

首席评论

鸟鸣为伴 练就成长的韧性与从容

徐建辉

近日,深圳宝安中学一名高三学生因备考期间受校园鸟鸣干扰,写信请求学校“拆除鸟巢”。然而,该校校长袁卫星明确拒绝了学生的请求,并通过一封公开回信为学生上了一堂“生命教育课”。他在信中强调,高考虽是人生重要节点,但培养尊重生命、理解万物、与不适共处的能力,才是人工智能时代更持久的人生财富。(3月30日 央视新闻)

高三备考的教室里,窗外的鸟鸣成了学子耳中的“干扰”,一封请求拆除鸟巢的信,引出校长温暖又深刻的回信。不简单迁就诉求,而是以鸟鸣为教材,上一堂生动的生命教育课,这份教育的智慧与温度,恰恰诠释了教育的真谛——不是让世界适应我们,而是让我们学会与世界相处。

高考在即,分秒必争,学子渴望安静的备考环境,这份急切与焦灼,在情理之中。但校长的拒绝,并非不近人情,而是藏着更深的教育考量。鸟鸣是自然的韵律,鸟巢

是生命的家园,校园从来不是只属于人类的空间,更是万物共生的天地。拆除鸟巢很容易,可失去的,是让孩子理解生命、尊重自然的珍贵契机。正如古人所言“天地与我并生,而万物与我为一”,学会与自然相融,与万物共处,本就是成长的必修课。

备考路上的小小“干扰”,恰是练就人生韧性的磨刀石。人生从无绝对的安静与顺遂,高考的考场可能有窗外的雨声,未来的职场可能有突发的变故,生活的旅途难免有不期而遇的“噪音”。与其逃避,不如学会接纳;与其强求环境完美,不如练就内心的从容。把鸟鸣当作自然的“白噪音”,把纷扰化作成长的养分,在应对不适中沉淀心态,在与“干扰”共处中锤炼韧性,这种能力,远比一张试卷的分数更珍贵。

这堂特殊的生命教育课,不止教会孩子尊重自然,更教会他们理解生活的本真。春日的鸟鸣,是校园里最鲜活的风景,若干年后,学子们回忆起高三,或许记不清某道题的解法,却会记得窗外那此起彼伏的啼鸣,记得在鸟鸣

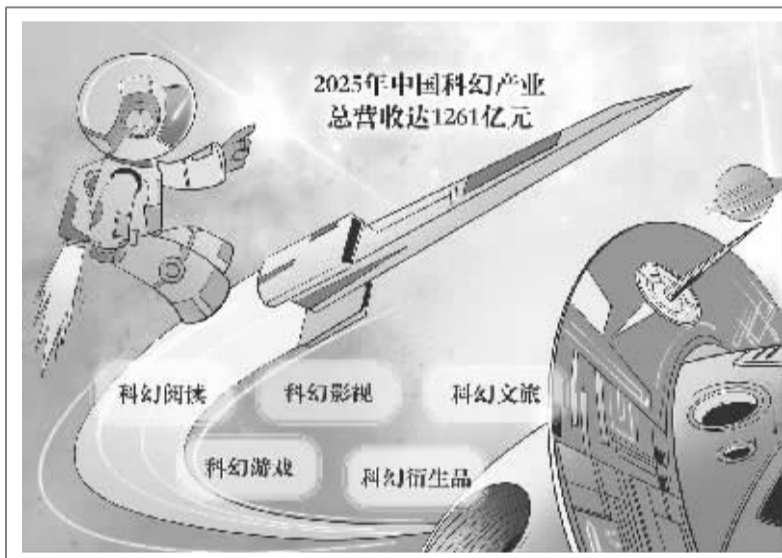
声中并肩奋斗的时光。那些曾以为的“干扰”,终会成为青春里温暖的印记,而这份与世界温柔相处的智慧,会成为他们行走人生的底气。

教育从来不只是知识的传授,更是心灵的滋养、人格的塑造。高考是人生的重要节点,但绝不是全部。比分数更重要的,是懂得尊重生命的共情,是面对纷扰的从容,是与世界相处的智慧。这所学校不拆鸟巢的选择,让我们看到了教育的格局:它不只为一场考试铺路,更为孩子的一生奠基。

愿更多教育者能守住这份初心,让课堂不止在教室,让教材不止在书本。让孩子在自然的韵律中感受生命,在生活的纷扰中练就韧性,学会与世界温柔相处,方能在人生的长路中,行稳致远,从容向阳。

也许多年以后,当这个孩子回忆起高三时光,或许会忘记某道数学题的解法,却会记得那年春天,窗外那只曾经令他烦扰的鸟,和校长那封教会他与世界温柔相处的回信。这才是教育最美的模样。

漫画新闻



科幻产业 高质量发展

■在3月27日开幕的2026中国科幻大会上,中国科普研究所发布了《2026中国科幻产业报告》。2025年,中国科幻产业总营收达1261亿元,连续三年突破千亿大关。中国科幻产业稳步迈入高质量发展新阶段。

新华社发 勾建山 作

第三只眼

读懂“男装女穿”背后的女性消费诉求

江德斌

“想买一件版型正常、用料扎实的基础款女装,咋就那么难?”社交平台上一句网友吐槽,引发众多女性消费者共鸣。近年来,一股“男装女穿”的风潮悄然兴起,这究竟是新一代消费者个性审美的主动表达,还是女装供给品质堪忧的背景下女性消费者的一次无奈“出走”? (3月30日 人民网)

从报道来看,“男装女穿”风潮兴起,并非个性审美、中性风流行,也非女性主动追求另类风格,而是在当下女装市场乱象中,被逼无奈的被动选择。与其说女性爱上男装,不如说是劣质、畸形的女装,把消费者推向了男装,而这股风潮背后,是女装行业重噱头、轻品质的集体失势。可见,由于女装越来越“离谱”,女性消费者只能“用脚投票”,商家是时候透过“男装女穿”的表象,看懂女性消费者真正的诉求了。

近年来,经营女装的商家陷入了流量误区,只顾追潮流、赚快钱,把精力全放在营销造势、网红带货、款式翻新上,一季推出上百款新品,却没有几款能兼顾品质与实用。部分商家散布身材焦虑,鼓吹“白幼瘦”审美,女装尺码越做越小,腰围越收越紧,甚至出现了“童装化”的成人女装。而且,同样的基础款,女装价格往往比男装高20%—50%,但用料却更薄、工艺更糙,性价比极低。

长久以来,市场默认女装的核心是“美观”,男装的核心是“实用”,所以才出现了女装款式花样百出,不断变换流行设计,而男装则以基础款为主,迭代迟缓。然而,女性消费者也是多元化的,很多女性买衣服并非只看“颜值”,也会关心面料、做工、耐穿性、性价比等。“男装女穿”的走红,给行业敲响了警钟,脱离消费者需求的设计,再花哨也只会成为被抛弃,如果只顾逐利忽视品质,终将失去市场。

因此,想要留住女性消费者,商家必须摒弃浮躁心态,跳出畸形内卷,回归服装本质,沉下心做好产品。商家要告别身材焦虑营销,摒弃一味紧身、短款的畸形版型,推出更多元化的版型,兼顾不同身高、体型的女性,让衣服服务于人,而非人迁就衣服。把重心放在品质提升上,选用扎实耐用的面料,做好剪裁做工,严控产品质量,拒绝偷工减料、以次充好。同时,摒弃浮躁的款式内卷,少一些华而不实的噱头设计,多一些简约百搭的基础款,满足日常穿着需求。理性定价,摒弃溢价虚高的乱象,用性价比和高品质赢得口碑。

期待未来的女装市场,能少一些“网红爆款”的浮躁,多一些理性坚守;少一些性别溢价的套路,多一些品质为王的诚意。唯有如此,女性消费者才能真正实现“穿衣自由”。

百姓看法

摒弃“不休假即敬业”观念 让休息权回归法治本义

余明辉

日前,贵州省人社厅、省委组织部等四部门发出关于进一步推动落实职工带薪错峰休假的通知。其中提到,鼓励用人单位每年第四季度制订下年度职工休假计划、摒弃将不休假等同于“敬业奉献”的片面认识等。(3月29日 新华网)

此次贵州发文明确鼓励用人单位摒弃“不休假等同于敬业奉献”的片面认识,推动职工带薪错峰休假等,不仅是对劳动者休息权的有力保障,更折射出社会对敬业精神、劳动价值认知的理性回归。

长期以来,“带病坚守”“放弃休假”常被当作劳动者敬业典范大加宣扬,部分用人单位甚至将休假与消极怠工、责任心不强挂钩,让劳动者陷入“不敢休、不能休、不愿休”的困境。这种认知误区,本质上是对劳动法规的漠视、对劳动者权益的轻视,也是对劳动者敬业精神的误读。带薪休假是法律赋予劳动者的基本权利,保障休息权与爱岗敬业并不矛盾。合理休假能缓解身心压力、恢复工作精力,让劳动者以更饱满的状态投入工作,反而能提升工作效率与质量,这才是科学的劳动观。

简单将劳动者不休假等同于敬业奉献,还会催生不良职场生态。一些单位以此为标杆,变相施压职工放弃休假,导致加班常态化、过劳频发,既损害职工身心健康,也违背以人为本的管理理念。长此以

往,容易引发职业倦怠,降低团队凝聚力,不利于单位长远发展。同时,这种片面认知也阻碍了带薪休假制度落地,让法定权益沦为“纸上权利”。

就此而言,贵州此次发文明确纠偏,要求用人单位摒弃将不休假等同于“敬业奉献”的片面认识等,无疑非常及时必要,具有现实针对性、必要性和紧迫性,有着多重积极意义。从法治层面,彰显了对劳动法律法规的严格执行,推动休息权从倡导走向落实;从人文层面,体现了对劳动者的尊重与关怀,破除职场隐性束缚;从社会层面,错峰休假能带动休闲消费、激活文旅市场,助力经济良性循环。更重要的是,它重新定义了敬业奉献的内涵:敬业是履职尽责、高效工作,而非以牺牲休息为代价的自我消耗,把劳动者从“不休息等同于敬业奉献”的道德绑架泥潭中解救出来。

当然,要想让劳动者休假权真正有效落地,“不休息等同于敬业奉献”的观念纠偏当然必不可少,但更需要的是制度护航。机关单位应简化带薪休假等审批流程,企业要结合生产经营灵活安排带薪休假,同时加强劳动休息权监督问责,杜绝变相阻挠劳动者带薪休假等行为。唯有全社会摒弃错误认知,树立“休息好才能工作好”的共识,并以制度强力护航,才能让带薪休假不再尴尬,让劳动者安心休假、快乐工作,实现个人发展与社会发展的双赢。