不断展现出来。

（作者系中国人民大学中共党史党建学院副院长、习近平总书记关于加强和改进人民政协工作的重要思想广西研究基地研究员）

社址：北京海运仓2号 邮政编码：100702 电报挂号：5401 国内统一连续出版物号CN 11—0061 邮发代号1—9 报价：每月33元 零售：每份1.8元 广告许可证：京东工商广登字20170074号 客户订阅电话：11185 中国邮政报刊在线订阅网址：BK.11185.CN