

健笔挥洒意纵横

——读孔明《书中最相思》

孔明兄又出了新书,屈指算来,这已是第六部。年五十而知天命,书六六而大顺,可喜可贺。知天命,他更有文化上的自信;六六顺,更见其文章之超然。超然,于是开卷有益,有益而爱难释手,情惬意牵处——《书中最相思》。

书中凡二十万言,计五十二篇。其所写者,皆是目所见,耳所闻,心中所感。见微而知著,举一而反三,故接接地气,于世而有益;其所言者,俱是红尘中语,平实而家常。然平实中亦寓高奇,家常中别开生面。故寻常事,寻常景,寻常情,只要孔明笔走龙蛇,便卓然成章。借用该书中张煦之语:“胆识赋于文字,一经才学经纬,美文成矣。”

拜读孔明兄之美文,所见者无所不美,以其文中所包涵,以其行文之特质,若以诗比拟之,则见——陶渊明所谓的“复得返自然”,孔明体验之,故《美言》《日子》《暖》;陆放翁所谓的“处处有诗材”,孔明践行之,故《低处》《走路》《安》。白香山所谓的“如听仙乐耳暂明”,孔明力求之,《吃啥好》《丰满》? 杜工部所谓的“语不惊人死不休”,孔明效法之,《坐家》:《一孔之见》? 瞿秋白所谓的“好花还须慧眼看”,孔明力行行之,《时间》《惦记》;鲁迅所谓的“欲无声处听惊雷”,孔明含纳之,莫非《世界末日》,就《难得糊涂》? 李商隐所谓的“心有灵犀一点

通”,孔明明辨之,《情难说》《走开,就是爱》;李贺所谓的“石破天惊逗秋雨”,孔明笃行之,《曹雪芹的“痴”》:《谁培养了李白杜甫?》;最是皮日休对书之爱赏:“惟书有色,艳于西子”,孔明赏爱之,故认为《永远的绝唱》便是《书中最相思》。

孔明之文,一路行来,依然是恬愉敞朗,行云流水,表现出的依然是睿智隽永,如诗如歌。加之岁月之历练,阅历之丰富,学识之雄宏,精神之奋发向上,使其文章在不断地升华:隽永之中时见精爽,流美之中不失厚重。

而孔明却说,其为文之道,是“有感而发,一孔之见。”有感而发,诚哉斯言,“我手写吾口”,胸罗万汇,故滔滔汨汨,文澜频起,而伸雅怀;至于“一孔之见”,则是自谦。观其为文,厚积而薄发,举重而若轻,挥意走笔,自见了文心雕龙:行文流利酣畅,自成一格也;文中时引经典,灵丹呈奇也。文中宛曲多姿,著手成春也;行文姿态横生,妙造自然也。写物则见物之灵动,写人则见人之情,卓识则见启人心智,叙事则见雅朗之风。

物,如《荷中美》写荷:“荷之美,是孤美,是大美,是完美,是造化之美与生俱来。”“盛夏的荷,美不胜收而让人流连忘返;秋后的荷,即使风吹雨打依旧不减美感。”这秋后之荷与李义山写枯荷的感受何异:“秋阴不散霜飞晚,留得枯荷听雨声。”

人,如写母亲:在《母爱》中,结尾一段四五百字,以母爱与爱情作比,反复倡叹,舌上生莲;广见博识,言成至理。将母爱的伟大,写得满天云锦,直可使人陶醉。眼前直下四五百字,胸次全无一息,感受如我者,肯定大有人在。

卓识,如写《世界末日》:在写玛雅人预言2012年某月日时秒,人类将从大地上消失云云,去其妄说,取其积极成分,结尾出人意料:世界末日不是预言而是寓言,是要告诫人类一些常识:多种人为的不负责任和危险的举动,不就是世界末日的征兆吗?在满天下铺天盖地的文章和著作中,达此境界者有几?

叙事,如写《雪思》:从逮住了两衣女对话中的一句“天下面呢”,使雪兆丰年之必然,之恬然,之欣然,在笔下油然而流:“妙在一个冬天总能下几场‘面’,农人的心里当然都是美滋滋的。春来了,雪化了,风摆杨柳了,麦地‘起身’了,麦浪滚滚了,麦穗扬花了,绿浪一变而成金浪了,丰收不在眼前而在镰刀之下了,这都是瑞雪所赐的呀。”将人人眼中所见,而人口中却难道出如此之情景,孔明道出了,便妙。妙就妙在这个“了”字之运用。

孔明书中,多用“了”字。“了”,一语助耳,说好用,因其大朴,因其简单;说难用,因其多用而易有絮繁单调之病。谁知孔明明化之而成神奇,使絮繁而出新,单调而生巧。新巧剪裁,以大拙而胜大巧,有意无意间,竟成了一道风景。人言,天地之间,绿化之美,尽管有奇花异草,而大美却是非树莫属,树因朴素而擅大美。孔明书中之“了”字,何尝不是如是。

昔欧阳公《醉翁亭记》中,有二十一个“也”字,而为人所称道,谓其因有“也”字,

更使句调富有情韵,节奏舒缓圆畅。昔更有太史公《史记》中的《信陵君列传》,一篇之中,凡言“公子”者一百四十七处。明人茅坤曰,因信陵君是太史公胸中得意人,故该文也是太史公得意文。此法越世而下,至于今日,而得传承者孔明。孔明该书中,用“了”字者颇多,又颇得体,又颇成功。《人生如年》中用“了”字者四十四处,《雪思》中,又用了二十八处。尤其是上文提到的雪兆丰年,叠用八“了”字,用得更是出神入化。《史记》中,写陈胜吴广起义的对话中,叠用七“死”字,“今亡亦死,举大计亦死,等死,死国可乎?……而死死者固十六七,且壮士不死即已,死即举大名耳。”以“死”相逼,举事即成。此句法,已享千载之誉。孔明亦用八“了”字继承之,只此大手笔,便胜却人间无数。

因胜却人间无数,故我作为读者,对此书便宝爱不已。日间,将其置之案头,作为他山之石,以得雅教,用苏轼《后赤壁赋》中的话说,“以待子不时之需”;外出时,将其置于囊中,择机而过书瘾,用宋人《九张机》词中的话说,“从头到尾,将心絮系,穿过一根思(思)”;夜晚,则将其置之枕畔,备以疗相思也,用元人徐再思《折桂令》曲中的话说:“症候来时,正是何时,灯半昏时,月半明时。”

美文不厌百回读,孔明《书中最相思》 □ 杨乾坤 佳作推介

全国文学艺术大赛一等奖 韩星海散文获「相约北京」

近日江山丽,春风花草香。由中国散文网、诗书画家网、北京华夏国际文化交流中心联合举办的第五届“相约北京”全国文学艺术大赛活动在京近日揭晓。陕西作家韩星海散文《狗年喜忧养犬韩》获得一等奖。到目前为止,韩星海已经连续五届获得了这个奖项,堪称“五连冠”。

韩星海系中国作家协会、中国散文学会会员,也是陕西著名散文作家。他勤奋创作,笔耕不辍,曾先后出版专著18部,并有60多篇作品在全国获奖。其个人事迹还被编入《中国作家大辞典》《中国散文家大辞典》等多部典籍中,在全国产生较大影响。他的这篇另辟蹊径的获奖之作,首发于河南《行参菩提》新媒体网,是以冷眼旁观的笔调,书写了当下城市人不注重文明修养,出现泛滥成灾的养狗热情况,给本来干净整洁的城市带来了环境污染以及邻居住户中因养狗带来的不和谐现象,并提出了要理性养狗,爱护公共卫生的心声。 □ 秦茗轩

千年藏梦一卷书

有人称,最古老的典籍已在“焚书坑儒”中失窃。但据《汉书·艺文志》:“具焚其书籍者,儒士议说,诸侯撰己。秦纪、博士、医卜筮种,皆挟护藏。”说明当时只烧诗经、礼仪和诸侯为自己立传的文史,而秦代典史、工具、医药、种植等书籍未烧,还严加保藏。

朝代更迭,烽火硝烟。一座座书楼藏阁或焚于战火,或毁于动乱,如镇江文宗阁、扬州文汇阁、杭州文澜阁、登封嵩阳书楼等。

黑蝴蝶般飘舞的古籍灰烬,催生了众多为传承记载、延续国学、藏存史书的仁人志士。自南北朝起,出现私人建造的藏书楼,唐宋始有人创办私家书院。如五代杨恽所创天书院、唐代陈与建立松州书院、罗简创建梧桐书院等。这些书院除“广招子弟,皆令就读,弱冠苦学”,还“聚书万卷,以资众读,藏延典史”。

同时,还涌现出大批迷书的藏家。南宋书法家赵孟是收藏家,藏品多为

绝版典籍。赵孟任翰林学士时,得到一套宋初刻本《汉书》,便在每册加一扉页,正楷题跋:“聚书藏书,良非易事。善观书者,澄神端虑。静几焚香,勿卷脑,勿折角。勿以爪侵字,勿以唾揭幅。勿以作枕,勿以夹刺。随损随修,随开随掩。后之得吾书者,并奉赠此法。”该书遂被后人誉为“宋本之冠”,被大藏家王世贞、钱谦益等人先后珍存,后藏于清代皇宫。

《绘事微言》记载,宋代知州胡应麟藏书,饥以当食,渴以当饮,尽其家以为万卷书。其俸禄结余皆以购书,不够就用家里值钱的东西充抵,还不够就把衣服脱下换钱。

明代富商朱大韶迷宋版书,愿以万金购其友一卷古锦玉签宋版《后汉书》,友却以书欲换朱家美婢,朱欣然允诺。岂料美婢闻讯夜遁,以婢换书未成,朱竟抑郁成疾,不久撒手人寰,藏家中传为“以命殉书”。



历代藏家面临的一个现实问题是,身后这万卷藏书谁来管理?明代万历年间,南京进士焦竑醉心藏书,倾其积蓄建起澹园书楼。至其晚年,350多平方米的藏书楼有典籍4万余卷,系明代最大最全的私家藏书场所。但焦竑去世的20余年后,其藏书散失殆尽。宁波天一阁藏书楼堪称幸运。它建于明嘉靖四十年(1561),创建人范钦27岁中进士,先后在湖南、江西、河南等地任职,后升任礼部侍郎。遍及大半个中国的宦宦生涯,主管全国的文化、出版,为他藏书提供了方便条件。他精心搜集各类古籍、地方志、科举录、政书等,藏书鼎盛时达9万余卷。范钦辞世后,其长子范大冲用田地租金养护藏书楼,范家藏书代代承传。到100多年后的清代乾隆年间,“接力棒”传至范钦曾孙范友仲,天一阁藏书依然保存无缺。之后,因社会动荡,藏书大部分流失,至1949年,天一阁仅存藏书1.3万多卷。可见,古本典籍流传至今,融汇着古人的千年藏书梦。正是他们不懈的努力、执着的精神,激励着现代读书人、藏书人递接、传承他们为延续文化所作的巨大奉献,从而一代接一代实现他们的美好夙愿。 □ 周铁钧 回望经典

“隐私换便利”的前提是安全第一

□ 缪因知 据报道,3月26日的中国发展论坛上,百度首席执行官李彦宏说,中国人对隐私的观念开放,很多人愿意用隐私交换便利。对比之下,扎克伯格刚刚在9家报纸上为“信任的违背”登报道歉。 诚然,数据隐私话题由来已久。发展论坛上的评论“很百度”,也确实体现了一部分用户的心态。然而,数据保护法律却不应该允许无度的“隐私换便利”。 首先,很多场合下,我们面临的问题恐怕是“便利”太多了。搜索输入框自动提示你感兴趣的内容也罢,手机搜索过特定信息,转身连电脑上的网页也大量出现相关广告,这种便利令人不安。毕竟,每个人都多少

有一些秘密,可能对共同生活的家人也不愿意分享。例如,对一些事感到担心,但又不想让人忧虑,就在网上寻找答案。结果互联网运营商贴心地帮你在各种网页上滚动播放,这是何道理? 这就涉及第二个关键问题——你真的提供给用户可供交换的选择权了吗?网络时代,别说软件服务商,连硬件服务商如品牌手机都学会了默认推送各种信息收集服务。让用户选择时,也往往通过连篇累牍的说明和捆绑式安排,让人无可奈何地点击“确认”。看起来,国人似乎对隐私泄露无所谓,但这很大程度上是隐私已经“被公开”,与信息刀俎我为数据鱼肉的现实塑造的。 第三,在互联网巨头精心布局下,用户的同意权经不起考验。行为经济学早已揭示,人并不是完全理性的,可能存在心理偏差,如

低估未来风险,高估眼前收益等。决策时越遭遇压力,或利益关联,就变得更不理智。故而在各种吸引眼球的“场景”下,用户给出的“同意”,未必符合其利益最大化。 事实上,数据的让渡,和出借一个物品还不同。数据一经传递,就能被复制长存,即便撤销授权,相关数据也已覆水难收。公开过的隐私是永远不会恢复为隐私的。这是反对轻易允许授权隐私换取“便利”的第四点理由。 第五,在互联网社交时代,信息具有勾联性,甲的同意能导致乙的信息泄露。如最近沸沸扬扬的Facebook事件,一家数据商通过得到30万社交达人的“同意”,就囊括了在这30万人的页面上活动的5000万人的数据。Facebook最近亦承认,用户不能代替用户的朋友来控制信息的流动。 第六,拼命收集信息的人能保证信息存

「房屋以旧换新式养老」值得尝试

□ 苑广阔 在人们的印象中,家电、汽车等行业实行“以旧换新”的政策屡见不鲜。但购买一套数百万元的房产也能采用这一方式,却不多见。据当地媒体报道,无锡一个养老机构从去年年底推出房屋“以旧换新”的政策后,引起了很多购房者的关注。 通过房屋以旧换新实现养老品质的提升,和“以房养老”有相似之处,但本质上却有很大差异。 具体说来,是先由开发商开发建设一些具有养老优势,更加适合老年人居住和生活的养老小区,那些拥有自己的住宅但这些住宅却不适合养老的老年人,就可以用自己的房子去置换开发商的“养老型住宅”,从而实现“房屋以旧换新式养老”。 特别是那些上下楼行动不便的老年人,搬进“养老型住宅”,不但原来的问题可以迎刃而解,而且“养老型小区”和“养老型住宅”所拥有的硬件设施、软件服务,都会让老年人的生活品质得到有效提升,让他们的晚年生活更加便利,也让老人子女少了很多后顾之忧。 这里需要说明的两点: 一是开发商开发的“养老型住宅”,并非只是有换房才能居住,同样会和其他商品房一样在市场上出售。 其二,所谓的“以旧换新”并不是简单地拿老人的房子换开发商的房子,而是由第三方机构对老人的房屋进行评估,以评估的价格作为“养老型住宅”的购房款,如果不够,再由老人补齐差价即可。 该模式对老人之所以有吸引力,就是因为不用老人自己去进行房屋的买卖,而只需经过第三方机构对自己房屋的价格进行评估即可。其他一切售房、换房的环节,都由开发商完成。对于年老、精力不济的老年人群体来说,无疑增加了便利性。 值得一提的是,近年来很多地方都开展了养老方面的新尝试。比如“抱团养老”“共有产权养老房”“租房入院养老”等。这些也为“老有所养”提供了更多样化的选择。 而通过房屋“以旧换新”实现养老条件升级换代,丰富了养老住房产品的供给,也是值得尝试的探索。在做好风险把控和科学设计的基础上,让这类个性化养老模式得以推广,也不是坏事。

莫让短视频平台成为假货橱窗

□ 史洪举 据报道,原本定位于记录美好生活、记录世界的“抖音、快手”,皆成为某些微商展示假冒伪劣化妆品、山寨奢侈品的橱窗。视频作者们通过留下微信号,将自制的三无产品出售牟利。3月25日,快手官方作出回应,“我们发现一起处理一起,行为严重者将上报国家相关管理部门。”抖音短视频橱窗官方也作出回应,“对于利用平台制假售假的不法账号,发现一起,处理封禁一起。绝不姑息。” 之前,微信小程序成为售假新阵地已让很多消费者蒙受损失。如今,抖音和快手也成了假货橱窗。以上现象再次说明,在互联网领域,打击假冒伪劣产品没有止境。无论是网络平台还是监管部门,均应切实履行职责,完善监管措施,充分利用技术手段,查处、惩戒兜售假冒伪劣产品的不法分子,还消费市场一片清静。 不能否认,视频作者利用视频内容向观看者兜售假货的手法,的确比传统电商更难发现和治理。正规的电商平台中,卖家均开设有网络店铺并留存有营业执照、交易记录等信息,平台还提供担保交易,利用技术手段能够筛查可疑商品,也有专门机构处理消费者的投诉举报。而在快手、抖音短视频等渠道中,视频作者不过将快手、抖音作为发布商品信息和交易渠道的平台,商品交易、货款支付则转移到平台之外的其他渠道。短视频平台根本无法记录完整的交易过程,这极大地增加了平台的监管成本和监管部门的执法成本,权

益受到损害的消费者也将陷入投诉无门的境地。 由此可见,如果不对此类现象加以重视,在其他电商平台监管趋严的背景下,快手和抖音无疑将成为水桶中最短那块板,沦为假货集散地。其实,这种销售模式看似新颖,实则并没有超出相关法律法规的监管范畴。某种意义上,视频制作者已经成为经营者,快手和抖音则成为广告发布平台。那么,根据消费者权益保护法、广告法等法律法规,除了兜售假货的视频制作者需承担民事责任、行政处罚、刑事责任外,视频平台也不能置身事外。当其明知或应知某短视频制作者发布虚假广告,将与视频制作者共同承担连带赔偿责任。 无论是为了防范法律风险,还是履行社会责任,这些短视频平台都不能让自己沦为监管空白地带,成为假冒伪劣产品的集散地。平台应严格落实实名制,以便事后追查兜售假货的始作俑者;利用图片分析、语义分析等技术筛查相关广告,着重监管有“前科”的视频制作者,封禁情节严重者;要求这些“网红主播”将有购买欲望的消费者引流到正规电商平台,而非进行私下交易。如果不能做到以上这些,就该一刀切地杜绝任何视频作者“展示”所谓的自制商品。 当然,在一些经营者从传统电商平台转战到娱乐平台、社交平台的背景下,消费者须提高警惕。此外,监管部门也应具备互联网思维,与时俱进地扩展监管触角。除了要求视频平台履行好管理职责外,还应从交易平台、快递物流等渠道入手,以全方位的监管切断跨平台的售假产业链。如此才能让消费者通过短视频平台记录美好生活,而非掉入“假货橱窗”之中。

沃尔玛禁用支付宝伤害用户选择权

□ 魏英杰 近日沃尔玛华西地区与微信支付达成深度合作,部分门店停止接受支付宝支付,并同步开展微信支付满减活动。另一家连锁零售超市步步高也停用了支付宝支付。 眼下,随便一个马路摊位都可以使用支付宝或微信支付,沃尔玛等连锁机构的做法,当然会给用户带来不便。沃尔玛是全球最大超市连锁机构,所以尽管只是部分门店这么做,也容易引起用户担忧。更何况,沃尔玛是京东第三大股东,而腾讯是京东第一大股东,很难避免瓜田李下之嫌。而一旦被看做是搞“二选一”排他竞争,那么就可能成为一场支付领域大战的导火线。 腾讯和阿里各有各的庞大商业版图,“战火”蔓延开来的话,后果不堪设想。不妨补充一下,去沃尔玛只能用微信支付工具,到阿里旗下商超也只能用支付宝,商家不累,用户也嫌麻烦。腾讯方面回应,现在任何一个第三方支付移动支付,都还处在跟商家沟通、推广接入的过程,接入与否主动权在商家。这话看似有道理,但在移动支付已经成为日常生活场景的情况下,如果不是出于其他考虑,商家完全没有必要禁用支付宝或微信支付,人为给消费者制造不便。 这不禁让人想起2011年腾讯大战360的往事,两家互相排斥对方,强行要求用户卸载对方软件,给整个中文网络世界带来严重困扰。也是从那次事件,

民生视角

腾讯开始反思自己的商业逻辑和理念,作出开放生态,拥抱移动互联网的决定。至今为止,我都认为那是腾讯真正腾飞的一个起点。腾讯作出的这个决定,为造就今日腾讯的庞大商业规模打下了深厚基础。 尽管腾讯与阿里各有体系是事实,但不等于说互不通用是正确的。虽然像是在商业竞争环境下的一个不得已选择,是一个悬而未决的问题,并不意味着这种模式可以复制到双方旗下的阵营,扩散到整个商业生态,其后果可想而知。 必须承认,这确实涉及到了用户的选择权。微信用户超过10亿,支付宝用户超过5亿,你说这涉及用户选择权,如何让人信服?当一款支付工具的用户庞大到一个国家的很大一部分人都在使用,这就不单是商业了,还涉及到公共利益和社会责任。不只是“我的地盘我做主”的问题。

