

就事论世

# 诺贝尔奖金与诗歌“天才”

前两天,就惊闻安徽某诗人角逐诺贝尔奖金的奇闻。说实话,这消息让我嫉妒。

身为资深文青,十几年前我也聊发过少年轻狂。在苦闷的夜色下,我每次跟同学喝了几瓶五角钱的啤酒,吮吸了几只又辣又咸的螺蛳后,就会头脑发胀,意淫过诺贝尔奖金。

一晃十几年过去,资浅文青熬成资深文学中年。如果我无聊一点,如果我是局长,如果我手里握着批条子的公章,我相信,普天之下必有几个马屁精腆着脸来请我去领博士帽和诺贝尔奖金。坐在办公室里胡思乱想时,我可能还保存有一

点小小的理智。可是被人马屁多拍了几下,喝彩声多听了几次,我难免会脑子进水,觉得自己才华爆棚,诗臭熏天,踩着醉步,一脚一脚地出去,走到斯德哥尔摩那屯里,让翠花上酸菜,吃肉喝酒,一醉方休。

这种事,过去颇有几次,让平庸的生活风生水起。十几年前,有一个姓汪的闷骚文人,在北大、清华吟诗,突然滑到我们学校。汪诗人在讲台上摆扑食,作睥睨众生状,一副诺贝尔奖金舍我其谁的架势。汪老湿一本正经地在台上摆出了托尔斯泰、巴尔扎克等尊神,然后很谦虚地说:我嘛,跟他们没法

比,我最多世界上排名第六。

汪老湿一言既出,听众立马狂吐。

曾有欧陆英格蓝或法兰绒记者问起鲁迅大师提名诺贝尔奖金之事,鲁大师却谦虚地说:我不配得诺贝尔奖金,我看别人也不配。鲁大师是现代摆活文祖师爷,崇拜者成千上万,能烧上高香磕几个响头的,都激动得遍地潮湿。他老人家把白话文摆活得这么出神入化,享誉海内外久矣,他都不配得诺贝尔奖金,别人怎么得了这失心疯了呢?

上个世纪八九十年代,文坛在人们心目中还有点阿司

匹林效用,作男作女和湿人们,都还认真地搞出了几个有影响的标兵,却没有听说他们谁闹过诺贝尔文学奖金。他们那个时代操练文学,还有点真情实感。

网络时代,故事流水账如水龙头浇菜园子般满地,诗歌分行更是吃了巴豆稀般容易。静极思动,富贵思淫,诗歌和散文就变成某些官员和老板身旁的粉头。在这个追新逐臭的拜金主义时代,安徽某个偏僻角落石头缝里突然蹦出个肥头大耳啤酒肚下巴的诗歌天才,要爬到月桂树上摘取诺贝尔奖金,也着实可喜可贺。叶开

讽骨余韵

# 以芙蓉姐姐为美

最近,一个叫朱家雄的作者声称,有一些70后作品已经值得“经典化”,尤其是他本人的《校花们》,应该是70后作家群迄今为止所创作出的成就最高的一部(至少也是成就最高之一)。

这腔调未免也太“芙蓉姐姐”了点。对自己有自信,所以说自己的作品好,这没什么,李杜当年也都曾自吹自擂过,问题是,这种事情说到底是要讲究艺术性的,你不能把别人都给雷翻了,还怪别人胃口不够好。用陈大导演的话说就是,人不能无耻到那个程度。

更要命的是,被点名的那些70后作家被殃及。假如芙蓉姐姐说,“以下这些人可以跟她并列当世绝色美女”,你还会相信她说的那些“以下”是美女么?

我们这个时代确实比以往任何一个时代都更需要“经典”,因为,人生有涯,生命终有竟时,

而我们所面临的书却前所未有的多。但这并不意味着因此就可以降低“经典”的标准。就我的理解来说,一部不会被世界遗忘的作品才可以称为“经典”。

假如70后的那些作品可以称为“经典”,那么60后作家甚至80后作家们有没有一些作品可以称为“经典”?每10年就出那么多“经典”,汉语文学未免也过于“壮观”了一些。

我的一个时尚达人朋友曾经向我这个“时尚盲”普及知识说,这个世界上称得上顶级品牌的,其实也就只有迪奥、香奈儿、华伦天奴等寥寥几个而已,余者一蟹不如一蟹。坦率点说,假如以此标准类推的话,真正称得上“经典”的小说其实也并不是太多,而70后作家群的作品,大抵也就是美特斯邦威、班尼路之类的水准,距离迪奥、香奈儿、华伦天奴们的距离还差着怕是不下十万八千里哪。

刘放

一笑了之

# 关于鸟的逸事

夜读新版《笑林广记》,偶然翻到一篇小文:

爪哇国的国鸟委(国鸟选拔委员会的简称,下同)公告天下:民主推选国鸟。

众网民以为娱乐,公推尖嘴鸟为不二鸟选,遂提交《关于推选尖嘴鸟为国鸟的提案》,列5大理由,且附议者十之八九。民意不可违,国鸟委无奈宣布:尖嘴鸟当选为国鸟。

尖嘴鸟既成国鸟,从此禁打、禁灭,开启尖嘴鸟满天飞的新纪元。国鸟委还为此专门成立了尖嘴鸟保护办公室,建立了尖嘴鸟生养示范基地,供全国各地代表团观摩学习。

在国鸟委模范带头的指引下,国鸟委、国禽委、国虫委……等国字号打头的委员机构先后效仿成立,选拔工作也在按部就班的实施之中……

由于鱼鸟虫兽等各个机构快速壮大,最后,经各委员会协商:成立统一协调部门。于是,便公推国鸟委为常任机构,并把牌子换成:国家森林公园部。

至此,国鸟委正式升格为部级部门,国鸟尖嘴鸟也顺理成章地成为国之神鸟。 喻德武

娱人千虑

# 山寨周杰伦

广告开头,几个小妹妹问“周杰伦”:“周哥哥,学技术找哪所学校好?”假周杰伦模仿真周杰伦的动作和声音回答道:“奔幸福大道,到x×技工学校。”——这是新版“山寨明星代言人”广告。

电视综艺节目曾流行过一阵子模仿“明星脸”,不过现在已经基本没什么观众了。没想到那些沉沦民间的“明星脸”们在另一块“阵地”上找到了用武之地。媒体将他们称为

“山寨明星代言人”不无道理,因为他们和眼下正在火爆的“山寨机”有着两个最为重要的相似之处:高仿真、低价格。

在网络时代,“恶俗”总是能吸引到一些眼球的,网民们纷纷表示,自己被“雷”着了,按照广告中的“人海战术”理论,总会有人记得广告主旨的,于是,效益便产生了。

与正牌明星少则几十上百万,多则上千万的代言费用相比,选择“山寨明星”性价

比很高,只是,透过这种行为的娱乐元素表面,也隐隐感觉到有很多令人不吐不快的东西存在。比如,这些“山寨明星”是不是伤害了正版明星的正当权益?再者,“山寨明星”代言的机构或者产品是不是涉嫌不正当竞争?

已经有律师认定,“山寨明星”本身并不侵权。但如同山寨机迟早要从市场上消失一样,“山寨明星”也只能是昙花一现。 韩浩月

辉笔而就

# 征服女人没那么简单

男人常说:要征服女人,首先要征服她的心。乍一看,这句话似乎很有道理,但女人接受一个陌生男人,并不是从心开始,而是一个复杂而漫长的过程。

女人接受一个陌生男人,首先是从眼睛开始的。网络上流行“见光死”,即便男女双方之前谈得多么情投意合,一旦露出庐山真面目,相貌仪表就成了第一道坎。历史上更有许许多多风花雪月、才子佳人,一见钟情的浪漫故事,但我想,江南

四大才子也好,李白杜牧也好,如果他们个个长得像张飞或李逵,动不动就张牙舞爪,即便是满腹才学,发生在他们身上的绯闻也会大打折扣。

过了眼睛这一关,接下来便是听。女人要听男人对她说了些什么,能不能激起她心里的浪花,然后决定是继续听下去,还是捂住耳朵去和兔子赛跑。

有很多男人错误地认为,只要天天把“我喜欢你”“我爱你”“你真漂亮”等等赞美

的话挂在嘴上,就征服了女人的芳心。这是男人错把女人的大脑当成了烤白薯,熟也白薯,不熟也白薯。男人即便说了一万句话,可能打动她的就只有那么可怜的几句。

看也看了,听也听了,如果一个女人准备接受一个男人,她接下来会把心窝子里的话全掏出来。对男人来说,这是一场情商测验,她是想检验面前的这个男人是不是自己需要的那个他。 擀面杖

现识世界

# 书不仅砸死了人

今年早些时候,香港青文书屋的主人罗志华先生被倒下的书砸死,14天之后才发现。一时香江文人痛惜不已,不是因为这种死亡的方式,而是透过14天无人发现这一点感慨在香港经营书业之难。前两天,上海的犀牛书店也关张了。

不要埋怨民众的阅读能力如何下降。14岁以下的小朋友是今天书业的主要消费者。剩下的一半江山属于《鬼吹灯》这样的通俗文本,这体现了中国成年读者的真实阅读水准和审美水平。王小波经常说的“沉默的大多数”有时候也并不沉默,只是他们浮出水面的时候可能距离想象有相当距离。这一点和网络也相当类似,在2亿4千万网民中,高中以下文化程度的用户是绝大多数,月收入在2000元以下的用户是大多数,年龄在24岁以下的学生是主流人群。网上的这点热闹也就属于几万人而已,迄今为止还没有什么网络文本的轰动效应,可以和陈冠希先

生的照片相比。也还没有什么写手的作品可以说是到了“受到广大网民的欢迎”的程度。在这个意义上,最流行的文化产品是网络音乐、游戏,这里的音乐说的是《两只蝴蝶》而不是《青花瓷》,游戏说的是《斗地主》而不是《WOW》。可以阅读的文本都在十名开外。

和中国人口的大众相比,2点4亿网民都是小众。真正让人们在电视机前如痴如醉,让广告商大把撒钱的还是弱智电视连续剧。张纪中在网上满头是包,但还是不断把金庸的小说拍成电视剧,原因并不是他心理素质好,而是在于收视率和广告费。今天看起来热闹的,都是做小众之中的小众而已。一旦小众没有筛选好,无论做什么都玩不下去。

都觉得周围有足够的精英人群,事实上,这个人群大概根本不存在。即便存在,也未必消费你觉得他们应该消费的产品。 和菜头

**第2届现代快报读者啤酒节**

9.12 盛装开幕

活动时间: 9.12-9.14 9.19-9.21

现场啤酒免费畅饮(送完为止)、彩绘人体走秀、喝啤酒大赛、啤酒小姐评选…… 更多精彩,期待你参与!

活动地点: 中国领先街区品牌

活动热线: 025-84783580

主办: 现代快报社

江苏都市网 WWW.JS.CN

24小时读者热线 96060

新闻报料 投诉求助 报纸订阅 广告咨询 便民服务

全国报业优秀呼叫中心 聆听百万读者心声

现代快报