



美食入胃 馨香入心

□ 陈郁

一丝不苟地恪守与传承是困难的,融入时代元素、有创新的恪守与

传承更是艰难,因为那需要剥离掉一切旁枝末节,直取文化的精髓。

地恪守,绝不走样。例如,核桃仁要用山西汾阳的,那里的桃仁色白肉厚,香味浓郁;玫瑰花要用京西妙峰山的,那里的玫瑰花花大瓣厚,气味芬芳。还有,为保证新鲜,蛋糕所用蛋液加工必须在下午4点后才开始,制作元宵所用的糯米要在凌晨3点开始泡……

我更想说说更新鲜的东西——从2010年开始,也就是这个老字号食品企业创立整整115周年之际,每到二十四节气来临的时候,稻香村就会推出契合这个时令的食品:立春春的“咬春卷”、谷雨的“椿芽酥”、立夏的“陈皮饼”、芒种的“桑葚果”、处暑的“百合鸭”、立冬的“佛手卷”、大雪的“红枣糕”、大寒的“消寒糕”……总共24种,每一种都是根据每个节气的气候特征、当时人们的体质特点,以应时的新鲜食材为主料,兼

顾饮食习惯需要和口味特色。

而在稻香村发来的资料及其网站上,都对这些节气养生食品进行了深度解读,每一个门店也会对它们进行特别推介。他们会告诉你,雨水节气,虽然已经入春,但北京城仍然春寒料峭,此时的气候对人的胃肠消化功能影响很大,加上春节期间大家在饮食上多大鱼大肉,油腻的食品也无形中增加了肠胃负担。因此,适宜吃些甜食,但不宜过于油腻。而“雨水望春蜜饼”采用蜂蜜鲜袖入馅,柚子具有健胃、助消化的作用,蜂蜜能够补中益气、润肠通便。蜂蜜的香甜和柚子的清香让糕饼吃上去口感酥松、入口清香,香甜而不腻,还可以化解大年里鱼肉的油腻。寒露,意味着气候由热转寒,万物因寒气增长而日渐萧落,是热与冷交替的季节。

古人云:“秋之燥,宜食麻以润燥”,故寒露有“吃芝麻”的习俗。“寒露芝麻酥”选用当季芝麻为馅,面中加入白芝麻,表面再点缀上黑芝麻,口感酥脆,鲜香四溢且营养丰富,温润解燥,是暮秋时节的养生美味和佳品……

久而久之,美食入胃,一些与节令有关的知识、习俗也像涓涓细流浸入内心、记于脑海。忽然之间,我发现,这哪里是一块小小的吃食,分明是独具匠心地凝聚了相关历史、社会、自然的文化精髓的杰作!

我们经常感叹,很多传统文化消失了,没有传承下来。所以,当发现稻香村只是用一块小小的点心就做到了如此有意义的事情时,除了惊喜,必然还有安慰。

一丝不苟地恪守与传承是困难的,融入时代元素、有创新的恪守与传承更是艰难,因为那需要剥离掉一切旁枝末节,直取文化的精髓。

如何去追究稻香村推出二十四节气养生食品的原委呢?也许是独具慧眼,也许是妙手偶得。总之,我们得到的,已经远远不止一块可口的小点心那么简单。

“体教结合”快乐成长

□ 李万祥

正日益成为很多中小学教育的一项重要工作。

实行“体教结合”,就是为了学生德、智、体、美全面发展。长期以来,学校的体育教学是弱项,一般而言,中学体育课都是“自习课”,往往被语、数、外等主课占去。现在,经常有媒体报道某某学校的学生在体测中晕倒,或是学生在军训时怕累怕苦。导致此类现象多发的主要原因,是学校体育教学的欠缺。要知道,具有健康体魄是青少年成为祖国未来栋梁的基础条件。

确保学生体育课程和课余时间,让学生有充裕的时间锻炼身体、强健体魄,是学校教育应有之义。更重要的是,运动场上摸爬滚打打磨炼出来的品格和意志,远非书本上僵硬的知识所能比拟。人生中的诸多挑战,都需要坚韧的品格和不屈的意志去面对。

与“体教结合”密切相关的,则是“体育特长生”。在中学教育中,他们留给同学们的印象就是课堂上睡觉,文化课成绩低,常常和人打架之类。现实中,有的学校因为追求体育成绩,看中奖牌得失,往往忽视了对体育特长生的文化素质培养。为什么有的优秀运动员离开了赛场就无所适从?究其原因,他们除了体育竞技能力以外,其他什么都不会。其实,学校重视体育教学,不能以学生文化素质缺失作为代价。综合素质、文化课程的培养,对于体育特长生来说,同样非常重要。

所谓“体教结合”,体育和教育缺一不可。同时,“体教结合”也为培养体育人才拓宽了门路,可以发现更多的具有体育天赋和潜力的学生。说到底,体育、教育事业最根本的培养目标就是关注学生自身成长,这也是人才培养的内在要求。

从“讲台”走下来

□ 郝旭光

师是“俯视”大部分学生的。这里面隐含了一个重要的心理学意义:当一个人俯视别人的时候,要尊重对方是有一定难度的;当仰视别人时,不尊重对方也是有难度的。

1928年罗格出版的《以孩子为中心的》中主张,在以孩子为中心的学校里,应当由孩子决定他们要学什么,而逼着孩子按照现行的课程设计学习,将抑制学生自我实现的能力。从那时起,美国的课堂里就悄然发生了一场教育革命:课桌椅不再排列成行;学生越来越多地围坐成圈,形成小组,成为所谓“主动的学习者”。

将学习的主动权交给学生后,人们不再满足于知识从教师向学生的单向传递,而是代之以“启发式”或“放羊式”积极参与的主动学习,这也能解释为什么美国能够产生那

么多世界一流的科学家和艺术家,而且美国自第一次世界大战之后就开始了绝对大多数的诺贝尔奖。尽管今天美国重方法而轻知识的教育倾向导致美国中小学生在应试成绩平平,但我们的“灌输式”或“填鸭式”教育却扼杀了最聪明学生的创造性,虽然在知识掌握及国际竞赛方面我国中学生总是处于领先地位。

如何发挥我们的教育优势,学习美国的教育理念,避免他们已经暴露出来的弊端,需要我们教育工作者不断思考。我认为,首先应当从“讲台”走下来,增加教师与学生的沟通交流。实际上,这也是我们目前提高大学教学质量最容易也最迫切的操作。只有改变教育观念、真正尊重学生,教师与学生才会互相激励、共同成长、实现双赢。

办公室恋情是非多

□ 白芨

己,那么,他(她)很可能就是你所认定的职场伴侣。

职场人眼中的“伴侣”,其实既有可能是同性,也有可能是异性。只不过许多同性之间往往更多存在相互竞争的关系,会本能地产生相互戒备的心态,除非双方在年龄、外形、背景、经历等各方面条件相当,有共同语言,这样的两个同性也许会成为亲密伙伴;而异性之间会由于两性间天然的互相吸引,更加容易放下戒备,相互信任支持。在职场,很多男女会把和他们心仪的异性一起共进工作午餐作为一种减压方式。

如果职场人士需要找一个人聊天工作中遇到的苦闷,或排遣内心寂寞,为什么不向生活中的伴侣倾诉呢?这是因为有些人是另一半之间本就缺乏沟通,还有些人觉得另一半无法了解自己工作中的具体困扰,或者担心自己在另一半面前过于唠叨,影响夫妻感情。



“运动场上摸爬滚打磨炼出来的品格和意志,远非书本上僵硬的知识所能比拟。”



“应当从‘讲台’走下来,增加教师与学生的沟通交流。这也是我们目前提高大学教学质量最易也最迫切的操作。”



“职场当中的良伴可遇不可求,而涉及异性之间的关系,还真的不能完全跟着感觉走。”

4月的一天,去附近的稻香村门店,想买几块叫做“鲜花玫瑰”的点心。这种点心是稻香村的传统名品之一,外面几层酥皮,里面包着玫瑰花瓣的糖馅,食之甘糯可口,食毕齿颊留香。想想,谁能不爱玫瑰的芳香呢?可是,热情的售货员这一次却问我:“不买几块时新的鲜花紫藤尝尝吗?”

“紫藤?你是说现在在外面正开着的那种紫藤花吗?”

“对呀!要不怎么叫时新呢?紫藤花就开这么几天,过去了,再想吃就要等明年了!”

我一直了解稻香村产品的做工考究,却惊讶于他们对产品的设计与原料的选择居然精细到如此地步,且与时令结合得如此贴切——那“鲜花紫藤”自然也错不了,淡淡的清香,正是春天的味道。

后来,因为工作的关系,对稻香村的了解越来越多。了解得越多,就时有惊喜,而且还有些安慰。

我不想赘述稻香村对原料近乎苛刻的选择,也不想赘述他们为保证产品的口感和美味,至今仍保留着的部分人工作业的工序。这些都作为企业文化被一直传承下来,一丝不苟



儿童电影≠动画片

□ 端然

好的儿童电影就应该是成人与儿童的对话,父母告诉孩子如何积极乐观地面对人生,孩子告诉父母童年里透明纯粹的快乐。

刚刚过去的“六一”儿童节,扎堆儿的儿童电影好不热闹:好莱坞的《疯狂原始人》延长档期;国产的《魁拔2》、《潜艇总动员3:彩虹宝藏》、《辛巴达历险记》等密集上映。热闹之余,也不免叹息:为什么7部电影里绝大部分都是动画片,真人儿童故事片依然很少?

给孩子看的电影不是只有动画片,对走向独立和成熟的青少年而言,儿童电影不该总是那么“低幼”。

不可否认,动画电影是非常适合孩子的一种电影形式。笔者依然清晰记得并深刻怀念着小时候看的《大闹天宫》、《哪吒闹海》、《九色鹿》等上海美术电影制片厂的儿童电影,那些将传统文化的精神气韵与中国式绘画的表现形式融为一体的经典,今天看来依然美轮美奂。

好的动画片并不幼稚,看似天马行空的故事,也是对现实的另类思考。但是,动画片毕竟有局限。孩子们在长大,不能总徘徊在童话世界里,现实生活不会总像“喜羊羊”打败“灰太狼”那么简单。他们的心灵要成长,要慢慢读懂多彩而复杂的现实,在挫折中学会坚持理想,在前进道路上懂得友谊的重量,逐渐树立起积极正确的人生方向。这些都必须有现实的依托。

真人儿童故事片并不是没人拍,西安籍导演张忠华就一直在坚守,“我童心未泯,我要扛起中国儿童片的一面旗”。但是,他拍的不少儿童片都没走进影院。中国儿童少年电影协会会长侯克明说,“去年我国国产儿童片为70部,动画片占到20部,动画片大都进了影院,但50部儿童故事片中,能走进影院的不到10部。”

或许我们可以责怪市场过于急功近利,但儿童故事片不吸引人是摆在面前活生生的现实。笔者“六一”参加了第九届北京青少年公益电影的开幕式,开幕影片就是《闪闪的红星》中“潘冬子”的扮演者祝新运导演的《太阳脸》。40多年过去了,祝导演延续着当年革命战争时期的思路,还在讲孩子们如何打鬼子,还意在告诉孩子们今天的幸福生活多么来之不易。时代已经变了,故事的内容和讲故事的方式是不是也该与时俱进?创作者人如果总是在儿童电影中强调太多的教育意义,总是在说教,总是和现实生活脱节,谁会爱看?没有观众,就没有票房,吸引不来投资,如何走出恶性循环?今天的孩子们面对的是全球化、信息化、现代化的世界,心智成熟程度超乎父母的想象。今天的孩子喜欢看什么电影,需要细细思量。

儿童电影的衰落,也有体制机制的原因。这个“六一”是中国儿童电影制片厂的32岁生日。它曾经获得金鸡奖、童牛奖、国际电影节奖等120多个奖项,如今却窘迫得只剩下了一个厂名、一个厂长。辉煌于计划经济时代的影厂,没法适应市场经济,灿若繁星的奖项不等于打动人心的作品,至今我们依稀记得的只有一部《霹雳贝贝》。

快放暑假了,电影暑期档即将拉开大幕,很多家长又要头疼如何选一部孩子和大人都爱看的儿童片了。其实,好的儿童电影就应该是成人与儿童的对话,父母告诉孩子如何积极乐观地面对人生,孩子告诉父母童年里透明纯粹的快乐。按着这个标准去创作,儿童电影怎会不吸引人?