



市民不高兴,赛事难顺心

□ 郑杨

国际赛事不只是为冠军而办,群众能热热闹闹地参与,把运动理念普及开来才最关键

被认可为“国际化城市”,实现“华丽转身”,这类例子并不鲜见。如巴塞罗那以1992年那场奥运会为契机,接连举办世界游泳锦标赛、世界曲棍球锦标赛等赛事,成功从工业化的港口城市转型为服务型的美丽海滨城市。

虽然前景令人浮想,但事实是,不少城市在中办国际赛事时存在明显的盲目性,投入大量人力、物力、财力,却并未达到预期效果,乃至出现“反效果”——华而不实的赛事场馆、频繁的交通限行、针对“高危人群”的过度安保,以致被市民诟病“劳民伤财”。

该不该中办某项国际赛事?城市主政者心中应该有一杆秤,那就是城市的主人——市民们是否欢迎、是否受益。事实上,许多国际赛事在选择主办城市时,也都是以此为考量的。世界羽协主席拉尔森在谈到为何选择东

莞时,便直言“不是因为经济,而是因为这座城市的羽毛球氛围”。东莞拥有50万羽毛球爱好者、1500多片羽毛球场地、每年600多次赛事,这些都深深吸引了前来考察的拉尔森。

如何才能办好国际赛事,使其真正成为城市形象加分?青岛、东莞等城市的经验值得参考。首先是在赛事的选择上,一开始便要考虑到该赛事与城市体育精神的“兼容性”,包括群众认知度、职业化水平、广泛开展该项运动的条件等。如青岛利用国内一流的帆船运动场地和群众基础,成功举办了青岛国际帆船周、国际极限帆船系列赛、国际帆联世界杯等重大赛事,使帆船成了亮丽的城市名片。

其次是在赛事举办过程中,要尽力提升市民的参与度。但我们常常看到一些相反的情形,一些城市对所谓“国际形象”过度紧张,草

木皆兵,不是想方设法让群众融入,而是设置种种门槛“严防死守”。我们高兴地看到,此次东莞举办苏迪曼杯不仅对市民、而且对600万打工者敞开了胸怀,赛前东莞陆续开展了多达34场文体推广活动,均不限户籍鼓励大家参与,增强了市民对举办国际赛事的自豪感,更增强了外来务工者对城市的归属感。

最后,想单凭一次国际赛事打造“城市名片”,未免天真,功夫不能只在赛时,更要通过长期努力,建立起推广、提升运动水平的长效机制。东莞为了提升羽毛球竞技水平,不仅争取到了国家羽毛球队训练基地、李永波羽毛球学校这样的高端资源落户,而且每年在各个社区开展羽毛球义务培训,鼓励群众免费参加,至今已培训超过1.3万人次。

“苏迪曼杯不是冠军的问题,体育不是专业的问题,青春不是年龄的问题。”白岩松在参加此次迎苏迪曼杯长跑时一番感慨,当令城市管理者们深思。国际赛事不只是为了冠军而办,就像体育运动不是运动员的专利,群众能热热闹闹地参与,把运动理念普及开来才最关键。



名不正 事难成

□ 于中谷

人们日益增长的多

元出行需求,需要更加

多元且合法的解决方案

日前,广州市多部门联合行动,对一家专车公司进行了联合执法检查。据报道,相关部门还暂扣了该公司一批手机终端等经营工具,并查处了部分违法经营行为。

因为没有客运牌照,涉嫌非法营运是目前红红火火的专车服务所面临的首要问题。在今年年初,就已有人因使用滴滴专车软件送客,被客管中心执法人员认定为非法运营,并处罚款。

都说互联网搅局出租车市场,钓的是移动支付的大鱼,可是,当一种新生事物出现时,其所面临的首先就是自身的合法性问题。

从情理上来说,专车通过全新的技术手段更好地满足了人们的出行需求,一定程度上解决了“打车难”,其存在具有一定合理性。

记得有一首名为《大雨》的打油诗,其诗云:那天大雨/你走后/我站在芳园南街上/像落难的孙悟空/对每辆开过的出租车/都大喊:师傅。

大喊“师傅”后,只见出租车一溜溜地开过,停下来应声的却不多。在都市生活中,这样的无助让人无奈。

长期以来,出租车行业内存“富了老板、苦了司机、坑了百姓”的现象。一方面,出租车司机因收入微薄叫苦不迭;另一方面,人们对“打车难”的抱怨连绵不绝。这表明,推进出租车运营市场改革势在必行。

近几年,随着移动互联网和智能手机的普及,打车软件热闹走红。由于有补贴,收费低,备受人们青睐。而“专车服务”的出行理念和技术手段的革新,在为人们带来各种便利的同时,也掀起了颠覆传统出行方式的旋风。一份监测数据显示,截至2014年12月,中国打车APP累计账户规模已达1.72亿。

互联网打车软件可以说是契合了当下人们日渐更新的出行消费方式,更便捷,更个性化。一位网友体验了专车服务后如此评价:“作为消费者,有了taxi以外的选择,而且相互良性竞争,是个好事。”

令人羡慕的是,在上下班之余,从事专车服务的车主们还能挣点生活补贴,这无疑给忙碌的都市生活又增添了些许轻松。与竞争激烈的出租车市场相比,专职专车司机甚至可以过着“每天睡到自然醒,月入3万是平常”的生活。

然而,随着专车服务的推广,问题也随之而来。例如,司机驾驶技术参差不齐,乘客体验感差;司机不认路用导航,以至于误了乘客时间,徒增车费;专车公司偏袒乘客,使得司机无处说理。

如何把“有车的人”和“出行的人”既合法又合理地结合起来?最重要的是,相关部门在依法正当履职的同时,不能一查了事,简单等闲视之,而应尽快研究利用互联网平台创新推出约租车服务,进而通过建立打车软件、专车服务的市场规范,整合闲置运营资源。这在规范行业的同时,也为人们出行提供了更加合法优质服务。

“触动利益往往比触及灵魂还难”。出租车行业改革无疑是一块“难啃的骨头”。人们日益增长的多元出行需求需要更加多元且合法的解决方案。打破出租车行业垄断,实行市场化运营机制,专车服务已经开了头。

回归传统

□ 王鑫

用综艺嫁接中国传统文化 文化的尝试可能还不成熟,但这种“回归”无疑具有时代意义

这两年,荧屏节目用综艺嫁接文化的做法,已成为一股新生力量,赢得了不少观众的喜爱。进入2015年,以汉字、成语、诗词等为内容的电视节目数量显现井喷态势,从《汉字听写大会》、《中国成语大会》、《中华好诗词》、《汉字英雄》,到贵州卫视的《最爱是中华》等,粗略算下来,今年开播的文化类电视节目达数十档。这些节目,引入了丰富多彩的综艺表现形式,让传统文化一改刻板、严肃的面孔,在荧屏上轻盈、活泼起来。

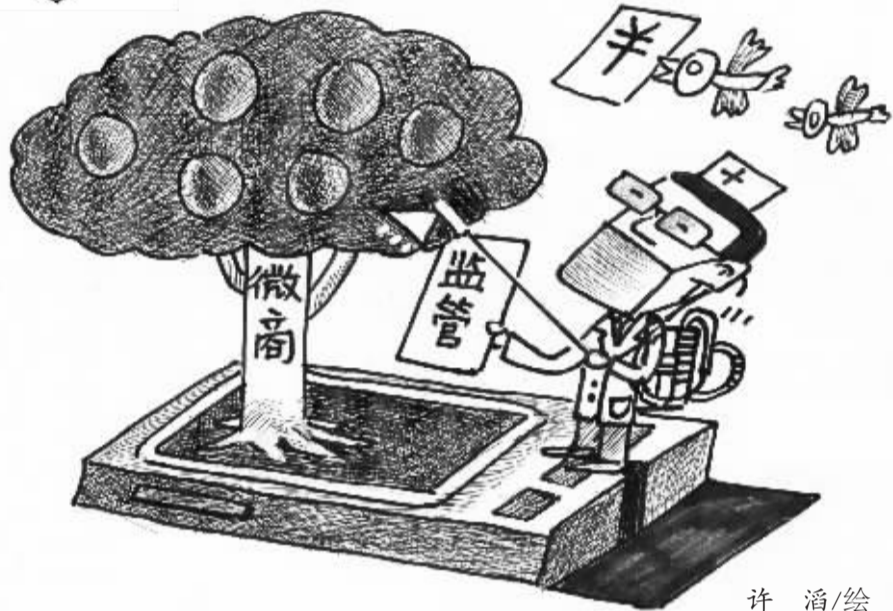
一大批文化类电视节目的兴起,一方面为中华优秀传统文化的传播弘扬提供了平台和渠道;另一方面也用了有温度、有新意的电视表达,为追逐娱乐和喧嚣的荧屏带来一抹亮色。事实上,荧屏文化节目的火爆,既体现了电视工作者对传播中华文化的责任,也契合了当前传统文化强势回归的社会大背景。

目前,我国不同层面的人群都呈现出对传统文化的热忱。从汉服成人礼、汉服婚礼的火热,到国学书院受追捧;从民间乐于举办伏羲、黄帝、大禹的祭祀活动,到海外孔子学院的声名鹊起……甚至连去年APEC会议期间,各国领导人也集体穿着具有儒家服饰特点的“新中装”亮相,这被视为国家层面文化软实力的第一次自信展示。

这种传统文化的热潮,更多体现的是国人对中华文化的认同和反思,是很多华人追求文化自信、文化认同感的重要表现。传统文化曾是中国百姓的“信仰”,中国的影响力不仅仅体现在政治经济上,更应体现在文化上。

国学热反映到荧屏上,就是众多电视工作者在尝试用喜闻乐见的方式把传统文化传播出去,一方面符合社会文化趋势,另一方面也是媒体人的职责所在。

无论是荧屏文化热,还是近年来的国学回归潮,轮番登场的文化现象折射了当前社会的文化回归思潮。或许汉服成人礼的学生并未完全了解汉学的价值、国学书院的孩子们不能深刻领悟经书的精髓,文化综艺节目的观众们也不能完全记住节目中传递的文化符号。但传统文化思潮的兴起、尤其是多档文化类电视节目的轮番登场,使传统文化通过大众传媒,以一种更轻松的态度走进了人们的生活,也让更多人重拾对中华文化的热爱。荧屏上涌现的众多文化综艺节目,恰好在这样的一个历史的“当口”,在激烈的收视竞争中另辟蹊径,同时以综艺的“范儿”传播了中国传统文化。这种尝试可能还不成熟,但这种“回归”无疑具有时代意义。



许滔/绘

监管微商

□ 周歌

微信兴起,微商随之火爆。但大部分微商的经营消费目标是小范围的,大多没有在工商部门有任何形式的注册,没有信誉担保,更没有第三方支付平台。

窃以为,任何商品在流入市场的过程中,都必须经过严格的审核与把关。相关监管部门应多一些主动,充分结合当前网络市场大发展的趋势,认真负责地加强网络市场的监管,并积极寻找适合当前网络环境的监管手段。



是婉转表达,并且保护了对方的自尊心,保证了与对方继续沟通的顺畅性。

——肯定时,高层次的巧用“但是”。这可以用来表达转折,前面说的是否定,但是后面是肯定。正好是上述得失效应实验的第三种情况,强调的是肯定,更强调了从负面到正面的转化。例如,对方对你说:“您这篇稿子花的时间太长了”,“得,又要挨批评了”,你心里此时忐忑着。可对方的下一句话却是“但是,质量非常高”。怎么样,出乎你的意料之外吧?

巧用“但是”还可以用于前后递进。例如,客人对你说,“你这个饭菜做得太好了,但是,有个很大的问题,“你可能心里咯噔一下,“出什么岔子了?”对方接着说“什么问题?这么好吃,这不是引诱我犯错误吗?我万一没有控制好,不就多吃多了?”这明摆着是有技术含量的明贬实褒啊!——避免与顾客争执,巧妙说服时可以用“但是”。例如,客户认为你的产品贵,怎么办?“我们的价格是太贵了,但质量可好啊。”

巧用“是的”,“但是”句型,例如,证券营业部对抱怨委托费高的客户可以这样说,每笔委托费“是”高了一些,“但是”我们能保证你尽快成交;我们现在的产品“是”贵了点,“但是”以后还得贵;别人的产品“是”便宜,“但是”以后的维修费更高啊。

总之,说好“但是”是个小技巧活,漂在职场,还是多学两招吧。



这样的狭隘观念和自私想法,不但会荒废了政事,辜负了朝廷的信任和百姓的期待,而且也会以自己的影响力败坏社会风气。幸好宋祁后来醒悟了,不然,“二十四史”的作者中也就没有他的名字了。

“勿以穷达而易辙,勿以夷险而易心”,无论“穷”与“达”,都要坚守自己的初心。孟子说“达则兼济天下”,这既是为社会考虑,其实也是在为个人考虑。试想,一个人在他仕途通达之后,如果不做一些有益于社会、有益于百姓的事情,要么尸位素餐,要么只顾个人,他的存在还有什么意义呢?他的生命还有什么价值呢?他最初追求和抱负失落后又如何不受蜕变因素的诱惑呢?

“骅骝得路慎于平”,骏马行走在艰难险阻的山路上时,它感到了危机,一定会战战兢兢,小心翼翼,唯恐一失足摔到悬崖下去,形势危急而内心警惕,这个时候看似危险其实并不危险;等到它奔跑在坦途上的时候,它要更加的谨慎,因为往往在这个时候,容易得意忘形,容易轻慢疏忽,那随之也就容易摔跤了,命运通达而内心松懈,这个时候看似不危险其实很危险。“善于处达”,最重要的,就是要在人生物达时不忘时刻保持内心警戒。

说好“但是”

□ 郝旭光

职场中不要轻易说“但是”,

说就把它说好

职场中沟通的最低要求是“说清楚”,最高要求是“赢得好感”。赢得好感容易吗?不容易。中国人平时说话最怕什么?毫无疑问,最怕“但是”二字。为什么?因为前面的内容是客气,“但是”后面却是本意。因此,职场中不要轻易说“但是”,但说,就把它说好。如何才能说好“但是”?

——与人为善、成人之美。沟通时态度要真诚,目的要善良。沟通时常常要表扬也要批评。批评时,要与人为善,批评不是为了宣泄自己的负面情绪,而是要保护对方的自尊心并且希望对方接受后加以改正。

——否定别人时,用“也”代替“但是”。为什么?因为这符合得失效应的原理,避免了得失效应。

心理学家曾经做过一个实验,假设有4种情

况:张三对你正面评价;张三对你负面评价;张三对你的评价先负面再转为正面;张三对你的评价先正面再转为负面。

心理学家的实验表明,受试者在第三种情况下比在第一种情况下更喜欢张三;相反,受试者在第四种情况下比在第二种情况下更不喜欢张三。总之,受试者在第三种情况对张三的喜欢程度最高。

这就是得失效应的表现。从评价全过程中的得失变化可以找到得失效应的原因。第三种情况属于超出预期的“得”,第四种情况则属于超出预期的“失”,第一种情况和第二种情况则是正常的没有超出预期的得或失。显然,超出的“得”可能让人们喜出望外,超出预期的“失”则可能使人感到很不高兴甚至愤怒。这表明,决定对评价者喜欢程度的,除了赞美和批评及其总量,更重要的是赞美和批评的变化量。

因此,否定别人时,如果用“但是”,恰恰是得失效应实验的第四种情况,它强调了否定,更强调了从正面到负面的转化。而用“也”字代替“但是”,就可以避免这种情况。保护对方的自尊心。在职场中若把“但是”换成“也”,效果是否会好些?答案是肯定的。例如可否这么说:

“您说得很有道理,我这里也有一个不错的主意,不妨我们再议一议,如何?”本质上都是不同意对方的意见,但用“但是”是直接否定,伤了对方的面子,极可能引起沟通的停滞。用“也”字

读,从他那时的身上,可以看到文人的坚忍和毅力,可一旦中了举,就有点不模样:“昔日踉跄不足夸,今朝放荡思无涯”,走马观花,得意洋洋,轻狂放荡,按捺不住。如果是普通人也就罢了,可他是一个中举后就意味着要走向仕途的人,是要担当一方责任的人,缺乏面对胜利的淡定和从容,就可以想见他的心态了。像这样遇到成功就头昏目眩、不知南北的人,指望他能以正确的姿态面对失败和挫折,那几乎是不可能的事。后世评价唐代后期“文人轻薄”,这“轻薄”,也指这方面而言。

像孟郊这样的人,不在少数。当他们处于困境之中的时候,大都能够洁身自好,孜孜以求,奋发向上,而有朝一日得志了,便显出一种“小人”模样:纸醉金迷,奢靡浮华,及时行乐,丢弃理想,抛弃担当,蝇营狗苟,浑浑噩噩,自甘堕落。比如宋代的大文人宋祁,当了官以后纵情声色,身陷物欲,不能自拔。他的哥哥实在看不过去,就责问他说:你还记得我们当年过苦日子的经历吗?他居然理所当然地说:那哥哥你说,我们当年过苦日子是为了什么?过惯了苦日子,在条件满足的情况下,适当享受也是可以理解的。但把所有的理想和追求都放在这上面,就显得很低级、很庸俗了;而且到了一定的地位之后,身上的责任就大了,生活就不是自己一个人的事情了,操持

小心坦途

□ 李尚飞

在人生畅达时不忘时刻

保持内心警戒

“达”和“穷”是一组反义词。“穷”,指困窘,艰难,不得志;“达”指通达,顺达,志向得到了实现。

我们要善于处“穷”,在“穷”的时候提升修养,默默积蓄,独善其身,静观时变,等待时机。但我们同样要善于处“达”,而且相比处“穷”时,如何对待“达”显得更重要。因为“穷”,毕竟是一个人的事,而“达”,则会涉及他人和社会。

一个人处于“穷”的境况时,要看他的修养,看他的心性,看他的态度;而一个人处于“达”的境遇时,则要看他的胸襟,他的气度,他的目标。

唐代的孟郊,在中举之前,刻苦自砺,努力攻

