

警惕盲目改地名式政绩冲动

文 澜



今日论语

近日,因为在征集新地名的通告中附上了暂时拟定的地名“定军山市”,陕西勉县吸引了不少关注。有人提议,算一下因为改地名而增加的开支。当然,勉县的地名更改,源于撤县设市的契机,即便沿袭原地名,行政区划的调整带来的支出也难以避免。但对于那些有意更名的地方来说,改地名的成本账,值得好好算一算。

近些年,更改地名之风很盛,多借恢复古地名的由头。对比古今地名,有人认为古代的地名更显风雅、诗意,而现在的地名则多被指责为肤浅、没文化。有一则题为《那些改的令人心塞的地名……古人哭

了》的网帖,几乎每隔一段时间就会“重出江湖”。例如,该网帖提到“古代叫兰陵,现在竟叫枣庄;古代叫汝南,现在竟然叫驻马店……”颇有一股“今不如古”的酸腐气。翻阅历史就会发现,当前的地名也有自身的文化传承,例如,驻马店市古为交通要冲,因历史上在这里设驿站而得名。而汝南之名实际上并未被抛弃,而是沿用为下设县的名字。

已沿用数十年的地名,背后是一代甚至几代人刻进心里的故乡记忆。地名正像一座座闪亮灯塔,照亮了游子回望故乡的目光。更改地名,甚至盲目更名,往往令很多人在情感上难以接受。同时,这也会造成巨大的行政开支。据媒体报道,2005年,甘肃天水的两个区更名,一共改掉3

个字,直接花费在200万元到300万元之间,这对2003年居民人均可支配收入不足6000元的天水来说,不是个小数字。此前曾有媒体称,一个地级市的更名成本,仅更改公章、牌匾、地图、证照等行政成本,就可能达到几千万元,甚至接近1亿元。

更改地名理应严肃,一般而言,可改可不改的和当地群众不同意改的地名,不更改。因为牵涉巨大的行政成本支出,决定更名与否的过程,也应将民意作为重要考量部分,万不可表面上打着“传承历史地名”的幌子,实际上,小算盘拨得打响,根本不考虑巨大的开支对地方财政带来的压力,以及对普通民众日常生活带来的各种不便。

正如《人民日报》记者指出的,

想要提升一个地方的知名度、推动经济发展,除了依靠本地的自然资源魅力外,还应思考怎样保持这种魅力的可持续性发展。的确,每一个地方都应该因地制宜,结合自身优势,找到城市可持续发展的精准定位,盲目追求更改地名带来的短期广告效应,忽略了城市软实力的建设,只能是饮鸩止渴、无法长久。

从现实来看,更改地名背后隐含着一种政绩冲动,但从根本上讲,官员看待地方经济发展应有功成不必在我的决心和勇气,把百姓利益最大化和城市实现可持续发展当成从政的目标。因此,地名改与不改,都应建立在科学合理论证的基础上,多方倾听民意的呼声,杜绝为了冲动式改名带来的行政资源浪费和民意反弹。

新民随笔

国学之忧

吴 强

我本来应该写“国学之殇”,看上去更有腔调。不过,殇,有诅咒之嫌,还是说“忧”吧。

忧的不是国学本身。国学存在数千年,仁者见仁智者见智,轮不到、也不需要我忧。忧的是各类打国学旗号的培训班、书院、学堂,忧的是它们心念念瞄准的目标客户人群。这类机构存在已有时日,每到假期尤其,因为有很多小目标客户人群。

当然,它们都做过市场调查、目标细分,钻研过什么人群会对“国学”感兴趣,什么口号附加在“国学”上有价值,不,有价格;钻研过项目怎样迅速做大,创业嘛,国学,其实和别的任何物品、技术一样,是包装的货品,有人买,能赚钱就好。当然,赚钱时,还顺便普及了国学,两全其美,多好!只是,世界上,两全其美的事情很少。身边很多朋友奔着学英语去看美剧,不多久都发现自己只看了美剧,没长进英语。

于是,有学堂公号中口沫横飞说学国学要“出任CEO,迎娶白富美”从而“走向人生巅峰”——把国学包装得如此阿Q闹革命、某丝逆袭的,我很佩服他们敢于暴露自己境界的勇气。又有学堂为了学国学,带着学员去感受古代科举气氛,做一次科举考生——我就不懂了,官员参观提篮桥,是为了警醒不要腐败,学员去看科举考试逼仄的房间,究竟是在真心赞,还是在高级黑?还有学堂,国学不是讲“孝”么,让孩子学感恩,对着父母跪下叩头,照片上亲手拥抱、泪水纵横——要靠跪拜这种过气形式才能体会到亲子之爱,实在让人哭笑不得。我不知道回家之后还跪拜否,不跪拜,还能孝悌否?

当下,假期国学瞄准孩子。家长的逻辑却很矛盾:国学是好东西,孩子该学,只是,孩子该学,家长自己却不该学、不用学、不去学。你自己找种种理由由学,却非得说是好东西,指望孩子学,有说服力么?

此文读到现在的家长,或许会问,那你说,国学该怎么学呢?意思是将你一军。要我说,很简单,拿一本《论语》,和孩子一起读,不用迷信各类班,就可以了。

新民新语

本可当朗朗 非要刘翔

马 丹

现在孩子苦不苦?说实话,真辛苦。

一个朋友给女儿妮妮制作了一张半米长的暑期时刻表,日日挂在她的书桌前,被我戏称为新式“头悬梁”。除了每天要做暑假作业外,时刻表上安排得满满当当,学游泳、讲英语、弹钢琴、练舞蹈、玩画画,一个才艺学过来,上周末还参加了钢琴和舞蹈考级。这个小女孩才读小学三年级。

另一个朋友的暑假接送日程同样“爆表”,他的儿子小鱼一天至少两小时的补习课,光数学课就报了三套课程,从7月初一直排到了8月底!这其中还不包括围棋课、钢琴课。这个小男孩今年9月份才开始读小学。

用现在流行的话来说,看着就心好累。相比之下,我曾经历过的小学暑假简直幸福得可以飞上天,每天不是喝着绿豆汤看闲书,就是接受伙伴的邀约去图书馆避暑。

我也曾问过这两位朋友:学那么多兴趣课程,你真的知道孩子擅长什么吗,你能不能让他别这么累?一个答:走走看看,学了总有用。另一个答:其他小朋友都在学,不学怕跟不上。更让我觉得遗憾的是,在我的采访里,这样的回答从来都是主流,家长的心情总是“别人学了我也得学”。没多少人真正静下心来想想:我的孩子究竟适合学什么。望子成龙的梦总显得那么含糊不清,说不定可以通过天赋和努力变成朗朗的孩子,却非要送去当“飞人”刘翔。

其实,很多时候,为孩子进行的教育投资都收效甚微,不仅浪费了家庭的金钱和精力,更给孩子造成巨大的心理负担。据说,顺应庞大而疯狂的市场需求,现在还有人在推销一种儿童天赋能力检查,通过基因检测可以对孩子的特长、运动、情商、智商四大项37分项进行分析,以此来判定所谓的孩子天赋优势,号称帮家长提高教育成功率。天赋基因检测是否科学,我很是怀疑,但不管怎样,总觉得,寻找孩子兴趣所在,才是家长疯狂“暑假班”之前最应该做的正经事。毕竟,教育投资打水漂是小事,伤害了孩子的童年才是大事啊。

城市规划应重视步行者视角

权威声音

怎样做好城市规划?法国学者米歇尔·德赛图提出的两种体验城市的视角——鸟瞰视角与步行者视角,颇具启发性。在鸟瞰视角下,原本丰富多样的城市被压缩成了一种二维视觉景观,城市仅仅成为一幅包含肌理的图画,而城市的日常生活则消失不见了。

在我国城市空间规划实践中,可以轻易发现这种鸟瞰视角的影响:城市空间设计优良与否被简化为效果图的比较,而非对城市生活复杂性与丰富性的评价。这种城市规划视角固然可以给城市空间带来整齐、高效等崭新面貌,但同时也带来了刻板、僵化、功利主义的城市生活模式,甚至会使人忘记城市的本质属性——日常生活空间。因而,推进城市现代化,在一定程度上需要向“步行城市”回归,强调步行者视角的城市日常生活体验,以更好体现以人为本。

步行城市为人们审视城市空间提供了一个自下而上的视角,能够让人们摆脱鸟瞰视角宏大但比较粗糙的叙事,让市民深入体验城市空间的细节,具有包容性。

步行城市注重空间的复杂性与模糊性,避免非黑即白的鲜明功能区划,鼓励市民按照自己的经验去解读城市,对混合与多义的城市

功能进行信息重建和加载,从而为激发城市空间活力预留充足舞台。

在步行城市中,人们将不同位置上的发现、感受与思考串联起来,成为其对城市生活的体验。所以,城市空间不应由均质化的独立空间机械地组织在一起,而应形成

一个意义互相关联的空间序列。

回归步行城市并非对已有城市空间进行根本性重构,而在于注重丰富和方便城市居民生活,让城市空间更加富有人文关怀、生活气息、艺术气质。(朱力 张楠 刊今日人民日报 本报有删节)



“鸦片面膜”

广东食药监局近日针对网售片装面膜进行监测,发现24.1%的样品被检出非法添加“皮肤鸦片”糖皮质激素。违规添加糖皮质激素的面膜可在短时间内速效美白、嫩肤,但长期使用皮肤会产生激素依赖,停用后会加重皮肤过敏,出现红斑、毛细血管扩张等严重问题。

徐骏 画

自由谭

“美人自古如名将,不许人间见白头。”美人迟暮、英雄白头,似乎都让人接受不了。日前,有报道称,“曾靠一支钢笔,几乎垄断中国市场份额,总资产超过7亿,远销60多个国家地区”的英雄金笔厂晚景凄凉。其实,几年前网上就疯传英雄钢笔“将要倒闭”。但英雄在转型中求生存,在创新中求发展,如今不仅活得好好的,去年还突破经营下滑的困境,实现了33%的年增长。

英雄突破困境,这是令人欣慰的消息。年少时,父亲送我一支英雄钢笔,在物质尚不够丰腴的上世纪80年代,那是很值得兴奋的事,我如获至宝,爱不释手。但高兴没多久,英雄不翼而飞,遍寻不见,由亢奋到伤悲,转换之快,至今仍觉遗憾。

英雄情结

王石川

英雄于我,是一段难忘的经历。恐怕不少中国人都有过英雄情结,也有过使用英雄的美好记忆。有网友回忆,他的一支英雄曾用了十多年,用它写信、记日记、写文章。后来笔杆螺口处有了裂纹,总是漏钢笔水,每次握笔的拇指和食指都染得蓝蓝的,也舍不得扔,用布条缠上凑合用,一直用到上大学。

英雄走到今天,所遭遇的伤痛与挣扎,或许不为人知,但对每个热爱英雄的人来说,一直很揪心。毕竟,记忆深处沉淀着英雄情结,大家在贫瘠的年代用英雄书写了丰满的人生。

这些年不少国产品牌正在经历和英雄相似的故事。每一个品牌的

沉寂、挣扎和奋起,都让人关注。一些不得志的国产品牌之所以不济,或许符合一定的“逻辑”。但是,它们却不能安之若素,任其消亡。毕竟,它们曾那么深度嵌入我们的日常生活,在长期的“厮混”中早已投入了难以取代的情感。

在强手如林的国际品牌中,我们拿得出手的国产品牌本就不多。在2014年度《世界品牌500强》排行榜中,中国内地入选品牌29个,远远落后于美国的227个。我们是世界第二大经济体,中国制造妇孺皆知,但中国品牌并没有纵横四海,这种不对称,无疑值得深思。

“只有民族的,才是世界的。”

当地球已经变成一个村落,我们既不能滋生民粹主义,盲目排斥外来品牌,认为民族品牌才是最好的,也不能妄自菲薄,只盯着世界品牌而冷落乃至污名化民族品牌。

李克强总理曾直言,“我们生产的一些产品和发达国家还有不小差距。这里既有技术层面的问题,也有生产工艺的问题。”今年的政府工作报告也谈到,“培育精益求精的工匠精神、增品质、提品质、创品牌。”不难想象,如果追求卓越、崇尚质量成为全社会的价值导向,如果弘扬工匠精神、勇攀质量高峰成为全民族的时代精神,那些久负盛名的国产品牌或将焕发活力,一批让消费者满意的新品牌会喷涌而出。

“天地英雄气,千秋尚凛然。”无论风云如何变幻,这个时代终究需要英雄,那些立得住、叫得响又能走出去的品牌,就是英雄。