

开放与亲民,黄浦江更美

汤嘉琛

今日论语

日前,上海市委副书记、市长应勇在调研黄浦、徐汇滨江贯通工程时指出,要坚持目标导向、问题导向、需求导向,不打折扣、不搞变通、不降标准,抓紧贯通重要节点,敢啃硬骨头,确保在今年年底实现黄浦江两岸45公里岸线的贯通与开放,回应好市民的期待,真正实现“还江于民、还岸线于民、还景于民”。

黄浦江两岸由“生产型岸线”向“生活型岸线”华丽转身,既是国资国企改革转型、区域功能提升的内在要求,也是上海城市转型发展的必然趋势。工业化发展曾使近代浦江背负沉重压力,但

建设生态型城市已成当今世界城市建设的大趋势,作为上海最核心的公共生态廊道,黄浦江两岸的生态环境修复迫在眉睫。

“还江于民、还岸线于民、还景于民”的规划,也契合了上海市民的期待。2002年以前,黄浦江沿岸仅有老外滩和小陆家嘴两处滨江岸线开放,总长才2公里多。不管是上海市民还是外地游客,如果想沿江走走,都会遭遇“此路不通”的尴尬。清理黄浦江两岸的断点、断面,实现贯通与开放的呼声由来已久。

实现黄浦江两岸的全面贯通与开放,已经具备良好的基础。近些年,黄浦江的功能定位已逐渐从过去以交通运输、仓储码头、工厂企业为主,转向以金融贸易、文

化旅游、生态居住为主,基本实现了由生产型向综合服务型的功能转换与定位升级。黄浦江两岸公共空间实现贯通与开放,有可能给上海注入发展新动能。

政府层面的全面统筹、协调推进,也为平稳实现贯通与开放提供了保障。上海市领导高度重视这项工作,韩正同志就曾在调研中强调,“黄浦江两岸开发到哪里,沿江的公共空间就要开放到哪里”。去年,相关规划已写进上海市政府工作报告,上海市规划和国土资源管理部门也专门制定了详细的时间表和路线图。

开放和亲民,无疑会让黄浦江更美好。但我们也要看到,要实现45公里江岸线的全面贯通与开

放,牵涉到相关企业、机构、市民的具体利益,还涉及历史建筑、历史风貌的保存问题,必然会碰到一些难题。遇到困难和梗阻,有关方面要用蛮力,多使巧劲,既不能搞“破坏式贯通”,也不能搞“形式化开放”。

随着上海面向2040年提出“卓越的全球城市”发展愿景,黄浦江将与伦敦的泰晤士河、巴黎的塞纳河一样,在城市功能规划中发挥新的作用。要顺利实现“还江于民、还岸线于民、还景于民”,也需要相关企业、机构、市民顾全大局,给予最大程度的支持。毕竟,黄浦江成为开放的江岸,美丽的江岸、人文的江岸、绿色的江岸、活力的江岸、舒适的江岸,最大的受益者是上海市民和这座城市。

新民随笔

先从朗读开始

晏秋秋

《诗词大会》火了,带动社会对诗词的关注,引发对小孩教育的大讨论。

这个节目功德无量。

现如今,熟悉古诗词的人越来越少。而有些所谓的白话诗,内容无非是三五字一换行,狂用情话、脏话、梦话。有的人作古体诗,却格律不通平仄不分,更有甚者,连韵都不押了,美其名曰,古诗新写。诗且如此,更不用说词了。有一些作词的人,能够把词讲清楚,那就不容易了,何苦偏要越浑水?

10多年前,在书店见过一本书,名为《高中生必须掌握的诗词》。翻开一看,200首诗词中,居然有一半,自己不能全篇背诵,只能记住一两句警句,当时内心颇为震动。如果市面上还在卖这本书的话,那么大概可以问一句:有多少成人,能把这200篇背诵下来?如果出版社不夸张,这只是“高中生必须掌握的诗词”,那么是不是可以得出结论——诗词离我们成年人,却越来越远了?

不过,现如今,了解诗词拥有更多的途径,更方便的渠道。观古人小品文,常有记不起某句诗词,搜肠刮肚、百转千回、辗转反侧之语。但是如今,手机上搜索一下,名句、警句即在眼前。甚至有的诗词软件,可以让你按字、按场景、按节气搜索诗词。

应该看到,古人们用智慧凝结成的诗词作品,确实有巨大的艺术感染力,“绣口一吐,就是半个盛唐”。诗词,对一个人的文化修养,有着巨大的加成作用。

受《诗词大会》的影响,很多家长开始让孩子们去学习诗词了。虽然对诗词,我也是门外汉,但自己喜欢,也读过一些,有两点小小的建议。一是,诗词不能当饭吃,不能帮你解决买房、找工作的问题。有了这种心态,更有利于孩子学习诗词。二是,先从朗读开始。学习诗词,可以是一读,二背,三理解,四写。万事不要急,死记硬背的话,3个月就忘。

以文化创新解救“山寨”

权威声音

新民新语

道歉的诚意

曹刚

2013年7月,长沙11岁少年刘一凡骑车不慎刮花一辆私家车;2014年3月,郑州一名中学生撞坏路边汽车;2014年5月,网友“粒粒禾”的奔驰车被多处刮蹭;2016年11月,西安小伙小唐划伤路边汽车;12月,广东江门一辆小货车刮花路边小车……

以上新闻事件的剧情几乎相同——肇事者不小心犯错,主动写纸条道歉,并留下电话。车主反应也如出一辙:被真诚打动,只顾点赞,拒收赔偿。

这些权责分明的交通小意外,在我们身边经常发生,“诚意道歉、善意拒绝”的套路,温暖了许多人。3天前,在河南新密,故事有了新版本。

一名中学生骑车时刮花一辆宝马,也留下了道歉纸条,不同之处在于:第一,纸里包了311元,自称“打工所得,知道不够,但已倾囊而出”,实际修理费为上万元;第二,没留联系方式。宝马车主薛先生很善良,不但不要钱,还想资助对方。

照理说,纸条里应该留个电话,否则难免招来“故意逃避”之嫌,或让道歉诚意打折扣。如果足够真诚,那就做好准备承担一切后果,为错误付出代价。之所以强调这些,是因为担心另一种道德绑架:

那个隐身肇事者收获了一片赞扬声,能否质疑他不留电话、不愿露面是逃避责任?不管有意无意,他终究错了,导致他人损失上万元。理应站出来,并照价赔偿。两件事都不做,属于肇事逃逸;只做了一件,却成了道德楷模?

宝马车主能否要求对方全额赔偿修车费?他可能因此遭受非议:“人家诚实认错,你何必穷追不舍。”逻辑有点奇怪——承认错误就值得原谅,继而免去惩罚?受害者只能大度地不计前嫌,善意拒绝?

建议薛先生等对方先赔钱,再去资助。以免有些人产生错觉:“犯错没关系,道歉就行,我都真心道歉了,你还好意思叫我赔?”

最新消息说这小伙子找到了,他不好意思收资助款。其实正像薛先生二女儿劝他的那样,他可以收下资助款,等毕业挣钱了再还上修车款,一码归一码,或许是这一事件较为圆满的结局。

兵马俑何辜?一再被卷入是非。继陕西临潼山寨兵马俑景点被披露后,近日,某省另一文博园内出现的上千兵马俑又引争议。

相关仿制行为是否涉嫌侵权,自有法律最终认定。在倡导创新精神、呼唤文化自信的今天,为什么一些山寨景观仍然时有出现?

事实上,作品的灵韵就在于独特性。一旦涉嫌抄袭,就算再惟肖、大气磅礴,观者也难以感到惊艳;相反,如果初衷是创新,哪怕生涩一点、粗糙一些,也胜过千篇一律。说到底,抄袭者不仅缺少敬畏,也缺乏敢于创新、善于创新的智慧和勇气。

借鉴与模仿,致敬与抄袭,有时未必泾渭分明。但真正有抱负的创作者,往往是坚定的文化自信者,常以原创为己任。唐代书法家李邕说“似我者俗,学我者死”,齐白石则认为“学我者生,似我者死”。他们的创作观看似迥异,内

在逻辑实则一致,即鼓励创新,而不能止步于模仿。

文化创造的进步,自然离不开文化管理部门和文化工作者这个共同体的引导,比如强化创新的价值取向,完善制度设计与奖励机制,让创作者以创新为荣。而在某种程度上讲,文化消费者的态度和需求分量更重,随着他们的品位越来越高、口味越来越“刁”,那些低水平的仿冒者必将寸步难行。(王石川 刊今日人民日报 本报有删节)



网视舆情

最近一些“非主流”的综艺节目刷爆朋友圈,《中国诗词大会》第二季,以市场份额超过第二名30%的绝对优势,拿下收视榜首;另一个综艺节目《见字如面》,虽然播出有一段时间,但也开始受到人们的关注。这些节目没有过去综艺节目常见的夸张表演,没有搞笑煽情,相反是以传统文化元素作支撑,因此被评价为综艺界的清流。

一批清流综艺节目走红,是对传统综艺节目审美疲劳导致的,还是所谓价值规律在发挥作用,对于这样一个问题,要得出确切的结论可能比较困难。但可以分析过去的一些所谓主流观点,澄清其中的是是非非。中国的综艺节目过去普遍的特点,比如成为明星的秀场,比如靠引进甚至抄袭国外节目等,都

别拿“观众审美低端”说事

何小手

节目甚至因对其不满而大加鞭挞的批评者,很可能转而成为这些清流综艺节目的观众。小清新,文艺青年们,也找到了属于自己的综艺节目,《中国诗词大会》、《见字如面》在豆瓣上的高分证明,这类节目俘获了大量高要求、高品位的观众。

一批清流综艺节目走红,是对传统综艺节目审美疲劳导致的,还是所谓价值规律在发挥作用,对于这样一个问题,要得出确切的结论可能比较困难。但可以分析过去的一些所谓主流观点,澄清其中的是是非非。中国的综艺节目过去普遍的特点,比如成为明星的秀场,比如靠引进甚至抄袭国外节目等,都

备受诟病,很多节目浮夸却长盛不衰,对此一种常见的解读认为,是观众决定了节目制作方的选择,观众喜欢什么,什么节目赚钱,制作方就会做什么节目。

这种观点概括来说就是市场决定论,即便对这类节目持批评态度的人,不少其实也认为是中国观众出了问题,确信是观众审美过于低端导致综艺节目的浮夸风。若干年前,国内以制作娱乐节目为特长的某电视台,决心改变“娱乐至死”的市场印象和批评,于是引进一部知名导演用心拍摄的电视剧,但结果市场反应并不好。大概从那时起,所谓市场决定论就更加深入人

心,只要一批评综艺节目,大家第一时间想到的是台下嬉笑的观众,认为他们的偏好影响了中国综艺节目的发展。

一个长期以娱乐见长的电视台开始走严肃风,可能最初会受到市场的负反馈,因为外界可能会认为他们缺乏这种能力,而简单将这种反馈归咎于观众,可能就是一种误会。这是一种长期印象积累的结果,而要改变这种印象,献出诚意之作,可能就需要持续的努力。娱乐是一种低风险的事业,因为门槛低,因为中国观众长期沉溺在娱乐综艺节目的氛围中,但不能就此低估观众的智商,市场远比想象的要复杂。