

平抑菜价彰显政府民生情怀

新华时评

古诗词的正确打开方式不止背诵

施雨岑 吴晶

满屏竞传飞花令, 一众争说武亦姝。春节长假期间, 一档名为《中国诗词大会》的电视节目广受关注, 来自各行各业、不同年龄的选手以诗为剑, 一较高下, 引人入胜。有人为此惊呼: 中国诗词的春天来了!

诚然, 这样一档形式活泼的电视节目迅速带起“人人读诗、人人爱诗”的风潮, 让人们发现中国传统文化之美, 无疑值得肯定。然而, 比赛中也暴露出一些选手只知背诵、不知其意, 不懂平仄对仗, 甚至不知道诗词中一些字的正确写法, 这样的问题发人深省——中国古诗词的正确“打开方式”, 难道就只是背诵吗?

熟读唐诗三百首, 不会作诗也会吟。不可否认, 背诵是创作的基础, 没有数量的积累, 一切都是空谈。但是, 若止步于背诵、不懂欣赏、不深究内涵, 对优秀传统文化仅停留在“知道主义”, 恐怕很难形成承先启后、继往开来的基因链条。

千年往事凭诗见。我们身处诗词的国度, 在灿若星河的名篇佳作中, 可以寻到自己的来路, 探出未来的方向。只有将诗词的熏陶融汇到国民教育的各个环节, 将优秀传统文化的元素与社会生产生活深度融合, 这些流传千年的优秀精神财富才能摆脱昙花一现的命运, 真正活起来、传下去。

令人欣慰的是, 近年来, 这种认识已经开始深入人心, 中华优秀传统文化正在以现代人喜闻乐见的方式走进千家万户。借助丰富多元的传播手段, “听写大会”“成语大会”等电视节目正在唤起大家对汉语言文化的关注与兴趣; “为你读诗”“书香中国”等文化活动让人们在奔波之余享受心灵的慰藉; 传统文化进校园、进社区的国家教育规划, 唤起越来越多的年轻人珍视中华民族的文化底色, 描绘当代中国的文化亮色。

古诗词的正确打开方式不能止于背诵, 而应沿着古人的生花妙笔一路上溯, 去探寻他们“吟成五字句, 用破一生心”的那份执著, 去用心感受诗意之美。



扫描二维码
关注“海南观察”
“码”上读懂海南

本版言论只代表作者个人观点
投稿邮箱: hnrpl@163.com

海南观察

方桂琴

以往每逢过年, 菜价都会蹭蹭往上涨。然而今年春节期间, 海口市的蔬菜价格不增反降, 18种主要蔬菜均价比去年同比下降44.59%; 三亚市的部分蔬菜价格比平时还便宜, 省物价局统计的全省19个市县菜价排名中, 三亚市菜价均跌落在10名之外。(见今日A02版)

以往, 菜价逢春节必涨, 而今年春节期间菜价却很“淡定”, 广大市民甚至吃上了“一元菜”, 不用费尽心思地囤积隔年菜。菜价低了, 老百姓心气顺了, 过年的心情也就舒坦了, 骂声没了, 点赞多了, 这与以往反差不可谓不大。海南作为国际旅游岛, 菜价高低不仅影响到本地居民和候鸟老人的生活质量, 也关系到外地游客对海南的看法与评价, 更折射出一个城市的治理水平和治理能力, 不能不引起重视。蔬菜价格平稳, 是民生需求的体现, 而平抑菜价则是政府部门重视百

姓生活质量、关心民生疾苦的表现, 体现的是政府部门的为民担当。古人言: 为之, 则难者亦易矣; 不为, 则易者亦难矣。再大的事情、再难克服的问题, 只要积极应对, 就一定能够解决。就平抑菜价而言, 今年春节, 海口和三亚为我们树立了典范。海口和三亚的实践充分证明了, 即便是年复一年的老大难问题, 只要倾注真心、下定决心, 撸起袖子、甩开膀子, 就一定能够解决好。无论是抓调控、促流通、助生产, 多管齐下让“菜篮子”保供稳价的“三

亚模式”, 还是用“市场的手臂”成功发力, 对蔬菜全行业进行供给结构调整, 从产、供、销三方发力降菜价的“海口模式”, 背后都离不开政府之手的有力调控。从去年初, 打击哄抬菜价、欺行霸市的“菜霸”, 到实施菜篮子工程, 再到指导百姓种植、定向采收, 随着政府调控的步步深入, 政府部门依照市场规律, 使用市场手段解决市场问题, 平抑菜价的效果越来越明显。相关部门积极作为, 用情用智做好平抑菜价工作, 成绩来之不易, 效果十分显著, 老百姓都看在眼里, 喜在心里。

常言道“一枝一叶总关情”, 在这利民、为民的一举一措间, 政府与百姓的心贴得更紧了, 干部对民生问题也了解得更加透彻, 解决起来也更加得心应手, 而百姓对政府的理解、支持也更多了, 满意度也提高了。事实证明, 只有各级党委、政府真正把民生问题放在首位, 重视民众呼声、回应民众诉求, 广大领导干部把民间疾苦声听入耳中、忧在心中, 劳心勤力地为百姓排忧解难, 才能真正赢得百姓的信任与支持, 才能凝心聚力推动各项事业的发展。

旅游形象毁易立难需珍惜

锐评

今年春节, 云南依然是热门的旅游目的地。然而, 近段时间以来, 多起旅游过程中发生的纠纷, 诸如大理某客栈老板猥亵女客人、女性游客在丽江被恶意毁容等, 让大理、丽江等云南旅游重点地区的形象, 受到一定程度的影响。而回顾以往的新闻报道, 游客因拒绝购物、拒绝强制消费而被打骂的事例也不少, 个别事件还因为情节太恶劣, 引起过全国范围内的关注。

对一个地方的旅游产业而言, 品牌形象至关重要。打造旅游“金字招牌”, 需要鬼斧神工的绝色风光、人无我有的人文特色; 但毁掉一座城市在游客心目中的声名, 只需要几家欺客宰客的餐馆、酒吧, 几个目无法规的导游、老板。

两年前的青岛天价大虾事件, 让人们感叹“一只38元的大虾, 毁掉了几亿元打造出来的‘好客山东’形象”; 而云南近段时间的旅游乱象, 也让七彩云南的美名蒙尘。以丽江为例, 当它从一个名不见经传的西南边陲小镇, 发展成为国人皆知的旅游胜地。旅游收入的巨额增长, 让商家看到了谋利的良机, 如雨后春笋般增

长的酒吧、客栈正源于此。如果在这样的爆炸式增长面前, 相关监督和管理未能跟上, 各种旅游乱象恐怕难以避免。

其实, 不单是丽江、大理, 随着旅游成为一种流行的生活方式, 很多旅游胜地都在遭遇类似的问题。应对问题的关键在于, 相关城市的监管部门要主动作为, 在旅游产业链的各个环节都担负起应有的责任。一方面, 对于那些反复发生、屡教不改的旅游乱象, 要出重拳治理, 坚决把经营过程中出现的强买强卖、坑蒙拐打辱骂游客等“害群之马”尽早清除; 另一方面, 对于旅游纠纷多发的地方、景区, 更要未雨绸缪, 把各项工作做在前面, 把隐患消除在游客到来之前。

深陷形象危机的云南如何突围? 经历过很多起伏的三亚, 或许能提供一些可资借鉴的经验。几年前, 三亚旅游曾多次遭到游客投诉, 内容集中在海鲜排档强制消费、旅游产品质次价高、旅游投诉处理不及时等问题上。让人欣慰的是, 近年来, 三亚有关部门痛定思痛, 重点监督春节期间的旅游市场, 做到了“节日未至而监管已到”, 大大净化了当地的旅游环境。

旅游形象毁易立难, 各地且行且珍惜吧。(刘晶瑶)

时事图说



大师威名价几何?

江苏省宜兴市的几位“紫砂大师”遭遇了尴尬事儿。2016年7月, 在一次“中国陶瓷艺术大师”评审活动中, 竟有91人获得了大师的荣誉称号, 这座因紫砂出名的小城市也产生了6名。然而, 5个多月后, 民政部官网通报, 此次评审活动为违法行为, 91名大师身份遭质疑。

一次评审活动, 就产生91名“大师”, 如此“批量生产”, 让人难免质疑, 这些所谓的大师究竟身价几何? 这是一种怪现象, 看看周围, 行行业业, 言必称大师, 仿佛不挂个大师的名, 就显不出学问和地位。人人争当

大师, 趋之若鹜之下难免良莠不齐。在泥沙俱下、鱼龙混杂中, “大师”这一曾经让人极为尊崇的词语, 越来越散发出让人生厌的怪味、酸味。民政部的及时通报, 为所谓的“大师”评审敲了一记警钟, “大师”不是虚名, 只有专注业务, 练就过硬本领, 才能名实相符, 让人尊敬。这正是:

鱼龙混杂大师多,
批量生产价几何?
酸俗迂怪名不在,
潜心业务去心魔。

(图/王铎 文/张成林)

微评

中国青年报: 颇非“亲自”, 何谈导? 我们一度听到有些领导“亲自”视察基层, “亲自”出席会议, “亲自”揭牌鼓掌, “亲自”吃饭如厕……不仅领导习惯了这些“亲自”, 其他人也习惯了这些“亲自”。这不是“扑下身子”, 而是“摆出架子”, 不是“狠抓落实”, 而是“自我标榜”。两种“亲自”孰轻孰重, 取决于是否真正地履行人民公仆的“领导”职责, 取决于是否真正地以群众心为心。改革越向纵深推进, 遇到的硬骨头越多, 这样的亲自扑下身子, 没有啃硬骨头的勇气, 没有接烫手山芋的担当, 没有两把刷子的真本领, 恐怕是辜负了“亲自”的领导资格和群众信任。

光明日报: 对文化要“敏感”一些。日前, 有消息说, 韩国拟将匾额文化作为非物质文化遗产向联合国申请。中国作为匾额的发祥地, 这则消息多少让国人有些五味杂陈。对文化要“敏感”一些, 就是能准确地圈定出“这是文化”, 并有意识地加以保护。今天当然不会再把匾额当床板的糊涂, 但对文化的“敏感”是否足够? 齐齐哈尔曾把古建“将军府”移出, 后来又搬回; 济南把老火车站拆除, 如今又希望重建。新加坡连华人婚嫁的礼饼都纳入了非遗保护, 还有多少习焉不察的文化风物被我们漠视?(张辑)

图说

富强 民主 文明 和谐

自由 平等 公正 法治

爱国 敬业 诚信 友善

我们的价值观



户县张占刚作

中宣部宣教局 人民日报 漫画周刊
中国网络电视台

图说

富强 民主 文明 和谐

自由 平等 公正 法治

爱国 敬业 诚信 友善

我们的价值观



户县潘晓玲作

中宣部宣教局 人民日报 漫画周刊
中国网络电视台