

# 让端午唤醒文化记忆

粽香浓、雄黄烈；龙舟竞逐、吟诗折柳；插艾条、菖蒲辟邪，带铜钱、肚兜祈福……端午节，这一中国节，再次激活历史传统，唤起文化记忆，塑造着一个民族共同的心灵认同。

“粽包分两髻，艾束著危冠。”端午节内涵丰富，从其各种别名中可见一斑。天中节、龙舟节、浴兰节、端午节、诗人节……顾名思义，岁时节点、人神祭祀、祈福纳祥、家庭人伦，是构成端午文化的多重景深。“屈子冤魂终古在，楚乡遗俗至今留”，对诗人屈原的纪念，更让这个节日有了特殊而重要的地位。有人极而言之，“没有端午，何以中国”，正是因为端午富含中华文化基因，既是中国文化身份的表达，更是中华民族弥足珍贵的文化财富。

不过，就像很多传统节日一样，很长一段时间以来，端午也曾在“古今”和“中西”之间，一度失落。

自“古今”而观之，高楼大厦的生活，远离了田野山林，难以采摘艾草、菖蒲；流动时代的人们，虽能买到粽子，却少了一大家子包粽、煮粽、食粽的其乐融融。自“中西”而观之，圣诞节、感恩节、情人节等西方节日成了“闯入者”，其商业化、娱乐化、趣味性，对中国传统节日生态造成不少冲击。这样的“古今之变”“中西之惑”背后，是中国社会3000年未有之大转型，也是人类文明亘古未有之大交融。置身经济全球化、文化多样化、社会信息化大潮之中，基于农耕文明而形成的端午节俗，该如何融入现代人的生活场景？如若让端午传统持续失落，无疑会有损文化认

同感、消散文化向心力。

然而，中华文化却也正是在“古今”“中西”之间，获得了更大张力。文化恰似长河，既有大浪淘沙沉淀的河床，也有奔腾澎湃汇入的支脉，因而不舍昼夜、源远流长。外在环境越是变化，文化传统越需坚守，只有这样，传统方为传统——这是考验文化守成定力的重要维度。但传统也不是死水、不是静物，主动适应变化，创新表现方式，注入时代气质，传统方有生机也更具价值——这是考验文化应变创新能力的重要维度。

端午文化，应该更可以在传承中别开生面。现代化、全球化、信息化，正可为端午提供新的载体、创制新的手段、赋予新的内涵。比如，立足对屈原的纪念，发掘“诗人节”传统，读诗诵诗赛诗，重塑“诗如海”的

端午；比如，借鉴电商营销模式，网上摘粽叶、自助配香包，实现“数字化”的端午；比如，顺应全球化大趋势，推动东亚国家共建共享端午文化，打造“走出去”的端午。在这些方面，政府、企业、媒体、社会都可大有作为。端午如是，整个中国的文化建设又何尝不是这样？

“文化自信是更基本、更深沉、更持久的力量。”文化自信，前提是文化自觉，关键是要文化创新。传统节日，蕴藏着一个民族的集体意识，描绘着一种文化的共同底色，是以文化创新形塑文化自信的最好抓手。从这个角度看，弘扬端午文化，正是为了塑造中国人的文化认同和身份认同，打造最持久、最深沉的文化自觉、文化自信。

(摘自《人民日报》)

## 坚守

全面建成小康社会，生态环境是关键。从实现中华民族伟大复兴和永续发展的全局出发，党的十八大首次把美丽中国作为生态文明建设的宏伟目标，这彰显了我们党对人民福祉、民族未来的责任担当。

新华社发



## 工行力推手机信用卡“0元购”优惠给力

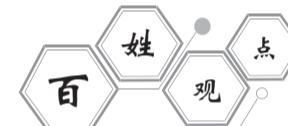
从5月开始，客户使用工商银行手机信用卡进行支付可获得单笔消费满30元返现30元，客户可在家乐福、COSTA、满记甜品、星巴克、麦当劳、哈根达斯、德克士等银联云闪付商户享受上述“0元购”的优惠。

据介绍，工商银行自2015年在国内首家推出基于手机的HCE云闪付信用卡后，先后支持了ApplePay、SamsungPay等手机信用卡产品，在手机信用卡科技安全方面不断前行。目前，工商银行手机信用卡应用了当前全球前沿的NFC、HCE、TSM(可信服务管理)和To-ken(支付标记)等技术，开创了即时需求、即时响应、即时解

决的新型服务模式，全面支持线下“近场”挥卡支付和线上“远场”一键支付。同时，将卡片信息通过存储在手机SE芯片中、云端加密等方法，为信用卡添加“芯片”安全功能。搭配工商银行信用卡24小时不间断的实时可干预风险监控系统，真正为消费者带来更加智能安全、时尚便捷的移动生活新体验。

工商银行相关负责人表示，该行是首批提供ApplePay、Sam-sungPay手机信用卡产品的发卡行，加上安卓手机HCE云闪付产品，工商银行手机信用卡已实现苹果手机、三星手机、其他安卓手机的“全覆盖”。(简庐)

## 高考志愿 何时能跟着兴趣走



■晓鹏

高考结束，又到了填志愿的时候。选择一个什么样的学校，或者什么样的专业，对一个刚刚要开始自己大学生涯的学子来说，意义不言而喻。然而，我们处于一个刚刚踏上高等教育普及化的社会，中国的家长和高中生们在面对纷繁复杂的大专专业设置的时候，往往会被这些专业的名字弄得眼花缭乱，既不了解这些名称所蕴含的意义，也不了解学科发展所需要的素质，往往因为盲目选择专业，导致后期的人生发展遭遇各种尴尬。所以，填报志愿至关重要。

市场敏锐地把握到了这种需求。据央视报道，高考志愿咨询服务应运而生，“大数据帮你填报上好大学”之类的广告比比皆是，部分“一对一”咨询价格更是被炒到数万元天价，这种数万元的咨询，只接受预定，“因为学生太多了，精力顾不过来。”足见其火爆程度。这种生意，只要是国家法律允许范围内的经营活动，就应该有存在的理由，对其提出指责是毫无理由的事情。只要他们能诚实经营，确实能够为考生和家长提供有用的咨询信息，自然就有其存在的价值。

问题在于，我们的孩子即使得到了这类咨询机构的帮助，按照他们给出的建议填报了志愿，是否就

意味着选择了最适合自己的道路？答案显然是否定的。跟教育发达的国家相比，我们对孩子的要求只在于好成绩，他的个人兴趣爱好和理想，并不在考虑的范围，或者仅仅占极少一部分。所以，这种所谓的志愿填报，其实并不是个人真实意愿的表达，咨询机构的建议，只不过是以被录取为最高衡量标准。

高考考生，绝大多数已经年满18周岁，从法律意义讲已经是具备完全行为能力人，但可悲的是，他们中的绝大多数对自己未来想要成为一个什么样的人，拥有一个怎样的人生，还缺乏规划，绝大多数人都是随波逐流，家长或者咨询机构要他填什么志愿就填什么志愿。这导致一个严重后果，就是上大学之后缺乏学习的动力。高中时候以高考为唯一目标，到了大学以后，实现了这个短期目标，却发现自己没有了人生目标，整天宅在宿舍玩游戏，想办法逃课，到了考试的时候，照着老师划的重点，突击几个晚上，成绩及格就感到满足。这已经成为现在大学生比较普遍的日常状态。

上大学的目的，是为了成为更好的自己。大学不会再花时间来培养你的兴趣爱好和人生规划，这一切本来应该是在成年之前的基础教育阶段就解决的。所谓的素质教育，正是要帮助学生养成认识自己，规划自己的能力，培养健全人格。

全国高考录取率已经达到75%，学习的目的，已经不仅仅在于考上一所大学，而在于学会选择和规划自己的人生。恰恰在这个方面，我们的基础教育存在很大的缺失。

## 中原银行周口分行积极行动助力高考

多年来，中原银行周口分行始终坚持履行社会责任。高考期间，县域和市区多家支行组织开展了爱心助考活动。

6月7日至8日，周口纺织路支行、西华支行、郸城支行、项城支行等支行在考点外搭建了遮阳棚，设立了爱心助考宣传台，向广大考

生和家长免费发放矿泉水、面巾，同时向等候的家长和群众进行产品宣传。

通过开展爱心助考活动，在树立中原银行热心公益的良好形象的同时，也为扫街式营销开辟了新的渠道，拓展了客户范围。

(中原银行周口分行)