



当黄海波再一次赞赏“××家纺的被子,中国一个驰名商标,又轻又暖,平时6000多元一条”时,我愤然关了电视。

本来,这段时间在小伙伴的推荐下每晚看看《咱们结婚吧》,是个挺好的休闲方式。随着剧情跌宕起伏,看看大都市里的“恨嫁女”、“恐婚男”的奇葩相亲故事,看看高圆圆、黄海波斗智斗勇,觉得还挺接地气的。没承想,愈演愈烈的植入广告,成了这部电视剧的最大败笔。

起初,当某化妆品大包装袋远抢镜头时,当男女主角开同一品牌汽车时,当两个相亲对象在水吧非要点某瓶装奶茶、矿泉水时,我还能忍,毕竟,拍电视剧也是要投入的。但当不管与剧情有无关联,演员都要生生加上一段广告词时,大热天的非要送头次见面的丈母娘一床羽绒被,还要几次三番夸奖这被子特暖和,价格昂贵,打折还要3000多元,我真觉得要吐了。看电视剧,要的是“入”,投入到剧情里,为主角的悲欢离合而心动,这些硬生生加入的广告却非让你“出”,每一次都把你从剧情里拽出



补上急救这块短板

□ 杨国栋

加强急救培训,让更多人掌握急救知识,也许就能在关键时刻救人一命。

前不久有报道称,乘客在公交车上突发急病,因抢救不及时而失去生命,引发了对公共服务领域实施急救的关注。有市民表示,若有人懂急救,车上有急救设备,或许能救人一命。

公共服务行业每天接触大量人员,发现急病患者或事故伤者的情况远高于其他行业,对员工进行专业的急救培训,配备相应的急救设备以备不时之需,不仅是其应尽的社会责任,本身也是优质服务的表现。对公交司机进行上岗前的急救培训,或每年定期组织相关培训,只需要一两天的时间,不会太耽误功夫,为什么不能补上这块急救短板呢?

资料显示,我国87%的心梗发病都在医院外,而25%的病人都因第一目击者不懂急救措施而死亡。这一数据充分说明了普及急救知识的重要性。中国红十字会总会、公安部、交通部2006年联合下发的《关于深入开展救护培训工作的通知》规定,“公安、交通部门要把自救互救知识和技能的培训作为岗前培训的必要内容,纳入驾驶人培训和考试体系之中”。显然,急救培训不只针对公交司机,而是驾驶员培训的必修课,每个司机都应该掌握急救技能。

然而,3部门的文件在执行过程中却变了味,很多地方并没有认真开展急救培训,而是将其当成了敛财的借口。一些地方交钱就当场发证书,无需参加任何培训;有的地方虽然正常开班,但学员去不去悉听尊便,根本没有有效的考核监督机制。虽然到2012年底,我国机动车保有量已达2.4亿辆,机动车驾驶人数量达2.6亿人,但全球第一的司机数量显然并未带来急救知识的普及。各类街头急救的热心人多为医护人员或受过专业训练的警察、军人,一旦无此类人员在场,大家就只能打电话呼救了。像此前发生的“国人围观,老外施救”尴尬一幕,围观者未必都是胆小怕事或过于冷漠,恐怕主要是因为缺乏急救知识,想救也无从下手。相比之下,发达国家对驾驶员的急救培训就比较到位,很多国家的中小学也有类似课程。因此,老外们才敢主动出手。

加强急救培训,让更多人掌握急救知识,也许就能在关键时刻救人一命。对拯救生命有重要意义的急救培训不应该也不能走过场,更不允许交钱免考,而应列入驾照考试范围,让驾驶员真正掌握急救知识。具有公益属性的急救培训理应由政府买单,而不能简单地向驾驶员学员再收一笔“救护培训费用”,这样也可避免公众对急救培训属于乱收费的质疑,让他们能真正静下心来学好急救知识。

告别“咱们广告吧”

□ 王晋

不论软广告还是硬广告,不论植入还是不植入,达到的效果都应该让消费者心动,有良好的体验,有购买的冲动。

来,告诉你,下次,记得买这个品牌哦!你说,这多么痛苦!

我的感受并非孤例。跟随《咱们结婚吧》收视不断走高的,还有网友对植入广告的猛烈吐槽。有网友说,“《咱们结婚吧》是要挖电视台墙角、革广告的命运!这就是为了播广告而拍的电视剧呀!”还有人说,“《咱们结婚吧》该改名叫《咱们广告吧》,打着剩男剩女的牌子,却做着电视导购的勾当。”

有细心的网友作了统计,仅在前30集中就有49个植入广告,片尾的鸣谢单位有近80家!从矿泉水、洗衣液、胃药、减肥茶、车险,到婚纱店、白酒、化妆品、相亲网站,植入广告几乎囊括了各行业。“植入泛滥,连台词都有广告”,这让观众直言,《咱们结婚吧》堪称史上最长广告片,数量、密度都超出了观众忍受极限,足以载入国产剧史册。

不好做广告代言的不是好演员!这不,因为植入广告做得还不够到位,该片制片方北京华录百纳影视股份有限公司与四川黄老五公司打起了官司,制片方称对方并未按照合同约定支付全额报酬,黄老五公司又反诉制片方,称剧中植入的产品包装错误,制片方未给予足够时间审核植入情节,拒付剩余费用。双方对簿公堂,比电视剧还热闹火爆。

广告广告,不论软广告还是硬广告,不论植入还是不植入,达到的效果都应该让消费者心动,有良好的体验,有购买的冲动。同几个朋友聊了聊,由于《咱们结婚吧》植入广告过于生硬拙劣,不仅影响了观剧感受,还影响了对这些产品的认可,想购买此类商品的欲望大打折扣。这恐怕是广告商始料未及的。

高考改革,不妨多些耐心

□ 清风

萧何月下追韩信,徐庶走马荐诸葛;二是想方设法贴近帝王自荐,如毛遂以门客之身自荐使楚,伊尹以烹饪之术接近商汤。直到科举制度的出现,才给一大批底层知识分子提供了一个相对公平的竞争平台。于是,“朝为田舍郎,暮登天子堂”的美好蓝图,激励着一代又一代的知识分子“头悬梁、锥刺股”。

今年正是恢复高考制度36周年。30多年来,正是高考让知识分子真正体会到了高考改变命运、知识改变命运。同时,高考为国家“科技兴国”的方针提供了充足的人才保证。所以,无论从自身还是从更宏观的角度来看,高考改变的远不止一代人、几代人的命运,高考改变了中国。

我认为,以高考为代表的应试教育至少具有以下优点:

一是体现了一种至少到目前为止最公平的竞争手段和选拔制度,它使一大批寒门学子真正凭借自己的努力改变命运。在中国历史上,选举人才的方式分为3种:察举、荐举和科举。汉代实行察举,魏晋南北朝实行荐举,隋以后实行科举。可见,实施科举之前,人才的发现和选拔除了世袭就是推荐了。世袭自不用说,推荐的路子一是遇见“贵人”相助,如

萧何月下追韩信,徐庶走马荐诸葛;二是想方设法贴近帝王自荐,如毛遂以门客之身自荐使楚,伊尹以烹饪之术接近商汤。直到科举制度的出现,才给一大批底层知识分子提供了一个相对公平的竞争平台。于是,“朝为田舍郎,暮登天子堂”的美好蓝图,激励着一代又一代的知识分子“头悬梁、锥刺股”。

高考的另一大优点是使大家重视了知识,这一点也类同于科举制度。科举之前知识分子可谓“百无一用是书生”,直至科举的出现,知识分子的地位才空前提高。状元高中后那种“春风得意马蹄疾,一日看尽长安花”的喜悦,真真切切地让人们体会到“万般皆下品,惟有读书高”的含意。

然而,千年科举的弊端不可避免,八股取士的呆板注定了中国在科学方面碌碌无为。而现代高考恰恰弥补了这种遗憾,不仅自然科学,经济、艺术、外语、管理等各种学科也粉墨登场,这又是高考的一大优点。

然而如前所述,高考的弊端也不可

避免地出现了。“跟蒸包子一样一屉一屉的,出来一模一样。”国家图书馆馆长任继愈指出,目前中学和大学教育的基本问题是:课程太满,学生没有自己的时间,不能培养自己的爱好,创新人才难出。我想说的是,岂止中学和大学教育,应试战车都已开进幼儿园了!

但是,在没有更加公平的制度出现以前,我认为高考制度很难改变。我们的国家和教育部门也在积极探索高考制度的改革,这需要时间。以往所谓的高考改革,比如招收委培生和自费生、保送生制度等,都付出了相应的成本,也带来了不少负面效应。近年来,国家在素质教育方面付出了很大努力,比如在考试内容上推行“3+X”,作文题目多种多样,外语增加听力考试,在一些试题中加入了研究性学习的元素,都是在向“考能力”方向发展。但我们不能忘记北师大著名教授王策三的话,“考试有它固有的局限性,既要积极改革,又不要有理想化”。我想,我们还是耐心一些吧。

另外,经常在微信里发些实用的内容,可以帮助别人,为朋友们提供各种自己认为有价值的信息。当然,人们无聊时也需要微信,这时微信就成为人们打发无聊时光的一个有效平台。

不得不提的是,微信的流行和“微信控”的出现,也与现在国人的浮躁有些关系,这种表现在大城市里非常明显。每个人都行色匆匆,忙得坐不下来;每个人都想读书,但希望是“快餐”式的,拿来就好用。于是,大家希望微信能提供一些捷径。不可否认的是,微信中的一些“人生哲理”中确有精华,但也不乏浅薄文化,迎合了一些人的短视行为和浮躁心态。其实,微信里传播的好些所谓的哲理,名著、经典里早就说过了。

人人渴望被关注

□ 郝旭光

就会产生这种对安全的需要。一般人总是害怕孤独,且常常厌恶孤独,一旦孤身一人或独处便觉得不安全。看看微信里人们在干什么,将自己置身于微信的环境中,就不会感到自己的孤独,这就满足了人们对安全感的需求。

威廉·詹姆斯说,渴望得到别人的认可和赞赏,是人类埋藏最深的本性。人人渴望被关注,每个人都喜欢得到他人的赞美。即使没有特别的东西可以发微信,家里的菜品也可以发啊!微信一发,圈里的朋友会立即收到,并且给予关注。而且,朋友圈对此给予的不同评价更可以满足人们对赞美的渴望。这也是为什么人们愿意把各种各样的东西拿出来“晒”的一个重要原因。

诗意回来了,就是好日子

□ 徐达

会的新陈代谢,如今的孩子身上,多了现代与新潮,却少了古典与精神。

生于上世纪80年代的笔者记得,《国风》、《离骚》的辞章,孔孟、老庄的思想,李白、杜甫的诗篇,苏轼、易安的词调,“西厢”、“牡丹”的故事,“三国”、“红楼”的世界,伴了我们生命中最为激荡的青春时光。现在想来那些物质上相对单调的日子,却不乏朴素的愉悦和诗意的想象。记得高中时代在筒子楼里上课,每天清晨早操后,伴着鸟儿的鸣叫和第一缕朝霞,教室里书声琅琅而起。时至今日,这些辞章还下意识在耳边回响,随着时光流逝和生活阅历的增加,这些句子如越陈年越香醇的老酒,总能带给我诗意的回想,让我得以更睿智、淡定且悦然地生活。

一位仍在学术圈的学友,酷爱金石学,每日辨识文物、研习字画。一日挥笔

书就李白的《将进酒》后,发微博言,“每次书写《将进酒》,总会想起年少读诗背诗的时光,那会儿,真好”。笔者也珍惜那些日子,以及伴随而来的诗意。隐约感觉得到,未来将以怎样的繁杂琐碎,消磨这份浪漫与绚烂;生活将以怎样的庸碌世俗,消融这份诗意与想象。如果说我们将以一生浸淫其中的是入世的现实,那么,请保留一颗诗意的心。人乃万物灵长,岂能异化为现代工业流水线上一个扁平的零件?在这个谓之“多元审美”、“众声喧哗”的时代,如赵国先生所言,“士大夫的经世热情与有关的价值态度,至今仍活在知识者的灵魂中”。不独“知识者”,我们每个人只要保持赤子之心,那种感觉就不会遥远——这一点,似乎可以与年龄无关。正如当年风靡一时,激荡了一代人的北岛在《回答》中所言:“新的转机和闪闪星斗/正在缀满没有遮拦的天空/那是五千年的象形文字/那是未来人们凝视的眼睛。”其实,生活中不乏诗意,只是需要我们以细腻灵动的眼光去发现和唤回。诗意一旦回来了,就是好日子!



体育,期待数字的力量

□ 何不器

任何一个产业的良性运行和发展,都必须建立在对该产业的生产运行状况进行系统全面了解的基础之上。

看某电视台的一档体育谈话节目,才想起来今年是中国足球职业联赛的第二十个年头。节目嘉宾有人是当年的球员,用收入来做职业化前后的对比。有人只能记起一个大概了,说到职业化前每月挣30多元钱。马上有人怀疑,到底是哪一年挣30多元也无定论。当时我就想,这肯定也是个不记日记的。

没有从小养成记日记的习惯,是我人生的一大遗憾。小时候错误地以为,如果没有什么思想心得,记录每天看似重复的琐事并无意义。旧时的本子上,除了偶尔记下几笔读书得来的名言警句,其他都是空白。时至今天,偶尔想要追索一些旧时的准确数据,才不能不承认,往事连烟都不是,都成了看不见抓不住的空气!这就是数据库缺失的无奈。

体育赛事中会产生各种相关的数字数据,往小里说有诸如比分纪录这样的技术统计,往大了说有赛事相关的种种门类的数据,球员收入虽然可能有部分属于商业秘密,但可以公开的部分也是不能遗漏的。我特别佩服NBA,他们的数据统计算是做到了家,既有每个球员、每个球队的数字对比,也有整个联盟的数据档案。比如上周日科比在与猛龙的比赛中复出,NBA马上提供了一系列相关数据:科比职业生涯上场时间在现役球员中排名第二,在NBA历史上排名第十四;科比上赛季的场均得分在所有打了17个或更多赛季的球员中排名第一,上赛季科比的场均上场时间也创造了NBA历史纪录(在联盟征战17个赛季或者以上的球员)。科比在常规赛再得676分,就能超越迈克尔·乔丹,跻身NBA历史得分榜的第三位。科比如果在季后赛中得到348分,就能超越乔丹,成为NBA历史上季后赛的得分王。这些详尽的数字,往往能为一场看似平常的比赛带来更多的看点,提高赛事的关注度。这也是数字的力量。

我们的联赛也有数据统计,无论是足球篮球排球,和NBA这样成熟的职业联赛相比,都还显得比较简单粗陋。你要找一些单纯的数据可能还不难,如果需要多层关联的数据就不是很容易了,数据的记录统计也有很多错漏。常看CBA联赛的人都知道,某队的外援如果在主场比赛,三分球命中率几乎永远是100%,但从电视转播中可以看到,他投出的三分球不止一次偏筐而出。错漏的统计往往会影响到联赛各种奖项的归属;某年联赛常规赛最后一场,某球员在助攻总数落后9次的情况下,在主场不可思议地送出28次助攻,超越对手夺得常规赛助攻王。这个28次的纪录到现在也没有人能够接近,更不要说超越了。但所有人都明白,这是一个充满争议的数据。数字的不确定也损害了联赛的公信力,由此可见数据统计之于体育的重要性。

再扩展一下范围,准确、完善的数据统计,对于体育及相关产业的发展也非常重要。任何一个产业的良性运行和发展,都必须建立在对该产业的生产运行状况进行系统全面了解的基础之上,这一目标必须通过产业统计才能实现,否则不可能对该产业的发展进行科学的监控和管理。对体育产业而言,就是依照市场价格从体育产品的生产、分配、消费和积累等方面来全面考察体育产业生产的运行状况,通过真实的基础数据,客观、全面、真实地了解体育产业基本状态。我们的国民经济行业分类中早先并无明确的体育产业分类,2008年后虽然也试行增加体育及相关产业分类,但和建立系统科学的体育产业统计指标体系尚有距离。以体育用品行业来说,哪些产值应该归入体育产业,哪些又应该归入其他行业分类,至少我没见过一个明确的数据。又如体育赛事,比赛日收入哪些可以算作体育产业的创造,哪些又属于其他服务业,都是有待解决的复杂课题。