

新的约定 新的出发

奥林匹克再一次选择了北京,与东方文明古都写下新的约定。

7月31日,在马来西亚吉隆坡举行的国际奥委会第128次全会上,北京获得2022年冬季奥运会举办权,成为奥运史上第一座举办过夏季奥运会、又将迎来冬季奥运会的城市,长城内外再度欢腾。2008年,北京为世界奉献了一场无与伦比的盛会,辉煌永载史册。如今,北京携手张家口,又踏上了一场充满激情与魅力的冰雪之约。

从2008年北京奥运会、残奥会,到2014年南京青奥会,再到获得冬奥会举办权,新世纪以来,中国与奥林匹克运动相伴而行,推动着不同底色的文明彼此互动、深度融合,散发出熠熠夺目的光彩。冬奥会花落北京,我们感谢国际奥委会的信任与支持,也

再度向世界许下庄严承诺。作为曾经的奥运城市,充分利用好北京奥运会场馆资源和人文财富,为世界奉献一届不同凡响的冬奥会,为奥林匹克运动探索新的发展模式,为正在推进的京津冀协同发展增添动力,北京冬奥会洋溢着鲜明的时代气息,必将写下自己浓墨重彩的一笔。

北京联合张家口举办冬奥会,将推动奥林匹克精神在我国更广泛传播,全面拓展体育的多元社会功能。冰雪运动在我国有着广阔的时空承载,通过举办冬奥会,带动三亿人参与冰雪运动,使广大群众特别是青少年增进健康、振奋精神、愉悦生活,这将对国际奥林匹克运动发展的巨大贡献,同时也将进一步提升我国冬季运动竞技水平。

举办2022年冬奥会,我们满怀期待。“以运动员为中心、可持续发展、节俭办赛”,北京在申办冬奥会期间提出的三大理念与国际奥委会《2020议程》高度契合,同频共振,得到了广泛赞许,代表着未来的方向。将举办冬奥会纳入京津冀协同发展重大战略中,与经济发展、社会进步、生态建设等融汇为一张蓝图,促进奥林匹克运动与城市发展良性互动,新的使命摆在我们的面前。这不仅仅是一次体坛盛会,更是一个惠及千家万户、推动文明进步的广阔平台,一个创造更加优良的体育运动环境、自然生态环境和社会人文环境的历史机遇。

举办2022年冬奥会,我们满怀信心。这信心来自繁荣稳定的经济社会环境,来自13亿中国人民对奥林匹克运动的热爱和向往,

来自北京和张家口所具备的综合条件以及深厚的文化历史底蕴。我们坚信,北京冬奥会将会再度奏响奥林匹克和平、友谊、进步的动人篇章,为实现中华民族伟大复兴的中国梦添彩助力。

欢庆胜利之际,我们也要向竞争对手阿拉木图市表达由衷的敬意,他们对奥林匹克运动的不懈追求值得尊重。奥林匹克运动的未来,需要所有参与者共同托举。

我们期待着2022年,奥林匹克运动在古老的长城和独具东方特色的春节文化中焕发新的光彩。不同信仰、不同肤色、不同种族的人们欢聚一堂,共享奥林匹克带来的激情、快乐与福祉。让我们从现在出发,共同铺开一段全新的奥林匹克传奇。

(转自《人民日报》)

画中有话

“名单”治乱

■文/广春 图/顺清

建立旅游企业“黑名单”、公众可随时上网举报不文明游客、旅游投诉有效处理期内100%结案。7月29日,记者从2015年全国旅游市场监管工作会议上获悉,今年下半年,国家旅游局将推出一系列措施重拳整治旅游市场秩序中存在的乱象。

旅游企业“黑名单”与游客“黑名单”同步推进,对旅游业的良性发展和旅游企业制订文明工作计划,以及提升本行业、本企业的品质和影响都有一定的意义。这些都能使游客从中享受到文明教育和鼓舞。

但以笔者之见,旅游企业“黑名单”建立容易维护难,对建立旅游企业“黑名单”的价值和影响也不能过分夸大。旅游企业“黑名单”,是管理旅游企业的一种方式,对旅游企业的评判,包括旅游企业硬件投入、标准建设、旅游计划设置、企业文化、导游素质等。

从另一层面讲,建立旅游企业“黑名单”,是行政执法管理、法律



处罚之外的一种道德评价平台,本身没有强制影响力。对列入“黑名单”的旅游企业,需要有相配套的惩罚机制,以形成道德约束、行业管理、执法处罚相结合的综合管理模式。

对旅游企业的管理,是一项复

杂的工程,不可能一蹴而就。建立旅游企业“黑名单”,旅游主管部门仍然要督促旅游企业建章立制,规范管理,依法经营。抓好旅游企业,形成执法、处罚等配套机制,才会提升旅游管理能力,全面提升旅游文明。

下基层岂是游基层

■海鸥

去年以来,多次随各路艺术家到基层慰问演出。许多细节让人难忘。

一次,寒冬腊月,舞台车是露天搭建,条件比较艰苦。观众依旧里三层外三层地挥舞着热情。演出中,不少演员抱怨天冷、舞台破、环境恶劣,并强烈要求取消进村下社区的交流活动——“还演什么演,让他们老老实实呆在家看电视吧!”

又一次,大雨滂沱。一名演员冒雨草草演出后,狠狠地说:“我这是第一次,也是最后一次干这活儿,太受罪了。”同行的记者小声嘀咕,观众还从头到尾都淋着雨呢。

一边是基层群众在寒风里、大雨中的不熄热情,一边是“腕儿”、“角儿”被宠在手心却还抱怨不停。让人百感交集。

其实,有些“明星”之所以对基层不屑、与群众拉开距离,他们的心态不外乎两种:

一是无所谓。下到某个基层表演,说白了就是“一竿子买卖”,既然演一次便不会再来了,便不用担心“回头客”的问题。反正世界那么大、观众那么多,走马观花、蜻蜓点水也无所谓。

二是瞧不起。一些人有了几个粉丝、出了一点名气后,常常以为自己高人一等,看不上那些沾着泥巴的“土包子”,于是不屑一顾。

在这些文艺工作者心里,跋山涉水的采风早已过时,深入基层演出也是不得已而为之的“规定动作”。于是,唱唱就完了、挥手就走了的“游基层”场面屡见不鲜,与群众的物理距离倒是拉近了,心理距离却疏远了。

中国传统文艺批评名作《文心雕龙·知音》有云:夫缀文者情动而辞发,观文者披文以入情,沿波讨源,虽幽必显。意思是文艺的表达和观众的感受是个心心相印、互相体察的过程。文艺表演到底是灌注了真情真心,还是浮皮潦草的逢场作戏,观众心里都明白,感动他们的,他们会不吝掌声,敷衍他们的,他们便会嘘声一片。若把走基层当成“到此一游”,电视上一个样、生活中另一个样,不仅对下不解渴,对演员本身也无裨益,甚至就是在拆自己的台。

之前听文艺界的一位老前辈说,现在许多年轻艺人之所以“生命周期短”、“面孔昙花一现”,很多都是因为对人民群众缺乏感情,没有经历生活的锤炼和艺术的提升,肤浅的作品和表演也就难以被人们记住。

基层是一片广阔的天地,高手也常常在民间。老艺术家孟子感慨自己“由小鲁艺到大鲁艺,真正向广大人民群众学习后,戏才演得好”;赵季平跑遍三秦大地,痴心探访民间艺术,从民歌、山歌、地方戏中得到深厚滋养;姜昆说“讲一百次不如下去一次”;关牧村在40年的基层演出中向生活和群众学习,促进表演艺术的升华。可见,为人民演出、和群众交流,还不单单是把慰问做到位、把演出送下去,也是了解群众需求、挖掘鲜活素材、吸收民间养分、启发创作灵感的必由之路。文艺工作者应该牢记,创作是自己的中心任务,作品是自己的立身之本,若作品和表演总是重复着昨天的故事,让艺术脱离实践,灵感就会枯竭,未能与时俱进,表演也会高冷,“那张旧船票”也自然“上不了观众的客船”了。

说一千道一万,只有根向下扎得足够深,根基才足够稳,养分才足够多,艺术之树才能长青。

精打细算才有“绿色”

短评

■张辉

不少单位的卫生间里,都备有擦手用的纸巾。细心观察,还会看到纸盒上面一般都印有一行小字:擦手只用一张纸。可不少人对这样一种善意提醒熟视无睹,经常一下抽出好几张纸用来擦手,多少有些浪费。

的确,洗手之后,不及时擦干净,不仅不方便,会弄湿其他物件,还容易沾染灰尘、滋生细菌,卫生间里备有擦手纸,也是情理之中。然而,提供方便,不等于鼓励浪费。事实上,很多地方提供的擦手纸,都是原浆纸,吸水能力较强。即使是一张纸,只要充分利用,擦干双手,并不存在太多问题。之所以会出现浪费的现象,说到底,还是节约意识不够,或是认为擦手纸是公共场所提供的,不花自己的钱,浪费也无所谓;或是觉得大家都这么用,“多我一个不多,少我一个不少”,随潮流就行。

“一粥一饭,当思来之不易;半丝半缕,恒念物力维艰”。单独来看,多一张,少一张,的确不是什么大问题。可当使用的人多了,一年下来,就不是一个小数目了。“绿色”不是一句空洞口号,而是需要每个人为之努力。从节约擦手纸做起,从细小生活出发,精打细算,才有“绿色”未来。