



把非遗“带回家”

□ 牛瑾

当非遗与服饰、邮品、家居用品等结合后转化为新型工艺品,被消费者“带回家”,有心人一定会去挖掘背后的故事

得再简单点,当非遗与服饰、邮品、家居用品等结合后转化为新型工艺品,被消费者“带回家”,有心人一定会去挖掘背后的故事,这就相当于为非遗做了广告、提升了知晓度,随后,也才会有更多的人为其传承出力出智。因为用其图案开发出环保布袋、餐垫杯垫,“苍南夹纈”在更大范围内为人知晓;因为其传承人自创了铁壶品牌,“永康铸铁”才走进海外市场……就是很好的例证。

此外,非遗项目的独特魅力又是文创产业无限创意的灵感来源,能够提升产业实力和竞争力。换句话讲,非遗以器物衍生品的形态走进生活,就有可能变成商品,变成商品就有可能产生交易、带来财富。眼见得这是件能成全多方的美事,得抓紧促成才好。只是,在促成的过程中,政府部门也得

做点事,比如,建立完善反哺机制,将“文创+非遗”产业效益中的一部分用于非遗保护与传承,在非遗的公益价值和商业价值之间找到最佳平衡点。

当然,针对非遗衍生品开发,人们也有着这样或那样的担忧。

有人会担忧,很多非遗工艺是一针一线、一匠一心的慢工细活,对非遗产业有着浓厚兴趣的社会资本可“忍受”不了这样的慢节奏,难免出现流水线取代手工艺、商业利益高于传承利益的倾向,让非遗失了精髓。

对应的“解忧”之方就是,促成非遗传承人与设计师、社会资本的合作。与设计师合作,有助在古老技艺中融入现代审美,开拓更多“粉丝群”和年轻的传承人;与社会资本合作,且以技术参股但不参与经营,既可以让

文化有尊严地站在商品平台上,又能让老手艺人有时间有资金反哺技艺。

有人会担忧,“非物质文化遗产”显然是一块“金字招牌”,无节制地开发会让本可深入挖掘的资源只被应用了“皮毛”,对非遗技艺这片潜在“蓝海”造成破坏。毕竟,国内几乎每一个旅游景点都有非遗元素纪念品出售,甚至连路边摊卖的都是非遗产品,已经显露出这样的倾向。

对应的“解忧”之方就是,政府有必要加强引导规范,对非遗标志的申请和使用作出明确规定,保证衍生品开发过程不破坏非遗传承的原真性、完整性。就非遗项目本身来说,也不是所有类别都适合走商业化的道路;相比之下,大量手工艺、中医中药、戏剧、曲艺等更具优势。

总之,源自千百年生产生活传统的非遗只有走进当下生活,才能让更多人走近它、了解它,最后爱上它、传承它。只是在这个过程中,一定要把握好开发的力度与频度。



匠人匠心

□ 秦延安

今天,匠人已不是狭隘的手工艺者,更代表着一个时代的气质,坚定、踏实、精益求精

在街头,看到一位修伞的师傅,一捆伞骨、一把尖嘴钳、几缕铁丝、一针一线,便让那些损坏的雨伞,在他的手下焕发出新的光彩。虽然这修伞的活计并不起眼,一把雨伞掉线或脱骨了在现代人眼里也不是足为重,但修伞的师傅仍然乐此不疲地摆着摊,接待着那些需要修伞的人群。

这种固定的摊点,相比昔日走街串巷的手艺人来说,是一种进步和提高。在缝缝补补又三年、艰苦过日子的年代,这些手艺人不仅是缔造者,更是修葺补旧的完善者。

在旧日的乡村里,我们经常看到许多推车挑担的手艺人。他们凭着一腔热忱,在服务乡民的劳动中,赢得了养家糊口的生计。“磨剪子哟,戗菜刀”,“缠簸箕,缠筐篮”,“修一风一箱,补一锅一嗽”那些拖腔带调、高高低低的吆喝声,如扩音喇叭般无孔不入,吸引着一帮婆婆媳忙忙着找出屋里的剪子、菜刀,或簸箕、筐篮等,只要接了第一单生意,不一会,许多村民便闻风而来。因为这些手艺人,村民们基本熟识这些手艺人。为了获得乡民们的信任,有些手艺人甚至当天不收钱,让村民们先使用待下次来再给钱。凭借着精湛的技艺,手艺人获得了四乡八邻的称赞。

有手艺什么时候都不会饿死。学手艺是乡人为孩子谋生的首选。旧时,许多没有继续读书的少年,便很早地出去当学徒。不管学什么,都是为了未来有饭吃,有一门能养家糊口的技艺。俗话说,三百六十行,行行出状元,但要想学艺出师,成为某一领域的状元,却并不容易。这不仅需要千般努力,还要有恒心和钻研的精神。何况那些教手艺的师傅们也不愿意倾尽所学地把自己的手艺教授给你,唯恐教会了徒弟,饿死了师傅。

因为秉承技艺的传承,这些手艺人即使学满出师,仍精益求精,孜孜不倦,所以他们又有了一个新的称谓,匠人。根据从事的工种不同,匠人又有画匠、铁匠、泥瓦匠、木匠、剃头匠等之分。因为是能工巧匠,因为独具匠心,所以无论走到哪里,这些匠人都受到人们的尊敬。而他们,也在自己的工作中,创造着中国智慧。西安小雁塔历经两次地震仍巍然屹立,山西应县木塔遭受千年雷电仍无恙,南京无梁殿不用一根木头盖起五间大殿……这些传世工程,不仅承载着古代工匠的精工之美,而且还隐藏着无尽的技艺奥妙。即使今天,有一些技艺仍让我们望尘莫及。

快节奏的工业时代、高品质的生活追求,迫使每一个人前进,匠人自然也不例外。昔日的补锅匠已经修理高压锅、电饭煲了,剃头匠也开起了美发店……有些技艺,随着器物的淘汰,也逐渐淡出人们的视线,比如修风箱、缠簸箕的。还有一些技艺,则更是青出于蓝而胜于蓝,凭借着一种坚持的倔强,那些匠人更是得到了放大,比如木匠、泥瓦匠。只不过他们现在盖的是几十层高的摩天大厦。因为对专业的坚持,对匠人精神的倔强,一些匠人终成大师。而匠心,也早已走出传统手工艺的范畴,成为各个领域里追求专业和极致的大名词。

世界再嘈杂,匠心需沉静。今天,匠人已不是狭隘的手工艺者,更代表着一个时代的气质,坚定、踏实、精益求精。除了拥有精湛的手艺之外,更重要的是敬业、严格、追求卓越的匠人精神,那不仅是器物有魂魄、匠人自谦恭的古老传承,更是我们原本就温柔敦厚的底子。

舍弃,不简单

□ 徐达

人到中年并非就一定缺乏创新动力,关键是企业是否提供了创新的平台、清晰的目标、发展的动力

近日朋友圈里看到一篇题为“被遗忘的盛世情书店”的文章,文中提到的盛世情书店,是北师大东门对面一家颇为隐蔽的小书店。这一片不起眼甚至有些逼仄的存在,曾是许多向往学术的青年学子徜徉的小天地。笔者八年前读研时,这片所在还在光辉笼罩中,及至一两年前,盛世情日渐萧条和萧条,笔者仍不时去走走,或为了寻回当时的感觉。

盛世情如今的萧条和寡淡,是电商崛起和人们购物、阅读方式变迁的折射。笔者求学时代常到访的海淀图书城的野草、吴海楼,北大的汉学、博雅书店,而今都淹没在城市喧嚣的车水马龙中了。如今兴起的言几又、单向街等咖啡加文创购物加售书的新型书店,其“文化概念工厂”的定位令人瞩目,然而到底多了商业气息,少了旧式书店的质朴与凝重。

盛世情是有过好时光的,如文中提到的“当年北师大东门有一溜小书摊,范老板是其中杀出的一匹黑马……还在当时发行量很大的杂志《读者》上打过广告,很多在北大校园里都难得一见的国宝级教授都会在这里出没……彼时的盛世情,多难找的学术书都能找到,生意火得不得了,开学季买书常常要排长队”。只可惜隔着13年的光阴再回望,只剩下唏嘘。然而笔者提盛世情,并非为了单纯唏嘘。盛世情一天天萧条,书店的范老板却还一天天在书店守着,颇有人说他不合时宜,其实,这是坚守,也更是一种舍弃。守着的,是他“对书叶公好龙似的喜欢和执念”,舍弃的,是曾经的光辉岁月和优势心态。

笔者近期每次去盛世情,看到老板或店员淡定地守着,不仅不替他们感到落寞,反倒多了几分佩服与崇敬。崇敬的是他们从辉煌到萧条的淡泊心态。人们往往向往烈火烹油、鲜花着锦的辉煌美好,而从一种较高的状态落下来时,往往难以求得心理平衡,难以舍弃一些原本拥有的东西。其实,盛世情的际遇只是一例,具体到我们每个人的生活,也并非一帆风顺,难免会遇到一些不如意的事,如一段人生际遇的起伏不平,如一段真挚情感的有始无终,有些挫折过于沉重而难以承受,面对苦痛又无力改变,此时,舍弃是一种充满智慧的选择。

我们不少人从小接受的教育,大多是要求胜,要把一件事情坚持做下去,做到完美甚至极致。在成长路上一些挫折面前,坚持没有错,但如果有时很长一段时间有些问题解决不了,不妨尝试一下不必死磕,舍弃一些不合理的执念和追求,向着积极合理的方向进发。也正如唯物辩证法中“扬弃”的概念,扬弃是继承和发扬旧事物内部积极、合理的因素,是抛弃和否定旧事物内部消极的、丧失必然性的因素,是发扬与抛弃的统一。

人生路上有成功的喜悦,也有失落的烦恼。面对生活中的不如意,我们不能把那些苦痛一直环绕在心灵的枝干上。告别苦痛,方能看到灿烂的明天;懂得舍弃,有时才能看到另一片天空。从某种意义上讲,舍弃是争取主动,是战略转移,是柳暗花明。

舍弃看似普通,其实需要豁达的心态、坚强的意志和卓越的智慧;看似艰难,其实也简单。就像太沉的包袱,放下了,才能继续前行。



人到中年并非就一定缺乏创新动力,关键是企业是否提供了创新的平台、清晰的目标、发展的动力

最近,一项“4050”是否意味着“职场冬天”的调查引发关注。在“哪些行业4050”人员难就业”的调查中,网友投票从多至少的选项是:服务行业、IT业、网络主播等新兴行业、传媒行业、影视行业。在一些知识、技术密集型企业,中年员工遭遇职场“天花板”甚至“被离职”的现象越来越突出,这也引起不少人的“共情”。

确实,现在不少招聘以年龄设限。人到中年,换工作时失去了更多选择的机会。随着年龄上升、精力下降,有些事情已没有新鲜感,容易按部就班失去创造力。一旦企业经营状况不佳,“被离职”也在意料之中。

但是,我们应换个角度看知识、技术密集型企业中的“4050”人员。他们有丰富的经验、成熟的技术、广泛的人脉,同时,“上有老下有小”的他们更珍视岗位。虽然年轻员工的支出更低,但他们跳槽的几率也更大,中年人在实践中获取的经验弥足珍贵。

即便无法

完全做到利用手机阅读“必读的书”,最起码,我们得多读一些可读之书



决不要因欲望易满足而升级不止,那就是在根本上淤塞了你产生幸福感的内在之源

《老子》第九章很短,广为人知,持而盈之,不如其已。揣而锐之,不可长保。金玉满堂,莫之能守。富贵而骄,自遗其咎。这里面有哲学家由实际生活观察而来的感悟。《荀子·宥坐》篇记载了一个故事:“孔子观于鲁桓公之庙,有欂器焉。弟子把水而注之,中而正,满而覆,虚而欹。孔子喟然而叹曰:‘吁!恶有满而不覆者哉!’”这个“欂器”,笔者在一家水上游乐园见过仿制:一个硕大木桶,一股水流从上方注水入内。当它里面的水量很少时,它是倾斜的;水将满未满时,它就正了;水一旦注满溢出时,它就翻倒。孔子看到这个象征性的器物,感慨道:“没有什么盛满了而不倾覆的东西啊!”

人们都讲道家与儒家在世与入世上的基本分野,但它们也有不少

中年员工当珍视

□ 雨吟

对一家眼光长远的企业来说,中年员工是财富而非包袱。首先,这些“4050”人员为企业奉献了青春和智慧,而且每个年轻人都会有人到中年的一天,一味降低人力成本而解聘“4050”人员绝非明智之举;其次,人到中年并非就一定缺乏创新动力,年轻人也不乏暮气沉沉之辈,关键是企业是否提供了创新的平台、清晰的目标、发展的动力,能否在制度设计上调动员工的积极性,增加员工的忠诚度。无论是哪个行当,企业管理者都应该明晰,稳定的人才队伍是核心竞争力。在对待中年员工的问题上,企业应该处理好眼前利益和长远利益的关系,在把控人力成本的同时,更注重挖掘员工的内在潜力。

我有个朋友曾在日资企业工作。他觉得,进入日资企业就像进入了一个家庭,其终身雇佣制为员工提供了多元的培训体系和晋升渠道,与员工形成了紧密的利益联结纽带,在最困难的时候也尽量不解雇人。员工强烈的归属感和奉

献精神,促使不少日企快速壮大。当然,不同的企业有不同的管理理念,但这种把员工当成财富的做法值得借鉴。

事实证明,卓越的企业从来都因其文化而充满吸引力,企业文化是一个企业生命力、创造力、竞争力的源泉。以前讲,待遇留人、情感留人、事业留人,其实,文化才是一个企业最不可复制的东西。“文化留人”能留住一群追求相同、价值观相同的人,员工的活力就会被激发,这样的企业才能成事,才能持久。企业管理者要做的是用人所长,培育文化,善待员工。当今时代,跳槽、换工作已成常事。只有善待员工的企业才能留住人才,即便企业一时遇到困难,员工也愿意与企业共渡难关。

当然,“4050”人员该有危机感,通过自主学习,增强接受新事物的勇气与本领,跟上企业发展的脚步。别忘了,“对工作保持热情,每天都在增值”。即便遇到变化,与其哀叹不如拥抱它,焉知不是一次新的开始?

□ 周慧虹

别沦为手机的俘虏

然而,现在的问题是,不少人的手机阅读口味有些令人担忧。根据中国新闻出版研究院公布的第十四次全国国民阅读调查情况,超过两成手机阅读者喜爱“都市言情”类小说。另有数据表明,我国7.31亿网民中,网络文学用户已达3.33亿,手机上“网文”阅读者达3.04亿。

都市言情类小说、网文不是不可以读,可总体来讲,这类阅读内容文化养分不多。它们除了供人消遣、聊作谈资之外,似乎再无其他意义。特别是在目前网上此类作品缺乏有效管束的情况下,低俗、谬误时有所见,诚若是,那真就“开卷无益”了。

知名学者、作家周国平在其《读永恒的书》一文中,将阅读内容分为三大类:一是完全不可读的书。它们不能提供任何精神的启示、艺术的欣赏或有用的知识。二是可读可不

读的书。它们读了也许不无益处,但不读却肯定不会造成重大损失和遗憾。三是必读的书。每一个关心人类精神历程和自身生命的人都应该读,不读便是一种欠缺和遗憾。

手机不过只是一种工具,它为方便人们的阅读提供了更多可能。既然所置身的这个网络信息化时代使我们有条件接触它、运用它,那就最好认清其利弊,努力做到扬长避短,不能在浑浑噩噩中沦为手机的俘虏,被手机牵引着过度关注于一些无意义甚至有害的内容。时下,在有识之士的努力下,网上值得阅读的内容并不少,即便我们无法完全做到利用手机阅读“必读的书”,可最起码,我们得多读一些可读之书,远离完全不可读的内容。这样的话,伴随时光推移,高质量的手机阅读成就的将会是不一样的自我。

□ 王毅

持而盈之 不如其已

地方相似相交,对分寸感的强调,对临界点的警惕就是相通的。《后汉书·申屠刚列传》中有一句精辟总结:“持满之戒,老氏所慎。”任何事物都要留有余地,都不能人为地倾尽全力走到极端,不能使得它超越自己的临界点,这正是老子的基本哲学。功成名遂之后,要懂得回归本原,不能被功名急流裹挟而去,这才是自然之道。

由这个基本思路,老子又进一步阐发了人的欲望膨胀与失望和痛苦是在内相通的。《老子》第十二章中有人们很熟悉的几句话:“五色令人目盲,五音令人耳聋,五味令人口爽。驰骋矜猎,令人心发狂。难得之货,令人行妨。是以圣人为腹不为目。故去彼取此。”

五色、五音和五味分别是视觉、听觉和味觉的集大成,为什么老子会认为它们会带来盲目、耳聋和味觉败