论理

网红饥渴症

于文岗

打开手机视频号,常见一个小乖乖喊着“爷爷”“奶奶”“叔叔”“阿姨”迎面向你扑来,不为别的,就为让你“点个小红心”;也有成年男女,向你嚷着什么“缘分来了”“终于见到你了”等等,若问作甚?无不是求“关注”“转发”“点红心”。连有的明星直播带货也要个“小红心”。另见有的地方出台文件,要求每个单位产生俩“网红打卡地”,作为对主要负责人的重要考核指标。这是下指标造“网红”——“逼红”。凡此种种,说明从私到公,从个人到单位到组织,有一种传染病在蔓延。此病名曰网红饥渴症。

信息时代即网络世界,无一不可与互联网相加。“互联网+”如同一股强大的魔力,创造出了新活力、新业态、新生活与新希望。时下,“互联网+”运用于乡村旅游、乡村振兴相加,便催生了“网红村”“网红镇”“网红景点”“网红打卡地”;“互联网+”运用于自媒体,便催生了“网络大V”“网红歌手”“网红导游”“网红主播”“网红直播带货”。这种“与网俱进”,对社会经济文化以及人的发展大有裨益,自不必说。要说的是,争做争创“网红”不是错,但异想天开“妄红”,抑或“逼红”就是病。

“网红”自有其产生的规律。“红”须是优品,优物优地优人优团体。凡“红”皆优,非优难“红”。同时,兼具特色、特有、特产或独特的品相,这些是“网红”的基础条件。基础条件具备了,才能有正常的“红”,健康的“红”,可持续的“红”。脱离了基础,或“红”不起来,或只能假“红”、短“红”、病态“红”。今年,鄙人去了三个地方,无不一“优”二“特”三“红”。一是甘肃通渭县的山楂小镇,昔日满眼黄土的不毛荒芜,今天万亩山楂花海满园春。二是黄骅老家聚馆“古贡枣园”——迄今唯一植物类全国重点文物保护单位。三是西安,秦兵马俑、华清池、省博馆、钟鼓楼、城墙公园、回民街、不夜城。其中兵马俑、华清池一日游,参加的旅游团还是一个“网红”团,由“网红”导游讲解。总归是,所游之处,无不“网红”;所有讲解,无不名导。纵观三地,虽看似相去甚远,却都有“人无我有”的货真价实以及“人无我有”的只此一家、“人有我优”的最佳最好、“人优我特”别具一格的共性。这些都是“红”起来不可或缺的坚实基础。

除了基础条件,还要有加分项。察看所有“网红”,无不是公众需求、消费者青睐、社会时尚、历史眷顾、文化含量、地理天候以及交通便捷等内外因的同频共振。其中,消费者是“网红”生成的最活跃因素,是催化剂。没有消费者热宠,就难以速“红”,蹿“红”,大“红”,火“红”,甚至“红”不起来。

“网红”产生须遵循规律、顺其自然,异想天开“妄红”、煞费苦心“蹭红”、强迫命令指标“逼红”等非理性因素,或如缘木求鱼,或像东施效颦,或似拔苗助长。试想,若“妄红”“蹭红”“逼红”能红,那么学习、教育、努力、奋斗就统统不需要了;如果任由“指标网红”形式主义、官僚主义瞎指挥狂风劲吹,那么,会不会催生出“指标诺奖”“指标芯片”“指标足球”,抑或指标体育、指标教育之类的奇葩?

医治网红饥渴症也须遵循规律、顺其自然。有心栽花花不活,无心插柳柳成荫。当年福建石狮、河北白沟等地红极一时,热极一时,都是市场“看不见的手”的自然而然,哪个都不是下指标“逼”出来的。“网红”可遇而不可求,可谋而不可逼。无论个人还是单位团体,欲争欲创欲做“网红”,都须力戒“牡丹虽大空悦目”的表面花里胡哨,追求“枣花虽小结实成”的货真价实。

尊重规律,求真务实,乃治网红饥渴症之良方。

聊天

什么是『鬼话』

卢汴生

最近在微信群里看到上海杂文家、《文汇报》原高级编辑朱大路的一篇书评,评的是浙江杂文家杨光洲新近出版的《光洲评论》。这两位杂文家前些年在青岛开杂文会时我都见过面,虽然没有深谈,但由于都是新闻界同行,他们还是给我留下了深刻的印象。朱大路先生的书评题目很抢眼:《以“人话”立言》。这里的“人话”出自杨光洲先生书中的《自序》:“我以说真话为追求……坚持说人话,坚决不昧着良心说鬼话。”读完书评,自然想到什么是“鬼话”。

“鬼话”是汉语中一个贬义词。《现代汉语词典》中的解释是“不真实的话;谎话。”其实它的本义并非如此。有资料介绍,鸦片战争后清政府和英国签订了《南京条约》,开放五口通商。随后英国商人进入中国做生意。中国人大多听不懂英国话,便称之为“鬼话”。有人还编写了《鬼话》的小册子作为学习英语的教材。由此可知,鬼话的本义就是鬼子的话,一般中国人听不懂的话。

从鬼话的本义看,愚以为有这样两类话也可称为鬼话。一类是一般人都听不懂的话。它不是外国话,而是本国的普通话;也不是假话、谎话,倒是有点像威虎山上坐山雕说的黑话。比如一位法学教授讲过他亲历的一件事。有一天教授发烧了,就来到一家大医院。医生开了好多检查单,让他作了一系列检查。最后教授把胸片拿给医生。医生看了看说:“嗯,肺部黏膜增粗。”教授一下子就蒙了。当时正是非典时期。教授问,什么是肺部黏膜增粗,不会是非典吧?医生说:“那倒不是,不过也不好说。赶快输液吃药吧!”然后就开了上千块钱的药。不料教授输液几天,越输越难受。于是索性不输了,精神状态反而好了。

后来教授问一个学医的朋友,什么是肺部黏膜增粗?朋友说,就是感冒呗!教授顿时感到自己被愚弄了,直骂那个医生不说人话。那个医生如果说“感冒”,一般人都听得懂,可他偏要用连见多识广的法学教授都听不懂的术语来唬人,这不就是在说鬼话吗?

另一类话是一般人都还听得懂,并非什么术语、行话,但是明显不合世俗常理,荒唐可笑,不像人话。时下热搜上就有不少这类的话。比如:“他为啥打你不打别人?肯定是你招惹了他。”——这是一个教师说学生的。“别人打你,你为什么要还手?”——这是一个检察官说被告人的。这些话就让人觉得怪怪的,世上哪有这种荒唐的道理?如果这样的道理能够成立,那么,当年日本鬼子侵略中国,打杀中国人,难道是中国人“招惹”他了?难道中国人民还不能“还手”,不能反抗?

最不像人话的是一个法官说的。2006年南京26岁的彭宇扶起了一个摔倒的老太太。老太太一口咬定就是被他撞倒的。事情最后闹到法院,法官对年轻人说了一句后来成为名言的话:“不是你撞的,你为什么要去扶?”这句话显然背离了我国传统的道德观。从此对摔倒的老人是扶还是不扶,成了很多人纠结的问题。直到前不久还有媒体报道,长沙有位老人摔倒,路过的49人,竟无一人敢伸出援手。

看来鬼话的能量不可小觑。它不但荒唐,更让人心寒。然而事物都有两面性。说鬼话害人,也会害己。君不见那个说鬼话的法官,就像是被钉在了历史的耻辱柱上,十多年过去了,至今还不时被世人耻笑、谴责。所以,人活于世就应该做一个堂堂正正的人。尤其是手里大小有点权力的公职人员,更应该做到办事讲公道,说话凭良心;要像杨光洲先生说的那样,坚持说人话,决不昧着良心说鬼话。否则,难免要被人戳脊梁骨的。

说事

旧时出书

张蓬云

旧时,文人写了小说、散文等文章,除向报刊社投寄稿件,露个面儿挣点稿费外,也有直接将书稿卖给书店、书铺、书局的。书店、书铺、书局的老板都有编辑眼光与学识,兼具商人头脑。能获利者,才肯收稿、印刷、发售。没有什么书号之类规定,只是要登记备案,给个登记号,以备文化部门的“检查员”来检查就行了。有伤风败俗、宣传“赤化”的是不能出版的。因此,在新中国成立前,书店老板还必须有“识红”的警觉。因为,时不时就有“狗子”到店里嗅一嗅。“红书”与共产党相通,出版进步书籍,就是“涉共”,会被当局迫害,书店老板是不敢沾边的。

《鲁迅书信集》271页,有1931年2月24日,先生给曹靖华的信。信中道:“兄之《铁流》不知已译好否?此书仍必当设法印出”之句。可以肯定,鲁迅先生知道朋友在翻译一本书,一本好书。同时也预感到此类书籍出版困难。因为该小说是以十月革命后的1918年内战为题材,叙述了红军内容的。果不其然,到了“五一”节前,曹靖华将苏联文学代表作之一,绥拉菲莫维奇的长篇小说《铁流》全部译完,上海却没有一个书店、书局敢于接手承印发行。因为当时有“稽查人员”在街面寻嗅,“红书”是在禁之列的。商人出书是为了利润,他们是不想找这个麻烦的。

朋友付辛苦之作不得出版,怎么行?于是,鲁迅自掏腰包拿出一千大洋,用了个实际上不存在的“三闲书屋”的名义,找家印刷厂,就把书印刷出版了。然后,全拿到鲁迅的朋友、日本人开的内山书店,一本一本把1000册《铁流》全都售出。为了这事,鲁迅还特意写了风格独特的广告,介绍新书。他写道:“本书屋以一千现洋,三个有闲,虚心介绍诚实译作,重金礼聘校对老手,宁可折本关门,决不偷工减料,所以对于读者,虽无什么奖金,但也决不欺骗的。”此后,鲁迅又把版权卖给另一书店,让《铁流》在北京出版,让进步书籍流到更多读者手中。

据曹靖华回忆,这个“三闲书屋”是不存在的。实际上是鲁迅、瞿秋白、曹靖华三个患难兄弟搞了回“自费出书”,同时也表现出了他们的纯洁友谊与无私精神。在那个书籍出版要书局老板说了算的年月,鲁迅先生巧妙地办了个“三闲书屋”,当了回老板。

到了1938年6月,“鲁迅先生纪念委员会”要出版《鲁迅全集》,也找不到适合的书局。于是,编者们便以“鲁迅全集出版社”之名,出版了“非卖品”两种。同时又出版了定价25元一套的《鲁迅全集》,一时畅销火热。为满足购书者,同年8月又再版一次,由书店销售。

鲁迅先生的书为广大读者所爱,为了满足关外读者,“鲁迅先生纪念委员会”于1948年9月,又将出版权给了“光华书店”,于是,该书店以“出版者”名义,在沈阳的“东北铁路印刷厂”印了3500部,定价每部20元。由于此次出版距第一版已过去十年,东北版的《鲁迅全集》印刷、纸张、图片及红布书面装帧更精美。

在新中国成立前出版小说、唱本、画册等书籍,是书局、书店老板为了获利的一个营生手段,由地方的教育局、文化局监察管理。除了有检查员不定期巡视,“有伤风化者,禁止售卖”,还必须由书店自己登记备案,“各书肆须将所售书画种类名称详列一册,呈送本所备查。”(沈阳市教育厅《整顿文化市场取缔不良戏曲书画》1923年11月)

一位书局老板曾和一个饭店老板闲唠。书局老板说,你们的饭菜味美可口,当然就食客盈门。让食客吃了肚子痛的饭菜不会做吧?我们印书、出书也一样,读者喜欢,能长知识,开眼界,受教育,销路就好,就有盈利。若是印些乱七八糟的东西,坑人误事,我们不是自毁营生吗?那时有些正经的书局,还是自爱、自律和有担当的。

画里有话

盲道咏叹

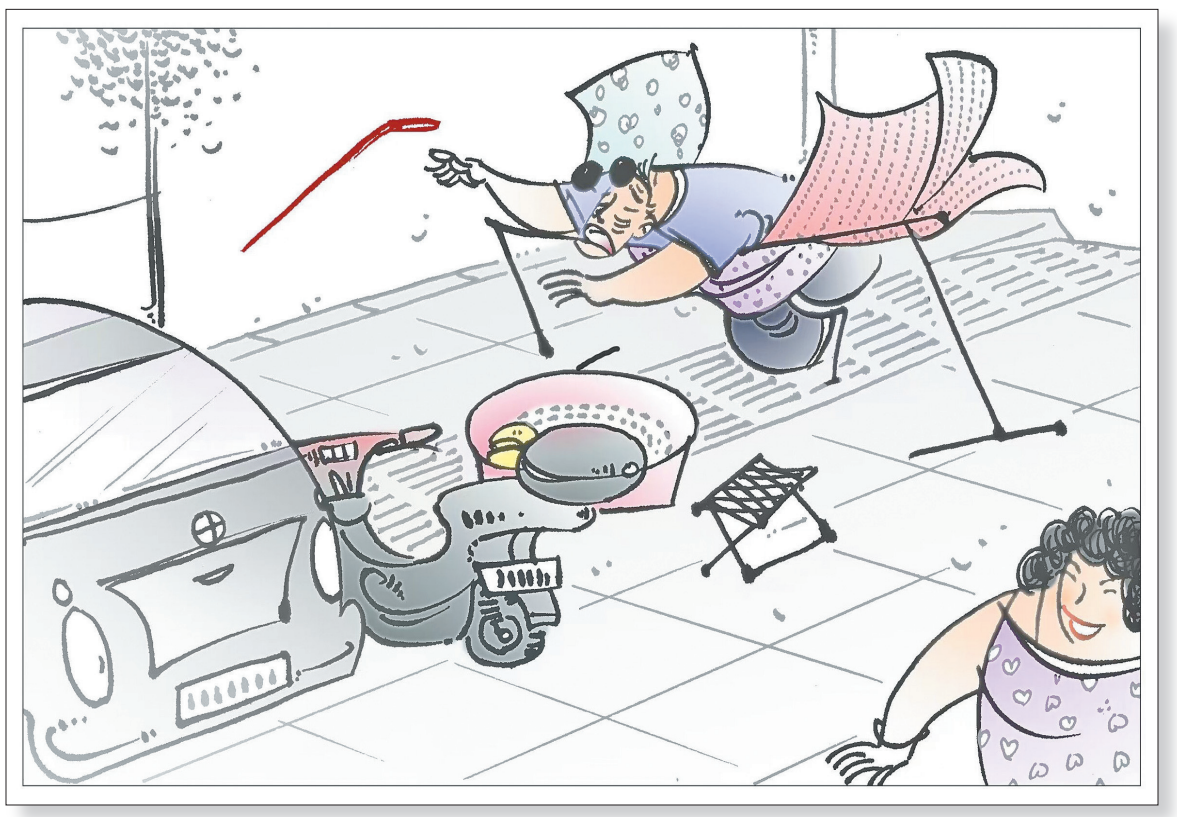
一

盲人踏上盲道,
如沐春风温暖。
感恩文明公德,
跌倒顿感心寒。

二

本应各行其道,
有人却要霸道。
只顾自己方便,
岂管公序乱套。
有眼不辨美丑,
无德缺乏管教。
教育处罚并施,
此疾方能医好。

杨光洲 马菁海 诗/图



南腔北调

民政部相关负责人近日表示,鼓励有条件的地区将婚姻登记机关设置在公园等有标志性意义的场所,为当事人提供最优质的服务、最优美的环境。目前,全国已有各类公园式婚姻登记点270多处。

短评:婚姻登记是新人幸福生活的新起点。这一起点,可以用时间来记录,当然也可以用空间来标记。让男女青年在鸟语花香中完成婚姻登记,是政务服务人性化的转变,是质量的提升,是社会和谐因素的增量。各地有各地的风俗,各地有各地的人文环境,如何让婚姻登记服务更美好,需要各地因地制宜创造性地开展工作。能让自己的工作成为他人的美好回忆,其实就是在创造幸福。

前不久,余华英拐卖儿童案引发社会广泛关注。令人意想不到的是,被她卖的第一个孩子,竟是她的儿子。近日,有人在网上自称是余华英被卖掉的儿子,一会儿为“母亲”抛弃自己找理由,一会儿要断绝“母子”关系。经公安机关调查,自称是余华英儿子者在造谣。现此人已被行政拘留。

短评:为了蹭流量,竟不惜认人贩子做母亲,此行径可谓恶心呀!蹭流量的目的在于名与利,是一种寄生与攀附。公众为什么对这种行径反感呢?因为其与社会主义核心价值观之“诚信”“友善”背道而驰。公安机关为什么拘留他呢?因为他破坏社会诚信体系,扰乱公序,违法。那些要流量不要脸者须注意,虚拟空间不是法外之地,失德违法蹭流量,必受舆论谴责,法律制裁。

一则“残疾男子坐轮椅跑遍西安绘制无障碍地图”的视频日前冲上热搜。视频中的当事人田野和6位残疾朋友一起创建了“SCI无翼飞翔公益组织”,从2019年开始进行“西安无障碍地图”的探索。他说希望所有的残障人士都能勇敢地走出去。

短评:作为一名残障人士,由自己行动不便想到为更多的残障人士提供帮助,这是何等的高尚!他们所绘制的“无障碍地图”,彰显着他们的爱心与社会责任感。人的价值在于被需要。绘制“无障碍地图”者身体虽有残障,但他们用行动告诉世人,他们为生活注入美好的意志是顽强的,他们是生活的强者!问题的另一面是,残障人士需要“无障碍地图”,他们中的一些人绘制出了“无障碍地图”,那些服务残障人士的机构,是不是也该检讨一下自己的工作,为他们提供更优质的服务呢?要做工作,当然要克服困难。看看残障人士绘制的“无障碍地图”,健全的人,还有什么困难不能克服呢?

据央视网报道,名为“小小努力生活”的博主在视频中自称经历家庭多重不幸,被亲生父母抛弃、奶奶和姐姐去世……在积累了一定的粉丝后,她开始直播展示家庭冲突和追讨抚养费等情节,吸引更多粉丝关注后开始直播带货。警方调查发现其身份和经历都是虚构的。最终,她因谎报警情和虚构事实被行政拘留,并处罚款。同时,她和参与直播的父母及姑姑也因发布虚假广告受到行政处罚。

短评:靠在网上撒谎卖“惨”骗钱,已不是个例。撒谎卖“惨”所造成的危害不止于被骗的当事人。人皆有恻隐之心。撒谎卖“惨”践踏的是公众的同情心与社会诚信,扰乱的是社会秩序,骗取的是他人钱财,当然应受舆论谴责与法律制裁。作为遵德守法的网民,我们不要把自己的同情心交给骗子,自己破财且助长失德违法。网上遇到卖惨者,须擦亮眼睛呀!

近日,央视记者调查发现,在消防器材市场中,一些商家竟连防毒面具也敢造假售假。防毒面具可过滤95%以上的一氧化碳等毒气。不防毒的防毒面具,用手一撕就破,用火一烧就穿,使用无法过滤毒气的活性炭,不防毒还可能助燃……不防毒的防毒面具“3C”认证、执行国家标准、消防认证编码等该有的标识一应俱全,与“国标”产品无明显差别,就连扫码验证都能通过!不防毒的防毒面具不仅上架各大电商平台,还在线下多个省市销售。

短评:消防防毒面具不防毒且助燃,岂不是比毒气还“毒”?其各种正规认证标识齐全,用户已不能辨认出真假,这就迫切需要专业执法部门进行严格检查,迅速排除隐患,此乃治标;从经销商入手,顺藤摸瓜,挖出假冒消毒面具、假认证标识的生产源头,依法严惩,此乃治本。假防毒面具之“毒”不彻底消除,后患无穷呀!

近日,一种通过特定动作让体验者快速达到窒息缺氧状态的“死亡游戏”,风靡校园。孩子们称该游戏为“梦回大唐”或“死亡三秒”,游戏中包含的危险动作令家长颇为担心。

短评:生命不能再来,死亡岂可游戏?家长、学校都有责任对孩子进行珍惜生命的安全教育。然而,仅有此种教育,还不能解决问题。孩子们都有好奇心,都有模仿的天性,让他们远离“死亡游戏”的威胁,最好的办法是在家庭、在学校禁绝此类游戏。同时,应禁止商家及网上平台宣传介绍此类游戏,让“死亡游戏”从线上线下彻底消失。2005年,教育部已要求国内所有网站删除有关“死亡游戏”的介绍。如今“死亡游戏”竟卷土重来且有蔓延之势,有关监管部门应检查自己的是否失职,并迅速行动,消灭“死亡游戏”。