

“成语街道”更名 别止步于纠偏

□何勇海

7月30日,河北邯郸经济技术开发区社会事务局发布公告称,将对区域内十多条以成语命名的道路予以更名,这些道路包括“一言九鼎街”“志在四方街”“胡服骑射路”“脱颖而出路”等。更名原因均为“不易识记道路”。(7月31日澎湃新闻)

邯郸具有3100年的建城史,“邯郸”二字从未变更,堪称中华地名文化之特例。丰富的历史文化积淀,让邯郸诞生了不少耳熟能详的历史典故,并延伸出众多成语故事,如邯郸学步、完璧归赵、毛遂自荐、叶公好龙、滥竽充数……邯郸因此被称为“中国成语典故之都”。

因此,2020年7月,邯郸在东部“新区”,以经典历史文化、杰出人物和成语对33条街巷予以命名,其中就包括上述成语街道。通过赋予大街小巷新的名称,赋予优秀传统文化印记,彰显“国家历史文化名城”“中国成语典故之都”之深厚底蕴,凝聚城市精神。哪知仅过4年时间,这十几条成语街道又被定性为“不易识记道路”,堪称“短命”的道路名称。

道路命名更名是件大事,涉及户籍、身份证、门牌号等系列要素,耗时耗力耗钱,不可不慎。国务院《地名管理条例》规定:“地名的命名、更名、使用、文化保护应当遵守法律、行政法规和国家有关规定,反映当地地理、历史和文化特征,尊重当地群众意愿,方便生产生活。”邯郸以成语命名道路,确实反映了当地地理、历史和文化特征,但实事求是地说,诸如“一言九鼎街”“胡服骑射路”等道路名称确实不易记忆、称呼和传播。简洁明了、好找易记是道路命名应遵循的基本原则之一。当道路命名“反映当地地理、历史和文化特征”与“方便生产生活”发生冲突时,最应顾及的是后者,毕竟道路名称首先是拿来使用的。

十多条成语街道从命名到更名,从中恐怕折射出当地在利用历史文化资源方面有些草率。具体到道路命名,其实可以在历史文化资源的基础上再创作,比如将“一言九鼎街”命名为“九鼎街”,将“完璧归赵路”命名为“完璧路”等,并在路牌上普及相关成语知识,同样可让那些闪烁着思辨光芒的成语故事得到广泛传播。

邯郸“成语街道”更名是纠偏之举,但我们也应反思,其他地方想要利用历史文化资源展现城市魅力,也要避免草率行事、生搬硬套,必须遵循可行性、有创意等原则,使历史文化资源与当代人的生产生活形成相互接纳、相互促动的关系。

女装越做越小 畸形审美当休

□刘天放

“成人女装尺码是不是越来越小了?”天津市和平区的王女士近日去商场买衣服,不禁发出了这样的疑惑和感叹——她看中了一件T恤,按照自己的身材要了件M码(160码)的试穿,结果发现根本穿不进去。类似的情况她已经遇到过多次,自己以前明明一直穿M码,可这两年M码的女装似乎越来越小了,她一度怀疑自己太胖了要减肥,颇为焦虑,可实际上自己的身材和体重这几年没怎么变过。(7月31日《法治日报》)

实际上,“女装尺码越做越小”并非新鲜事,近年来总有媒体报道,不仅王女士遇到过,包括明星在内的很多女性也遇到过这种烦恼。某博主称,某些厂家的尺码定得太离谱,自己买了件XL的上衣,店家是推荐给115斤—130斤的人穿的,但到货后却使其大吃一惊:与自己其他同尺码的衣服一比小了近一半!

显而易见,女装越做越小,主要为了迎合“时髦”审美所需,也有节约成本之嫌。女装越小越有市场,显示女性身材苗条、样子好看,能大幅度提升颜值,而短小款衣服流行,说明部分人对于女性衣着审美出现了误区,如过度追求瘦小,成了公认的审美标准。殊不知,网友口中的“希望多点胖人穿的衣服”中的“胖”,其实是正常身材。

毫无疑问,“越瘦越美”是一种畸形审美,是商家炮制的穿衣焦虑,对于很多女性来说也就构成了审美误导。如果不与流行同步,一些女性便有了“羞耻感”,很容易倒向畸形审美。然而,刻意鼓噪越瘦越美,并在服装尺码上大做文章,这种病态审美观,不仅误导了广大女性,还有可能给其身心造成危害。

人的身材多种多样,尺码越来越小,可能会排斥许多女性,还有可能导致健康问题,如饮食甚至生理期紊乱等。在全社会如此包容的当下,某些商家为了达到谋利的目的,大肆鼓吹“越瘦越美”,变相剥夺了不少女性消费者的选择权,也变相损害了其合法权益,甚至变相绑架了其审美观,这显然是对女性的不敬。

因此,对于当前社会畸形审美观需要及时修正——任何人都不能因为自己身材不够“完美”而感到沮丧。衣服是适应人的,而不是让人适应衣服。如有商家涉嫌违反广告法,市场监管部门应及时查处,消费者如遇到商家有贩卖尺码焦虑的行为,也不该做“沉默的羔羊”。时尚的内涵,是让每个人找到适合自己的风格,而不是让自己去迎合“畸形审美”,“白瘦幼”审美当休矣。

蟳埔LOGO“上线” 品牌价值“上新”

□吴志明



7月28日,“海丝泉州 非遗蟳埔”蟳埔LOGO正式启用。去年底,丰泽区蟳埔女民俗协会成立,而在此前不久,蟳埔女民俗协会标准发布……在“蟳埔”火爆出圈的当下,这一系列动作,无疑将进一步提升蟳埔女品牌价值,有助于正本清源,助力蟳埔打造自身的文化符号,护航蟳埔女从“一时火”走向“一直火”。

“今世蟳花,来世漂亮”,不少游客因为这一句话,来到泉州体验蟳埔蟳花。“蟳花圈”习俗始于宋元时期,当时泉州港被誉为“东方第一大港”,靠近泉州港的蟳埔村,也曾是无数远洋商船的出发点,多元文化交融使得蟳埔村至今仍保留着独特的渔女原生态习俗,“头顶上的花园”是她们令人一见难忘的美丽。2023年年初,知名艺人赵丽颖来到泉州,一袭红衣,满头蟳花,拍摄视频一经传出,蟳花圈立刻引爆网络,随后是毛晓彤、黄圣依、赵雅芝、王冰冰、黄芋芋……名人的到访和体验,让本就火出圈的蟳花圈一次又一次成为关注的焦点。以至于联合国教科

文组织在微博盛赞:蟳花很美,泉州很赞!

随着泉州蟳花圈火出圈,国内多地也刮起了蟳花热潮。这些蟳花圈虽然形似,但从发髻的盘梳到蟳花的手法,都与蟳埔的蟳花圈大相径庭,有的直接将各种假花用胶枪固定在发箍上,有的没有盘头梳发髻,便直接将发箍戴在头顶上……“流水线”式的制作过程,使得蟳花变为一件流行的装饰品,而忽略了其文化内涵。如此种种,引发了网友的争议。不少网友表示,视频中的蟳花“徒具其形,不见其神”。

事实上,作为非物质文化遗产,蟳花圈有专属于它的一套完整的非遗规制。泉州作为“海上丝绸之路”起点,蟳埔女从服饰到头饰与海丝文化有着深厚的渊源,服饰俗称“大裾衫、阔脚裤”,头饰就是“蟳花圈”,这些经过千百年的交融演变成了独有的地方文化特色,它不仅是一种民俗,更承载着渔家人的情感和历史记忆,也表达出当地人对幸福生活的期盼和希冀。因此,为了维护其品牌与独特性,亟须加强对“蟳埔”商标的保护和管理,并采取系列措施来传承和弘扬这一民俗技艺。

为此,泉州做出不少努力。去年底,丰泽区蟳埔女民俗协会成立;今年4月份发布实施《蟳埔女习俗“蟳花圈”服务规范》团体标准,从多个方面对蟳花圈体验服务进行了规定。此外还成立蟳埔民俗文化保护提

升指挥部,发布首批“蟳花圈服饰技艺能人”,举办首届全国大学生蟳埔蟳花圈服饰大赛……此次蟳埔LOGO正式启用,无疑又是维护其品牌与独特性的一大动作,LOGO将蟳花圈这一传统艺术元素融入现代设计中,既保留了传统文化韵味,又展现了现代审美的时尚感,整体造型简洁大方,线条流畅,色彩鲜明,具有很强的视觉冲击力和辨识度,充分展示了蟳埔的独特魅力和文化内涵。商标注册后,蟳埔女习俗将获得法律保护,可以防止他人侵权,帮助消费者准确辨别,维护市场秩序和消费者权益。

守护好文化遗产,是我们共同的责任。当政府部门在不遗余力为蟳埔女习俗的发展保驾护航时,民间力量也不能缺席。希望相关方面多渠道发布蟳花圈的制作步骤和技巧,比如通过互联网和社交媒体等展示,或开设体验馆、工作坊,让游客亲身体验制作过程,让更多人既看到其“外在美”,也领略其文化内涵。当然,蟳埔当地也要练好“内功”,完善基础配套设施,提供更优质的交通出行、住宿、卫生环境等,让游客进得来还留得住。同时在热情待客、优质服务上下功夫,用更暖心的服务让游客能有更好的体验感,共同促进这一非物质文化遗产的传承与发展。



2024年底前

纳入医保定点管理

关于加快推进村卫生室纳入医保定点管理的通知

符合条件的村卫生室

国家医保局联合国家卫生健康委7月31日发布了《关于加快推进村卫生室纳入医保定点管理的通知》,确保2024年底前将符合条件的村卫生室纳入医保定点管理,有行政村存在多个村卫生室的,至少保障1个村卫生室纳入医保定点管理。(新华社/文 朱慧卿/图)

喧宾夺主 弊大于利

①仙水忍:儿童电话手表“变身”弊大于利。首先,功能多了,手表配置提升,价格自然水涨船高,这对商家有利,对家长却不友好。其次,增加的绝大多数是娱乐功能,容易导致不谙世事的儿童玩物丧志。此外手表屏幕很小,长时间操作对孩子的眼睛也是个巨大威胁。电话手表的作用在于建立家长和孩子的联系,而不是增加越来越多华而不实的功能,最终沦为另一个游戏工具。

②河北白帆:家长给孩子配电话手表的本心,是方便随时掌握孩子行踪,及时联系孩子。儿童电话手表功能越来越丰富,其隐藏的风险和危害不容忽视。毕竟群体心智还不够成熟,缺乏对各类信息的辨别和认知能力,容易沉迷其中或泄露隐私,危及身心健康和安全。商家和家长齐心协力,让电话手表回归产品初衷,共同保护孩子的身心健康成长和生命安全才是正道。

③余清明:儿童认知能力、自制力有限,容易受到外界诱惑。因此电话手表功能绝非越丰富越好。监管部门应出台规定,约束厂商严守“有利儿童健康成长”红线,让儿童电话手表回归本质。一些不必要的功能喧宾夺主,容易导致孩子沉迷其中,既影响学习,又妨碍身心健康,是一种不负责任的行为。

寻找平衡 细化标准

④郭景峰:儿童电话手表之所以受欢迎,在于其功能简单易操作。儿童正处于生长发育和知识启蒙的关键阶段,一旦沉迷电子产品,势必影响身心健康和学习兴趣,不利于成长。儿童电话手表“变身”,与其丰富那些“可有可无”的社交和娱乐功能,不如围绕外观设计、操控性能、质量保障等方面做文章,既对孩子健康负责,又能赢得家长信赖,何乐而不为?

⑤严才才:儿童电话手表的功能丰富程度,这样能带给孩子更多的乐趣和便利。如果过度娱乐化,会导致孩子沉迷其中,忽略学习和生活。在追求功能多样化的同时,不能忽视定位、通话等核心功能,要在功能拓展与保证本质之间找到平衡,多听各方声音,利,则拓,弊,则止。这样才能更好地为孩子所用。

⑥豫一张全林:儿童电话手表的核心功能是通话、定位。电话手表的功能不断被放大,引发社会争议,也意味着新的商机,如果在产品设计上删繁就简,去掉那些可有可无甚至可能影响孩子学习的功能,销量会更大。这样的社会争议也释放了产品标准化的信号,儿童电子产品需要国家细化标准,趋利避害,不能任市场的无形大手乱舞指挥棒。

下期话题

目前,包括上海图书馆、上海少年儿童图书馆在内的10家市、区级公共图书馆各自推出了“图书外卖”网借服务,线上下单即可享受送书上门服务,让读者能够足不出户共享阅读资源。此外,杭州、深圳、厦门、石家庄等城市的图书馆都提供相应服务。对此你怎么看?下期茶座,邀您聊聊“送书上门”这个话题,您可在“温陵茶座”新浪微博留言,也可加入QQ群299935398参与讨论。



奥运魅力 超越输赢

□周培尧



2024年巴黎奥运会激战正酣,赛场上的精彩瞬间令人目不暇接。从奥运会别具一格的开幕式,到黄雨婷、盛李豪在10米气步枪混合团体项目上为中国代表团勇夺首金,与奥运会相关的话题热度不断,观看和点评奥运赛事也已成为近期市民生活的主要关注点。

在奥运赛场佳话频传引来一片喝彩的同时,部分运动员在某些优势项目上错失金牌,也让很多人有些遗憾难平。比如女子100米蝶泳决赛中,“蝶后”张雨霏未能获得预期中的冠军意外摘铜,就让人心有不甘;在备受期待的男子蛙泳100米决赛中,夺冠热门人选覃海洋最终排名第七无缘领奖台,也让人有些愤愤不平;而在体操男子团体决赛中,中国队手握巨大优势时,因苏炜德在单杠项目上两次掉杠最终憾失金牌,更是令很多人一时难以接受,甚至在网络上出现了一些不理性的声音。

奥运会作为世界上最高竞技水平的综合性体育盛会,选手之优秀、竞争之激烈可想而知,正因如此,比赛过程与结果的不确定性让它有着不可比拟的吸引力。如果以完美无缺的标准去苛求运动员,不仅是强人所难也失去了观赏的趣味性,实属本末倒置。因而,当我们在为运动员摘金夺银而感到振奋的同时,不妨以平常心去看待他们的“失误”,这种输赢平常心心态也从另一个角度体现了体育精神的广博内涵。

竞技比赛自有其残酷性,运动员在赛场上比高下正是竞技的魅力所在,面对失之交臂的奖牌乃至金牌,大多数人很难用云淡风轻的口气去说“看淡”。但是,奥运会不仅是一个体育盛会,更是一个展示人类文明和精神面貌的舞台,在观看奥运比赛时,除了关注运动员能否“赢”外,如何学会去面对他们的“输”,对很多人来说也是一堂体育精神与国民素养的教育课。

回溯过往,1984年7月29日,许海峰为中国实现奥运会金牌“零的突破”,让“奥运会”这一词条进入更多国人的视线里,极大推动了体育知识与体育精神的全民普及。从2008年北京奥运会到2022年北京冬奥会,我国已主办过两届奥运会,当我们从这一世界级体育盛会的参与者变成主办者,中国体育界已逐渐融入世界,也让体

育用更温暖、更生动的方式打破外界的刻板印象,讲述了一个个真实感人的中国故事。今时今日,竞技体育早已卸下种种包袱、轻装上阵,国人对奥运会的观念正变得更加平和与开放。

现代奥林匹克之父顾拜旦曾说过:“奥林匹克不是一场竞赛,而是一种源于内心的文化交流与融合。”从狭隘的“唯金牌论”到今天变得日益多元的奥运观,我们完全可以用更加客观的评价体系、更加理性的心态去面对运动员在赛场上的表现。而这种健康的心态所营造的良好社会氛围,正是运动员输得起也赢得下的重要保障。

2021年7月,奥林匹克格言从曾经的“更快、更高、更强”改成“更快、更高、更强——更团结”,这是其108年来首次更新。这一演变深刻阐释了奥林匹克精神的时代特征,即让体育竞赛从竞技层面而向凝聚人心的内涵延伸。奥运会是一个多元的舞台,激发人的身体潜能展现运动之美、强调公平与尊重始终是其出发点和落脚点。就此而言,不以输赢论成败的精神,不仅应激荡在奥运赛场上,更应根植于我们每个人的内心深处。

