

“穷讲究”不能变成“讲究穷”

□ 肖华 李政

名目繁多的宴席、五花八门的礼金、节节攀升的彩礼……一段时间以来,部分农村地区因“穷讲究”,导致陋礼返贫、因婚致贫屡见不鲜。热衷“穷讲究”,最终“讲究穷”。乡风异变成了农民小康路上的沉重负担。

贫穷有很多原因,但是其中有一种就是“人情债”。如今,农村地区人情礼俗交往中赠送礼物的现象几乎消失了,基本变成赠送礼金的形式,而且礼金标准也在不断增加,平均金额差不多都要200元至500元左右,关系相对紧密的亲友礼金标准要千元以上至2000元左右,甚至更多,有的一个月要出十几次礼金,一年在人情债上有的要花费几万元甚至更多。

人情债加重了群众负担,有的群众生活并不富裕,但在不良风俗下,不得不陷入人情往来的陷阱中。中央农村工作领导小组办公室副主任、农业农村部副部长韩俊

说,根据农业农村部驻村调查发现,当下农民消费第一支出为食品,很多农民第二支出是人情礼金,超过看病支出。

过多过重的人情往来,败坏了社会风气。有些地方礼金的名目很荒唐,比如一个人每满十岁就要举办生日宴等庆祝活动,大宴宾客。还形成了攀比之风,有的地方流行天价彩礼,即使有的人不认同,但在这样的相互影响下,也不得不去做。别人家聘礼10万元,我家嫁女至少20万元。这么做完全背离了人情礼金的初衷,完全变成一种相互攀比、相互要面子的方式。还有人用这样的人情往来以谋取不正当利益。有的邀请下级、有求于自己的人参加宴席,就超出了人情往来的范畴。

过多过重的人情往来,加重了生活负担,更败坏了社会风气

乡村振兴是全面的振兴,乡风好同样重要。近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加强和改进乡村治理的指导意见》明确提出,全面推行移风易俗,整治农村婚丧大操大办、高额彩礼、铺张浪费、厚葬薄养等不良习俗。要加强和改进乡村治理,让群众脱贫,巩固脱贫成果,不要让这样的“穷讲究”变成“讲究穷”,必须旗帜鲜明反对天价彩礼、铺张浪费、婚丧大操大办和有悖家庭伦理、社会公德的做法。我们也要看到,一旦不好的风气形成,靠个人的努力是很难改变的,关键还要发挥政府的作用。政府对不良风气进行干预,不是破坏民俗文化,而是保证民俗文化的健康发展;这不是干涉公民的自由,而是

巩固脱贫的成果,避免更多的人因恶俗而致贫。作为政府部门,要通过宣传社会主义核心价值观,端正农村农民的人情观,提升乡村文明程度,让他们树立正确的价值观、民俗观,自觉远离攀比,让新风尚充斥社会,让正气压倒邪气。

其次,政府要帮助引导建立一些正能量的社会组织,通过这些组织来帮助村民们自我教育、自我管理,制定村规民约,提倡把喜事新办、丧事简办、弘扬孝道、尊老爱幼、扶残助残、和谐敦睦等内容纳入村规民约。如一些地方建立的农村红白喜事理事会,制定村规民约,对奢侈豪华的婚礼等进行干预,从而起到了很好的作用。这值得更多地方推广。

杜绝不良风气,需要每一个公民努力,也需要政府努力,坚持一手抓经济发展,一手抓思想教育引导。只有这样,陈规陋习才会减少,社会风气才能更加健康。

淘旧书忆

□ 苗连贵

先前,手里攥着几角钱,是去影院呢,还是去书店?我常不由自主地进了后者的门。不是不爱看电影,而是觉得声光画影是虚的,看完后两手空空;而书是实实在在的,闲时拿起,忙时放下,伴我,永不弃我。

那时候,大街上书店多,有卖新书的,也有卖旧书的,我偏爱去旧书店。旧书店隐隐有一股古旧之气,这是书的油墨气味褪去后剩下的纸香,书不旧无以为香,这才是真正的“书香”,“书香之家”的书都是旧的,我以为。

爱去旧书店的人,大抵钱不多,时间尽有,慢慢淘澄,乐在其中。而有幸搜觅到一本心仪的好书,其欣喜直如苏夫子所说,不啻“穷儿暴富也”。

书之成为旧书,价就低了不少,许多书低至二三折、一折就卖。价廉虽廉,却也不乏好书,我的一本《淮海居士长短句》,1角2分钱;一本厚厚的、与《官场现形记》齐名的《文明小史》,4角钱;还有一本《蜃楼志》,3角5分钱。

“文革”时,我的书被一窝蜂抄走,撕了?焚了?还是有人昧下了?不得而知,奈何!

这些,自然都是像旧书一样的陈年旧事,不提了!星移斗转。几十年过去,我发现书店的命运似总有些不济,几兴几废。如今,卖新书的书店寥若晨星,旧书店则彻底湮灭。淘旧书、并以为之乐的光景一去不返。

不过,幸运有时就在你无望时突然现身。今年,我最大的幸事,就是遇到一个书摊,地摊,就在马路牙子旁,一大块编织布上,堆的全是书。粗粗一看,有世界名著,也有中国古典文学,还有一些杂书。我周身立时血脉贲张,不憚老天拔地,趴下身,几乎是半跪在书堆里了。好书真不少,我拿起这本,又放不下那本,还觑一眼旁边的老货,生怕他逃走了我想要的书。书几乎全是先前的旧书,只看封底的定价就知道,几定价在一二元的,无不是老版本。

但不知,这些书现价如何?我随手拿起一本问老板。老板笑言:称斤。我这才发现书摊旁有一个盘秤,边上有块纸板,上书:每斤6元。我吃惊不已,这便宜!

前些年,我也遇到一位街头卖书的新书,也称斤,1斤20元,我称了一本《聊斋志异全集》,25元,回家一看,盗版,错字多得不像话!旧书中,上世纪五六十年代的最好,八九十年代的也不错,此外,便怕有些靠不住了。

我抱着一大摞书,倚老卖老地喝令老板起身,把小凳子让给我坐。坐下,我不紧不慢地进行第二轮挑选。《飘》我想是没时间读了,《名利场》太厚,只怕也读不完,《东周列国志》品相不太好,《封神演义》字太小,都舍弃了,最后选定了《上尉的女儿》《贝娘》《清词选注》《简爱》《儒林外史》,全是老版本。几本书往秤盘上一放,总共才23元,如今的23元能买到一本正版新书?

我在书摊盘桓半日,许久才回家。走在路上,忽然心生后悔:不该放弃了《羊脂球》和《包法利夫人》,复返书摊,再次翻找,已昏然不见,显然是被“内行”买走了——机会,往往只有一次。

老板见我真是爱书的,说他家里的书多得,我来了兴致,走到他家去!他倒也爽快,推过电动车说带我去,我见他口喷酒气,便道:“酒驾,不行!走着去。”他说:“喝了酒,走不动。”我说:“老夫背你!”

他终拗不过我,嘱咐我的同伴照摊,和我步行而去。他的住处并不远,说笑间便到了。一进门,我真有点震惊,几间屋子,除了一张床,桌、柜、地上,是处皆书。鬼晓得他哪里弄来这些书!我不便问,他也不会说。管它,能买到我喜欢的书就好。他说这里的书论本卖,我选了一本《闲情偶寄》,20元;一本《清官琐记》及两本《金瓶梅》资料集,每本10元,都不贵,我慨然掏钱。

此后,他每次出摊,我都光临。我在他的地摊上买的最称心的书是一部辞书:《古代汉语词典》,1000多页,精装,封面是醒目的明黄色,有浅绿色的暗花,影印着一些甲骨文,风格既古朴,也不乏现代气息。翻开内页,大字小字,字迹清晰,我随便查了几个字,从注音、释义到例证,都很规范。纸质也很好,看着养眼,我断定是正版。往他秤盘上放时,心里战战,生怕他来个“以书论价”。价格出来了:19.4元。我给他20元,叫他不用找零,他反而硬塞给我1元,说老主顾,零头抹掉。

钱货两讫,我才放心,捧着书问他,这么好的书也称斤?老板说,这书放了多时,无人问津,今日幸遇识货的——可见买书是讲究缘分的。

我对辞书是看重的。那年有朋友说帮我买《辞海》,价25元。当年值钱钱,25元占了工资的大半,我犹豫,婉谢了,却后悔了30年。在没有好的工具书,没有电脑时,查一个字或词,何其之难!

回到家,对这几乎是“白捡”的书,仍爱不释手,翻看扉页,1998年版,看封底,定价:108元,出版者是权威的商务印书馆。倘是新书,以那时的行情看,就得这个价。这本书除了书脊略有灰痕外,里外非常干净,几乎没人用过,我捡了大便宜!谁说地摊没好货?

后来,书摊改在夜间出摊了,毕竟是地摊生意,管得严。如白天亮一盏台灯,虽然也灼灼放光,到底不如白天敞亮,我起书来,大费眼力,我这样去了几次,竟一无所获。但我仍要去,买书是不问条件的,兴许哪天机缘好,又能碰到一本好书呢!

冷眼

26℃的温暖

不为喧嚣失去了精神的静默,不为浮华遮蔽了真相与事实

□ 董改正

26℃最省电,是假的。为什么我们还愿意这么设定空调温度呢?26℃不是最舒服的温度,但是最接近“自然”的温度

良知与法律的安全系数不同。1999年,《沈阳市行人与机动车道路交通事故处理办法》第八条:“行人通过有人行信号控制或没有人行信号控制,但有路口交通信号控制的人行横道时,须遵守信号的规定,因行人违反信号规定与机动车发生交通事故,机动车方无违章行为的,行人负全部责任。”第九条、第十一条类似。

出台后,有人叫好,有人反对,最后还是废止了,改为:“机动车与非机动车驾驶人、行人之间发生交通事故……机动车一方没有过错的,承担不超过百分之十的赔偿责任。交通事故的损失是由非机动车驾驶人、行人故意碰撞机动车造成的,机动车一方不承担赔偿责任。”

对于“全部”和“百分之百”这样表示数字和范围的词语,要保持应有的警惕。社会法与自然法则之间,平衡到距离最小时,是最舒适的时候。

26℃被认为是空调最省电的温度。但显而易见,这个数据是缺乏说服力的。为此,许多科学控通过反复的试验,得出这样的数据:空调制冷时所耗费的电量,与温度成正比,如果我们将原有温度提高2℃,可以节省百分之十左右的电能。26℃最省电,被称为伪科普。

事实上,关于26℃最省电概念的提出,并非仅仅只是省电这么简单。

医学上,24℃被定为人体最舒适温度。如果将空调温度定为24℃,会比26℃更舒服,但节能减排是事关整个人类的大课题,温度提升2℃,既是对个体的关怀,也是对人类整体利益的关怀。如果依照温度越高越省电的法则,那么空调的存在就失去了意义,人的尊严就会被忽视。

这正如交通法规一样,如果过分强调行人、非机动车的自由,那么道路机动车道将失去意义;如果将违章引起的事故责任全部给予行人、非机动车,那么在“撞死白撞”的可怕规章下,法的尊严、人的尊严将会被践踏。

26℃不是最舒服的温度,但是最接近“自然”的温度。

26℃不是最环保的温度,但是在关怀“人”的尊严之前提下,与“社会法”的最近距离。简单的2℃,体现的是妥协与捍卫。任何事,做到极致,一定都有这宝贵的2℃。

观望

滚滚红尘中,“网红”图书更多的是一种市场商业行为

百态

文化遗产、乡村意象、乡土气息是游客期望的“乡村记忆”

“热搜”榜,好大一朵浮云

□ 袁跃兴

文化圈也远超过许多所谓“顶级流量”的待遇,引起众多网友的反感。

时下,随意翻看一下微博热搜,今天明星A换发型上一次、明天明星B小号曝光上一次。大量的营销内容霸占了公众注意力的资源,让用户想要寻找的信息淹没在这些无聊的噪声或者商业企图之中,难怪越来越多的网友认定“热搜是买的”。

一些流量明星营销意识也越来越强,他们将社交网站作为打造个人品牌的重要阵地。借此,明星不再依赖作品带来的话题,或影评人的评价带来流量,而是开始为自己“代言”,将社交网络作为作品宣传、与粉丝互动的平台。他们把自己能够推上“热搜”看作是一种商机、一种营销机会,为此不惜进行炒作,制造话题,博取眼球。这就是一些“热搜”榜娱乐化信息、商业化炒作、营销化套路泛滥盛行的主要原因。

急功近利,是任何时候都会存在的心态和行为,今天当然也不例外。在文娱文化中,明星娱乐热门话题占据了“热搜”的主要内容,人们爱看娱

乐八卦信息,仅仅是因为消遣娱乐,满足感官愉悦,知道就行了,完全不用费脑子。

在信息获得方便快捷的时代,各种各样“热搜”榜提供的信息,其中有多少是有用的、有价值的、富有启发性的内容呢?我们浪费了大量时间去了解不必要的信息,可能已变成了知道最多而思考最少的人……

与“热搜”榜流行并行的是,泛滥的信息世界常常是喧嚣与失语并存,糟粕与精华并在,真相与假象相连,现象与本质混杂,存在与虚无相互作用。我们所希望看到的真实的世界,事情的真相,事物的全貌,却往往是由“机器推荐”“APP”“大数据”提供给我们,有价值的、有营养的信息却是越来越稀缺,越来越珍贵……

为了获得有价值的信息,我们就需要付出成本,这种“成本”,现在只能靠读者自己去甄选、辨别。以不盲从、不趋奉流俗趣味的心态,学会独立思考 and 理性判断,不为喧嚣失去了精神的静默,不为浮华遮蔽了真相与事实。

“网红”书,书品即人品

□ 许民彤

书的不内容源自他们自己的公众号。他们因在网上走红,亦拥有相当数量的粉丝。比如,不久前自媒体人末那大叔的作品《我喜欢你,像风走了八千里》出版,新书签售会人气颇旺。

对此现象,一名出版社编辑分析,不管是哪一种类型的“网红”,基本上都是粉丝众多,自带流量,“比如,一位‘网红’作者拥有三四百万粉丝,对于他们的书,潜在购买者数量就相当可观,有的铁粉不过脑子就买了”,某些“网红”图书作品的腰封,有的还会写上“微博粉丝××万”,则主要是“收割”一些边缘读者。

但是,“网红”书的书品却是屡遭读者吐槽批评。这些“网红”书,基本上是靠贩卖励志故事或心灵鸡汤来敷衍读者,甚至书中会填充不少“网红”本人的“写真式”照片,文字内容平平,实在没有多少深刻的思想可言。

其实,这正是反映了这些“网红”

出书的实际目的,即通过这样一种方式与粉丝互动,对自己“偶像”资产进一步开发。

在“网红”流行的时代,我们的读书生活呈现出流行化、时尚化和市场化的特征。而一些流行作家、“网红”的图书,又往往是当下阅读热点、争论的焦点。“网红”图书,能够流行,受粉丝热捧,是迎合了偶像粉丝的文化追随心理。这些作品或许曾在时尚消费的文化大潮里激起一些吊诡的、惊人的浪花,但它们却如过眼烟云很快便消失。

作为一种图书出版现象,“网红”图书更多的是市场商业行为,留给文学研究的意义并不大,也不能体现出对文学创新的追求。因此,“网红”出书谈不上是什么“文学情怀”,不过是“网红”的一种“流量变现”,它们所影响的是粉丝读者的跟风阅读、时尚阅读、流行阅读而已……

□ 潘铎印

乡村旅游寻觅“土味”

旅游重在展现个性和特色,乡村旅游不外如是。

但是,近年来,很多地方在推动乡村旅游过程中,缺乏科学规划和统筹布局,一哄而上,一窝蜂投资建设,却对自身资源认识不到位,没有抓住本地禀赋的特色文化和资源,而是把别处的经验进行简单化复制,甚至把城市景观搬到农村来,使乡村旅游失去了原有的味道,失去了乡村旅游的特色魅力和发展动力,最终成为难以持久运营的“空壳景区”。

乡村旅游是以乡村空间环境为依托,以乡村独特的自然环境、田园风光、民俗风情、农耕文化、乡村聚落等为背景,利用城乡差异来设计产品的一种旅游形式。发展乡村旅游要深入挖掘乡村旅游的文化意蕴,树立鲜明的乡村意象,保持独特的乡土气息,挖掘乡村文化的原真性和独特性,提炼让游客感知

的文化符号。作为游客,最希望收获的是当地小镇村庄独有的特色农业和非遗文化风貌,体验休闲农庄、观光农园、生态园林、民俗文化等旅游特色服务,强化乡村旅游有效体验,感受“非遗”“乡愁”“田园”的文化韵味,让游客把乡村旅游变成“可带走的记忆”。

日前,文化和旅游部、国家发改委发布的《关于开展全国乡村旅游重点村名录建设工作的通知》指出,全国乡村旅游重点村有6项遴选标准:文化和旅游资源富集,自然生态和传统文化保护较好,乡村民宿发展较好,旅游产品体系成熟、质量较高,基础设施和公共服务较完善,就业致富带动效益明显。这些标准应是众多“迷茫”中的乡村文旅小镇、民俗景区的建设者、运营者应当看齐的方向。建议各地应立足本地资源禀赋、区位优势、文化特色、目标市场制定乡村旅游规划。要突出