

三江热议

“放下手机从年夜饭开始” 众多媒体共同倡议的背后意义

王学进

浙江省政协委员、浙江传媒学院教授葛继宏在今年的省两会上递交了“放下手机从年夜饭开始”的提案，引发广泛反响。从21日起，钱江晚报、扬子晚报、江淮晨报、宁波晚报、温州晚报、南湖晚报等长三角和浙江省内多家媒体，将加入到“放下手机，从年夜饭开始”的公益行动中，共同倡议更多人放下手机多陪伴。

1月21日《宁波晚报》

从一则政协提案扩展到众多媒体的共同倡议，实属罕见，足见葛教授的建议何等及时、何等深入人心。对此倡议，笔者举双手赞成！

对于每一个炎黄子孙来说，一年一度的年夜饭具有特殊意义。它不同于婚宴，也有别于一般的聚餐，如老同学聚餐、老战友欢聚、同事欢宴，营造的是一种喜庆氛围，年夜饭则不然，其主导的情绪价值是基于伦理价值的亲情回归，因此，一餐年夜饭，自始至终应该洋溢着温馨而又浓浓的亲情味。但随着农耕社会进入到数字化社会，旧时常见的温馨景象似乎不再。

本来嘛，围坐在一起的往往是几代人，有三代同堂的，也有四代同堂的，年龄差形成的代沟客观存

在，因此长辈与晚辈说不到一块的现象难免存在，此时此刻，如果晚辈沉浸在手机世界里，无视长辈的存在，将长辈晾在一边，说轻了，是冷漠，说重了，是不孝。

如果今年春节的年夜饭，大部分家庭都是在“年轻人在低头玩手机、老年人枯坐一旁喝闷酒”中度过，那不只是家庭的不幸，也有负申遗成功的“春节”美名。

2024年12月，“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”被列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录，这是对“春节”这一中国人的传统节日所蕴含的文化价值的权威认同，而如今，要是把春节最有代表性和仪式感的年夜饭办成一场索然无味的“手机宴”，那春节这一“人类非物质文化遗产”岂非徒有虚名？

正是从这个意义上，我理解了众多媒体为何要把“放下手机从年夜饭开始”的倡议当作一场公益活动来推进。说白了，吃年夜饭时放下手机与家人共享亲情，这不是你一个人的事，而是关乎家人的共同利益，尤其是关系到对中国传统文化和礼仪的守护和传承，有助于对中国人庆祝传统新年的社会实践的不断深入和推进。

街谈巷议

年糕和大头菜奖学生 “食在”的激励机制需要被看见

郑建钢

甘蔗、年糕、竹笋、大蒜、大头菜……期末表彰，这样的奖品你爱了吗？1月18日，宁海县深甽镇中心小学举行了期末颁奖仪式，获奖的同学不仅能带着奖状回家，还能手抱肩扛一份特殊的果蔬礼物。

1月21日《宁波晚报》

年糕和大头菜看起来数量不多，价格也不算高，值不了多少钱，也许比不上发放现金的奖励。但是，年糕祝福孩子们步步高升，大头菜不但寓意“中头彩”，而且是同学们在校园“月星山学农园”里亲手栽种的。颁发这样接地气、有寓意的奖品，颇具匠心，学校方面一定是经过深思熟虑，反复比较后，才做出的最终决定。

深甽镇中心小学一直重视劳动教育，所以才脑洞大开，将学校种植园里种植的部分蔬菜奖给学生，希望大家既能深刻领悟“一分耕耘一分收获”的道理，也能共享收获的乐趣，还能与家人一起分

享努力学习取得优异成绩所拥有的满满的成就感。

取得好成绩可能会改变命运，如果不行，最起码也能改善家庭伙食。真的应了一句老话：书中自有黄金屋，书中自有颜如玉。如今，后面似乎还可以再加上一句话：书中自有年糕和大头菜香。

其实，说到底，奖品是年糕还是大头菜并不重要，奖品值多少钱也不重要，重要的是奖品本身的激励作用。就地取材的奖品，既直观，又显眼，对获奖者本人来说，是一种激励和鞭策；对其他同学来说，则是学习有榜样、追赶有目标，以达到见贤思齐、互帮互学的目的。

一花独放不是春，万紫千红春满园。榜样的力量是无穷的，匠心独运的年糕和大头菜用来奖励学生，这种“食在”的激励机制需要被看见，最终形成你追我赶、奋勇争先的良好学习氛围，从而激励更多优秀的同学脱颖而出，一起进步，传递校园正能量。

图说世相

警惕宠物 领养背后的 『甜蜜陷阱』



漫画 严勇杰

记者近日走访天津市多个人流量较大的商场发现，有不少宠物店在门口张贴“免费领养”的告示，实际上却要求消费者以分期购买宠物用品等方式领养宠物，消费者签订协议后，每月会从支付宝自动扣款，用来购买商家提供的宠物用品。在此过程中，消费者还会面临宠物用品价格虚高、解约难等问题，甚至出现“宠物已经离世，贷款还要还几十期”的情况。

1月21日《法治日报》

阿拉有话

企业“敬老金” 传递对员工的尊重与善待

杨朝清

近日，宁波一家企业向350名员工每人发放了价值500元的“敬老金”大礼包。2011年起，该企业设立敬老基金，每年向员工父母送去关怀和祝福，通过邮寄或让员工捎去每户500元的“敬老金”。今年，“敬老金”以大礼包形式发放，有海鲜，土鸡，腊肉，也有年糕、坚果等。

1月21日《宁波日报》

年终岁末，许多企业都会给员工发放各式各样的红包、礼包，以感念、慰藉员工过去一年的辛劳。清新而稀缺的“敬老金”，也是某种意义上的“替员工尽孝”。虽然“敬老金”并非企业的角色义务，但是该企业十多年如一日坚持；“敬老金”不仅是一种经济现象，还具有文化意义和社会意义。

在一个盛行符号互动的社会中，“敬老金”不仅传递出尊老敬老的符号信息，也饱含补偿心理——子女常年在外出务工，不仅难以照料和陪伴父母，也会将孙辈托付给老人“隔代寄养”；那些留守在家乡的老人们，为了让子女“轻装上阵”作出了巨大的努力和牺牲。“敬老金”传递出一家企业对老人们的尊重与敬意，让老年人的价值得以被重新发现和认识。

最是牵挂暖人心，“敬老金”的难能可贵之处，就是将员工的父母放在心上，营造一种宽厚、仁爱的企业文化。虽然每年500元的“敬老金”难以从根本上改善一个家庭的

生存生态，但企业对员工及其父母的关心和善待，通过“敬老金”得到彰显。说到底，员工并非孤立的原子，员工也并非没有思想和情感的精神世界；对员工父母的牵挂，何尝不是一种“爱屋及乌”的体现。

对于企业来说，有“舍”才会有“得”。虽然企业每年都会在“敬老金”上花费一笔钱，但这笔钱却真正“好钢用在刀刃上”。一方面，企业对员工父母的关心呵护，员工自然心领神会、投桃报李；另一方面，“敬老金”在乡土熟人社会得到迅速传播，不仅提升了企业形象和美誉度，也会吸引更多老乡加入企业，在无形之中成为出奇制胜的招聘广告。

在理性选择深入人心的当下，“敬老金”是否是一笔亏本买卖？企业既要牟利，也要保持良好的声誉与受人尊敬的社会地位；“道义经济学”将经济学上的计算置放在道德的框架内，企业的厚道、仗义会转化为口碑等无形资产，从而在一定程度上促进生意兴隆，这一切在“敬老金”上得到了淋漓尽致的发挥。

小到一个企业，大到一座城市，人都是核心。“敬老金”不仅能够提升员工的归属感与认同感，让老员工“留得住”，也让新员工“进得来”。只有那些真正有格局、有胸怀的企业，只有那些真正懂得尊重和善待员工及其家人的企业，方能在激烈的大浪淘沙中勇立潮头。