

是该重新想想“怎样做父亲”了

希望今天的为人父亲者，能够与时俱进地思考鲁迅先生提出的“我们现在怎样做父亲”，构建符合时代潮流的家庭关系。但对于子女来说，也应该思考和处理好这个问题。这比在朋友圈隔空表达，要有意得多。



本报地址
青岛市南京路110号

邮编
266071

传真(0532)
80889000

半岛一号通
96663

报纸广告(0532)
80889888



□毛建国

6月16日是今年的父亲节。这一天，朋友圈是属于父亲的，大量与父亲有关的感人故事一再刷屏。也有许多父亲，在这一天反思如何才能做一个更好的父亲，并通过这种方式去感受自己父亲的不易。

1919年，鲁迅先生写过《我们现在怎样做父亲》的文章，关注自古存在的“神圣不可侵犯的父子问题”，提出了改革家庭关系的命题。100年过去了，鲁迅先生所讲的“中国旧理想的家族关系父子关系之类”，应该说

早已经崩溃了，但是不是意味着今天的父子关系就没有问题呢？答案恐怕是否定的。

在中国大多数家庭里，父亲都像大山一样。大山巍峨，大山也是难以接近的。很多父亲也以大山自居，不愿意与孩子过多亲近，所以提到自己的父亲，很多人都有一种陌生感。在很多时候，不仅是子女，就连父亲们，其实也在苦恼和后悔生硬的关系。和谐的家庭关系，不需要以山与山的对立形式出现，而走进很多父亲的心灵，就会发现他们有柔情似水的一面。

有一首《父亲写的散文诗》，唱到了很多人的内心深处。这首歌里的父亲，对孩子来说，其实也有点陌生。他为女儿所做的一切，包括下决心“明天我要去邻居家再借点钱”，“蹲在池塘边上给了自己两拳”，都有着一种真实的痛感，很多人从中看到了自己的父亲。其实，每一位父亲都有自己写的散文诗，区别在于，有的形成文字成了记忆，有的悄无声息成了影子。对于今天的父亲来说，或许需要重新思考“父爱如山”，有山的挺拔，

也不妨有水的温柔，没必要始终穿着铠甲，更没有必要穿着“带刺的铠甲”，让人无法接触。想想汪曾祺先生讲的“多年父子成兄弟”，这样的亲子关系其实更加美丽动人。

但是，当子女感慨父亲有点陌生时，有没有去主动了解父亲？假如曾经主动过，那么又付出了多少努力？对于现代人来说，所谓“子欲养而亲不待”，往往不是物质层面的，更多是精神上的。很多时候，只有当父亲不在了，才会痛恨自己当初为什么没有主动接近了解，甚至与父亲之间没有过一次亲密交谈。

每一位父亲都有自己的“散文诗”，只不过是存在形式不同而已。当然，希望今天的为人父亲者，能够与时俱进地思考鲁迅先生提出的“我们现在怎样做父亲”，构建符合时代潮流的家庭关系。但对于今天的子女来说，也应该思考和处理好这个问题。让我们都翻翻“父亲写的散文诗”。只要用心去翻去读，肯定会有不一样的发现。这比在朋友圈隔空表达，要有意多。

半岛互动平台



“半岛+”客户端



半岛都市报官方微信
bandaobao



半岛都市报官方微博
weibo.com/bdnews



半岛V视小程序



老街角

“极限词敲诈获刑”对恶意投诉亮红牌

今日谈

□张海英

近日，全国首例利用极限词敲诈勒索案在福建省龙岩市宣判。被告人陈某一审获刑1年8个月，并处罚金1.5万元，成为用极限词讹网店人刑第一人。陈某未提起上诉。据悉，陈某的行为并非个例。（6月15日《工人日报》）

全国首例利用极限词敲诈勒索案宣判，不仅对职业投诉人是一种警示，对商家也是一种提醒。这让商家认识到，职业投诉人的恶意投诉属于违法行为，商家只有依法维权，才能遏制职业投诉人利用极限词进行敲诈勒索。

职业投诉人通过恶意投诉来获利，依据的是《广告法》第9条第三项规定，广告不得

使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语。法律如此规定，既是因为商家用极限词抬高自己，对其他商家构成了不公平竞争，也是因为对消费者构成了误导。现实中，如果商家在公开媒介上使用极限词宣传自己，对其他商家造成了不良后果，属于违法行为。但如果商家仅在自家店内宣传中使用极限词，那恐怕不算违法，或者只是情节轻微的违法，不应受到二十万元以上一百万元以下的罚款。

所以，对于涉及极限词的恶意投诉，除了执法部门要善于识别，依法严厉打击外，还要从立法层面进行完善。应在法律上对极限词违法违规使用情况进行细化。对此，今年3月上海推出全国首个《市场轻微违法违规经营行为免罚清单》，规定在广告中使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语，但广告是在广告主自有经营场所或互联网自媒体发布，且属于首次被发现的，属轻微违规行为，及时纠正，没有造成危害后果的，不予行政处罚。但上海这一规定只在上海有效。国家有关部门有必要借鉴上海的经验，制定类似规定，以遏制这类敲诈勒索行为，避免商家损失。

■观察家

农民紧盯6·18，带来精准扶贫新启示

□邓云山

过去关注“6·18”的往往只是“剁手族”，而现在已并非如此。比如，位于云南的很多农民，此刻也关注着电商平台的动向，因为他们所种植的雪莲果作为一种网红水果正受到市场追捧。（6月16日中新网）

农民也关注“6·18”，这是互联网经济迅猛发展的体现，也是在电商扶贫影响下所呈现的新场景。今年，中央发布的一号文件提出主攻深度贫困地区。我国各大电商平台也在探索精准扶贫新模式，这既是其本身发展的需求，也是在为脱贫攻坚尽力。

对于贫困地区的农民来说，农产品是其主要收入来源。一直以来，很多农产品面临突出的瓶颈，比如，受困于深山，产销容易脱节，难以形成集聚效应等。而雪莲果由名不见经传的水果，成为新晋“网红”，从这一过程可以看到电商创新所起到的巨大作用。

据报道，这一水果在云南种植已有十数年，但因市场局限明显而遭到大面积弃种。2016年底，有专家在云南的田间地头发现了这种水果，判定其中存在良好的市场前景。于是，新电商平台拼多多介入，从深山出发的雪莲果，被送至全国写字楼和小区，成为亿万消费者的盘中餐，短短两三年间发生巨大变化。而近日“多多农园”又落户云南文山。

应该说，我国电商衔接起了农产品原产地和消费端的“最后一公里”。与此同时，农民的角色也逐步发生转变，通过制度创新，他们成为“股东”，更深入地融入整个产业。在专家指导下学习更先进的技术、新的网络营销手段，提供更优质的农产品，也可以共享农产品全链收益。在这种深度介入、良性互动之下，粗放、盲目、无品牌的农业模式被改变，农民“增产不增收”成为历史。由此可以实现电商与农民的双赢，对于推进脱贫攻坚和乡村振兴也将起到重要作用。

巷议

增设托儿所 是为民减负好声音

住房和城乡建设部办公厅日前印发关于行业标准《托儿所、幼儿园建筑设计规范（征求意见稿）》公开征求意见的通知。征求意见稿新增规定，新建大中型幼儿园应配建与之相应的一定规模的托儿所。提出小型幼儿园（班）宜增加1~2个托儿所（班）；中型幼儿园（班）宜增加3~5个托儿所（班）；大型幼儿园（班）宜增加6~8个托儿所（班）。（6月15日《北京青年报》）

0~3岁婴幼儿谁来看护，这是很多家庭的烦心事，也是困扰社会各界的现实问题。目前，由于幼儿园所配置的托儿所严重不足，一些地方还要求幼儿园不得办托儿班。如今住建部发文要求新建幼儿园按比例配置托班，乃是认识到婴幼儿看护的重要性，顺应民意增设托儿所，促进社会化托幼，以减轻广大家庭的育儿压力。江德斌

别让毕业前造假 成“最后一课”

记者近期在高校采访了解到，部分毕业生在离校前出现“造假注水”现象：虚构就业去向、毕业论文“放水”、求职简历“注水”……专家呼吁，别让造假毁了毕业生。（6月16日《每日经济新闻》）

毕业生离校前夕，是承前启后的重要衔接阶段，每一个毕业生都应该诚实对待，上好大学“最后一课”。然而部分毕业生“最后一课”却充斥着各种造假。要想减少或者杜绝这种造假，需要毕业生清醒地认识到各种造假是一种人生污点，即便能获得某种眼前利益，也潜藏着不少风险。当然，这也与部分高校追求数字政绩有关，需要学校摆平心态。用人单位也应客观看待毕业生简历，比如要求众多的实习经历，这是大多数毕业生不具备的。要靠综合手段治病，不能只靠诚信教育。老鹰