“印度时间”偏移半小时是方便英国人？

按时区划分，印度横跨东五区和东六区，印度时间比格林尼治标准时间早5小时30分钟，半小时的“时间偏移”背后是一段英国殖民统治的历史，甚至还藏着当时殖民者“玩时间”的小心思。

英国殖民统治时期，印度的贸易和商业也在迅速发展，尤其是铁路的出现，改变了人们的时空概念。19世纪之前，印度人的生活节奏或多或少与太阳运动同步，城市、小城镇和村庄都有自己的当地时间。19世纪后，生活变得复杂起来，在铁路推广后，制定标准时间更是迫在眉睫。

在印度标准时间制定前，印度主要有4个时间，分别是马德拉斯时间、加尔各答时间、孟买时间和布莱尔港标准时间，在制定标准时间的过程中，前3个时间备受瞩目。

马德拉斯时间又称“铁路时间”，由天文学家约翰·戈尔丁汉姆根据马德拉斯天文台的观测数据确定，比格林尼治时间早5小时21分14秒。马德拉斯时间是印度第一个通过科学观测确定的时间，在当时顺其自然地成为铁路时刻表的首选时间。

加尔各答时间比格林尼治时间早约6小时，是1884年在华盛顿召开的国际子午线会议上确定的东六区标准时。在1772年到1911年期间，加尔各答是英属印度的首都，这赋予加尔各答时间特殊的政治意义。在确定印度标准时间后，加尔各答时间也一直作为官方单独时区予以保留，到1948年才被取代。

1905年，印度总督寇松勋爵决定推行印度标准时间。在选择标准时间的过程中，马德拉斯因为处于商业之都孟买和当时首都加尔各答的中间而成为确定印度标准时间的基础。按照时区划分，马德拉斯时间比孟买时间早30分钟，比加尔各答时间晚30分钟。最后，寇松选定东经82.5度子午线作为印度的“中心子午线”，对应印度唯一的时区——比格林尼治时间早5小时30分钟。

印度商家悬挂时钟。

有欧洲媒体称，这半个小时的偏移背后也暗藏英国人的小心思，想象一下，伦敦时间上午10点半的时候，印度时间是下午4点，只要把怀表表冠向下，就能从伦敦时间转到印度时间，也就是说，“表冠向上，怀表显示英国时间；表冠向下，怀表显示印度时间”。但是这种说法并未得到官方“背书”。

1947年独立后，印度联邦政府没有采纳多个时区的划分方案，依然将印度标准时间作为国家官方时间，保持半个小时的偏移操作。

其实印度标准时间的推行并不是很顺利。1905年确立印度标准时间的时候，寇松的孟加拉分治政策引发全印的抗议浪潮。在孟买，两种时间的较量成为当地人抗议殖民者傲慢态度和表达政治倾向的有力武器。本地报纸在报道重要活动时旁边会标注“BT”（孟买时间）和“ST”（标准时间）；孟买维多利亚车站的时钟显示着印度标准时间，而对面的市政大楼依然在使用孟买时间。 本报综合消息

围棋：黑白之间的古老智慧

围棋是起源于中国，流行于中国、日本、韩国等东亚国家，传播于全球的国际通行棋种，它是世界上最古老的棋类游戏之一，也是中华民族发明的具有高度文化色彩且最复杂的智力博弈活动之一。

围棋的起源、发展与传播

在中国古代，围棋称为“弈”，是棋类之鼻祖，属于“琴棋书画”四大文化之一。围棋的棋理源远流长、博大精深，蕴含着中华文化的丰富内涵。先秦典籍《世本》记载：“尧造围棋，丹朱善之。”1964年版的《大英百科全书》采纳这一说法，将围棋的起源确定为公元前2356年。

西汉，围棋在全国流行，围棋名手开始出现；东汉，围棋顺利发展，为士大夫所重视，出现系统的围棋理论。三国中期，围棋在魏、吴两国迅猛发展，曹氏家族与“建安七子”雄踞北方，吴国也是名手辈出，编纂出精彩的棋谱《吴图》。盛唐，官方积极推动围棋发展，设置“翰林棋待诏”，优秀棋手成为吃俸禄的文职人员。两宋延续盛唐传统，棋风极盛。到了元代，出现《玄玄棋经》，被后世奉为经典。明代，各派棋风显示出不同的特点。到了清代，围棋发展至鼎盛，大国手辈出。但是，随着清末国力衰落，中国围棋进入了半个多世纪的低谷期。

新中国成立后，百废待兴，围棋缓慢复兴。改革开放则快速推动了围棋事业的发展，中国围棋地位迅速恢复，到20世纪80年代，涌现出以聂卫平、马晓春为代表的一批国手，全面推动中国围棋再度崛起，也开启了中日韩三足鼎立的时代。

人类进入21世纪，电子计算机以“穷举法”的运算优势横扫所有棋类运动，但对超过宇宙原子总和运算量的围棋却无计可施。然而，2016年3月，“阿尔法围棋”（AlphaGo）依靠人工神经网络“深度学习”方法战胜围棋世界冠军李世石。这标志着围棋进入人工智能时代。

围棋从中国出发，以不同的途径、方式传播到世界各地。南北朝时期，围棋向朝鲜半岛传播，再传入日本。16世纪时，葡萄牙航海人员在日本学过围棋，并将它带到了欧洲。在欧洲人看来，围棋是高雅而又严肃的游戏。

围棋运动现已遍布世界各地，中国、日本、韩国等东亚国家最为兴盛，在西方各国也已相当流行。奥地利、英国、法国、荷兰、美国等国均有围棋协会，其中美国规模最大，设有100多个分会。

围棋的战略思维

一盘棋局的开端是布局，布局是战略而非战术，它的好与坏决定了整个棋局的走向，能充分体现出弈者的谋略水平和顶层设计思维。经过上千年的发展，围棋对布局的钻研与探索、对子力部署的协调、对阵型的配合与应用，都已发展至精深，高手可以达到开局即进入最高效率布局，每一步都为全局的战略意图服务。

围棋注重战略的顶层设计。围棋布局必须以体系化的思维方式对各种要素进行合理化配置，这样才能优化己方的棋势，把握主动。这种情况下，顶层设计几乎贯穿整个棋局，把整体的战略与局部的战术统筹起来，把握好战略协同是取胜的关键。

围棋注重战略的关键节点。围棋的布局速度极快，掌握主动权至关重要。看似不疾不徐的开盘落子，但几招之内，往往形势已大变，攻守之势已形成。AI把握围棋的这一特点，抢先手往往寸步不让，甚至弃子争先。这与军事理论家克劳塞维茨的“重心”和“关键点”等概念异曲同工，是有效把握关键点，奠定全局胜利的基础。

围棋注重战略的全局观念。局部最优并非整体最优。围棋当中有很多定式，比如“宁失数子，不失一先”“流水不争先”等，都是重点强调全局观念。围棋的策略不局限于一时的成败或得失，而是瞄准最终的胜利。这意味着在棋局中，弈者必须从始至终考虑全局，而不仅仅是单个棋子或部分棋子的生死。每一个棋子都是形成全局走势的关键。这就像在现实生活中处理复杂问题时，需要以更大的视野协调各个方面，把握事物发展的方向，而不仅仅着眼于一城一地的得失。

围棋注重战略的持久性。围棋秉持的是战略包围的艺术，在棋局的发展过程中占据空间，逐渐消解对手的战略空间，以长线思维积小胜为大胜。在制定长远计划和战略时，需要分析对手的弱点，根据自己的棋艺与棋风找出自己的优势并制定相应的计划和战略，以应对不同的情况和变化，这当中体现了围棋战略的持久性，体现了以长远的规划达到不战而屈人之兵的长远目标。因此，支撑围棋长期战略的是弈者开阔的心胸与视野，长期主义的思路，以及善于从长期态势、全局关联来分析判断的敏锐思维，还有把每一个应对之策都对准最终目标的研判思考能力。 本报综合消息

幽默描绘军旅生活 形象演绎作战经历

二战时唐老鸭出演“从军记”

唐老鸭出现在美国军队的徽章上。

纵观美国流行文化，唐老鸭绝对算得上是经典卡通形象之一，很少有角色像他那样备受人们喜爱。1934年，唐老鸭诞生于华特迪士尼公司，6月9日是他的官方生日。这个身穿水手服、爱吃胡萝卜的家伙，刚与观众见面就迅速成为迪士尼角色中的团宠。然而让观众印象最深的，是其后演绎的一系列军旅生活、作战经历。迪士尼动画片用幽默的画风展示美国二战士兵在战场上遇到的困难、挫折，更展示了盟军在战斗中的智慧与坚韧，给予当时的士兵和民众极大鼓舞。

鼓励美国人及时纳税支持前线

1936年，迪士尼为唐老鸭找到一个爱人，让他收养了3个侄子，唐老鸭拥有了自己的生活。

唐老鸭以富有喜感的动作和独特的嗓音被大众熟知，但在二战期间，唐老鸭收敛了很多，成为更严肃的爱国者角色——他穿上卡其裤，成为一名美国陆军新兵，一系列入伍生活的动画片应运而生。

唐老鸭的“服役期”从20世纪40年代初开始，他第一次穿着军装出现是在1942年上映的短片《唐老鸭从军记》中。该短片由杰克·金执导，幽默描绘了唐老鸭从接到征兵通知到走入训练营的经历。开篇便是街头一幅幅鼓励参军的海报，备受鼓舞的唐老鸭昂首阔步走进招兵部，提交入伍申请，被批准后换装体检，正式入伍——唐老鸭从军记正式上演！

与其他保留了平民生活特色的卡通人物不同，唐老鸭完全融入士兵角色。二战期间，他“主演”了许多军事题材的动画片，其中较为突出的是《新精神》（1942年）及其续集《43年的精神》（1943年），这些动画片由华特迪士尼工作室与美国政府联合制作，目的是鼓励美国公民及时纳税，以支持战争取得胜利。

在《新精神》中，满怀爱国之情的唐老鸭急切想要纳税，向美国民众形象地展示战时纳税的重要性。

另一部重要的动画片是《纳粹统治下的噩梦》（1943年），它赢得了奥斯卡最佳动画短片奖。该片描绘了一场“噩梦”，梦中的唐老鸭生活在纳粹统治下，被强迫劳作，并不断受法西斯意识形态洗脑轰炸，这部短片是对当时轴心国的公开批评，也是强有力的亲盟宣传，用幽默和讽刺的形式输出美国的意识形态。

装饰美军战机

唐老鸭的士兵角色吸引力主要源于其“真实”的个人形象。与战时宣传中常看到的理想化英雄人物不同，唐老鸭会在战场上表现出恐惧和挣扎，这让他更具亲和力，也正是这种真实情感的表达，激发了当时美国大众的爱国情怀。

在《战鸭突击队》（1944年）中，唐老鸭是一名在太平洋战区敌后执行任务的士兵。在幽默的画风中，短片描绘了唐老鸭坚定信念，通过聪明才智最终克服障碍的过程，在展示真正军旅生活的同时，讴歌美国士兵的勇敢和足智多谋，鼓舞了士气。

在战时宣传中使用唐老鸭形象，是美国政府和好莱坞通过媒体促进国家团结的更广泛战略的一部分。美国战争信息办公室（OWI）与迪士尼等工作室密切合作，制作支持战时宣传的内容，以唐老鸭为主角的漫画、动画片在美国和国外广泛发行。

唐老鸭在二战中的形象甚至超越了动画角色本身。其形象出现在各种形式的媒体和多样商品中，如战争债券广告、产品宣传海报，等等。为鼓舞士气，迪士尼还将其标志性肖像借给不同的政府机构，为军队设计徽章、给军备设计装饰。该公司的艺术家为不同军事部门创作了1200多个徽章，服务对象包括女子航空勤务飞行队和著名的“飞虎队”。迪士尼设计的“机头艺术”以米老鼠和唐老鸭等人物为特色，装饰飞机机身。

迪士尼还为战争筹集不少资金。二战期间，该公司出借动画形象，政府制作的债券证书边缘展示了22个角色，包括唐老鸭、小鹿斑比和七个小矮人。有美国媒体报道称，迪士尼是“美国文化的推销员”。

50岁光荣退伍

从喜剧角色到爱国偶像，唐老鸭的成功展示了动画故事在引导公众感知、鼓舞人心方面的力量，显示了流行文化在国家危机时期的持久影响。这个角色不仅仅属于第二次世界大战那个时代，他作为战时宣传的遗产经久不衰，时刻提醒人们娱乐塑造世界的独特作用。

迪士尼总在推出新的卡通角色，角色的故事多种多样，但每个美国人心中都存在一段相同的“迪士尼的美国历史”——迪士尼乐园和迪士尼世界是美国人的集体记忆。对于许多迪士尼游客来说，“迪士尼的美国历史”的价值不在于其事实准确性，而在于它赋予民间的生命力，让人们感受到的乐观与团结。

1984年，50岁的唐老鸭正式从国防部领取退伍证。在加利福尼亚州托伦斯的武装部队游行队伍中，唐老鸭身穿二战美军制服亮相。他被晋升为中士，人们为他举行了退役仪式。 本报综合消息

唐老鸭的形象出现在美国军队的军机上。