



传统婚俗与现代文明相结合 福建武夷山市以朱子婚礼破题婚俗改革

◎ 本报记者 漆世平

移风易俗 基层行

为何推广

朱子婚礼强调重品行而轻财富的婚嫁观,与现代婚俗改革倡导的文明婚恋理念高度契合,其蕴含的礼仪文化、道德规范以及群众性特点,为移风易俗提供了载体

如何推广

武夷山市坚持守正创新、简约便民、群众主体原则,对传统婚俗礼仪进行现代化改编,结合传统节日举办集体婚礼,还依托新时代文明实践中心(所、站)举办文明婚俗活动

有何成效

武夷山市新人零彩礼、低彩礼婚嫁率已达95%以上,人均婚嫁支出下降约75%,重礼仪、轻财物、尚节俭的文明新风逐渐形成



“山盟海誓 感在武夷”朱子婚礼现场。

(本文图片由武夷山市委文明办提供)

源地。然而,这片人文沃土也曾受到婚丧大操大办等风气影响,尤其在一些偏远村落,一度存在高额彩礼、人情攀比、铺张浪费等陋习,成为不少家庭的沉重负担。

“前些年,一场婚礼办下来少则一二十万元,多则六七十万元,远超普通家庭年收入。”武夷山市委宣传部部务会成员、文明办主任郑渊坦言,一些经济困难家庭为办婚礼东拼西凑,甚至背负沉重债务,出现因婚致贫、因婚返贫的现象。

面对困局,武夷山市没有选择简单的行政禁令,而是在自己的文化根脉中寻找答案。

南宋理学家朱熹曾在武夷山五夫镇居住近50年,朱子婚礼文化在这里盛行数百年,至今这里每年仍有10多场朱子婚礼举办,已形成独特风俗。而朱子婚礼,正是朱熹撰著的《朱子家礼》中的重要一礼,以中国传统婚俗礼仪为基础,结合五夫镇民间婚嫁习俗而成。

“朱子婚礼强调重品行而轻财富的婚嫁观,让新人着重体悟婚姻本真,而非物质攀比。”武夷文化研究院研究员姜立煌认为,朱子婚礼与现代婚俗改革倡导的文明婚恋理念高度契合。

去年南平市朱子文化研究会的一项问卷调查,38%的受访者愿行朱子婚礼,86%的受访女青年期待花轿迎亲。“这表明,朱子婚礼在今天依然有着深厚的群众基础。”郑渊说,破解高额彩礼难题,既要疏堵结合,更要以文化人,朱子婚礼蕴含的礼仪文化与道德规范,以及其群众性特点,为移风易俗提供了载体。

如何推广朱子婚礼?

媒妁礼、纳采礼、醮子礼……近日,武夷山玉女峰下、九曲溪畔,一场集体婚礼吸引了众多

目光,8对来自黑龙江、海南、福建等地的新人身着典雅的传统汉服,通过礼乐鸣鼓、新人沃盥、合卺之礼、执手盟誓等环节,感受朱子婚礼的文化底蕴,践行婚事新办、喜事简办理念。

“比起西式婚礼,这种仪式华而不俗、喜而不闹,更有文化韵味。”参与集体婚礼的新人雷巧霞说,这场以山水为证的零彩礼、低彩礼婚礼,让她感受到了婚姻的神圣与责任。

近年来,为了让朱子婚礼更符合大众心理、生活习惯,武夷山市坚持守正创新、简约便民、群众主体原则,进行了系统探索。

对传统婚俗礼仪进行现代化改编。武夷山市从《朱子家礼·婚礼》中提炼出媒妁礼、纳采礼、醮子礼、迎亲礼、敬拜礼、合卺礼、告祖礼七个环节,使仪式简便易行,并创新推出酒店版、公园版、居家版3个现代场景下的朱子婚礼脚本,以满足不同新人的需求。

同时,武夷山市结合传统节日举办集体婚礼,在推广朱子婚礼的过程中,推进婚嫁领域移风易俗。“集体婚礼场地多选在武夷山自然景区,以碧水丹山替代奢华布景,既展现了得天独厚的自然风光,也倡导绿色简约的婚礼理念。”武夷山市民政局相关负责人介绍,当地已举办以朱子婚礼为基础的零彩礼、低彩礼集体婚礼4场,共83对新人参加。

武夷山市还依托新时代文明实践中心(所、站),在传统节日举办“庆重阳·贺金婚”“我们的节日·七夕”“婚俗改革树新风 金婚见证幸福”等文明婚俗活动,吸引1680余个家

庭参与,婚俗新风如春雨般浸润人心。

为了让婚俗改革真正落地,武夷山市110个行政村也推出各具特色的举措。上梅乡荷墩村推出“婚俗改革明白卡”,用漫画图解彩礼标准、宴席规模;星村镇桐木村设立“婚俗新风墙”,竹筒造型的公示栏上,不仅列着“彩礼不超10万元、宴席不超20桌”的硬规定,还张贴着季度“红黑榜”;岚谷乡横墩村推出“积分超市”,村民参与文明婚礼可积累积分兑换生活用品或享受公共服务。

“为了让婚事新办、喜事简办的理念深入人心,我们还充分利用新媒体平台广泛宣传文明婚俗故事,以身边典型有效引导公众树立正确婚俗观,自觉抵制陈规陋习。”郑渊表示,经过广泛宣传和积极引导,以前大家觉得婚礼要大操大办才有面子,现在普遍觉得来一场朱子婚礼更加浪漫。

朱子婚礼推广成效如何?

距离武夷山风景区不远的武夷街道下梅村,曾是武夷山重要的茶叶集散地。近年来,当地结合朱子重“家礼”轻“彩礼”的理念,推广将武夷岩茶作为茶礼,倡导以茶代聘、以茶代礼新风尚。下梅村党支部书记李贵说:“现在村里的年轻人都很接受这样的简约方式,以茶礼代替高额聘礼、彩礼,既承袭古礼,又减轻家庭负担,还带动了喜茶产业的发展。”

(下转2版)



武夷山市五夫镇民间朱子婚礼现场。

从“单点发力”到“全域协同” 山东威海市探路文明实践“片区联动”

◎ 本报记者 胡桂芳

文明实践 新探

以前,想听场吕剧有多难?山东省威海市初村镇靠山村“老戏迷”王美华深有体会。“得等镇上请来剧团,再坐公交车去‘听戏’,折腾得很!”她曾无数次错过演出。今年“五一”假期,戏台搭到了“家门口”,一场戏曲盛宴,让她满心欢喜。

这一改变,源于威海全域推行的“片区联动”工作模式。

曾几何时,威海也面临全国基层普遍存在的困境:新时代文明实践阵地遍地开花,运行却存在短板——小村缺场地,偏村没人气;城区优质资源没有充分用起来,活动千篇一律。

各自为战,力量分散,如何破局?

威海的思路很清晰:依托文明实践工作体系,打破村域、社区界限,攥指成拳,全域统筹谋划设置“文明实践片区”。每个片区一般由3至6个村或社区组成,建立联席会议机制,搭

建协同议事平台,统筹协调、指导各文明实践站开展工作。通过区域化联动共建,系统解决“空心村”“小弱村”“老龄化村”服务供给不足、资源分配不均、部分文明实践站作用发挥不充分、活动同质化等问题。片区成了资源调度、供需对接、项目孵化的核心枢纽。市、县、乡镇、片区、村居五级工作体系进一步完善。

效果如何?从高新区和街道田村片区的变化可见一斑。

今年春节,田西社区的居民第一次跨进“一路之隔”的新田社区新时代文明实践站,参加“我在文明实践站过春节”活动。如今,该片区的田村、新田、田东、田西4个社区联动,共用一个“片区活动日历”,信息同步发到各居民群,群众可以跨社区挑选、就近参与喜欢的活动。

“以前各搞各的活动,人气聚不起来。”片区负责人说,“现在你提供场地、我出节目,他有老师,活动档次高了,参与的人也多了。”

阵地打通了,谁来服务?靠什么服务?如何实现人才效益的最大化?

威海的做法是:对片区内各站队伍、人才

进行优化重组,组建联合服务队、共享人才库。不再是“一个村一支综合队”,而是“一个片区多支专业队”。

在临港区草庙子镇金井黄片区,西黄山、北黄山、南黄山、小七疔4个村联合成立了特色种植、村播电商、文旅服务、环境攻坚等文明实践队。擅长种植的“土专家”——北黄山村文明实践站站长担任特色种植文明实践队队长,从联建村中筛选出9名种植能手为成员,为片区群众开展网纹瓜、黑小麦、烟薯等特色农产品种植技术培训。

村播电商文明实践队更有一套:由西黄山村文明实践站担任队长,组织6名具备新媒体技能的党员成立直播团队,对4个村的特色农产品进行统一宣传、对外销售。从“独立连”变“兄弟团”,从“单兵作战”变“抱团发展”。

阵地搭建好了,队伍建起来了,关键还要看活动——如何让文明实践真正“活”起来、“火”起来?

威海探索出“联讲、联评、联帮、联乐、联庆”的“五联”形式,贯穿全年联片实施文明实

践行动、培育文明实践项目,让各个片区的活动品类更多、层次更高、人气更旺,服务覆盖更加有效均衡。

服务优化了,也更加精准了,如何让群众从“被动参与”变“主动践行”?

威海深入推进“文明实践+信用”工作模式,在全市新时代文明实践站“信治”场景全覆盖的基础上,探索建立片区信用联享机制,推动片区各村(社区)在信用评价、积分、表彰、兑换等方面标准互认、信息互通、成果共享,联合举办表彰会、选树“诚信好人”、运营“信用超市”,让守信者在更广范围获得信用礼遇,更加积极主动参与文明实践。

激励联用,让文明实践从“要我做”变成“我要做”。

回望威海的探索实践,发展脉络清晰可循。当地瞄准城乡精神文明建设融合发展,以“片区联动”为发力支点,创新空间拓展、资源整合、功能提升等形式,使片区成为功能互补、资源共享的新型文明实践共同体,推动新时代文明实践由阵地全覆盖向工作全方位落地升级。

全国精神文明建设
高质量发展头条好作品

中农云启航科技杯

四川中农云启航
数据科技集团有限公司联办

热点观察

商家追要好评 消费者不能惯着

“说了一大堆,最后问我能不能给一个五星好评。说实在话,我不太喜欢这样被迫追着要好评。”明明已经结束旅行回家,依然接到民宿老板借着回访名义索要好评的电话。这是今年“五一”假期,江西南昌刘女士的遭遇。刘女士的经历并非个案,社交媒体上,很多网友都分享过自己离店后被商家打电话追要好评的经历。

点评

如今,“花式追要好评”的商家越来越多,或允诺返现,或假借回访之名软磨硬泡,让不少消费者感到左右为难,给好评不是,不给好评也不是。

从商家角度来说,若商品或服务难获好评,却一味向消费者讨要好评,这是一种不良风气,违背了自愿和诚信原则;同时也是一种不正当竞争行为,可能对优质商品或服务提供者造成不公平,扰乱正常的市场秩序。

真正的好评,源于货真价实、服务贴心周到,是消费者真实体验后的自发评价、诚意推荐,而非利益驱动或虚假操作。

从消费者角度来说,消费评价应真实反映购买商品或接受服务后的满意度,不该受到商家的影响。消费者如果违背真实意愿,满足商家讨要好评的诉求,或为了蝇头小利给出虚假好评,会误导其他消费者,使他们对商品或服务的质量产生错误认知。为维护消费者合法权益和市场公平,每个消费者在行评价价权时一定要三思而后行,作出公平公正的诚实评价,该给好评就大大方方给好评,该给差评就要理直气壮给差评。(何勇海)

网购45把伞用完就退 别把“无理由”当成“无底线”

近日,江苏省苏州市浒墅关中心小学学校的一起退货纠纷上了热搜——45把红色雨伞,用完以后以“七天无理由退货”为由全部退回,商家收到货后发现,伞面褶皱破损,而且每把伞上都用水笔写着学生的姓名,已完全无法二次销售。总价338.14元的伞,加上往返运费,商家损失378元。

点评

把“七天无理由退货”当成“七天免费使用”,此类事件已经不是新鲜事。去年5月,沈阳某职校60余名学生网购演出服参加运动会后,以“质量问题”为由集体退货,退回衣物吊牌未摘但沾满草渣,导致商家损失8000元、店铺链接被封。学生称退货系“老师强制要求”,后校方致歉并承诺回收服装,与商家达成和解。

家长或老师出面下单,用完集体退货,看似省下了几百元费用,实际上给所有学生上了一堂反面示范课。孩子们在这个过程中学到了什么?如何用网购规则的漏洞省钱,原来规则是可以被这样使用的。

正如一网友所言:“一把伞没多少钱吧,孩子的价值观可值钱多了。”“七天无理由退货”设立的初衷,是为了保护消费者的知情权、选择权和公平交易权,但这项规则的最大支撑是诚信。消费者既要懂得维护自身合法权益,更要守住诚信底线。若把规则漏洞当福利,把“无理由”变成“无底线”,侵蚀的是社会诚信体系的根基。(黄伟鸣)