

六小龄童：弘扬玄奘精神 洛阳应有大作为

核心提示

自首场签售会至今，六小龄童带着他首部传记《行者》，已走过32个城市。但他认为，2月26日的洛阳之行最为特别。红帽子，红上衣，面容清瘦，举手投足都透出“荧屏孙悟空”的风采。昨日，偃师“荣誉市民”六小龄童现身洛阳购书中心，吸引上千“猴粉”前来亲睹“猴王”真面目。签售会前，他接受了本报记者的专访。

情之真 回到“师父”故里，倍感亲切

今年是玄奘西行1390周年。公元645年的农历二月初一，唐太宗在洛阳官仪殿，接见了风尘仆仆从印度归来的玄奘法师，高度评价他的取经成绩，还大力支持他翻译佛经。1300多年后的这一天，玄奘法师的“弟子”六小龄童来到洛阳。洛阳是玄奘法师的出生地，回到“师父”的故里，觉得特别亲切。六小龄童笑着说，他一生最推崇两个人，一个是玄奘法师，一个是吴承恩。玄奘法师历经艰辛西行求法，不畏生死；吴承恩把玄奘事迹写成《西游记》，历时7年。也正因为他俩，才成就了他这个“美猴王”。

人以为玄奘大师是西安人。其实洛阳才是真正的玄奘故里，资源优势得天独厚，应尽快把玄奘故里建成全国乃至世界纪念玄奘大师的场所，让世界各地游客来洛阳参拜玄奘法师。针对外地不少城市旅游打“西游牌”，六小龄童说，洛阳是文化大市，除了龙门石窟、白马寺，还有一张更好的名片就是西游文化。“淮安是吴承恩的故里，洛阳是玄奘的故里，又有宜阳花果山景区，洛阳应整合西游文化资源，策划好旅游线路，做好西游文化品牌。”六小龄童说。目前，电影《敢问路在何方》正在筹拍。合作方是美国派拉蒙影业，六小龄童是这部电影的艺术顾问，也是孙悟空的扮演者。他将说服制片方，无论如何到玄奘故里和花果山走一走，看一看，了解洛阳厚重的历史文化。



现场要起金箍棒



签售会现场

首发声 希望“孙悟空”为2022年冬奥会吉祥物

近日，外媒报道漫画《七龙珠》里的“孙悟空”将成为2020年东京奥运会吉祥物，引发网友纷纷吐槽：“孙悟空又被外国人抢走了。”对此，六小龄童表示，他并不认为这是中国的艺术形象被外国抢走，《七龙珠》的主角孙悟空本名卡卡罗特，是赛亚人的后裔。该“孙悟空”漫画形象确实从中国的孙悟空身上借鉴了很多，但毕竟不是中国传统文化中的孙悟空。“我在玄奘故里首次向海内外发声，希望中国的美猴王孙悟空真正成为2022年冬奥会的吉祥物。”六小龄童说。

他说，孙悟空的拼搏、进取、不屈不挠、永不言败、乐观向上的特点与“更高、更快、更强”的奥运精神相吻合，又有形象大使要求的“动物性”，希望全民共同关注冬奥会吉祥物的选定，让孙悟空成为中国与世界沟通的桥梁。采访结束，他来到签售会现场，娴熟地耍起金箍棒，风采不减当年。本报记者 常书香 通讯员 底晓梅 文/图

爱之切 年轻人应多学习传统文化

浓缩了六小龄童57年岁月的自传著作《行者》，每到一处，都受到“猴粉”的狂热追捧。在洛阳签售会现场，上有耄耋老人，下有垂髫小儿，都手捧《行者》，等待作者签名。“谁说中国人不读书？去看看《行者》签售会的现场。”谈到读书，58岁的六小龄童笑起来像个孩子。他说，洛阳是十三朝古都，又是首批国家历史文化名城、华夏文明发祥地，洛阳人应带头读书。洛阳的读书活动开展得很不错，希望更多的年轻人关注纸书，多看传统文化书籍和名人传记，从中获得感悟，找准自己的位置，总结过去，正视现在，设计未来，少走弯路。

“玄奘大师一生就做了取经、译经一件事；吴承恩先生的书法、诗词、绘画都非常了得，但传世的只有一部《西游记》。人的一生能把一件事做成、做精，就很了不起。”六小龄童说。他还说，日本、韩国、印度等国家的小学教科书都有玄奘的内容。但中国人好多都知道莎士比亚，不知道吴承恩，那就很可怕了。希望洛阳能重视玄奘文化，让小孩子都知道玄奘的家乡在洛阳。

文体速览

网络表演面临“全面体检”

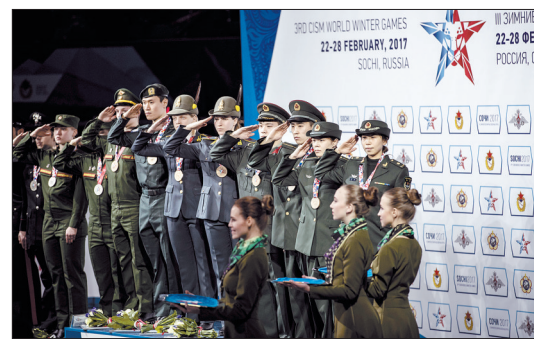
文化部已依法查处36家网络游戏运营单位

文化部27日公布网络游戏市场“双随机一公开”查处结果，36家网络游戏运营单位被依法查处。文化部同时部署了对网络表演的双随机执法检查。在前期开展的网络游戏市场“双随机一公开”执法检查工作中，文化部部署北京、上海、广州、深圳、杭州等地文化市场综合执法机构同步开展随机抽查，对抽中的200家网络游戏运营单位“全面体检”。据悉，北京畅游时代数码技术有限公司等36家网络游戏运营单位因提供含有宣扬赌博、教唆犯罪、违背社会公德内容的网络游戏产品和服务等违规经营行为，被依法给予罚款、没收违法所得等行政处罚。同时，文化部还部署了对网络表演市场的双随机执法检查。第一轮将对武汉斗鱼网络科技有限公司等50家网络表演运营单位依法进行检查，抽查数量达到总数的50%。文化部将组织随机抽取的执法人员，对随机抽中的网络表演运营单位“全面体检”，重点清理整治价值导向错误、淫秽色情低俗、封建迷信等禁止内容。对检查中发现的违法违规经营行为依法依规查处；情节严重的依法处罚和关停；违规表演者依法列入行业黑名单，实施联合惩戒。（据人民网）



扫二维码，查看首轮抽查的50家网络表演运营单位名单

短网址: <http://shouji.lyd.com.cn/n/759713>



2月26日，在俄罗斯索契举行的第三届冬季世界军人运动会短道速滑3000米混合接力比赛中，由杨柳、吕修诚、王润园、吴仪组成的中国队夺得铜牌（新华社发）



第89届奥斯卡金像奖颁奖典礼于北京时间2017年2月27日举行。艾玛·斯通凭借影片《爱乐之城》获得第89届奥斯卡最佳女主角奖，准备从颁奖嘉宾莱昂纳多·迪卡普里奥手中接过奖杯（新华社发）

体育时评

中超不是外援养老院

“我不会离开曼联！”近日，有关英格兰当家球星鲁尼加盟中超球队的消息甚嚣尘上，迫使这位上个月刚刚打破俱乐部队史进球纪录的曼联前锋不得不出面“表忠心”。尽管鲁尼亲自出面辟谣，但有关他是否该来中超的讨论还在继续。当今足坛的球员转会，早已不是俱乐部和球员签字拍板这般“单纯”，经纪人需要为自己的球员争取一份更好的合同，同时也为自己多挣一份佣金，而各路媒体更是不断制造噱头吸引关注。二者的结合便是一条条捕风捉影的转会传闻，令旁观者难辨真假。对于鲁尼加盟中超球队的种种传闻，大多数也是由英国媒体“炮制”而成的。近几个赛季在国际足坛的转会市场上充分展现“存在感”的中超球队，不可避免地卷入到庞大的“转会新闻制造机”之中。目前，这场讨论已从媒体界向足球界蔓延，包括基恩、斯科尔斯和亨利等足坛名宿均参与其中。虽然媒体、球星们之间的观点并不一致，但促使他们做出判断的原则却是相近的，即只有高龄、水平状态下滑、已无法在欧洲顶级联赛立足的球员才应前往中超，而来中超踢球也更多是出于“淘金”目的，造成其观点差异的无非是鲁尼是否达到了这些“标准”而已。实际上，欧洲足球对中超产生这样的印象并不奇怪，排除上述“标准”，很难想象能够在顶级联赛舞台上呼风唤雨的球星们，为何甘愿前往国家队世界排名仅为第八十六位的联赛踢球。不过，近年来加盟中超的大多为特谢拉、奥斯卡等正值当打之年的球员，如加斯科因等纯粹来中国“养老”的球星，如今反倒是少了许多。“养老院”的名声，中超并不愿也更不能背负，但若改变自身形象，吸引更多世界级优秀球员加盟，却并非一朝一夕便能完成。除了俱乐部投资更加理性、运营管理更加职业，更需要足球整体水平的提高，尤其是国家队成绩的进步。国家队作为展现一国足球的“门面”，很大程度上也影响着外界对其本国联赛的评判。“鲁尼该不该来中超”的讨论说明，单靠天价引援并不能塑造完美的联赛形象。中超联赛若要改善形象，促进良性循环，还需夯实根基。（据《人民日报》）

从札幌到北京的冬奥畅想

苦寒凛冽，风雪飞舞，冰天雪地，冬奥会的氛围，札幌的雪还在下，一天一个模样；比赛结束了，较量还在继续，一步一个脚印。从札幌冬奥会到北京冬奥会，还有五年时间，算起来日子还长，但没有一天是多余的！时不我待，只争朝夕！

竞技场上反弱为强、补短为长，只剩下五年

札幌亚冬会上中、日、韩、哈四国争雄。东道主日本一骑绝尘、遥遥领先；韩国在平昌冬奥会的感召和激励下，上足发条、收金割银；上届亚冬会居奖牌榜首位的哈萨克斯坦此次赛事紧咬中国、毫不示弱。中国的短道速滑、花样滑冰等优势项目尚未取得压倒性胜利，在高山滑雪、跳台滑雪和自由式滑雪雪上技巧等项目颗粒无收。中国队需要立马扬鞭，奋起直追，迅速行动起来，既要强上加强，更要拓展新项目；既要固基起高楼，也要开辟新战场。获得更多奖牌的前提是在更广泛的项目中培养竞争力，在弱势项目上加大投入，选才上不拘一格，在青少年队伍中寻找明日之星。现在的“尖角小荷”正是面向五年之后的可塑之才。抓住他们就抓住了未来！

落实冬奥场馆建设和设施服务，只剩下五年

亚冬会赛场暴露了中国在某些雪上项目与亚洲以及世界高水

平队伍的巨大差距。缺少训练场地是重要原因之一。很多冬季项目对场地有着较为苛刻的要求，设施完善的运动场地，是保证训练时间的前提，是提高成绩的基础。面向北京冬奥会而建的运动场地，既要注意借鉴国外先进经验，也要加强自身技术积累和技术创新，要深化场馆和基础设施建设的设计和施工，尊重规律、讲求科学，实现场地的反复利用、综合利用、持久利用。后冬奥时期，它们将成为城市居民共享的丰厚遗产。以冬奥为契机，五年间基础设施建设将在相当长的一段时间里转化为城市的宝贵财富。面子易撑，里子难成。比硬件建设更为紧迫、艰巨和复杂的是观念的养成。从现在开始就要将绿色、共享、开放、廉洁的办奥理念，贯穿到筹办工作的全过程中去。冬奥会的项目设置、赛事组织和后勤保障有着较强的专业性，需要尽早着手，厘清环节，衔接清晰，配合默契。对外联络、市场开发、社会动员等赛会运营服务要系统设计、扎实推进，可积极运用现代科技特别是信息化、大数据等技术，提高赛会保障水平和服务效率。

“三亿人参与冰雪运动”的庄严承诺，距离兑现还有五年

亚冬会上暴露出一些运动队的选人难题，反映出冰雪运动项目群众基础依然薄弱，社会知晓度、认可度和普及程度仍

然不高。从中国代表团选手“注册地图”能窥探出中国冰雪运动的主战场仍未走出东北地区，仍有明显地域局限，落实“北冰南展西扩”战略任重道远。“三亿人参与冰雪运动”不是简单的口号，更不是数字游戏。冰雪运动项目要勇敢地走出东北，迈向西部和南方，让更多地域的人群参与进来，需要全国各地一起努力推动，才能实现目标。自然条件限制不是完全不能克服的障碍，现代科技为实现这样的拓展提供了充分的可能和保障。冰雪运动项目推广普及起来投入大、耗时长，特别在“南展西扩”的过程中，需要做的工作更多更细。在五年时间里，要让人们从陌生围观到好奇接触，再到熟悉热爱、养成习惯并不容易。政府和社会力量需要各司其职、互为补充、共同引导，有步骤、有计划、有效地让冰雪运动尽快走进寻常百姓家。三亿人参与冰雪运动，是中国向国际奥委会的庄严承诺，也是对中国冰雪运动发展立下的宏伟誓言。和如此庞大的基数目标相比，五年时间并不充裕。兑现承诺，既要有敢于挑战的勇气，也要有务实勤勉的态度，更要有切实可行的策略。畅想2022年北京冬奥会时，赛场上不再只是东北话，而是“西来东往、南腔北调”，赛场外大江南北、男女老少也能一试身手，尽享其乐，留下健康幸福的冰雪印记。（据新华社）

