

辉笔如就

# 别把大气变大牌

乒乓球大牌王皓在北京首都体育馆对面的一处花坛里准备酒后小便的那一夜,北京交通广播电台的几位大牌女主持人正在遥远的布拉格,与捷克警察对峙。此时,距电视文化大牌阎崇年老先生被打耳光不过4天,激起的口水遍布神州,把王皓的酒气、女主播的豪气,都映衬得姹紫嫣红,分外妖娆。

大牌们用似乎最有大气概的方式,让我们陡然清醒,原来,大国不好做,大牌更难当;大国仍遥远,大牌已嚣张。

阎崇年被打后,据说气定神闲,从容把签售做完。不敢等闲视之的是旁人,所以几日后,北京书市给老先生配备了戴钢盔的保镖。这是在物理学意义上保护元老,而在化学意

义、心理学意义上寒碜元老,是给大家风范再披上一层大牌外衣,属于春秋乱穿衣,里外不太对仗。至于说学术问题被搞成了刑事问题,各界正众说纷纭。具体祸端有二,一是网络,其虚幻的暴力自由,常制造出不分虚幻与真实的网络子民,任由暴力自手下出;二是电视,让本属于学术一角的阎氏主张,获得了几何级数

增长的学术话语权,阎崇年本人再行平和之意,也不抵自身话语霸权的悄然高耸。

何况还有于丹老师这样的灿烂高调红花,正璀璨地行走着,把电视文化霸权的大牌身份证,不由自主地高高擎起。

心有多大,舞台就有多大——这是央视的广告语。舞台有多大,大牌就有多大——这正被越来越多的大牌们身体力行,推及四海。在成功地举办了一届无与伦比的奥运会后,大国盛事催人悦,莫把大气变大牌。 杨禹

博客地址:  
[http://blog.sina.com.cn/s/articlelist\\_1191373495\\_0\\_1.html](http://blog.sina.com.cn/s/articlelist_1191373495_0_1.html)

异域写真

# 日本人吃拉面为什么出声

一位住在东京的法国朋友老九用“噪声文明”形容日本。据老九说,每天一大早五六点钟的样子,他就会被窗外传来的送奶汽车的马达声和车上的瓶子丁丁当当的撞击声吵醒。着急上班的邻居从停车场倒车时汽车发出的刺耳的警告声把原本应该在树上睡觉的蝉儿吵醒,于是蝉儿开始跟着凑热闹,唧唧、唧唧地叫个不停。10点多钟,收垃圾的大卡车轰隆隆地开进了小区。卡车刚走,卖晾衣竹竿的小贩紧跟着就开始亮嗓子叫卖。

这还不算什么,更闹心的是在拉面馆。你一进去,哇!这面馆里日本人淅沥呼噜吃面的声音简直是震撼人心。我觉得奇怪,凡事讲究礼数的日本人不觉得吃面出声有失文明吗?和老九仔细切磋一下才认识到,对日本人来说,吃拉面出声,说明面条好吃,吃得越爽,声音就越大。这其实是日本的特殊礼数:吃面条的时候出声,表示好吃,痛快,但是吃其他的东出声音则是不礼貌的行为。

但是我并不满意这个答案,继续探讨:日本人吃意大利面条的时候也出声吗?这位久住日本的法国人想了想才说:好像是不出声,至少是没有出那么大的声音。

我自认为找到了日本人吃拉面时发出声音的真正原因:日本拉面多为汤面,端上来的时候热气腾腾,而意大利面没有汤水,也不烫,所以,我以中国人的切身体会,当面条很长很滑而且很烫的时候,你吃起来一定是稀里哗啦的,因为要运用强大气流把面条吸入口中,并且借助气流适当降低面条的温度。就是想不出声也难,这就是为什么连西方人吃日本拉面也会稀里哗啦的原因。

对于日本人吃面条为什么出声这个问题的探讨至此本来可以告一段落,但是最近揭晓的2008年另类诺贝尔奖给这个问题以理论上的全新解释。英国牛津大学实验心理学教授查尔斯·斯彭斯和意大利特伦托大学教授马西米利亚诺·赞皮尼共同获得另类营养奖。他们提出一个理论:食物除了讲究色、香、味,还要有“声”。他们研究发现,咀嚼薯片等食物时,食物发出的声音越响,人们感觉食物越可口。这一研究成果已在英国伦敦知名“肥鸭餐厅”加以运用。那里的客人如果点海鲜,会得到一个iPod音乐播放器,边听海浪声边吃海鲜。 翟华

现识世界

# 文化载体的没落

19世纪末期,唱片被发明出来。当时的唱片机算是一件奢侈品,不是谁都能买得起的。到后来,有了录音机。唱片机好歹还占领市场差不多100年,录音机可能连30年风光都没有。很快就有了walkman,mp3,mp4直到mp5,录音机就歇菜了……

唱片机也好,mp3也好,都只是音乐的载体。新的载体出现,可能会使更多的人有条件与音乐亲密接触。现在在地铁里、公交车上,有多少人耳朵里塞着耳机?如果还是唱片机时代,会有这样的盛况吗?

想明白了这一点,对小众书店开张事件,也就不必太过忧心忡忡。小众书店乃至书籍(专指纸质书)只是文化的载体,而非文化本身。左岸书店关门,卡夫卡书店倒闭,季风书园前途莫测,小众书店整体不乐观,但是,把小众书店面临的困境提升到“文化坚守”的高度,认为小众书店经营不下去,文化就将式微,这即使不是杞人忧天,起码也是小题大做。

文化和书籍并不能画等号,小众书店更不是文化的代言人。现代人已经习惯在网上、手机上阅读。别以为电子阅读就是快餐文化,就没有品质。我有个作家朋友是坚定的不买书主义者,基本上只读电子书。

市场总的要求是更便捷、更优质、更廉价,作为文化的载体也是如此。小众书店经营困难,正是因为它不符合市场的要求。长远来看,电子阅读必将越来越多地蚕食传统阅读空间。 青青李子

讽骨余韵

# 上帝的论坛

目前,由于受全球经济一体化的影响,几乎每一个国家都设立了“成功人士论坛”。目的非常明确,推动经济发展,传播成功理念,让更多的人尽快走向成功。

前不久,在网上读到一个帖子,说上帝在天国也搞了一个“成功人士论坛”,并且还举办过一次论坛大会。这是上帝首次举办成功者论坛大会。不过,据说开得很不成功。上帝开成功人士论坛大会,竟然开砸了,这真是闻所未闻的事情。下面,我把这件事的来龙去脉叙述一下。

鉴于人间都在搞成功

人士论坛,有人向上帝建议说,我们也搞一个吧!上帝点头了。

大会由哪些人参加呢?当然是成功人士了!大会秘书处首先草拟一份出席人员名单。从各国首富到历任国家元首,从影视明星到股票大亨,从乱世豪杰到一世枭雄,凡此种种五千五百多人,总之,大凡人间史册上有名的,基本上都上了应邀者名单。

花名册呈到上帝那儿,上帝稍稍修改了一下就签批了。

大会召开那天,真所谓高朋满座,嘉宾云集。每个人

头上都顶着光环,衣着光鲜,脸上都洋溢着成功的自信。

大会开始了,嘉宾基本上到齐。此时,走进一个老头,从外形看,是一副乡下人模样,你把他称为一个樵夫,或渔夫也行。他拿着请柬走向他的位置。这时,在场的人都有些惊讶:这不是成功者论坛大会吗?他来干什么?大会服务人员准备把他带离会场,个别与会者也开始向他投去鄙夷的目光。上帝开始说话了——他是我请来的客人,也是我心目中的成功者。

上帝心中的成功者难道就是这个样子吗?他在论

坛大会上没有描述,但在介绍嘉宾的时候,他说了这么一句话:在我的心中,世界上只有一种成功,那就是按自己的方式度过了自己的一生。

这句话,把与会者们搞得非常郁闷,发言的时候,都提不起精神了,总之,整个会议气氛非常糟糕。

据说,现在人间的成功人士论坛,也没有几个举办成功的,要么真正的成功者不到场,要么冒牌者去了一大群。因为他们都相互怀疑对方的成功,有时,甚至连自己是不是成功者,都吃不准。 刘燕敏

就事论世

# 畅销书的最好归宿

听说某本书畅销,我会立刻赶到书店去买,可惜往往为时已晚,但我并不着急,因为凭借多年经验,一星期后准能在旧书店里打折买到。

我还知道一个小秘密,那些没有送进旧书店的畅销书都糊成了纸袋,谁买水果,就奉送一只。所以万一我在旧书店也没买到某本畅销书,我就去买水果。回家后,家人吃水果,我翻过来倒过去地仔细拜读纸袋上的畅销

书,虽说没头没脑,但稍加想象也就够了,因为它跟其他畅销书大差不离。

上星期我发现书架已经太满,决定把所有畅销书换回一些小钱。

我兴冲冲叫了出租车去旧书店,半路上我突然明白了:看来一本书是否畅销,就看它能否被买到两次以上。我从来没在旧书店里看到过柏拉图、莎士比亚,或是庄子、史记什么的,难怪这些不朽杰作畅销不起来。

我把一大摞畅销书搬上旧书店的收购柜。收购员随意翻了翻,冷淡地说:“对不起,这些书我们不收。”“不收?”我吃惊了,“为什么?都是畅销书啊!”收购员冷笑道:“是啊,曾经是。可这是去年的畅销书,这是上半年的畅销书,早已老掉牙了。我们只收最近的畅销书,尤其是永不过时的非畅销书。”

我心情沮丧,舍不得再叫出租车,若有所悟:畅销书实际上是读者最少的书。因

为它的全部读者,就是一年半载内争相传阅的那些人。而那些不畅销的伟大著作,实际上是读者最多的书。尽管大多数时代的大多数读者拒绝了它们,但是每个时代都有稳定的少数读者,不断追加的读者人数,使其不仅在作品质量上,而且在读者数量上,超过了一切昙花一现的畅销书。

于是我不再懊恼,心情愉快地把一大摞畅销书送给了路边的水果铺。 张远山

# 秋欲

袭卷你的冲动!

**1F-6F 名品单柜**

**满500抵120元**

**3F 羊绒单柜 满600抵100元**

**1F 女鞋单柜单鞋 满300减150元**

瑞贝卡 INKIN 1111 EBLAN

德国菲仕乐 **8.8折**

大型户外精彩体验秀 10/25-26 超值回馈

**特惠馆**

2F 女装名品依兰 2-5折

3F 精品羊绒 3-5折

4F 名品男鞋沙驰 3-5折

活动时间:即日起至2008.10.26

详情请见店内公告,特价品除外

生活可以平淡,工作可以单调,股市可以徘徊..... 而你却不可以再继续等待!

十月的欲望坐标将被我们再度袭卷!

让你的收益指数上升24%, 冲动指数飞涨66%, 幸福指数突破88%, 满意度达200%!

**金鹰 GOLDEN EAGLE**

第四届世界城市论坛官方合作伙伴

World Urban Forum 4

第四届世界城市论坛

2008th Government of PRC Beijing China

客户服务专线

**800 82 88988**

新街口汉中路89号

**南京金鹰购物中心**