

### 除了搞笑,还有啥价值

●卢荻秋

观众翘首以盼的《赤壁》(下)终于登场亮相,与上集相比,故事情节的颠覆性改动有过之而无不及:周瑜不打黄盖了,代之以小乔夜闯曹营拖延曹操进军;孙尚香不嫁刘备了,却与傻乎乎的曹营干夫长演绎出暧昧之情;曹操没中苦肉计,而是喝了小乔彻的茶后犯了头疼病耽误了发兵;就连华容道上放走曹操的人也由关羽改成了周瑜……

面对观众质疑,有评论者谆谆告诫我们,商业大片的重要功能就是娱乐观众,忘记三国,观众才是好观众,《赤壁》就是部好电影。评论者甚至拿当前的经济危机说事儿,认为《赤壁》在经济寒冬里让人们得到更多的温暖和欢笑,拉动了内需,可谓一举多得,有关部门应该考虑给吴宇森颁发一枚“扩大内需英雄勋章”。对此,笔者不敢苟同。

三国争雄及赤壁大战,是中国历史上家喻户晓的故事。相信绝大多数中国人从儿时起就耳熟能详。既然拍的是《赤壁》,讲的是三国的故事,怎能让观众“忘记三国”,只把它当成一部无厘头的搞笑剧来看呢?至于将其与当前的经济危机挂上钩,就更是莫名其妙,自欺欺人的鸵鸟策略不应该是我们面对经济危机的态度吧?

电影应该有娱乐精神,但不是所有的题材都应该拍成娱乐片,尤其像赤壁大战这类史诗般的历史事件,尽管演义的成分居多,但因蕴含了中国人几千年来对忠义、抗暴、智谋、凛然正气等优秀品质的尊崇,以及波澜壮阔、扣人心弦的战争过程,早已成为融在国人血液和文化里的某种基因。因此,对于耗资八亿元拍摄的《赤壁》大片,我们决不仅仅将期待定位在商业娱乐片上,而应该在娱乐之外,获得更高的价值和享受。否则,人们只需要花几块钱到街头地摊上买几部搞笑的喜剧片就ok了,还有什么必要对《赤壁》翘首以盼呢?

历史题材的电影不是不能改编,甚至可以说改编的空间更广。改编的途径有两种:一是忠实于原著,做细节上的合理想像;二是颠覆原著,做整体上的重构。前者要求的是不能背离历史时代的大背景、基本的历史发展脉络,以及主要情节(尤其是人们耳熟能详的);后者可以做大的结构调整,甚至重新设计历史故事情节,但目的是进行价值上的重构,使人们耳目一新,从历史中获得崭新的启迪。换句话说,对经典的继承可以造就经典,对经典的重构也可以造就经典。

对照两种情况,吴宇森的《赤壁》显然不是成功的作品。将赤壁大战的主干故事情节进行大幅度的、随心所欲的删改,自然谈不上对经典的继承;重新设计的情节背离了三国时期的历史背景,除了添加了搞笑和浅薄的现代观念外,根本谈不上对经典的价值重构,因此显得牵强附会、生拉硬扯。

不错,观众在电影院里可能被胳肢得笑声四起,可曲终人散之后,我想我们应该思考一个问题:只剩下娱乐价值的《赤壁》还是人们心灵深处的那个“一时多少豪杰”的“三国周郎赤壁”吗?

### 君子与小人的博弈

●王兆贵

有人考证,君子与小人的提法,早在上古时期就有,但在概念的内涵和外延上有一个演变的过程。最初,大约是指个人身份及其社会地位的分野。到了今天,这一对范畴的含义已基本定位于做人处世的品格,也就是说,君子与小人已不再是指身份地位的高低,而是指道德品行的优劣。

在人类历史的舞台上,抑或是在现实社会的生活中,君子与小人之争从未间断过,君子与小人过招的记录也不胜枚举。

相传北朝时期有位著名的隐士,后

赵的皇帝石勒终其一生未能得见,其子石虎以阴谋奸诈著称,却一召即到。石虎得意之余诧异地问:“我父亲多次征召于你,你都不理不睬,为何我一叫你你就来了?”隐士说:“你父亲是个敬重读书人的君子,我依照自己的心意不来,不会得罪他;你就不同了,我如果不理不睬,说不定明天脑袋就要搬家了,我怎敢不来呢?”

“宁可得罪君子,不可得罪小人”,是吃过小人苦头的人总结出来的深刻教训,也是世人普遍认同的说法。上述这段轶事,可能是这个说法的最好注脚。

小人之所以不可得罪,是因为他们为达目的,不择手段,惯施阴谋,防不胜防。特别是那些伪装成君子的小人,就更加令人可畏了。从古往今来的记述中,我们只要稍加留意,就不难在字里行间听到“小人可畏”的唏嘘声。当年孔子曾感叹“苛政猛于虎也”,而小人之可怕,恐怕比光天化日之下的猛虎还要可怕。就说那个赫赫有名的费无忌吧,他的馊主意不仅害得伍子胥家破人亡、仓皇逃难,而且闹得楚国乌烟瘴气、烽火连年,最终山河破碎、国将不国了。

小人如此可恶,如此可畏,是不是真的就没办法对付他们呢?

北宋开国名将曹彬,为人诚实宽厚,他对付小人却很有办法。一次,宋太祖赵匡胤命曹彬为主将带兵出征,临行前授他一柄尚方宝剑,说:“副将以下,不用命者斩之。”接着又问曹彬有什么要求。曹彬说,恳请皇上恩准,调用田钦担任随行监军。话一出口,众将官都感到莫名其妙。因为大家都知道,太监田钦不仅贪婪狡猾,而且喜欢搬弄是非,最爱背后打小人报告。这样的小人,躲避尚且不及,曹将军为何反而把他弄到军中呢?

事后,曹彬对心腹说,此番南征,任务艰巨,时间很长,需要朝中群臣的全力支持。自己领兵在外,若朝中有人进谗蛊惑,很可能就会坏了大事。把田钦放到眼皮下,派他点用场,就免了我的后顾之忧。再说,我有尚方宝剑在手,也不怕他闹事。

在社会生活中,特别是在职场中,有君子就有小人,这是客观存在。但是,畏惧和躲避总不是办法。如果你真的碰上小人作祟,躲及躲不过,像曹彬那样“卤水点豆腐,一物降一物”,让他无法故伎重演,不失为一种聪明的办法。俗话说,“不做亏心事,不怕鬼叫门”。有时候,豁出去反倒能够解脱。正如余秋雨所说,我们死都不怕,还怕小人造吗?

### 不要好心办坏了事

●陆勇强

去年12月17日下午,浙江省台州市工商银行台州分行门口,发生了一起飞车抢夺案,徐先生30万元被抢。半个月后,该案告破,台州警方将抢夺团伙的嫌犯抓获。

这起飞车抢夺案对于警方来说,毫无头绪,之所以很快告破,却是因为一个犯罪分子无意之中留下的细节。而正是这个被媒体报道的细节,让人担心这样的细节描写,会不会成为犯罪的培训课?

台州飞车抢夺案发生后,台州警方的压力很大。在侦查过程中,警方发现了犯罪嫌疑人骑的摩托车是新的,在调查中发现这个犯罪嫌疑人住宾馆、乘飞机用的都是假身份证,唯独在购买这辆摩托车时用的是真实的身份证,警方就这样顺利地得到犯罪嫌疑人的个人资料,顺藤摸瓜,一一实施了抓捕。这样对犯罪细节进行描写,固然可读性很高。但是这种描写无疑像是在“教育”一些犯罪分子在实施犯罪时,应该注意此类容易忽视的细节。当然,媒体肯定是无意教唆或者教育别人去犯罪,但我的确有这样的担心。

现在从报纸到杂志,从电视到网络,法制类节目如雨后春笋般地冒出来。特

别是一些电视台,采访制作的法制节目中,讲起一些大案,那是事无巨细,给你设悬念,搞铺垫,找来当事人,还邀请负责案件侦查的警察当嘉宾,来个“且听我详细分解”。在这样的节目中,犯罪动机、犯罪心理、犯罪过程、犯罪细节全部展现在观众面前。一些嘉宾还会把案件的侦破过程中,犯罪嫌疑人出现的纰漏指出来,言下之意,如果没有这些“纰漏”,那警方破案的难度就更大。每每看这样的节目,我就会联想:如果自己是那个犯罪嫌疑人,规避了你们所说的纰漏,那你们还能找到我吗?

前几天,一家电视台播放“撞车党”的案件,看罢让人“叹为观止”:详细解说了犯罪团伙怎样进行组织管理、策划和实施犯罪,民警又是如何跟踪和侦查。接着,民警还示范了怎样撞车才不会让自己受伤,又可以讹到钱财。笔者当时就浮想联翩,原来开车讹人钱财是这样简单的。还有,一些媒体和电视台在制作经济类案件时,会事无巨细将如何做假账,如何做得天衣无缝的关键性细节一一披露出来。这类节目如此向公众展示犯罪细节,主要是为了提高收视率。对于警方来说,愿意到媒体上“现身说法”,也是想证明破案是如何千辛万苦。但是,如此大量地展示犯罪细节,的确有向公众传授犯罪技巧的嫌疑。在许多案件报道中,确实透露了警方的一些技术侦察手段,甚至是一些秘密,对于欲实施犯罪行为的人群来说,这样的节目就具有学习、模仿和推广价值,而且可以从别人的“塞翁失马”过程中,举一反三,规避风险,修正作案过程和细节。

“再狡猾的狐狸,也逃不过高明的猎人”。这种苍白的自信还是少说为妙。我想没有一个猎人在捕猎时,会告诉猎物们,你们应该如何如何逃。希望媒体人和警方,在制作面对公众的节目时,对犯罪细节披露应该适可而止,不要好心反而办坏了事。

### 话说“山寨”时代

●陈鲁民

我有一个很突出的感觉,我们似乎已进入“山寨”时代。用的有“山寨”手机,“山寨”电脑,“山寨”软件,“山寨”游戏机;听的有“山寨”音响,“山寨”歌曲,“山寨”百家讲坛;读的有“山寨”《红楼梦》,“山寨”《水浒传》;供人娱乐的有“山寨”明星,“山寨”歌会,“山寨”春晚。还有搞怪“山寨”版“神七”,恶作剧“山寨”版“鸟巢”。“山寨”一词日渐流行,且已从原来的商品范畴扩展到文化领域,那些略带巧合的雷同,刻意模仿的恶搞,只要内容带有一定娱乐元素,都会被冠以“山寨”之名。更有甚者,一些大学生的论文也开始“山寨”起来。据某校一位毕业论文指导教师反映,他带的15个学生交的都是“山寨”论文,也就是从网上下载几篇论文,将其前、中、后部截下来组合在一起,中间连过渡句也没添加,前言不搭后语,就敢署上自己大名。

有人说“山寨”是对权威的挑战,好得很;有人说“山寨”能打破垄断,应当鼓励;有人说“山寨”能降低成本,有利于消费者,可活跃市场云云。这些说法或许有几分道理,但我在想,“山寨”之风为何会在中国大行其道,而在欧美发达国家却寸步难行?究其深层原因,主要是因为那里法律严格,制度刚性,不会给投机取巧者留多少空子,无论是舆论还是民众,都绝不会鼓励人们通过不正当手段获取利益,而那些模仿、冒充的行为,稍有不慎就可能受法律惩处。“山寨”现象,其实就是在钻法律的空子,打制度的擦边球,是在破坏大家约定俗成的社会秩序,与假冒伪劣实在也相差不多,不过更“巧妙”、更“聪明”一些罢了。

然而,如果这种“聪明”人多了,你也“山寨”,我也“山寨”,商业“山寨”,文化也“山寨”,大家都一股脑来“山寨”,制度势必荡然无存,权威形同儿戏,法律也成了一纸空文,其后果自然可想而知。譬如说,盗版、克隆的“山寨”软件多了,满大街

都是,谁还会去买正版?保护知识产权就成了一句空话,技术创新就成了自欺欺人;仿制、假冒的“山寨”商品多了,把人家的东西拿来,改头换面就能挣钱,谁还会去殚精竭虑,千方百计创品牌、搞开发?“山寨”明星如果能轻易出名大红大紫,那正牌明星又何必苦熬苦拼、铁杵磨针呢?“山寨”论文若泛滥成灾,败坏的是学术风气,毁掉的是原本可以有所作为的人才。

奇怪的是,我们许多人都有一种或轻或重的迎合“山寨”心理,即便自己不制造“山寨”产品,也十分欣赏或认同别人的“山寨”产品,从根子上说,这实际上还是法律意识淡薄,契约观念不强的表现。再加上爱占便宜,喜走捷径,虚荣浮躁几种心理交织在一起,人们就会自觉不自觉地成为“山寨”产品问世的“群众基础”,而一个“山寨”产品泛滥成灾的国度,在现代化的道路上必然会磕磕碰碰,捉襟见肘。一言以蔽之,“山寨”的实质就是仿冒,因而,固可理解某些“山寨”文化的出现,但对“山寨”现象的恶性蔓延务必要高度警惕。

### 国企捧“星”的“猫腻”

●李承志

时下,被“炒”得炙手可热“星”们,行情似乎看涨,一个歌星的出场费竟然高达百万元之巨。某些大腕即便是在地震灾区演出也绝不落价,非但一毛不拔,而且是锱铢必较,全都是一码儿的“税后款”,公众感到心里极不舒服,而他们却津津乐道且乐此不疲。

眼见得这里的钞票如风刮般一抓一大把,直把弹丸之地的港台歌星们馋得垂涎三尺,纷纷大举“北伐”,前来“淘金”。也许是“远道的和尚会念经”的缘故吧,港台歌星们出场费的价位高得让人感到不可理喻,某些天王之类的歌星出场费高达数百万。

在星们的眼里有这样一哲理:现在是市场经济,一个愿打,一个愿挨。市场经济竟然被他们理解为“一个愿打,一个愿挨”,难为他们了,连市场经济最起码的常识尚且不甚了了,竟然谈论“市场经济”云云。这也便是某些“星”们不被公众所首肯甚至是陷于千夫所指之境的一个缘由吧。

按经济学的观点,市场经济的根本法则是通过价值规律来调整供求关系,进而实现各种资源的最佳配置,而商品的定价原则绝不是“愿打愿挨”。作为公开的秘密,“星”们的“超水平”收入很大程度是仰仗企事业单位的赞助。而这既不是艺术质量和价值的真实反映,也不是市场供求关系使然。

有人说,企业的赞助有利于活跃演出市场,热捧体育明星可以振兴中华。但一个当事者三缄其口讳莫如深的事实是:赞助款的多少是与回扣额度成正比的,你赞助的额度愈大,回扣愈多,而这档子事儿又都是在“天知地知你知我知”中悄然进行的。所以不需要怎样绝顶的聪明,人们通过个中“猫腻”便可恍然:为什么此类赞助私人企业家绝少加盟,而唯独国企老总们却常常乐此不疲的真正原因所在了。

据此,我们有理由大声疾呼:国企捧“星”也是一种腐败!只有汰除国企“款”们这种不规范行为,才能还“星”们“腕”们及其“哥们儿”“姐们儿”们以真正的市场价值。因为保障市场经济正常运行的还有一个——法制。



杏花村 庐州夜话 第7462期 副刊部主办