

时尚批判



袁媛的《非诚勿扰》之旅,几乎算得上是一个尖利女子命运轨迹的隐喻。

■周珣

为什么尖利的女人福薄

最新一期江苏卫视《非诚勿扰》看不见女嘉宾袁媛了。我认识的一个“非诚勿扰”,男性,为此拊掌称快。

在此之前,他不只一次地表达报名上节目的强烈愿望,他的目的很单纯——为了让袁媛消失。他预备牺牲自己,好歹把袁媛领走,“为民除害”。在“西班牙海归”因一句“家庭条件相当”招致袁媛痛斥的那期,该男这种愿望达到顶点。显然,和他抱类似想法的人不在少数,那期节目之后,袁媛承受了成规模的骂声,而厌倦更如滔滔江水。

但袁媛的《非诚勿扰》之旅,几乎算得上是一个尖利女子命运轨迹的隐喻。

是的,最初,甚至不短一段时间,她都显得很聪明、反应快,伶牙俐齿,言语不平淡,甚至有时能切中肯綮。总之,是舞台上足以引人注目的亮点。

是这样的,很多尖利的女人,其实都智商不低,说高于常人不为过,她们敏感、锐利,自负聪明,老觉得自己目光如炬,能看到别人看不到的所在,来不来就打算针针见血、直指人心。在一些时候,她们也真的是对的,对人性

阴暗的一面,她们有惊人的触觉和穿透力。

但更多的时候,她们实在是“想多了”。

就像“西班牙海归”一句想找个“家庭条件相当”的女生,让袁媛一反应、一分析、一联想,就变成了这男人怕女生占他便宜沾他光。不必争论这个“家庭条件”的意思是不是简单地指钱、指经济条件,就算是,也不能说是过分的要求,如果你没有占人家便宜的打算,怎么会想到他怕你占便宜?你既然不算计着要沾他光,他不让你沾光也不用那么愤恨不平吧?

尖利的女人通常倾向于这种过度解析,对一件事、一个人、一句话绕着弯子地琢磨,她们不相信她们自己和所有的人眼睛看到的、耳朵听到的,她们只相信自己“深入”分析的,不把它彻底复杂化誓不罢休。她们的想象力异常丰沛,天马行空,纵横四海,热衷深入挖掘灵魂深处一闪念——你就是不闪念,她们也能找出

点蛛丝马迹,而且被她们解析出的闪念,一定不是善的、好的、正面的。

她们的问题,并不在嘴巴厉害,开口不饶人,真正的麻烦在,她们是真的“不憚以最坏的恶意”揣度他人。

什么事也禁不起这样的“推求”!

在热爱“推求”、过度解析和牙尖嘴利之下,是一颗敏感、脆弱、警觉、挑剔、冷气森森的心。很多时候,过往的不幸福,会让人比较尖利,心性偏激,表面热衷攻击,实际随时自卫,总觉得别人是整她害她损她不利于她。而因为不幸福的影响自觉不自觉地偏于尖利,还可能让自己的幸福感、幸福指数无底线坠落,你想啊,天天跟个刺猬似的,时时刻刻在防守反击的高度戒备中,日子好得了吗?

福薄的女人容易尖利,当然不是所有,而尖利的女人多数都会福薄。就算她本来有足够的条件讨人喜欢,但这尖利一条就够让人避之惟恐不及了。因为尖利久了,会形成习惯,她本能炸起的那些刺,会刺疼满怀善意、愿意亲近她的人们。



那些奇节伟行的男子,那些竞吐芬芳的奇花异卉,常常导引着我们的心灵卓然出尘,丰盈而淡泊。

■陈雄

魅力即在超乎常情处

在一个许多正常的词语变成贬义词的时代,我有时候杞人忧天地想,如果有一天“才子才女”也沦为骂人的口头禅,那真是最黑色的幽默了。

这也难怪,今天的社会,正在走向极端商品化,信奉实用人生哲学的人们沉醉于享乐主义、拜金主义不可自拔,金钱与权力的魔杖点石成金所向无敌,以世俗的价值观来看,“才”而不“财”非“才”也,如果才华换不来荣华富贵,就一钱不值。

曾经看到一篇文章,题目是:好女不嫁才子。大意是,所谓的“好女”嫁给那些穷酸才子,简直是瞎了眼往火坑里跳,绝没有好果子吃。

而对于才女呢,“好男”们的态度很一致,才女如果长得不美,他们的兴趣就会大打折扣,居家过日子,贤妻良母还是首选。至于小资类的“新型才女”,要费心费力地侍候,实在太累,而如果是才女加美女,恋爱同居可以,结婚是不在考虑之列的。

现实如此,但我从来都不认为,那些真正的才子才女是让人鄙薄的。

恰恰相反,他们或者她们流光溢彩的生命是值得尊敬与爱怜的。那些奇节伟行的男子,那些竞吐芬芳的奇花异卉,常常导引着我们的心灵卓然出尘,丰盈而淡泊。假如说历史上不曾出现过屈原、陶渊明、李白、杜甫、曹雪芹,出现过蔡文姬、谢道韞、李清照、柳如是,琐碎庸俗的现实岂不更加让人难耐?

才子多难,红颜薄命。这世俗中标签似的结论,并未揭示出多少实质性的内涵,在我看来,既不是才子也不是美女的芸芸众生,活得艰难、落得一生凄惨的,也不在少数,只是草根被历史尘埃掩埋,注定不会成为瞩目的焦点。总有一些人会被人们记住,才子才女即在其间。

才子才女独呈翘楚,魅力持久让人记挂,除了不世出的才气,还在于每个人自有超乎常情处。

从某种程度上说,超乎常情就是不通人情世故,但性格怪异只是表象,真正的实质,是不向世俗妥协,不以才气与美丽去做交换。媚俗媚权媚钱,虽然谈不上有多么可耻,但势必会折损才气。

集体亮相于这本书里的才子才女,只是历史画卷之中的一角,我喜欢探掘他们或者她们身上的灵性与真性,像顾惜之的真痴假痴,唐伯虎的轻率狂放,张咏的性急坦荡,谢道韞的机智冷静,柳如是的缠绵刚烈,王戎妻的小女人味,山涛妻的大丈夫气……我企图翻拣一些新鲜的趣味情思,解读若干命运密码,如能让读者会心一笑,有所思悟,也就够了。

这个世界,宁静与安祥已很难得到,稍感自慰的是,我们还未泯灭憧憬宁静与安祥的天性。

(此文为《历代才子才女的生活碎影》一书自序,该书由湖北长江出版集团崇文书局出版)

序跋精粹

不曾说过的往事

史诗大美、求真、至善的品格,总是能令读者在酣畅淋漓的审美愉悦中,提升生命境界,实际上就是心灵的救赎。

■朱健

托尔斯泰随想

今年托尔斯泰(1828-1910)逝世百年。岁月流逝,我已多年未读托翁。十几二十岁时确属其“铁杆粉丝”,不惜“倾家荡产”购其书,焚膏继晷而读之。

然初次相遇却是偶然碰上的。抗战开始,我是个初中生,随学校从山东流亡到川北小城罗江。弦歌不辍,有幸受业李广田先生门下。李老师为学校建立了个小小图书室,当然品位不俗。我偶尔见到一本厚厚的《战争与和平》,猜度与我们生死相依的抗日战争相关。打开一看,麦克昂译(后知为郭沫若);作者托尔斯泰,李老师课堂上介绍过的俄罗斯作家之一(尚有普希金、涅克拉索夫、果戈里、屠格涅夫、高尔基等)。但读起来有点乏味,因为译文半文半白;现在还记得一句“华靴锦袜”,难记究竟。于是废书兴叹,送回图书室。

真正读《战争与和平》全书是一九四三年。当时我流落到秦岭南麓大山深处小镇庙台子,当长途汽车站职员谋生。车站附近自成一个藏垢纳污的小社会,空气中似乎永远有种臭味。广田师言传身教培育我对书的爱好,保留一方心灵净土,免于堕落。收入虽极菲薄,然一人一口,温饱无虞。职业之便,司机皆属哥们,随意搭哪位的车,长途奔袭三百余里,到陕南都会汉中,倾囊以尽,抱回来一捆屠格涅夫陀思妥耶夫斯基以及托尔斯泰的书,还有涅克拉索夫的长诗《严寒通红的鼻子》。屠氏《父与子》《贵族之家》等六大名著全齐。陀氏是他二十四岁初始之作《穷人》。托尔斯泰当然《战争与和平》,是高植的全译本。《穷人》平平,不像《罪与罚》、《被侮辱与被损害的》那般撕心裂肺的灵魂审判,故印象不深。屠格涅夫太精致太高雅太贵族,和小站员的精神世界距离有点远,“六大名著”一本也没读完。至于《战争与和平》,没日没夜读得如痴如狂。讲不出什么道理,就是“感觉”:写的太好了!

多年后读《复活》,读《安娜·卡列尼娜》,有所比较,似乎稍稍“感觉”到一点好在哪儿。《复活》是一位“忏悔贵族”的老爷爷,须发皆白,牙脱舌僵,口齿不清,絮絮叨叨地道德说教。《安娜·卡列尼娜》有很多精彩篇章,读来迷醉。比如安娜与渥伦斯基的车站一见钟情、狂热的赛马场景及渥伦斯基受伤时安娜的失态、安娜卧轨自戕时绝望的精神状态等等,堪称绝唱。但凄绝艳绝的安娜身后,总看到托尔斯泰巨大的背影,听到他喃喃不休地对俄罗斯社会当时困境与未来出路的议论:“志在改革”的列文,似乎是托翁的代言人。《战争与和平》则没有代言人,三十多岁的托尔斯泰奋不顾身直接进入“现场”,与他的人物同呼吸、共悲欢,心心相印、息息相通。甚至“忘记”自己作家的“身份”,长篇大论,直接发言。

这些发言我读不懂,但被字里行间的热情感染,常常高声吟诵。应当说托尔斯泰用自己的心血之火照亮了历史的庄严、生命的壮丽和人性之美。所以《战争与和平》是诗性小说,理所当然被称之为史诗。而史诗大美、求真、至善的品格,总是能令读者在酣畅淋漓的审美愉悦中,提升生命境界,实际上就是心灵的救赎。我这个当年涉世未深的汽车站小站员正是一名被救赎者。值此托翁百年忌辰,写几句话,聊表感念之意。



经济信息

槟榔广告扎堆《脱颖而出》 一万颗心中,有一万口“雄究竟”

昨日,由三湘都市报、华声在线和湖南电视剧频道联合推出的国内首届广告真人秀《脱颖而出》之广告也疯狂的海选又掀高潮,各路达人、雷人齐聚演播厅,拿出看家本领尽情秀出广告创意和表演才能。

尤为抢眼的是,一整天的广告剧目中竟然出现了相当一部分的槟榔广告,而具有黑色的精致包装袋、散发着浓郁湖南本土气息的皇爷“雄究竟”槟榔,自然成为了现场出现率最高的产品,“越是当地的,就越是大众的啊!”来自北京的特约媒体观察员在观赛时连连感叹。

眼里都闪出一丝好奇——“看来,越揪(究)越好啊!”“邢冠希”用一个阳光幸福的表情,利落地结束了表演。巧妙的创意获得了评委的高度赞扬。

“这个创意甚至比现在市场上正在使用的还要好!”评委李维斯是广告界的专家,他的表扬给了“邢冠希”不小的鼓励,“时尚青春的外表,搭配本土风行的产品,很适合在我们这样的平台发布!”媒体评论员对此也很是赞赏。

古典版:“举头望明月,低头嚼槟榔”

一身标准的周星驰版“四大才子服”,一把纸折扇,一口令人莞尔的湘派普通话,就构成了雄究竟槟榔广告的古典创意。

“床前明月光,疑是地上霜,举头望明月,低头嚼槟榔!”在大屏幕

上园林背景的衬托下,帅哥的吟咏有板有眼,最后一句巧妙的化用,确有纯粹的商业广告风范,善意“恶搞”古诗词,别有一番风味。

但在评委和媒体观察员看来,“如果能更有些古典范和本土元素,感觉会更好!”这个广告创意,起码第一次明确地把槟榔的知识分子受众提了出来,即使娱乐搞怪,却也不无根基。

实惠版:一人一包,万事盛意

三个身着旗袍的少女满怀激情表演广告却忘了词,互相有些责怪,对评委的点评也不是全面认可,但她们还是出了“急才”,走下舞台,满面笑容地给3位评委、3位媒体观察员一人送了一包“雄究竟”,本土品牌的实在、亲切,立刻无声地在摄影棚洋溢开来。

“准备不是很充分,但以后如果还有机会,就一定要认真做好准备,表现你们的风采……”评委点评很是温柔,著名电视人红胖子在评委席上更是开起了玩笑,对这意外的福利大感满意。

