

谈今

“未来”在哪儿

□ 杜芳

作为一个新手妈妈,每当我双手抱娃不能“自食其力”时,就特别期待电影中的未来场景赶紧兑现:点点头,窗帘就自动关上;眼一眨,空调就自己打开;意念一动,心中所想就马上全息投影;一切需求靠着人工智能的算法就能不费吹灰之力精准解决。

然而,理想是丰满的,现实是骨感的。在我最需要帮忙时,不仅上述情景还是个梦,就连台能帮我端个茶倒个水的服务机器人都没个影儿。此时我总有种上当受骗的感觉,新闻上你们老激动地告诉我,“未来已来”,可是,“未来”在哪儿呢?

还记得两三年前,朋友欣喜地告诉我自己用上扫地机器人了!“刚开始没那么好用,效率低下还不如直接用吸尘器,后来升级换代,明显好用多了!”她总盼着服务机器人就这么如星星之火燎原出一片璀璨之光,各种功能的机器人不久便会接踵而

对待“未来”,我们需要多一点耐心,多一份科学精神,多一

些头脑发热、气血上涌之外的实践和努力

至。不料这两三年过去了,落地人间的还是这扫地机器人一枝独秀,不知为什么,商家总是对着“扫地”“墩地”“除尘”死磕,市场上再翻不出新花样。

前不久刚刚结束的“世界机器人大会”,仿佛充满了未来场景:这里的机器人跳舞、书法、唱歌、打球样样精通,可是再细看,端盘子的机器人就真的仅能担负一个托盘的重量;炒菜机器人需要人类把所有配料配好给它;个别机器人受不了嘈杂的环境已经变得“意识不清”无法正常运转;许多简单的人类动作对机器人而言仍然是难以逾越的障碍。说到底,这些机器人只是在接受代码并被动完成任务,怎么看都

不像个“未来人”。

诚然,在人工智能或机器人这些未来科技最具代表性的领域,的确呈现出一抹亮色。我们看到阿尔法狗大胜人类棋王,科大讯飞的语音识别越做越好,虚拟机器人在咨询服务中承担起重要角色,机器人流水线作业下诞生了无人工厂……机器人仿佛功能越来越强大,也在变得更有智慧。

但是,这些离我们期许的“未来”还很远。从全球来看,服务机器人已是风起云涌,技术却还不成熟,智能化水平低。面对偌大的消费需求,落地市场的产品寥寥无几,资本狂热地投入下,至今没有一家商业化成功的企业。

再看工业机器人,即便在技术水平相对较高的几个发达国家,机器人的运动精确性、作业平稳性、布局多样性和操作易用性都有待考验,它也并没有成为解决制造业问题的万能钥匙,相反,还带来了人才结构调整、伦理重塑等新问题。而在我国,工业机器人在控制器、伺服电机、减速器三大核心零部件方面,还存着卡脖子的难题,核心技术没有突破,盈利能力并不强,同时市场份额也在萎缩。

所以,实在不必在资本的喧闹和创业高潮的裹挟下,大呼“未来已来”。“未来”到来的每一步都没那么容易,还有很多技术难题没有攻克,还有很多实验室的成果落地不了,还有很多炫酷的产品只是概念,甚至还有很多人根本没探索到的未来领域有待去发现。对待“未来”,我们需要多一点耐心,多一份科学精神,多一些头脑发热、气血上涌之外的实践和努力。

所以,“未来”,它一定会来。

悦读

旅游文学,

远方别走偏

□ 袁跃兴

希望看到能够表达真实的自我探险和自然情怀的旅行文学

这几年大量的旅游文学、书籍,引领了旅游文化风尚。但是,这类图书存在的问题,也不容忽视。

旅游图书的兴起,是因我国旅游市场崛起、大众休闲旅游的文化意识逐步提升而发展起来的。不过,早期旅游图书大都是实用指南类图书,这类旅游图书并非真正意义上的旅游文学、图书,文艺性比较差,更谈不上文学性。

随着互联网兴起,旅游网站以及生活服务类APP的使用,让传统指南类、资讯类旅游书籍渐行渐远。旅行书开始从“美景”记录转向“自我”表达,大量基于个人情感的游记登上书店、机场和咖啡馆的货架,进入畅销榜单。这种变化,是旅游文学、旅游审美意识的觉醒,成为旅游文学图书发展的文化驱动力和精神渴求。

前几年,有一本畅销旅行散文集,作者足迹踏遍欧洲、亚洲、非洲等地十几个国家,卖力写了近300页。但读者翻开后一看,一半是照片,一半是恋爱记录,末尾还附上情感指南。这样的旅游图书,不仅内容注水,也有违于旅行的探险、发现、追寻和获取思想等文化精神意义,读者收获不大,旅行的“梦想”仍停留在玄幻幻想阶段。

还有一些旅游图书,会设计如下浪漫套路。首先,这类书的封面,会选取开阔的公路风景照片,插图往往是不露全脸的旅行者,或背对镜头伸出手,或背包坐在路上;其次,腰封上会注明“出走×年”“××种放纵人生的旅行”“这辈子一定要去的××”“你和××之间,只隔着一张火车票”等推介字眼。这些旅行书,包装上的文字基本上用的是鸡汤文,比如“诗与远方”“理想”“自由”“漂泊”“逃离北上广”,等等,向读者诉求,人们会丢下所有的疲倦和理想,带着相机,远离繁华,走向空旷。这样的旅游图书,还算不上是文学图书,从书籍的装帧设计和包装上仅仅渲染的是一种流行的“文艺腔”,基本上还是属于“心灵鸡汤”类的范畴,仍未能摆脱内容、思想和情感的浅显、平庸的弊端。

一位作家曾指出,这类旅行图书是“伪旅游文学”,“一味玩弄文艺和‘鸡汤’”,看似为一些读者创造了宣泄情绪的出口,但经不起现实的旅行的考验和挑战。因为,一颗说走就走却自我膨胀的心,往往会让旅途最终不尽如人意,用浪漫元素包装出的远方,刷的只是自我存在感,眼前所见也注定狭隘”。对这样的旅行文学图书,作为热爱旅行的读者,肯定用脚投票,不会买账。读者希望看到的,是能够表达真实的自我探险和自然情怀的旅行文学。

今天的时代,正像有人所说:我们处在一个真正的缩减的漩涡中,缩减仿佛是一种宿命,有力地罩住了我们。在这个漩涡中,友谊缩减为交际和公共关系,读书和思考缩减为看电视,大自然缩减为豪华宾馆里的室内风景,对土地的依恋缩减为旅游业,真正的冒险精神缩减为假冒险的游乐设施。总之,一些我们期待的生活方式的精神价值都缩减成了实用价值,失去了本来的面貌。

这正是我们处于的时代精神生活情形,物理空间上的距离正在消弭,旅游或旅行变得日益抽象化、疏离化。旅行的便捷,削减了单纯的风景描写和历史介绍的吸引力。人们甚至足不出户,就可以通过电视、互联网,欣赏全球美景。再没有哪里是神秘的。同时,文学中的“旅行的意义”正在被消解。

总之,那种流行的畅销的“伪旅游文学”,徒有一点“文艺范”的旅行图书,是永远打动不了读者那颗热爱“诗与远方”的冲动和冒险的心灵的。他们需要的是旅行文学、图书,或他们阅读旅行的文学、图书,应是一种自我和灵魂的观照;或痛苦地找寻适宜进行文学艺术创作之地;或行走于内心世界的道路;或从存在的狂热困境中逃脱出来,寻找心灵的故乡,寻找精神的避难所,寻找救助之光;或执着之路,不退回,永远前行;让文学在路上、让灵魂在路上,让生命接近一种精神层面上的渴求和皈依……

“共享”乱象

几时休

□ 咏瑾

公德良俗让位于快速增长,失控的“共享精神”何以身败名裂、沦为众矢之的

近日,包括同住拼房“睡睡”在内的多款酒店拼房APP引发争议。仅以“睡睡”为例,8月22日上线后风头正劲,打着“共享酒店床位”的旗号,实则以性暗示为噱头:“和TA一起睡,重返20岁”,距离9月7日下线不过短短两周时间,便聚集了80万注册用户的人气。在接受采访时,该APP负责人满口冠冕堂皇的“共享”旗号,事先拟定的《免责声明》滴水不漏:“平台只提供床位信息,任何法律责任及经济损失概不承担。”

如此“共享经济”的本质究竟如何,明眼人一望便知。联想到风波尚未平息的滴滴事件前,原滴滴顺风车事业部某负责人曾大放厥词:“私家车也能成为一个社交空间”,让人不觉阵阵齿冷:共享经济的底层驱动力,绝不该以女性的人身安全为诱饵,大打情色刺激的擦边球。

公众欢迎“共享”这样的新生事物,是因为它们以互联网技术为依托,在释放部分冗余社会资源的基础上,能为人们带来切实的生活便利,诸如顺风车分摊油钱、“沙发客”分享床位,如果纳入严格的监管,经历有序的发展,未尝不会成为现有公共服务的有力补充。但是,当这样处于“试水期”的新生事物一旦急功近利,一方面制造刺激性的噱头吸引更多用户关注,另一方面又急于给资本“讲好故事”,只为短期之内吸取更大规模的红利,成为万众瞩目的成功样本。公德良俗让位于快速增长,失控的“共享精神”迟早会因某个黑色事件而脱离轨道,在凌空一跃后不但没有成为闪亮的名星,反而身败名裂、沦为众矢之的。

在笔者看来,不管是滴滴顺风车事件还是如今的“睡睡”事件,其核心问题是多方监管的缺失而导致安全出现了真空地带。共享经济作为新兴事物,政府监管其实相对滞后;而企业作为“既得利益者”,指望其单方面自查自纠并不现实。这里需要考验相关监管机构的快速反应能力,不能仅是顺风车出现问题就对症猛药,所有的关注度就聚焦于行车安全中的人身问题,而要针对现在日新月异共享经济市场,出台更为全面、具有行业普适性的监管制度,才能釜底抽薪地根治种种“共享”乱象。

同时,企业也要认清何为自身的良性发展路径,如果仅靠一些难登大雅之堂的噱头哗众取宠,短时间内会吸引流量,会更埋下极大的隐患,只有真正做到“惠之于民”,增长性与美誉度互为促进,才能实现自身的稳步发展。最后,也请消费者们擦亮眼睛,共享经济归根结底也是众多经济形式的一种,而一切经济的本质无非等价交换,当你得到的“实惠”远远低于市价时,你就该仔细想想:自己有可能付出怎样高昂的代价?

观望

□ 官方版

“鉴宝”亮相,能不能树立行业标杆,净化环境,我们拭目以待

收藏品圈子最近有件不大不小的事情——中国文物保护基金会等机构联合牵头成立了一个国文大都艺术品鉴定评估中心,就在北京,面向社会提供真实的“鉴宝”服务。

外行人眼里,这是一个无关痛痒的小事。全国几千家艺术品鉴定中心,专家多如牛毛,再不济,还有各个电视台组织的鉴宝节目,早就不稀奇了。

但是在业内,这个消息却着实令人震惊,倒不完全是因为牵头的中国文物保护基金会是由国家文物局主管的全国公益性公益基金组织,具有官方背景,更多还是因为这个新成立的鉴定中心在全国首个打出了“真实”的旗帜,承诺所有鉴定结果“内行认可,外行放心”,保证真实。

对艺术品市场稍有了解的人都知道,鉴定保真有多难。造假制假的技术一直在创新,造假者有时比专家们掌握的技术还先进,再加上几千年来浩繁的中国历史,老祖宗们留下的艺术品种类数量都是天文数字,即使专家也很难保证自己见全了,摸通了,稍不注意就会走眼。如果是全球艺术品市场,那就更复杂了。

所以,全球拍卖行业的规矩都是不保真,且《拍卖法》中对拍品的真伪品质有免责条款,即使售假也无从

官方“鉴宝”,“真”不难

□ 余颖

追责。

这条基于现实考虑的规矩,在无形中助长了一部分人浑水摸鱼、造假牟利的私心。以假乱真、真假不分,是艺术品尤其是文物艺术品市场长期存在的潜规则。不少鉴定人员为了经济利益,怕得罪人,甚至为了收视率,提供了虚假鉴定结果。全国数千家艺术品鉴定中心,有的给钱就给证,导致了不少人上当受骗。2018年1月,公安部官网通报破获一起特大制假假冒名家书画作品案时披露,犯罪人员主要由擅长模仿名家书画作品的制假人员、个别书画鉴定专家、假书画买卖中间商、少数拍卖公司工作人员等构成。公安机关还发现一些书画作品专业鉴定人员主动参与造假贩假,一些制假人员骗取知名书画家亲属或其他知名人士为伪作鉴定、与伪作合影。再加上一些拍卖公司对征集作品的真伪筛查程序流于形式,都对假藏品流入市场起到了推波助澜作用。

现在,中国文物保护基金会创办的鉴定中心率先喊出“真实”,让人好奇,能做到吗?

据了解,该中心采用行家鉴定和专家鉴定两级鉴定方式,先由资深行家对艺术品进行初审鉴定,然后由艺术品各类别专家进行复审把关。鉴

有井水处,听单田芳

□ 杜浩

域的人们聚在一起,据说每天有1亿人在听他讲故事。这样的一个听书文化阶层,非常广泛,来自各行各业。单田芳的评书来自民众,又说与他们的内容,再加上他的平民精神气质,更迎合普罗大众来听。

凡人皆会出传记,但在写自传上,单田芳颇费踌躇,犹豫再三。他说,在出版自传上他有一种自卑感,充其量自己是一个平民百姓、草根艺人。自传是属于英雄豪杰的,自己既无功绩,又没有叱咤风云的事迹,曾想放弃传记,“但是经过多年的思考和总结后,我觉得我的故事得写出来,从大处说年轻人可以了解历史的苦难,珍惜现在的生活。从小处说可以告诉大家如何干一行,爱一行”。他是始终把自己定位在“一个平民百姓、草根艺人”社会角色中。

单田芳具有英雄情怀和英雄理想。他从《三国》《隋唐演义》《大明英烈》一直说到红色经典,书里有这么多英雄,生活中真正的英雄是什么样?他说“这一辈子下来,我崇拜的是见义勇为拔刀相助,扶困济危雪中送炭,别人做不到的事情你做到了,你就是英雄。”这种英雄观,朴素自然,充满民间英雄色彩,充满侠义肝肠、英雄气胆。

单田芳来自民间、来自底层,他更懂得社会下层的生活、民间百姓生活的艰难。他的人生长河中,不仅亲历了战争,也目睹了家人困顿,因此他才更珍

世说

□ 一生拥有

无数听众,单田芳用整个演艺生涯诠释了“金杯银杯不如老百姓的口碑”

前几日,著名评书表演艺术家单田芳先生辞世,引发了众多听众的悼念和缅怀。

我们知道,单田芳评书代表作《三侠五义》《白眉大侠》《隋唐演义》《水滸外传》等,影响了一代又一代的人。曾有一个时期,他那极具磁性的低沉沧桑浑厚的声音“预知后事如何,且听下回分解”,每天中午和傍晚都会回荡在大街小巷、出租车上、那手握收音机的三五市民中间……有听众说,对于许多“70后”“80后”的男生来说,评书是陪伴他们走过童年的大众文艺,跟现在年轻人疯狂“追剧”一样,是那个时代的文化记忆。

1954年,单田芳先生走上舞台,说书六十余载,听众多达六亿。家喻户晓的单田芳,说了半个多世纪的评书,几乎讲尽英雄传奇、才子佳人的故事,而单田芳本人的一生也是颇富传奇、精彩绝伦。

“有井水处,听单田芳。”单田芳的评书艺术作品来自生活、源自民间,把握艺术气脉、跟随时代发展,以鲜明的大众化语言特色获得了人们的喜爱。他的评书也将不同领域和地

冷眼