

世相浅见

1.社会不容暴力横行,网络也不容暴力撒野。近日,中央网信办印发《关于切实加强网络暴力治理的通知》,旨在健全完善长效工作机制,压实网络平台主体责任,通过亮红牌、划红线的方式治理网络暴力,净化网络空间。

点评:此次《通知》的一大特点,就在于强化了事前预防、事中监管、事后追责的治理逻辑。在预防环节上,提出“明确细化涉网暴内容标准”“构建网暴技术识别模型”“建立涉网暴舆情应急响应机制”,及时发现网暴倾向性、苗头性问题。“网络暴力何时休?”这是广大网友的期盼,也是网络治理的目标。让施暴者不敢施暴、不能施暴、不想施暴,让每个人都能放心对话、安心交流、舒心生活,打造一个向上向善、风清气正的网络空间,我们还需更加努力。

2.“李白滇臊子米线”“薛涛茶艺楼”“薛涛鱼鲜馆”……据媒体统计,在全国各地,很多历史名人都被抢注了商标。仅与“李白”相关商标申请就检索出1258件,其中不乏“李白醉爱”“李白洗鞋”“李白爱肥肠”等商标名称。“薛涛很忙”“李白很累”,过度用历史名人“站台”,引发历史名人姓名是否可以随意进行商标注册申请的讨论。

点评:历史名人是宝贵的传统文化资源,特别是像李白这样的大家,在中国人心中是历史文化和民族情感的神圣符号。若是放任名人招牌被泛用滥用,让商家将历史人物当作商业推广的噱头,不但是对历史严肃性的无视,也不利于传统文化的传承发展。因此,对历史名人商标的注册使用,可将其纳入公共资源,采取统一注册、授权使用、有序管理、合理开发的方案。比如,“李白”商标可以依据李白的历史“人设”,限制其使用范围,不得用于损害李白形象的领域等,从而更好地维护名人形象、保护公众共同的民族感情。

综合新华网、人民网

“围炉煮茶”彰显文化自信

■江德斌

近日,围炉煮茶走红网络,不少年轻人或自备茶具、或前往户外茶社,生火、煮茶……当中国传统艺术煮茶成为新型社交方式时,秋天的氛围感又增了几分古色古香。

一杯暖茶下肚,偷得半日闲暇。我国有着悠久的茶文化传统,与如今普遍流行的泡茶方式截然不同,“围炉煮茶”盛行于宋朝,拥有一套完整的器具和繁复的流程。古人在煮茶时,还会配一些果子、点心,邀三五好友饮茶聊天,吟诗作赋。“围炉煮茶”再次兴起,是对传统生活美学的致敬,呈现出年轻人社交的新动向。

近年来,一些古装剧以精致的服装、唯美的画面吸引了很多观众,掀起了一波宋代生活美学风。“宋潮”成为年轻人向往的文化潮流,仿宋设计、复古化商品热销。“围炉煮茶”正是起源于《梦华录》的剧情,许多商家打出《梦华录》“同款”的旗号,迎合年轻人的消费趣味。

如今,商家将“围炉煮茶”迭代升级,消费环境更为优雅,年轻人往往聚集在新中式茶馆,有些照片里,还有书法、蒲扇、油纸伞等道具入镜,增添了几分古色古香的感觉。“围炉煮茶”不仅有怀旧感、复古风,还能凭借上佳的视觉效应,帮助年轻消费者品味雅致的传统文化。通过社交媒体的广泛传播,“围炉煮茶”风潮还会进一步扩散,吸引更多人的加入,成为全新的消费模式。

汉服、戏剧、围炉煮茶等国潮元素相继走红,反映出大众对传统文化认同感提高,这何尝不是一种文化自信。因此,对“围炉煮茶”等传统生活美学的复兴,应以积极乐观的心态看待,期待其推动社会审美进步,提升大众消费品位和精神享受。

目标应慢慢长大,人生该从从容容!

■林新华

“人生的真正意义,在于淡定从容地过这一生。”

读贾平凹先生《愿人生从容》一书时,这句话让我共鸣。

的确,真正好的人生,是从从容容的,而不是急急忙忙的。

这个处世态度,让我想到一个人——姜子牙。

如果说到从从容容,他是一个典范。

《史记》中讲到一个故事。

这个故事发生在三千多年前。

商朝的诸侯——西伯侯姬昌出外打猎时,遇到了在渭水垂钓的姜子牙。这个时候的姜子牙已经七十岁了,而且是连续三天都还没有钓上鱼。尽管这样,他还是坐在一束茅草上,安安静静在那里钓鱼。

在渭水北岸,他们相遇,相谈甚欢。

姬昌用车子把他载上,一同回京城去,到了城里就拜他做了国师。

从此,中国历史和姜子牙的发展,开始有了新的变化。

被尊称太公望的姜子牙,因此成为首席智囊,用自己的才华辅佐姬昌建立霸业,姬昌后来就成了周文王。周武王即位后,尊他为“师尚父”,姜子牙成为周国军事统帅。后辅佐武王灭商纣,立周朝。灭商后受封于营丘(后称临淄,今山东淄博东北),成为齐国开国之君。辅佐执政周公旦,平定内乱,开疆扩土,促成成康之治。

《说苑》曰:“太公年七十而相周,九十而封齐”;《淮南子》曰:“吕望年七十始学兵,九十佐武王伐纣”。

这些文字都说明一个情况,姜子牙直到七十多岁,才遇到施展才华的机会,先后辅佐周文王、周武王等君王。

年逾古稀,姜子牙还从从容容地生活,實在是“淡定爷”。

历史的片段记载相传,大禹时期,当时许多人辅佐大禹治水有功,被封分在各地,奠定中原此后上千年的势力格局。其中有一支,姓姜。被封在吕地,即今河南南阳附近。姜子牙的先世为贵族,在舜时为官,因功被封于吕,故为吕氏。商朝末年,这一支已经衰落。到姜子牙出生的时候,这个家已经贫困潦倒,他们早已由贵族进入贫民阶层。因为是姜姓、吕氏,名尚。字子牙,号飞熊。所以他的名字很多,不仅是姜子牙,又称吕望、吕尚。

药店跨界卖咖啡还需看“疗效”

■谢庆富

在药店来一杯手冲咖啡,吃完创意点心,抬脚就能接受中医问诊……最近,京城老字号白塔寺药店办起养生咖啡馆“耀咖啡”,试营业期间吸引了不少消费者慕名前往。记者调查发现,类似的中药店跨界卖咖啡,或者奶茶店和咖啡店增加“中医养生”类饮品,近来已成为一种新时髦。

中药店跨界卖咖啡,打的是养生的旗号,目标客户人群是年轻人。年轻人普遍有熬夜的习惯,加上平时缺乏锻炼,身体健康状况不太理想,但是他们又希望拥有健

康。中药店了解年轻人的健康需求,也知道年轻人对咖啡的接受度较高,因而投其所好。

王船山先生说过:“有志者,其量亦远。”

姜子牙家虽贫,但怀大志。总是刻苦学习,始终不倦地研究、探讨治国之道,以期有朝一日能够大展宏图。

就是这样一个深处贫寒之家的人,到了七十多岁才遇到机会。

这中间的岁月,一定不是匆匆忙忙的人生态度能支撑的。

只有保持从从容容的态度,才能熬过漫长的等待。

从从容容的态度,并没有辜负他。

作为商末周初政治家、军事家、韬略家,周朝开国元勋,兵学奠基人,他被后世推崇备至,历代皇帝和文史典籍尊为兵家鼻祖、武圣、百家宗师。唐肃宗时期,追封武成王,设立武庙祭祀。宋真宗时期,追谥昭烈。

在中国封建王朝的历史上,能有这等荣誉的人少之又少。

在赞誉他的时候,人们不会把他从从容容积蓄能量的前七十年忘记。

甚而,他出任国师前,那从从容容的人生,成为我们应该敬仰的态度。

我们现在看到的是,一些人以匆匆忙忙切入人生的态度,让自己不时迷失方向,总感到人生太累,难以品味到人生的甘甜。

职位没有如自己预期上升、收入没有达到自己的指标、房子车子位子……总是难以与自己的理想相遇。

在匆匆忙忙的追求中,目标总是那么遥不可及,时间总如白驹过隙,人生越来越迷离。

人生迷离、心神不宁、急躁不安,自然就少了美好的享受。

我们想,如果姜子牙以这种匆匆忙忙的态度,来谋划自己的人生,哪里会有他后来的机会和作为呢?

匆匆忙忙的人生不可取,人生应该从从容容。

俗话说:“欲速则不达”。

人生的目标不要好高骛远,应循序渐进、慢慢长大。

比如买房,有钱就买房,缺钱可租房;钱多买大房,钱少买小房。

比如买车,实力强,买汽车;资金缺,买摩托;没有钱,骑单车。

比如工作,大城市有机会,中小城市也有机会,你的选择应该量力而行。……

生活中的匆匆忙忙,有时不是人生一定要你这么忙,而是我们自己有时不切实际的追求,带来的后遗症。

如果为了面子,追求过高目标,承

受过度压力,你怎么不会天天生活在焦虑中,时时刻刻在忙忙碌碌着呢?

作家马德说,不要急着让生活给予你所有的答案,有时候,你要拿出耐心等等。

缺乏耐心、匆匆忙忙的生活,往往难有如意的结果。

人生如棋,棋如人生。

在对弈中,有的人急于求胜,频频落子,结果一败涂地;而有的人从从容容,淡定看棋,结果用最少的动作大获全胜。

我们想想,如果姜子牙从小就设定要当太师、当开国之君,以急急忙忙的人生态度来对待自己的前程。

姜子牙在周文王没有遇到他时,可能就郁郁而终了。哪里还会有七十岁建功立业的开始,更难有九十岁时还能成为齐国开国之君的机会。

“试玉要烧三日满,辨材须待七年期”!

人生甘甜的酿造,要靠时间的沉淀;远大理想的实现,要靠目标慢慢长大。

比如我们坚持每周读一本书、每月存一小笔钱、每年做出一些成绩……只要我们不奢望一夜暴富、一夜成名,根据自己的条件,设定一些小目标,并不断实现这些小目标。我们设想一下,如果这样持续积累十年、二十年……结果会是什么呢?

慢慢长大的这些小目标,一定会促成我们宏大理想的实现。

文学家泰戈尔曾说:“不要着急,最好的总会在不经意的時候出现。”

生命,从来不是一个结果,而是一个过程。

美好的结果重要,但结果带来的喜悦很短;从容的过程更重要,因为人生的过程很长。

好好享受过程,才真正不会虚度人生的美好。

《菜根潭》中说——

岁月本长,而忙者自促!

风花雪月本闲,而扰攘者自冗!

岁月光阴原本是悠长的,但是忙碌的人却觉得短促。

风花雪月原本是安闲美好的,但是劳苦忧心的自寻烦恼。

因此有人感叹:“慢人生,不急不躁,却尽享风景;不温不火,却静享清静。”

事缓则圆,人生亦然!

我们相信,慢慢成长的目标,不会虚度你的人生,还会让你从从容容、静享人生之美好。



技场是在中药赛道,而非咖啡赛道。中医讲究对症下药,患者有什么病用什么药、用多大剂量的药,都要因人而异。融合了中药的咖啡属于批量生产,药材、剂量都一样。不同病症的消费者喝着一样的咖啡,真的能药到病除吗?

中医药不同于一般的行业,关系着人民群众身心健康。中医药行业的每一项创新,都要比其他行业更谨慎、都要经过反复验证,产品和服务必须确保安全才能投放市场。换言之,中药店跨界卖咖啡,不能只顾挣钱多少,更要关注“疗效”如何。