

## | 头条 |

# “暗夜保护区”与发展“夜经济”相辅相成

■何勇海

据报道,近日,《成都市中心城区景观照明专项规划(2017—2025)》出炉,提出一项新实践——划定“暗夜保护区”。这与近年来国际上许多公益组织提倡的“暗夜保护”理念不谋而合。只不过,“国际暗夜协会”等组织是在纯粹的大自然中寻觅纯粹的、没有工业照明痕迹的暗夜星空;而作为一座现代化大城市,成都是在因地制宜划定需要“调暗”的区域,让静谧的归静谧,喧嚣的归喧嚣。

对于大自然中没有工业照明痕迹的“暗夜”,我们容易理解,日落之后的苍穹要么满天繁星,要么伸手不见五指。然而,提起城市里的“暗夜保护区”,很多人可能会一脸茫然:现代化的城市为什么需要保护“暗夜”?五光

十色的城市如何保护“暗夜”?“暗夜保护”与眼下许多地方提出的发展城市“夜间经济”矛盾吗?

现代化城市需要保护“暗夜”,是基于光污染十分严重。如今几乎在每个城市,每当夜幕降临,人们看见的不再是璀璨星空,而是摩天大楼灯火璀璨,街边店铺霓虹广告流光溢彩,城市景观灯、照明灯、LED显示屏等发光设施也是随处可见,使得整个城市亮如白昼。光污染不仅侵蚀了夜空的美丽,还会带来生态问题,影响动植物的自然生长规律,更会对人类的视力、睡眠、情绪等健康元素造成隐形危害。因此,有效治理光污染,还公众以“暗夜”,成为许多市民的心愿。成都划定“暗夜保护区”,自然是这种民声的回应,是让都市与生态自然和谐相融的体现。

那么,像成都这样的大城市,工业、商业、科技、物流等领域相当发达,如何保护“暗夜”?让它的某些区域在夜晚回到纯粹的、没有工业照明痕迹的“暗夜星空”时代,当然不可能。依照《规划》,成都将按照“该亮则亮、该暗则暗、合理分区、光暗平衡,减少城市光污染源产生”的原则,划定“暗夜保护区”,严格控制保护区内外和周边区域的灯光使用,保留必要的功能性照明和静态色彩淡雅的景观照明,不得使用高亮度、高功率的照明设施,不得使用炫目刺眼、动态变化的灯光装置。换言之,成都“暗夜保护区”,是在保证基础照明的前提下,尽量弱化灯光对城市环境的影响。

成都划定“暗夜保护区”的做法值得借鉴。放眼全国,杭州也曾出于生态环境保护的需要,对人工光进行限制,为此划

定了“城市黑天空保护区”,在这个保护区内不得设置景观照明设施,设置的功能照明设施不得有上射光线。成都与杭州的做法是以人为本的体现,是对人与自然和谐相处的追求,让我们看到了地方政府对于光污染的治理努力。

有人可能会认为,“暗夜保护”与打造“不夜城”、发展“夜经济”相矛盾。实际上,与“不夜城”“夜经济”相关的城市区域,是购物、餐饮、旅游、娱乐、休闲等消费行业聚集的区域。而成都要划定的“暗夜保护区”,则包括龙泉山森林公园、环城生态区及其他自然生态区、居民集中区、工业区等,这些区域不是商旅休闲集聚区,这些在夜晚该暗的地方,的确可以暗下来,让人们可能看到萤火虫、淡淡的树影,还有久违的星光。与发展“夜间经济”并不冲突,而是相辅相成。

## | 三言堂 |

## 车载“小黄鸭”面临安全与法律风险

■苑广阔

据报道,近日,一款网红产品“车载破风鸭”火了。相信很多人都见过这样一只鸭子:车主把它安装在汽车的后视镜上、引擎盖上、后备箱顶上……这样的装饰看似好玩,但却像一颗“定时炸弹”,不仅危险,还涉嫌违法。

最近一段时间,很多人都注意到了有车一族在自己爱车上安装网红产品“车载破风鸭”。这只戴着头盔、可以随着车身震动而晃动的黄色小鸭子,因为其可爱又呆萌的形象在网络上具有较高的人气,受到了很多人的喜爱。而流行的东西往往具有“传

染性”,一部分人购买使用引来更多人的跟风和模仿。

然而跟风安装“车载破风鸭”,存在安全隐患,并不值得鼓励。很多车主把这只小黄鸭安装在车辆的后视镜、车顶或者是后备箱上,依靠的仅是小黄鸭自身的黏性,随着车辆震动,小黄鸭身上的零部件,甚至是整只小黄鸭,都存在脱落的可能。一旦脱落,在车辆高速行驶的情况下,“萌物”立马变身为“凶器”,会给周边尤其是后面的车辆带来极大危险,轻则伤车,重则伤人。

从法律角度来看,在车外安装“车载破风鸭”,也违反了国家相关法律规定。《道路交通安全法实施条例》

第十三条规定,机动车喷涂、粘贴标志或车身广告的,不得影响安全驾驶。一旦车外安装的玩偶脱落引发交通事故,车主将负全责。实际上,目前国内多地已对车载小黄鸭开出罚单,仅南京市就有上百名安装小黄鸭的车主“吃了罚单”。

网络时代,商家的大肆炒作,网友的自发参与,很容易打造出一些所谓的网红产品、网红现象。然而,这些网红产品必须恪守道德与法律的底线,不能以损害自身和他人的生命安全、合法权益为前提,像热卖的“车载破风鸭”,广大车主应该意识到其背后的风险,有关部门也应该对车外安装“车载破风鸭”进行严格监管。

## | 今日快评 |

## “代追服务”不靠谱 亟需补一堂“恋爱课”

■江德斌

记者在某电商平台以“代追”为关键词进行搜索,发现有不少卖家提供“代追服务”。卖家们或宣称“八天追女(男)神”,或直言“百分百保证效果”,月销量多在几十到几百之间。代追服务主要是教买家搭讪、和异性沟通,以及如何约会等技巧,针对被追者的不同性别,不同情况,有相应的追求方式。根据商家、服务时长的不同,代追费用从几千元到上千元不等。

(9月16日《现代快报》)

点评:“代追”实际上是利用客户的情感需求,提供男女代聊服务,存在欺骗的成分,也无法培养爱的能力。然而有人甘心花钱买“代追服务”,说明“代追”有其现实需求,部分人缺乏情感交流、恋爱经验和技巧,面对心仪的对方不敢表达内心的爱慕,或者不知道如何进行感情沟通,以获得实质性的进展。需要给他们补一堂“恋爱课”,帮助他们通过正常的途径,获得正确的恋爱知识和技巧,懂得如何把握感情、友好相处。社会机构应正视这一需求,提供感情方面的帮助。

## “精准赠阅”值得提倡

■郭元鹏

9月15日,宁波工程学院新生报到,该校人文与艺术学院的297名新同学收到了第一份礼物——一本“最想读的书”。新生报到之前,该校人文与艺术学院便通过网络向全体2019级新生征集了他们“最想读的书”。报到当天,当新生们拿到书时,又惊又喜。翻开送给新生们的书,里面有“宁波工程学院阳明书院”的印章和古色古香的书签。拿着自己喜欢的书,学生纷纷拍照发布到朋友圈。

(9月16日《宁波日报》)

点评:赠送“最想读的书”是一种创新,也是阅读供给与需求之间的精准对接,“送对了路子”,效果当然好,值得提倡。

## | 来论 |

## 期待高质量国产绘本

■付彪

据报道,“北京阅”甜水园图书文化港——曾经的甜水园图书批发市场二楼的儿童图书层,儿童图书琳琅满目,这里已经有了26年的历史,“是一个伴随几代人回忆的地方”。1985年出生的家长许进带着4岁的孩子来选购儿童绘本,他说,和当年不一样,这里的引进绘本数量最多、最受欢迎,原创绘本并不受大家青睐。

绘本,顾名思义就是“画出来的书”,是国际公认“最适合幼儿阅读的图书”——不仅可以用来讲故事、学知识,还可以帮助孩子建构精神世界、培养多元智能。近年来,幼儿的早期阅读越来越受到重视,绘本类图书成为亲子家庭共读的首选。数据显示,2014年到2018年,绘本类图书在童书市场中的占比超过四分之一,是近五年童书中增长最快的门类。

然而,一个客观而又冰冷的现

实是,童书畅销榜多被引进绘本占据。2018年,有电商平台发布“儿童绘本100强”名单,没有一部本土作品入榜;另一家电商平台数据则显示,在500本五星童书里,真正属于本土原创的只有32本;在2018年评选的“第一届爱阅童书100”和“亲近母语中国小学生分级阅读书目·2018年”推荐的图画书中,引进版占比都超过2/3。随便进入一家书店,或看公众号、听朋友推荐,很多家长最后淘回家的也几乎是引进绘本。

引进绘本为啥卖得好?其实原因并不复杂。从形式上来说,引进版的绘本无论是绘画内容、故事情节还是图书包装,都很吸引孩子,而国内的原创绘本对这些细节不够重视,没有生活,缺乏创意。从内容上来说,引进版的绘本是图文共融,有“文×图”的思考,能带给孩子更多互动,而国内的原创绘本只是“文+图”,图、文几乎全部剥离,文图合一的作者在国内很

少。同时,引进版绘本在图示和故事之外,回答了很多深刻的问题,诸如爱情、友谊、生命、死亡等“敏感问题”。此外,出版社基于经营压力,也更愿意引进国外绘本。

“最初的阅读体验将影响孩子的一生。”让原创绘本走近我们的孩子,需要多方关注、多方发力。一方面,相关部门应加大对原创绘本的扶持力度,出台更多的激励措施,吸引更多有才华的创作者加入到绘本创作队伍中来;另一方面,儿童绘本的创作和出版应坚持“慢写作、精出版”,善于从国外的优秀绘本和我国的文学经典中汲取营养,注重用“孩子的眼光”绘出中国文化、讲好中国故事,在表现形式和内容等方面推陈出新、潜心打磨,真正把爱和美“绘”进孩子的心里,用中华民族的“精神沃土”引领和培育中国孩子的精神成长。同时,社会各界也应重视和积极推荐原创绘本,用旺盛的“市场需求”激发高质量供给。