



建功新时代 启航新征程

热点观察

立破并举 典型引路 阵地延伸 文明培育润泽心灵

◎ 本报记者 朱乔明 卢瑶



2024年第四季度“中国好人榜”发布仪式现场。周洁 摄

文明新风，吹拂城乡烟火

文明风尚的养成，既要树立正向激励导向，也要破除陈规陋习。“十四五”期间，各地坚持“立破并举”，在提升文明意识、养成文明习惯上下功夫，在潜移默化中倡树文明新风。

乡村是文明培育的重要阵地，各地立足乡土实际，让文明乡风扎根沃土。

“简办红白事省心又省钱，现在大伙主动报备、自觉遵守已成常态。”青海西宁市城西区彭家寨镇庄村党支部书记甘占花见证了乡风的文明蜕变。通过“干部编框架、村民提意见、集体议条款”的方式，全镇10个村的村规民约从“三字经”变成家常话，让文明规范真正走进日常、落到实处。

文明之风不仅吹拂乡野，更浸润都市街

巷。从邻里相处到公共出行，文明的触角不断延伸，文明养宠、文明观赛等新风尚也悄然兴起，成为公共空间里最动人的风景。

每次出门遛狗前，黑龙江哈尔滨市民月月都会给泰迪“星期五”拴上狗绳。只要“星期五”排泄，她会马上清理干净；在进出电梯等公共狭小空间时，她会用身体把小狗挡在电梯一角，或者等待人少或没人时再上。“因为宠物再乖也有可能伤害到别人，所以我会尽量避免意外发生。”月月的话，道出了文明养宠的责任与担当。

赛场之上，文明观赛的氛围同样愈发浓厚。球迷们自觉有序排队入场，观赛时不随意站立遮挡他人视线；当客队球员带球突破，全场只有专注的屏息与真诚的喝彩……

在苏超、湘超等赛事现场，竞技的激情与文明的温度相得益彰。赛场内外的文明细节，正是全民文明素养提升的生动写照，而这样共建共享美好家园的文明理念，在各地落地生根、枝繁叶茂。

在天津，“争做文明有礼天津人”行动持续推进，让文明意识融入日常生活细节；在海南三亚，“文明一公里”行动常态开展，让群众在日常场景中接受道德熏陶；山东菏泽结合“沿黄河文化体验廊道”，引导群众倡树美德健康生活方式，厚植爱国情怀……依托地域文化特色与基层治理需求，各地不断创新文明培育的方式方法，让文明理念延伸到更广阔的领域、更细微的角落。

榜样微光，汇聚向善暖流

榜样是看得见的光，典型是触手可及的暖。“十四五”时期，我国持续深化典型选树与宣传引领，让榜样精神如星火燎原，进一步增强了人民群众坚定跟党走、奋进新时代的信心与决心。

“好人们平凡而伟大的故事让我深受触动。最好的致敬就是行动，未来我将努力用专业和汗水助力建设更有温度的文明城市。”聆听了好人的宣讲，安徽怀宁县住建局工作人员程超对城市文明建设充满干劲。

典型宣讲的生命力，在于能够激荡人心，引发共鸣。怀宁县“好人”宣讲团从供需

两端发力，在全县获得各级荣誉的先进典型中吸纳宣讲员，梳理“宣讲预约单”，以“双向预约”模式精准对接机关、学校、乡镇的“点单”需求，把榜样精神印在群众心间。

文明培育走深走实的同时，榜样精神的传播载体也在持续创新，以更鲜活、更接地气形式抵达更多群众心里。

四川精神文明建设先进典型发布厅以数字化形式发布“四川好人”榜单，推动正能量传播更广泛持久；陕西铜川线上线下同步开展“德润铜川·榜样力量”道德模范宣讲活动，实现榜样宣讲双线覆盖；江苏宿

迁邀请先进典型走入“红色直播间”，将榜样力量送达群众“指尖”。

随着典型选树机制不断完善、传播渠道持续拓宽，典型引领形成连锁反应，向善暖流在城乡间循环涌动、生生不息。

福建厦门设立道德模范工作室，为先进典型搭建发挥作用的平台，推动“个体先进”变成“群体示范”；重庆江津区组建“乡土宣讲队”用本土方言讲述事迹，让榜样故事更具文化特色；云南组织“红领巡讲团”走进校园，一场场宣讲与青少年现实生活紧密相连，让“红色种子”在孩子们心田生根发芽。

阵地延伸，点亮清朗空间

传播，实现了“文明归乡”的精神升华。

在丰富优质内容供给的同时，各地多维度发力净化网络生态、守护清朗空间，通过精准施策、靶向发力，为未成年人筑牢安全防线、厚植文明土壤。

北京开展“互联护苗2025”主题网络活动，先后推出《少年计划》《未成年人反诈防骗指南》等30余项贴近青少年需求的网络作品和实践活动；上海杨浦区组建“杨YOUNG夸夸团”，以青春视角传播正能量、引领网络新风尚；山东青岛策划“青春球场文明满场”暑期青少年网络文明传播活动，将赛场上的文明素养延伸到网络空间，让

文明理念在青少年心中深深扎根。

机制的创新实践，更为网络文明建设注入活力，拓展了文明培育边界。广东深圳发布《网络文明蓝皮书》，率先创建网络文明素养指标体系，用数据呈现网民素养；江西打造“德润赣鄱”网络文明IP——“赣小文”“鄱小明”，成为推进网络治理的重要载体。

深耕厚植，文明的树枝繁叶茂；成风化俗，向善之风深入人心。站在新的历史起点，文明培育的接力棒已传递至“十五五”新征程。这股浸润人心的文明力量，必将化作破难攻坚的磅礴伟力，凝成强国建设的精神脊梁，推动精神文明建设在新时代再谱新篇。

树新风

“十四五”期间，各地坚持“立破并举”，既树立正向激励导向，也破除陈规陋习，在提升文明意识、养成文明习惯上下功夫，文明之风不仅吹拂乡野，也浸润都市街巷

立榜样

“十四五”时期，我国持续深化典型选树与宣传引领，不断完善选树机制、持续拓宽传播渠道，让榜样精神如星火燎原，典型引领形成连锁反应，向善暖流在城乡间循环涌动、生生不息

优治理

“十四五”期间，各地在丰富优质内容供给的同时，多维度发力净化网络生态、守护清朗空间，通过精准施策、靶向发力，构建起人人参与、齐抓共管的网络文明建设工作新格局

在祖国西南边陲的姚安县光禄古镇，暖风点亮冬日，2025年度“云南好人”发布仪式让人们心头暖意涌动、精神备受感召。60人(组)凡人榜样，用一言一行诠释着助人为乐的热忱、见义勇为的刚毅、诚实守信的坚定、敬业奉献的执着、孝老爱亲的温润。“我要把我的刺绣技艺毫无保留地传下去，把这份坚守与热爱传递给更多人！”“云南好人”游定美在发布仪式现场激动地说道。

每一次对先进典型的嘉奖，都是道德光芒的璀璨绽放，是精神火种的接力传递，更是“十四五”期间我国精神文明建设深度扎根基层、浸润万千民心的生动写照。

从天山到无量山，文明培育的种子播撒大江南北。五年间，各地以社会主义核心价值观为引领，通过风尚培育、典型引领、网络文明建设等多元实践，让文明的种子在中华大地落地生根，破土成长为凝聚民心、汇聚力量的精神森林，为奋进“十五五”、逐梦新征程铺就了坚实厚重的文明底色。



浙江宁波市鄞州区“梁遇平米”元计划推进活动现场。(宁波市文明办供图)



2024全国“和美乡村”文化旅游推介活动现场。一梦园 摄

“爱你老己”的终极意义 是成为更好的自己

“贤已扶我青云志，我还贤己万两金。”“我说中午想吃火锅鸡，老已听完立马带我去，爱你老己。”“老己你是唯一身上有一百块钱真的会给我花一百块钱的人。”……近期“爱你老己，明天见”这句话在互联网悄然走红，被誉为“有史以来最好的梗”“今年最暖心的梗”“年度最爱的梗”。顾名思义，“爱你老己”就是“爱你自己”。

编辑点评：“爱你老己”在亲切幽默的表述中，体现出当下年轻人的自我关怀，以及对自我成长的关注。长期以来，许多人都极力追求被他人认可，追求一定的社会地位和外部成就，总是用最高标准苛责自己，将自我价值捆绑于外界评价之上，考试失利先骂自己“真没用”，求职落选先自贴“失败者”标签……不仅把本应被善待的自己弄得疲惫不堪，而且容易陷入长期的精神内耗中，有的人甚至因此躺平。

实际上，我们与自己的关系，是生命中最长久、最重要的关系。要处理好与他人、与外部世界的关系，先要处理好与自己的关系；先学会爱自己，才有底气和智慧爱他人、爱世界。而“爱你老己”的梗，通过一顿热饭、一杯奶茶、一句自我鼓励等微小而具体的自我关怀，表明年轻人期待与自己重塑一种健康关系，与自我和解，走出内耗泥潭。这是一种低成本的自我疗愈。学会与自己相处，接纳并不完美的自己，从“渴望他人认可”到“成为自己的靠山”，是为了积蓄能量成为更优秀的自己。

当然，爱“老己”并非溺爱自己，也不能异化为只爱“老己”，成为逃避责任的借口。真正的自我关怀应是促进成长，成为最好的“老己”。平衡自我关怀与社会责任，在爱“老己”时也爱别人、爱世界，将自爱的能量转化为连接社会、承担责任的能力，依然是我们努力的方向。（何勇海）

山西为烟花爆竹“松绑”， 科学限放能否“点旺”年味？

近日，中国烟花爆竹协会发文回应山西省调整烟花爆竹全面禁放政策。文章称，山西省12月16日发布《山西省人民政府关于宣布废止124件行政规范性文件的决定》，其中包括《山西省人民政府关于禁止生产、经营、储存、运输和燃放烟花爆竹的通告》，该通告自12月16日起停止执行，不再作为行政管理依据。此举意味着山西省烟花爆竹管理从全面禁放模式，正式转为科学限放管理模式。

编辑点评：山西烟花爆竹政策的“转身”，折射出公共治理思路的悄然变化。一纸通告的废止，不仅是行政管理依据的更新，更显现出政策制定从“一刀切”向“精准施策”的转变。

长久以来，全面禁放被视为烟花爆竹管理最直接的手段。但随着社会发展，公众对传统年俗的回归诉求愈发强烈，如何在公众安全、环境保护与文化传承等方面做好平衡成为新课题。山西此次调整，将管理模式从“堵”转向“疏”，在保留规范管理的前提下为传统年俗留出空间，是治理精细化、人性化的探索。

当然，科学限放不等于放任自流。它意味着更复杂的监管挑战：划定区域、限定时间、加强安全宣传、严格质量监管，都需要后续配套措施及时跟上。政策的“松绑”，对管理能力提出了更高要求。如何在守住安全环保底线的同时，留住节日的仪式感与温暖记忆，山西的尝试值得关注。其效果如何，仍需实践检验，但转向本身，已传递出务实与灵活的积极信号。（黄祎鸣）

今日看点

广西柳州有个“雷锋街市”
一开就是60年

A2版 特刊

从不想穿到抢断货，年轻人喜欢上了“校服”
高校定制羽绒服为何卖爆？

A3版 深读