

动不动就用人海战术 这样打破的“纪录”有啥意义?

参与人数众多、声势浩浩荡荡、参评物品“巨大”、媒体关注度高……在全国许多地方,各类纪录申报、评选、挑战的新闻不时见诸报端。商业机构、政府部门、专业团体……不同的纪录评选申报主体轮番登场,频频亮相。

现象 “中国特色”纪录频破“好热闹”

脚盆一字排开,家长挽腿而坐,儿女俯身洗脚,9月13日,江西宜春“我给父母洗脚”的万人洗脚活动引发舆论关注。有报道显示,共有10289人同时洗脚,创造了“最多人洗脚”吉尼斯世界纪录。这项活动在网络上引发不少争议。“浪费了多少水?”“花了多少钱?”“尽孝还是作秀?”连珠炮一样的疑问被网友不客气地抛到网上。记者简单梳理后发现,近些年国内类似的纪录申请不胜枚举,和国外的各种纪录挑战相比,带有不少“中国特色”。

特色一:人多。在国内的纪录冲击“盛事”中,人口大国的优势被充分运用,动辄上万的参与者并不鲜见。在上海大世界基尼斯总部的官方网站上,参与者最多的生日聚会、跨越海峡(厦门—金门)自行车骑行人数之最……这样的“人海战

术”屡被运用,其中参与人数最多的徒步走活动的认证参与者超过十四万人。

特色二:高、大、全。最高建筑、最大物品、最全种类……试图“一网打尽”的中国申请者频繁创造出令人惊讶的“纪录”。在海南,不到十年即被拆除的海口标志性建筑“千年塔”曾被载入世界吉尼斯纪录;在河北,按1:21比例放大的大力神奖杯模型成功获得上海大世界基尼斯认证成为最大的奖杯模型。

特色三:商业意味浓。2012年,每斤标价二十余万、号称利用大熊猫粪便培育出的“熊猫茶”现身,媒体报道称该茶饮申请最贵茶叶的世界纪录,受到巨大关注。在网络上搜索不难发现,种类繁多的纪录冲击大都与商业活动紧密捆绑,“吸睛效应”明显。

讽刺 “吉尼斯”和“基尼斯”分不清

2014年4月,为了给一场儿童气球巡展造势,安徽慧仕顿文化发展有限公司策划了“万马奔腾”亲子气球制作活动,最终一万只小马造型的气球,被堆叠成一匹25米高的巨型大马,成功创下世界上最大造型气球的吉尼斯世界纪录。

“初衷首先是商业巡展造势,希望吸引更多人关注;其次,希望通过父母与孩子密切亲子关系同时,体验挑战世界纪录的成就感。”挑战活动策划人杜惠说。

已经读高中的小王曾参与过一项人数最多的乐器演奏纪录,申请过程中的长时间排练和等待令其印象深刻。“因为需要的人非常多,主要是从学校和乐器培训机构要人,合奏谈不上效果。”当地主管部门

邀请了非常多的媒体和记者,“怎么说呢?像是做了个大广告”。

值得注意的是,人们印象中的“吉尼斯”纪录和“基尼斯”纪录是两个截然不同的概念。记者与上海大世界基尼斯总部官网客服交流后得知,“大世界基尼斯,申报的是中国之最,不是世界纪录”。也就是说,“吉尼斯”和“基尼斯”是完全不同的两码事。

挑战纪录咋申请?据杜惠介绍,挑战吉尼斯纪录的申报通常需提前三个月,先在其官网在线填写表格;审核通过后相关负责人会跟申请人联系,准备资料;准备就绪后,才会派出认证官现场认证。“除了基础申请费用,还需要承担认证官来往费用,大约花了一万多。”



9月13日,在江西宜春,孩子们在给父母洗脚 新华社发(邹海斌 摄)

专家 多些趣味少些炒作

申请冲击纪录的热潮在网络上引发了诸多不同声音,一些网友认为,国外的各类“世界纪录”趣味性更浓,更有创意,反观国内的纪录申请活动,用人海战术、巨大战术“投机取巧”者众多,有的只能算作一个宣传炒作的大广告。

“从申报挑战世界纪录的主体来看,以前政府背景的比较多,现在更多则是商业方面的策划。”安徽省社科院研究员王开玉表示,“不论最终成功与否,这些挑战只要有人关注就可以算胜利,完全背

离了挑战极限、超越自我的出发点”。

有专家指出,之所以有人频频打出挑战纪录的噱头,主要还是为了迎合一些人好大喜功、贪大求全的心态,但从实际效果看,类似纪录即便是挑战成功,也没有任何社会意义,不但浪费了人力物力,而且可能助长浮躁风气。

北京大学社会学系教授夏学奎表示,这反映了部分人对品牌效应的盲目崇拜,是一种贪慕虚名的不良心态。据新华社新媒体专电

北京奥迪A6公车 3.8万起没人拍 接近报废年限且不带牌

在公车改革方案出台后,北京产权交易所曾透露,年底前将有5000辆公车入市交易。前日记者发现,有13辆奥迪A6在北交所交易平台金马甲网上线。据金马甲方面证实,这是北京近期淘汰的一批公车。截至昨天上午,这13辆公车均无人出价。

记者发现,这些车最低起拍价仅为3.8万元,车辆年限几乎都达到10年,接近报废年限。昨天上午,金马甲相关人士称:“此次拍买的车辆都不带车牌。”

昨天上午记者随机采访了几名有购车打算的市民,他们均表示对这批公车兴趣不大,“不带牌,年限又这么长了,再便宜买回来也没用啊。”市民徐先生说。

据《法制晚报》

天天出彩

体彩超级大乐透(35选5加12选2) 第14110期

开奖结果:09 18 19 22 24+08 11 本期中奖情况

奖级	中奖注数	每注奖额
一等奖基本	1注	10000000元
追加	1注	6000000元

福彩东方6+1(2014110期) 中奖号码:6 2 8 7 5 6

生肖码:龙	中奖注数	每注奖额
一等奖	0注	0元
二等奖	0注	0元
三等奖	3注	10000元

体彩排列3(14255期) 中奖号码:6 9 1

奖级	中奖注数	每注奖额
排列3直选	4789注	1040元
排列3组选3	0注	346元
排列3组选6	10886注	173元

体彩排列5(14255期) 中奖号码:6 9 1 4 3

奖级	中奖注数	每注奖额
排列5直选	25注	160000元
特别奖	0注	0元
一等奖	76注	4488元

福彩3D游戏(2014255期) 中奖号码:3 9 5

奖级	江苏中奖注数	每注奖额
单选	623注	1040元
组选3	0注	346元
组选6	1648注	173元

足彩“4场进球游戏”(14143期) 开奖结果:11201033

奖等	中奖注数	每注奖额
一等奖	3注	110577元

足彩6场半全场胜负游戏(14136期) 开奖结果:113333333301

奖级	中奖注数	每注奖额
一等奖	2注	15872元

足彩“胜负游戏”(14128期) 中奖结果:1330013333310

奖等	中奖注数	每注奖额
一等奖	5注	737503元

附加玩法“任选9场” 奖等 中奖注数 每注奖额 任选9场 1061注 9404元

体彩鸡毛信

体彩今年已开出96个百万大奖!

9月19日,体彩7位数14145期开奖,当期特等奖无人中。截至周六晚开奖前,江苏体彩各玩法今年已开出96个百万以上大奖,敬请关注。(苏彩)

武汉城管队员登上男性时尚杂志



天天跟小商小贩打交道的武汉城管执法人员曹光华,18年来几乎天天要身着城管制服。不过本月初的这一次,穿着制服的他,不是站在杂乱的闹市摊贩旁,而是出现在中国顶级男性时尚杂志《智族》月刊上。

1个月前,为出5周年纪念特刊,《智族》杂志摄影师飞赴武汉,选定青山区城管队员曹光华和他的一名同事试拍,最后从约千张照片中,筛选出一张曹光华的照片进行刊登。

200多人中选出两人试拍

前日,记者见到了曹光华。这位个头高高的36岁汉子,眼神中透

着股精干与豪迈。他拿着本月出刊的最新一期《智族》杂志笑着说,登上时尚杂志很偶然。

8月12日,他正在夜市摊点执法时,接到青山区城管局宣传科负责人的电话:“老曹,去‘试试镜’,有星探看中你了!”以为是同事的一句戏言,曹光华赶到局里时,才知道原委:《智族》杂志要拍摄一个职业肖像专题,选取7对不同职业的人作为主角进行拍摄。经过筛选,该杂志编辑决定在武汉城管队伍中物色一人名选。“开朗、阳光,年龄不限,代表武汉城管队伍形象就行。”根据编辑标准,青山城管从200多名城管队员中,选出两人试拍。

走进摄影棚拍时尚肖像

8月16日,光谷一家摄影棚内,曹光华和另外一名同事,穿着制服进行拍摄。那天天下着大雨,摄影棚内温度达到38℃,曹光华和同事热得汗流浹背。

北京来的肖像摄影师苏里的要求是,越自然越好,原生态体现城管工作的职业特点。3个小时的拍摄,曹光华和另外一名同事总共拍摄了约千幅照片,最后仅曹光华的一幅照片入选。很多同事觉得,之所以曹光华的这张照片入选,是因为“够酷!够真实!够武汉城管的味!”

据《楚天都市报》