读《皮囊》有感

礼河实验学校 严欢

有人说：好看的皮囊千篇一律，有趣的灵魂万里挑一。我想说：整齐的街道千篇一律，好看的招牌万里挑一。

蔡崇达的《皮囊》里有一篇章题为：愿每个城市都不被阉割。他说：现在国外的建筑师常用一个词来讽刺中国，“千城一面”，无论哪个城市，都只能从国外的标准去解释当时为什么这么建，而不能说出这个建筑这条街道和人群的生活是如何自然地演变融合，骨肉相连的。中国的许多城市就这么仓促地被一个标准给阉割了。

我深有同感，现在很多城市都在为“文明城市”这个头衔而不懈努力，造高楼、修大道、建公园……为了城市形象杜绝一切脏乱差现象，就连农村也得建设成“新农村”，墙面一律刷成统一的颜色，房前屋后不可养鸡养鸭。甚至连店铺的招牌都必须是统一尺寸统一字体的。

我认为，招牌本就是一家店的“脸面”，本就该争奇斗艳以吸引消费者，激发消费者的购买欲。招牌更是一个店铺或店主个性的体现。无论是人、店铺，还是城市，失去了个性，也就失去了灵魂。对于城市来说，各自肆意张扬的店招是区别于其他城市的重要特点之一，它标志着商业繁荣的程度，是这个城市最迷人的一部分，是一个城市的“烟火气”最直观的体现。

可是如今的商家却是一味地模仿别人，而失去了自己。当我们看到“阿里爸爸”“老干姨”“河底捞”“湖底捞”这样的招牌层出不穷，不禁发出这样的质疑：当代的招牌到底变成了何物？

古人早已懂得招牌的重要意义。贺知章醉酒无钱，店家只求他能题字一幅以抵酒钱。诗人欣然应允，当即挥毫泼墨，观者如堵。酒家当即便以此为招牌，一时名声大噪，宾客盈门。酒家与贺知章两相尽欢。当然，这里面既有贺知章的名气作用，也有招牌的宣传作用。这店家脑子灵活，将诗人的名气与招牌的作用一结合，绝对是一加一大于二呀！这招牌的宣传力度就大大增强了，又怎么会不高朋满座、门庭若市呢？

我们至今依然可以想见武松在“快活林”中醉打蒋门神的传奇，可以想象他在狮子楼上的凶狠以及他对“三碗不过岗”的无畏。武松仿佛成了《水浒传》中最知名的“代言人”，他的“代言”使这些招牌获得了永恒的生命。而这永恒的生命力，正是所有店家最大的梦想。所以，即使后来蒋门神占了“快活林”，也从未动过改名的念头。到了今天，过了几百上千年，我们依然对“快活林”“三碗不过岗”这些招牌耳熟能详，不就是有趣的招牌能流传久远最好的印证吗？

吟诵起“千里莺啼绿映红，水村山郭酒旗风”，我仿佛看见远处风中的酒旗正翩翩起舞，上下翻飞。提到《清明上河图》，我不禁想起那繁华的街景中最为高大气派的“孙羊正店”酒楼。“正店”是大酒店，是拥有酿酒权的酒店。即使是用略带土味的“孙羊”两字作为前缀，也能想见当年老板定下这店名时的豪迈气概。《清明上河图》只是北宋汴梁寻常一角而已，然而“酒肆人满兴盛”，可以想象得到汴梁城内七十二家正店招牌纷呈，“竞豪奢”的盛世烟火。很多招牌已沉淀为某种追求、某种精神、某种文化。

招牌在不同的国度有着相似的视觉功能。日本京都的街头，几乎所有的街铺、餐厅、居酒屋的招牌都是个性鲜明的，虽然小旧，却将平凡风景装点得活色生香，仿佛将一座城市带回某个遥远的午后，甚至让人隐约感受到中国的唐宋之韵，品味到极为鲜活的传统文化。

而在当代，人们为了追求秩序，为了干净整洁，为了整齐划一，无形中却舍弃了最重要的创造力，舍弃了一座城市的灵魂，舍弃了那份“烟火气”。当代的城市，招牌是整齐划一的，小区是大同小异的，就连公园的风景都是相似的精致。这样的美，是表面的美，只会让人第一眼惊艳，多看几眼就审美疲劳了。它没有贴近老百姓的生活，不来自于人民亲身的经历，又怎么会让人感到亲切，抑或从心底里被打动呢？

所以我才说：整齐的街道千篇一律，好看的招牌万里挑一。还是期待看到每座城市有不一样的风味，述说着各自或嬉笑怒骂或严肃古板的故事，展现出独具一格的美。

有时候教育也会走一些弯路。传统的教育忽视了每一位学生的主体性，只重视学习结果而不注重过程，可能就导致了学生的千篇一律，而短于创造力和实际操作能力。优秀的教育是春风化雨的，拥有积极乐观的学生观，用发展的眼光去看待学生；拥有科学的智力观，不存在差生，绝大部分学生的智力都是正常的，要学会发现闪光点；拥有因材施教的教学观，根据每一位学生之间的个别差异性进行形式多样的教学；拥有多样化的人才观和成才观，三十六行行行都能出状元。现代的教育不光要关注学习的结果，更要重视学习的过程；不光要发挥教师的主导作用，更要发挥学生的主体作用；不光要关注学科，更要关注人。

这样，相信我们的学生就不再是千篇一律的了，而是各有兴趣爱好各有优势特长，不再是深沉稳重的了，而是阳光有朝气的，不再是被动摸索的，而是主动有冲劲的。

其实，不论是城市的建设还是学生的教育，都离不开一个字——人。用心关注到城市的每一个人的意愿与追求，用心关注到每一个学生的所需与所想，城市才会展现出自身独特的魅力，学生才会各放异彩。愿每一位学生都能走出自己的康庄大道！