摔跤被“摔”，摔疼了谁

□ 何不器

体谈

尽管摔跤不是中国的强项，伦敦奥运会上咱一块金牌也没拿着，但摔跤被奥运拒绝还是会对中国式的专业体育训练机制带来冲击。

运动可以助人健康，为人带来生命力，此为老生常谈。然而，运动自身也有生命力，旺盛与否取决于人们对它是否喜闻乐见或者乐在其中，否则便会弃之。如果运动本身有感情，被离弃时一定也是痛苦的。

作为一项竞技运动，摔跤目前就被这样的痛苦折磨着——

国际奥委会执委会12日在瑞士洛桑投票决定，建议将摔跤剔除出2020年夏季奥运会。这是一个出人意料的决定，因为在此之前，很多人认为被剔除的将是现代五项、跆拳道、羽毛球甚或是乒乓球。4天后，国际摔联的主席因此“下课”。

摔跤被公认为世界上最早的竞技体育运动，古代奥运会诞生之际，摔跤就位列其中，也一直是现代奥运会的正式比赛项目。倚仗如此纯粹的高贵血统，摔跤无论如何不会想到最后被“摔”出的会是自己。

高贵的血统只能荫护一时，生命力的判定还是取决于近似冷酷的商业市场。新华社报道说，所有参与投票的国际奥委会执委都面对一份伦敦奥运会各项目评估报告，这份报告综合分析了上座率、收视率、门票销售、全球参与度、青少年普及度等等因素。美联社拿到了这份尚属于机密的评估文件，显示摔跤在数项评估指标中都排名靠后。伦敦奥运会在观众欢迎程度这项上，满分10分，摔跤的得分不到5分。伦敦奥运会期间摔跤共有116854张门票待售，最终有3000多张票没有售出。同时，摔跤在全球电视收视率、网络点击率、媒体覆盖率等多项评定结果中都落在了后面。冷冰冰的数字面前，摔跤的落败无话可说。

用喜闻乐见的标准来衡量，摔跤也很难为自己找出过硬的理由。尽管世界上许多民族的传统活动中都有摔跤的影子，但真正的竞技摔跤却让人缺少参与的兴趣。很多参与体育报道多年的记者，也弄不清摔跤的具体规则。一些相对冷门的运动项目如击剑、射箭、跆拳道等，都有开馆授业类的俱乐部，且学员人数不少，涉及摔跤的笔者还没听说过；公园里有踢毽子跳绳舞剑打拳的，也没见过摔跤的，何况近似光膀子角力的国际式摔跤。2012年，美国体育活动理事会联合美国多个体育运动行业协会和基金组织，共同对美国14大类119个运动项目的参与情况进行调查，并且撰写了《美国运动、健身和娱乐活动参与报告（2012年版）》。基于2012年是奥运年，这个报告列举了美国人最喜爱的20个奥运会运动项目的参与情况，其中乒乓球名列第五，羽毛球第十一，摔跤只能排到第十九。

尽管摔跤不是中国的强项，伦敦奥运会上咱一块金牌也没拿着，但摔跤被奥运拒绝还是会对中国式的专业体育训练机制带来冲击。缺乏大众参与的基础，自身又无法通过进入职业体育赢得市场（纯粹娱乐化的职业摔跤和竞技摔跤完全是两码事），国外的摔跤运动员基本是业余身份，有些得到就职企业的支持，运动员获得参加奥运会等大赛的资格进而取得好成绩，能够为企业带来声望上的回报。一旦与奥运无缘，这些运动员得到的支持可能会少很多。专业体育体制下的中国运动员处境会更困难，奥运战略决定了他们的运动生涯基本就是“四年一周期”的循环。一位体育官员说，“运动员的最大价值就是为国争光”，现在连舞台都没了——根据我们的奥运战略布局，全运会是比照奥运会设项的，一旦摔跤退出奥运，摔跤运动员连去全运会上为地区“争光”的机会都没有了，去哪儿实现自身的价值呢？

职场

职涯第一站

大城市VS小城市

□ 陈 颐

如果让我重新选择，我在审视一个城市的时候，会既看工作，又看生活。没有最好的城市，只有最适合你的城市。无论是大城市还是小城市，都是帮助你职业生涯起步时实现梦想的土壤之一。

1982年我大学毕业时，正赶上路遥的中篇小说《人生》刚出版发行。这部小说中反映的中国改革初期青年人面对城乡生活所作出的艰难选择，是当时青年人心灵的真实写照。“人生的道路虽然慢长，但紧要处常常只有几步，特别是当人年轻的时候。”路遥引用作家柳青的这段话，在青春激荡的年轻人中引起热烈的讨论。留在城市，还是返乡，这是一个大问题。特别是在中国，职场的第一站更是关系一生发展速度和高度的战略问题。

30年时光飞逝，如今儿子大学毕业，该选择职场的第一站了。像他这样的北京孩子，选择工作的基本条件像挑选房子，把地点放在最重要的位置。一些名头响当当的大国企到学校面试，也没有中他的意。“人家招聘出国人员，我出北京就闹肚子，怎么行？我只想找一份离家近的工作，做什么工作倒是其次。北京交通这么堵，我可不想把时间耽误在路上。餐馆吃饭那么贵，我省下时间回家做晚饭呢。”儿子说，国家包分配的时代过去了，但是大学生选择留在大城市的愿望和目标没有变化，工作机会多，孩子教育好，尤其是北京还有许多文化演出活动，谁活着只是为了工作？儿子说得有道理，但我听着就感觉有些不对劲。

我把困惑告诉英国人潘瑞宝，他首先给我看了一份罗迈国际2012年至2013年中国人才流动调查的报告。当被问到“如果有好的工作机会，你会考虑去其他城市吗”，求职者选择只在现居住城市的比例并不是很高，为30.28%；而选择任何城市的比例超出预期，高达22.75%。另外，选择只在北京、上海工作的比例为18.03%，选择任何一线城市的为11.71%，任何一线或者二线城市的为11.24%。这位多年做职业规划的人对我说，你大学毕业的时代是国家包分配，现在中国的年轻一代所要做的是职业生涯规划。这个规划是针对决定个人职业选择的主观和客观因素进行分析和测定，以此来确定个人的奋斗目标并选择符合这一目标的职业。一个拥有明确目标的人更容易获得成功，因此开个好头很关键。

到底是选择在一线大城市还是二、三线中小城市更有发展前途呢？潘瑞宝告诉我，在英国，伴随国际经济危机的不断扩大和失业率居高不下等问题，毕业生们也面临着激烈的竞争，他们正经历着职场起步最困难的时期。总的来说，英国的毕业生们还是会倾向于大城市，那里工作机会相对更多。当然，他们还需要考虑到英国大城市生活费用也很高，比如伦敦，每个月的房租费用至少需要800镑，而伦敦起薪最高的职务也就是每月1600镑。他认为，对于第一份工作，地点其实不是需要首要考虑的问题，最重要的是全力以赴做好第一份工作。无论是在一线城市，还是二、三线城市，都各有利弊。大城市经济发达，工作机会多，生活方便，小城市工作节奏较缓慢，压力小。刚毕业的大学生没有工作经验，但是有着无尽的活力和创造力，这是他们的优势。因此，毕业生们工作时一定要做到勇于创新，做别人没做过的事情。另外，入职之初可能会接触到一些重复性的工作，怎样把这样的工作当做自己的兴趣、做出新意，很多时候坚持努力就会有不一样的结果，这是需要学习的。

我问在外企做总监的朋友朱家巷，如果重新作一次选择，大学毕业时还会选择离开江南家乡来到北京工作吗？他的回答是：这很难确定。大多数大学生毕业之前想的是留在北京或上海这类大城市，但出发点只是为了留在大城市，就过于简单了。选择留在一个大城市，不应该是目的，选择一个职业、成为某一种人，才应该是率先考虑的问题。把北京、上海作为职业生涯的第一站并非坏事，但是，工作和生活在北京和上海的时间越长，惯性使然可能越不能离开，而他的内心深处却不时地问：北京真的就是自己最合适的地方吗？他对他出生和成长的江南小城产生了新的兴趣。在经济高歌猛进的大浪中，江南小城弄潮游刃有余，民众过着更富足更闲适的日子，更有无拘无束的活力。而且，从培养孩子的角度来说，小城市的便利环境远非大城市所具备。回首来路，今天的他更加理性：“如果让我重新选择，我在审视一个城市的时候，会既看工作，又看生活。没有最好的城市，只有最适合你的城市。无论是大城市还是小城市，都是帮助你职业生涯起步时实现梦想的土壤之一。”

车说

“冷”“暖”有道

□ 张宇星

暖色系的膨胀视觉作用，让车看起来“变大了”，增加“近感”；冷色系所形成的收缩视觉，让车看起来“变小了”，增加“远感”。

如果在你面前有两辆大小一样、型号相同、配置一致的汽车，尤其是中小型轿车，为什么看上去一个有型有款、落落大方，而另一个就显紧凑、小气、略带寒酸？同样一个广受各地消费者欢迎的汽车，为什么在某个特定的城市或地区备受冷落？类似的问题还有很多，有趣的是，你大都可以在汽车的颜色上找到答案。

前面谈到的那个“有型有款、落落大方”的汽车大多是白、银等浅颜色的，视觉上就有饱满、大气的感觉；那个“紧凑、小气、略带寒酸”的汽车，大多是黑、深蓝等深色调的。因此，不同的车身颜色，会产生体积大小不同的感觉。

而同一个颜色的汽车“在某个特定的城市或地区备受冷落”，很可能就是当地的出租车等特殊用途的汽车采用了这种颜色，那么有谁愿意自掏腰包买一辆“出租车”作私家车用呢？如果被认为是要“跑黑出租”就更悲催了！这一现象在汽车普及的早期尤为明显，如10多年前的北京，尽管人们很喜欢热情、喜庆的红色汽车，但很少有私人购买红色的夏利和富康，因为满大街跑的都是这个颜色的出租车。

在汽车诞生的100多年间，车身颜色始终是一个有趣的话题。最早，从首条流水线上走下来的福特的T型车都是黑颜色的，主要是出于生产组织的便利性和成本控制的考量。之后，其他竞争对手从消费者的角度出发，从个性化的需求入手，给汽车“穿上”各种不同颜色的外衣，让人们有越来越多的颜色选择，也打破了各种道路上“千车一色”的局面，令原本生动、活泼、富于生命力的汽车更加活跃起来。

对于颜色，有专业人士总结出：红色能够激发出欢乐、奔放的情绪，黄色代表对大自然的向往与崇尚，蓝色则留有豪华、气派的印象，白色给人以清新、纯洁、平和的感觉，黑色既有自尊、保守的一面，也代表着性感和新潮，而绿色会给人带来安静、和睦的气氛……

但是，你可能还不知道：汽车颜色并不简单地取决于美观和喜好，与行驶安全也有很大的关联。世界最大的碰撞调查研究组织（VSRC）曾针对汽车颜色与交通事故发生频率之间的关系进行了研究。结果表明，不同颜色会引起驾驶员视觉上远近、大小的差异。

相关研究中，红、橙、黄等颜色被称为暖色系，绿、青、蓝等颜色被归为冷色系，不同色系会造成人们视觉上的远近差异。如暖色系的膨胀视觉作用，让车看起来“变大了”，增加“近感”；而冷色系所形成的收缩视觉，让车看起来“变小了”，增加“远感”。因此，暖色系也被称作“前进色”；而冷色系属于“后退色”，可以提醒车主在行驶中及早察觉并判断危险情况。

在对欧洲和亚洲的2000起近期车祸对比调研中，VSRC发现：白、银等颜色的汽车车祸概率最小，即使出事，司机受伤程度也相对较轻，在车祸中遭受重伤的概率比开其他颜色汽车的车主少57%。比较而言，黄、灰、红、蓝车色的司机受伤的概率大致相同，而黑、褐、绿车最容易发生交通事故，驾车人受伤的概率高出开白、黄、灰、红、蓝车的1.7倍。

看到这儿，相信你已经为自己的爱车选定了最合适的颜色。

软实力 硬道理

□ 李 洛

“软实力”并不与经济发展如影随形，而是有其相对独立性，需要上上下下共同推进。

回首2012年，有中国学者计算出“中华民族的伟大复兴”2005年已完成46.44%、2010年已完成62.74%，成为经济学界饱受争议的一件事。

同样是2012年，韩国歌手朴载相一曲《江南style》唱红全球，7月到12月的短短半年时间，youtube点击数突破10亿，到今年1月底，更突破13亿大关。中外无数名人阶层、草根人士热秀《江南style》、大跳骑马舞，并纷纷推出“航母style”、“加班style”等各类模仿变种。经济上，该曲为youtube直接带来5000万元进账，淘宝网的相关服装、眼镜、鞋帽、公仔、面具、动漫、骑马舞教程等产品达18000类；“鸟叔”所在演艺公司股价上涨50%，其父经营的公司市值上涨500%；韩国江南地区游客数量激增。“鸟叔”也因扩大了韩国的国际影响力，而被授予韩国文化勋章。由此看来，“软实力”一方面增强了文化影响与认同程度，也能带来“真金白银”。

当然，“软实力”不仅限于服饰、歌曲、戏剧等形式，还包括日常生活的其他非物质因素。曾有经济学家说过，从发展经济角度看，全民懂交通规则远比全民懂得高科技更重要。究其原因，正如台湾学者陈弱水在其《公共意识与中国文化》一书中所言，“缺乏秩序使个人与社会整体必须耗费更多资源应付混乱局面，常使生活质量不升反降”。中国近代以来的长期积弱，表面上是经济落后、军事羸弱，但“软实力”滞后是更为深层的原因。对这种滞后，法国汉学家魏丕信的《十八世纪中国的官僚制度和荒政》中有形象的描述，如当时运河中的航运船舶随意加塞、马车到处停放，路上装卸堵塞交通等社会现象非常普遍。到上世纪30年代，当时的政府也曾试图开展所谓的“新生活运动”，提倡纪律、品德、秩序、整洁等，并采取禁止随地吐痰、禁止乱丢垃圾、遵守交通秩序等具体措施，但因相应的政治、经济、军事等领域改革滞后，终以失败而收场。

中华民族的复兴除应包括经济、军事等硬实力外，更应体现在文化、价值观、意识形态、民意等方面的“软实力”提升上。民族复兴的字面含义是较之以往繁荣时期的重新兴起。中国历史上最辉煌的时代莫过于汉唐，汉唐时期并非中国历史上GDP最高时期，但对于其他国家，尤其是周边国家的冠盖服饰、书法绘画、文学艺术、日常饮食等的影响波及至今，这就是现代所谓“软实力”的主要元素。所以《论语》季氏篇就说过，“远人不服，则修文德以来之”。美国大片、日本动漫、意大利服装等作为“软实力”的载体，都曾经或正在改变世界。

据美国哈佛大学教授约瑟夫·奈的观察，战后几十年，美国利用“软实力”成功获得了巨大国际影响力，但后来却越来越多地使用经济收买、军事征服等“硬实力”，影响力反倒日趋式微。近观中国，目前我国经济总量已跃居世界第二，魏丕信书中的马车也换成了汽车，但100多年过去了，“中国式过马路”却依然成为2012年下半年人们热议的社会现象。中美两国的不同发展路径，都说明“软实力”并不与经济发展如影随形，而是有其相对独立性，需要上上下下共同推进。

春节被过度消费了吗

□ 罗 杨

春节一旦被商业化，就难免按经济的规则解构和重组，卖点被追捧，情感被冷落。

蛇年春节又在“年味不足”的叹息中度过了。作为中华民族的第一大节，春节本应以历史久远、文化灿烂而充满着的人性伦理之美、家庭情感之美、娱乐智慧之美，却被“黄金周”、“购物节”的商业氛围冲淡了。

春节是农耕文明带给我们的美好遗产，城市化进程的忽然到来，让我们在骤变中有些无所适从。城市新人缺少对年文化内涵的准确领会，导致对传统习俗的误解乱用，不能把人这一节日的主体纳入到节日文化之中。结果，充满温情的节日成了休闲的假日，旅游购物逛街消费成了春节的主题。

当我们的社会经济基础越来越殷实，物质生活越来越丰富，节日与平日的物质生活区别越来越小时，节日的特殊性和神圣性随之越来越淡化。从前过节时才能吃上的饺子，如今已成了充饥的家常便饭。在春运大潮中千里奔波回家的人们，并不是为了那顿也许并不丰盛的团圆饭，而是在实现着上千年在中国人血脉里流淌的那个家的信念、团圆的信念、故乡的信念。

谁是春节的主角？当然是人民大众。谁来操办春节？虽然人民大众是主角，然而政府不应缺位。笔者以为，从某种程度上说，由于文化引领的缺失，使得不负文化责任的商家们成了节日的主角，从而造成蕴含在春节中的千年文化传承被看似繁华热闹的过度商业化所稀释，使人们与古老民俗的心灵距离在物欲中日渐疏远。春节一旦被商业化，就难免按经济的规则解构和重组，卖点被追捧，情感被冷落。庙会成了大卖场，文明的年俗也会流落为庸俗。春节是调节人与人，人与社会以及人与自然关系的重要场域和时空，重人伦与重仪式是其核心。政府和文化精英们应该设法强化人伦情感的凝聚力，重塑节日仪式感的吸引力。

关注节日的门票收入和节日经济所创造的GDP固然重要，却不能忽略节日中人们文化观念的回归和精神价值的提升。毕竟，过春节最重要的是民族精神和文化情感的积累，而不是商业消费的井喷。

戏言

《少年派》陪跑奥斯卡

□ 张依诗

奥斯卡从来就不是一个公共论坛，他们看中的电影只负责展现北美的世界观与他们愿意看到的人生。

2013年的奥斯卡提名颁出之时，各大媒体都以“《林肯》与《少年派的奇幻漂流》领跑奥斯卡”作为标题，来提纲挈领本届奥斯卡的风向。这两部影片均拿到了10项以上提名，已经非常抢眼，但2013年奥斯卡最大的热门既不是《少年派》也不是《林肯》，而是《逃离德黑兰》。因为“政治大选年”是2013年奥斯卡最大的标注，9部候选的种子选手中，几乎每一部都在向美国政治、历史、总统和局势或明或暗的示好。

不可否认，来自华人导演李安之手的《少年派》是部世界级影片，它的壮美与瑰丽令舆论普遍认为提前锁定了奥斯卡的视效技术奖项，也以大师级的内蕴获得了最佳影片、最佳导演等重要奖项的提名认可，但到现在为止，几乎所有的风向预测都认为《少年派》今年更可能是“陪跑”。

北美学院奖的政治立场让《少年派》在今年的战局中有些尴尬。虽然它在全球票房长线飘红，在中国获得了6亿元以上的高票房，并引发了观影和解读狂潮，还以美轮美奂的3D景观得到了“有史以来最美的电影”的评价，但《少年派》却不合美国人的口味，影片在北美本土惨痛的票房就是最好的证明。好莱坞习惯的流水线逻辑并不能理解李安东方式的含蓄克制，被好莱坞的煽情与励志喂养长大的美国影迷怎能接受这份意味深长呢？按照“美国梦”的逻辑，派与老虎的关系理应从对立到和解再到合作，他们最后一起抓鱼卖萌来取悦观众，才能励志得像一部好莱坞动物历险记。

即便斯皮尔伯格的《林肯》被认为“闷得不像一部最佳影片”；即便《逃离德黑兰》的掌镜和技法略显稚嫩，它们仍然比《少年派》更具奥斯卡相。奥斯卡从来就不是一个公共论坛，他们看中的电影只负责展现北美的世界观与他们愿意看到的人生。而“少年派”却只能飘流出学院奖，飘向全球影迷。