

无障碍建设须“软硬兼施”

纪玉



今日论语

地铁站的无障碍电梯能否正常使用,商场里的无障碍厕所是否建设到位,政府网站有没有进行无障碍改造,为残疾人和老年人提供方便……这些“细节”,也许很多人都不太注意,但对于有着特殊需要的人群来说,却是能不能顺利出门、便捷获取信息的关键因素。

近日,中国残疾人联合会、全国老龄工作委员会办公室、民政部等13部门联合印发《无障碍环境建设“十三五”实施方案》,提出以解决残疾人、老年人无障碍日常出行、获取信息为重点,全面提升城乡无障碍环境建设水平;完善无障碍环境建设相关

政策标准,促进基本公共服务均等化;解决影响残疾人、老年人日常起居、基本生活的家庭环境障碍。

无障碍环境建设,必须“硬件”到位。新建一个设施、一栋建筑,设计中有没有纳入无障碍内容?老设施、老建筑,有没有进行无障碍改造?政府机关、学校、社区、旅游景区、社会福利、公共交通等公共场所和设施,能不能达到“畅通无阻”?此次《实施方案》还提出,信息交流也要实现无障碍:设区市以上政府新闻发布会逐步增加手语服务,各部委、各省、设区市政府网站和主要社会公共服务机构网站无障碍服务能力达到基本水平,加强信息无障碍通用产品、技术的研发、推广、应用……“硬件”到位,需要的是系统化、规范化和标准

化,要有对标准的完善和执行,以及对设施和服务的评估与验收。

然而,“硬件”到位之后,却仍可能“差一口气”。比如有媒体报道,在上海这座“全国无障碍示范城市”,残疾人士独自依靠轮椅出行,已经可以去很多地方,但还是会多少碰到“障碍”;地铁站无障碍电梯不一定开着,商场无障碍厕所可能堆满杂物……

如果设施有了,却不能正常使用,那不是等于“没有”吗?很大程度上,这是“重建设轻管理”所导致的。和“建设”一样,“管理”也需要法规和制度,应厘清无障碍设施的管理责任,以及相关部门的监管责任,加强日常检查的力度,对违规者有所惩戒。

还有一个“软件”也很重要,那就是全社会的无障碍意识。有人因为无障碍设施使用频率不高,就觉得可以任意占用,比如占用盲道、无障碍停车位,这显然是极其错误的。无障碍设施被挤占、损坏,会导致有需要者出行不便,可能被迫降低出行频次。对残疾人、老年人的关怀,理应是社会共识,这种关怀,应从起码的不占用无障碍设施、营造无障碍环境做起。要让无障碍意识为更多人所有,需要法规和制度的推动,也需要教育和宣传的推进,更需要每个人都多一点“换位思考”的同理心。每个人都可以为无障碍环境建设做出贡献,也都可以从中得益——当你提着重物、推着孩子,当你扭伤了脚,当你老去……



新民随笔

大美

姜燕

真正美好的东西,哪怕仅仅是惊鸿一瞥,也会深深地藏在记忆里。崇明岛上那只造型精巧、做工细腻的竹篮便是如此令我沉吟至今。我在崇明一家度假村遇见它,立即被它活泼俏皮的四只小角和憨态可掬的阔肚腹勾去了目光,虽然它只是用来装崇明糕的盛具,并非商品,我依然催促老板问来价格,明知被小靳一笔也要买下。如今,它栖身在我家的客厅里。它并非奢华的收藏品,但那清新的气质和外形,却如一首美妙的乐曲,随时温润了我的目光和心房。

我时常暗暗地想,究竟是谁匠心独运,赋予它如此乖巧可爱的外形;又是谁妙手轻施,将一根根普通的竹篾变成了美的精灵?所以,当我偶然读到一篇写崇明最后的木杆秤艺人的文章时,立刻联想到这只竹篮背后的编织者,也动了一探崇明传统手工艺的心思。

我如愿以偿地见到了竹篮的编织者,73岁的郭志高老人。老人告诉我,“四角篮”是崇明竹篮的特色,多少年来,它已经深深地融入到了崇明人的日常生活里。既然是通用的编法,我又没有带上竹篮,便很难判断是否出自老人之手。但其实这已并不重要,我找到了竹篮的根,它是岛上的手艺人代代相传的审美与智慧的结晶。也因此很容易联想,生活中用着如此美好的器物,人怎能是不美的,生活怎能是不美的?

此番探寻崇明传统手工艺,我还接触到风格质朴的崇明土布。那厚重的手感和细致的纹理流露出崇明人坚韧、沉稳、厚道、聪明不外露的品性。醉心于崇明土布与纺织工艺的,还有崇明女子宋荣耀和何永娣,虽然后者我没能见到,但从网上的照片里我也能得知,她俩对家乡的文化,是发自内心的真爱。而凭着她们的兰心蕙质,我也相信她们既能留住崇明手工艺中收敛而洒脱的内在,又能将其带向意想不到的广阔未来。

意外的是,我还得知岛上唯一一家土布博物馆“三民文化村”的主人竟然是福建人。他来到崇明后,爱上了崇明土布,收集了近万匹,斥资建了这间博物馆。我想馆主该是见多识广的豪客,能入他眼的必有不同凡响,更不用说还筑金屋以贮之。这样想来,崇明有宝若斯,何愁引凤入巢?(崇明传统手工更多报道敬请关注本报周末“新视界”专刊)

新民新语

《你的名字。》的启示

关尹

新海诚是谁?

如果现在你还不知道这个名字,可能有一点“落伍”了。退一步讲,你可以不知道新海诚,但如果没听过《你的名字。》这部日本动漫片,那是真的有些“与世绝缘”了。

最近都被《你的名字。》刷屏,微博、朋友圈、各种新闻里满满的都是它。在日本上映三个多月,它已经位列日本动画影史票房第二;在中国上映四天,票房就破三亿,口碑爆棚,真可谓现象级电影。

说起来,这部影片的剧情并不算多新奇。乡下少女和城里少年,某天起床,发现彼此居然互换了灵魂,过上对方的生活,由此引发一系列故事……有些俗套的桥段、快被玩烂的“穿越换身”,但影片有他自己的感人之处,告诉人们对待身边的人不要错过,情侣们应该相信彼此就是命中注定,是万千偶然里的必然。难怪很多人都忍不住边看边流泪,看完之后再感叹:我又相信爱情了。

舶来品《你的名字。》征服万千中国观众,能给中国的动漫一些什么启示?这其实是老生常谈了。其一,它老少皆宜,除了年轻人之外,很多中老年人更愿意走进电影院,说明它讲的故事贴近生活、贴近现实,而不是导演生硬地制造几个老套的“包袱”让人强颜欢笑,最后反而产生反感,连小孩子都讨厌了。其二,新海诚在创作时并非完全沉溺于自己的小世界,他会抬头看看外面发生了什么,通俗点说,就是贴近时代。比如2011年大地震之后,很多日本人的想法开始改变,感受到了更多的危机,让新海诚在创作时融入了很多当下的内容。

当然,国内也不乏能写好故事的作者,但缺乏能把握细腻情感的漫画电影编剧和导演,中国资本方对漫画电影理解与追求也有问题,一味追求大题材、大意境,结果常常跑偏。在浮躁的市场环境和并不成熟的工业制作体系下,寄希望于从业者的良心和个人能力去生产一部像《你的名字。》这样的动漫精品,显然并非一日之功就可实现。但愿《你的名字。》的走红,将来某一天能刺激国产动漫片奋起直追。

权威声音

12月6日,我国首次发布《中国的中医药》白皮书,介绍中医药发展有关情况。在新闻发布会上,中药材价格暴涨成为关注焦点。

中国中药材价格指数显示,三七产地价格今年年初约为200元/千克,涨至400元/千克,涨幅达100%;五味子由53元/千克涨至140元/千克,涨幅达164%。在价格普涨的大环境下,中药材应声上涨是正常的市场调节。但不容忽视的

莫把中药当成一把草

是非理性上涨,一边是“药你苦”,药贱伤农,药农没法种;一边是“药你命”,贵得离谱,患者吃不起。

中药材价格近年来上演“过山车”行情,暴露出价格监管的缺失。不少中间商从药农手中低价收购,囤积居奇,当市场紧俏时,再高价抛售,哄抬药价从中渔利,坑害了药农的利益,加重了患者看病负担,还挖了医保的墙脚。中医药素以简、便、验、廉而著称。好多人依然把中药当成一把草,认为不该卖那么贵。药材资源紧缺濒危,贱卖中药提取物是重要原

因。中国医药保健品进出口商会的统计数据显示,从2012年起,植物提取物出口额保持20%以上的增长。2015年提取物出口额21.63亿美元,植物提取物已经超过中药出口额的一半。

把药贱卖成草的做法,付出的是物种灭绝、环境破坏的沉重代价。长此以往,中医药的发展可能陷入“无药可医”的绝境。让老百姓吃上安全的放心药,还需要政府从产业政策上给予扶持,加快中药产业的供给侧改革。(王君平 刊今日人民日报 本报有删节)



生活杂拌儿

大概是因为自己从事着写字的工作,经常有朋友发来自家孩子的作文,希望能帮忙修改一下。看得多了,发现一个有趣的现象,但凡涉及到家人形象的描写,只要不是那种刻意要表达母爱的命题作文,如果让孩子们真实呈现他们眼中的父母形象,大多数妈妈都是“穷凶极恶”,“严父慈母”的传统形象,在孩子们的作文中已难见踪迹。

早晨,妈妈们都是像“狮子”一样吼他们起床;做作业时,妈妈们像监工一样坐在旁边盯梢;偶尔出去和同学活动活动,妈妈的电话会像定时炸弹一样响起,唠唠叨叨没完没了;一起坐在餐桌上吃饭,妈妈们还是“吧唧嘴”……在一个家长群里,说起孩子笔下的“妈妈形象”,那些妈妈们抱怨着自

为什么被丑化的都是妈妈?

陈方

童年时代的孩子大多喜欢无拘无束,他们自然会不到在“别让孩子输在起跑线上”的社会文化背景下,“拼妈焦虑症”俨然成为一种群体症候。孩子成绩不好可能是我报的辅导班不够好、孩子情绪不快乐是我疏导得不够好、见人没礼貌是不是我引导得不够好……在“焦虑成瘾”的症候中,妈妈们更容易陷入“自我反思”的紧张情绪中,继而又强化对孩子的管束。

爸爸们又如何呢?近期中国青年报社会调查中心做过一份调查,调查结果显示,94.0%的受访者感觉自己身边有“影子爸爸”,其中45.1%的受访者表示,这样的“影子爸爸”很多。所谓“影子爸爸”,是指很多家庭的育儿工作由

童年时代的孩子大多喜欢无拘无束,他们自然会不到在“别让孩子输在起跑线上”的社会文化背景下,“拼妈焦虑症”俨然成为一种群体症候。孩子成绩不好可能是我报的辅导班不够好、孩子情绪不快乐是我疏导得不够好、见人没礼貌是不是我引导得不够好……在“焦虑成瘾”的症候中,妈妈们更容易陷入“自我反思”的紧张情绪中,继而又强化对孩子的管束。

爸爸们又如何呢?近期中国青年报社会调查中心做过一份调查,调查结果显示,94.0%的受访者感觉自己身边有“影子爸爸”,其中45.1%的受访者表示,这样的“影子爸爸”很多。所谓“影子爸爸”,是指很多家庭的育儿工作由

妈妈承担了大部分,爸爸很少参与,就像影子一样。对于已经上学的孩子来说,他们更希望的大概是从各种“管束”中突围出去。“影子爸爸”们很少参与育儿工作的建设,“父爱如山”都被一些妈妈们解释为“像山一样杵在那里一动不动”,他们自然也疏于管教孩子。对于孩子自己来说,更容易从“影子爸爸”那里获得难得的自由,他们当然不“忍心”去丑化乃至黑化爸爸。

没有被“黑化”,父亲们该骄傲吗?恰恰相反,如果意识到没有被“黑化”只是因为孩子们找不到“黑化”的素材,父亲们更应该汗颜。妈妈们容易被孩子黑化丑化,其实是孩子们从另一个侧面呼唤父教的回归。