

■ 个论

评价韩寒应从专业角度出发

19日一大早,一篇刊登在中青报上的名为《“天才韩寒”是当代文坛的最大丑闻》的倒韩檄文在互联网上引起一番舆论哗然。从文章内容中包含的情绪来看,作者肖鹰不够公允。至少在事关韩寒是否代表的问题上不够保持客观冷静,因为质疑仅仅只是质疑,拿不出实际证据证明对方抄袭或代笔,又怎么能够下这种韩寒是当代文坛最大丑闻的断言。

不论是评价韩寒还是评价其他人,都应恪守一定的专业精神。特别是这种批评涉及对方名誉,更应该讲究严谨客观以及证据。谩骂式的大批判,不足以推动文学进步,更谈不上净化文学空气。

近年来,公共舆论场在围绕韩寒的讨论上,容易陷入强烈的站队意识,而缺少真正意义上的文学讨论。肯定韩寒者,当然不仅仅是所谓的“脑残粉”。其中不乏看到了韩寒作品中所具备的批判意识。例如《三重门》对应试教育机制的讽刺,《长安乱》对反武侠的成功刻画。

但这些作品,放置于文学史的角度而言,仅仅算相对比较优秀的作品,写出这些作品的韩寒,也只能说是有些才华的青年作家,与所

谓的“当代鲁迅”以及“文学天才”的形象还是有一定的距离。

当然,韩寒从未接受过这样的称呼,但商业文化的火爆容不得他以实际行动拒绝这种期望。一本又一本新书的出笼,简单地对博客文章再包装再推销。大概是韩寒粉丝也会感到惊讶,偶像韩寒这些年再也未出过新的小说集,所有新书均是博客文章的整理,如《可爱的洪水猛兽》等。如果说这些文章,就代表了80后文学的未来,这未免有些可悲。因为尽管韩寒这些文章读起来十分有趣,也带有一定的社会批评意识,但从文学的角度而言,这些文字仅仅算一些颇有玩味的讽刺段子,其文学价值甚至不如他早期的小说。

但为什么韩寒的火爆未曾冷却?这背后有着深层次的双重因素。就个人因素而言,韩寒足够聪明,善于幽默调侃的文风也利于传播。就机制因素而言,当下文坛确实问题重重。“鲁迅文学奖”名不副实,多次闹出丑闻,商业文化对偶像作品的热衷,对新人新作的冷淡,有实力的新写手难以浮出水面。韩寒的出现,恰好符合了当时社会打破既有文学秩序的心理,而现在的持续走红,则是对昔日影

响的成功运营。

告别站队意识与粉丝心态,从专业角度出发评价韩寒,结论自然不难得出,这是一个优秀的青年,也是一个善于运用商业的青年。韩寒开通微博,那一个“喂”字便能轰动网络,便足以说明韩寒昔日名声所具备的品牌效应。《后会无期》作为一个新晋导演的新作,并无多少创新之处,却也可以既收获商业胜利——突破6亿票房,又得到坊间美赞,就是这种品牌效应的直接产物。

肖鹰从美学角度出发认为韩寒的电影艺术价值不高,这种论说还是比较靠谱的,他的失误就在于把这种针对作品的评价与尚未证实的韩寒代笔联系在一起,落入了为批判而批判的窠臼。因为说到底,韩寒虽然具有十分强大的影响力,但毕竟只是一个商业文化的图腾。如果他真的抄袭抑或代笔,在如此强大的倒寒风潮下必然会被全面起底,又如何瞒天过海,欺骗世人?郭敬明的《梦里花落知多少》抄袭庄羽的《圈里圈外》,不就被扒了个底朝天,落得个法庭败诉的结局。

评价韩寒应从专业角度出发,这个持续多年的争论应该以这种方式画上句号。□晚报评论员 杨兴东

■ 街谈

冰桶挑战,一场互惠式的慈善游戏

过去半个多月,微软创始人比尔·盖茨、苹果CEO库克等IT界大佬不惜湿身出镜,加入一项为疾病肌萎缩性脊髓侧索硬化症(ALS)筹款而发起的接力游戏“冰桶挑战”之中。如今,“冰桶挑战”终于“浇”到了中国。过去两天,众多国内知名IT大佬纷纷加入“冰桶挑战”行列。借着活动的“病毒式传播”,越来越多的明星加入其中。虽然有部分网友质疑有作秀嫌疑,但不少挑战成功者,依然向相关公益组织进行捐款。

(8月19日《南方都市报》)

“冰桶挑战”席卷全球,在中国社会也迅速流行开来。随着一干名人积极响应,此一接力游戏的影响力正在实现倍增。就传播效果和筹款额度而言,冰桶挑战的慈善创意,无疑获得了巨大成功:原本不为人知的肌萎缩性脊髓侧索硬化症,因之一度成为热词;相关的公益组织,也收到了远多于预期的捐款……

关于冰桶挑战的成功,很多将之归功于病毒式传播:通过精心设计的主题和规则,勾起网友分享欲望,从而实现扩散式推广。基于不负公众期待、维护自身道德形象的考虑,名人们往往会积极回应“游戏点名”。而随着更多名人参与进来,冰桶挑战本身的存在度不断强化,乃至成为所有人都必须正视的话题。就这样,捐款也变得很酷、很活泼、很流行,完全有别于传统慈善行为的僵化印象。

显而易见,冰桶挑战一类的创

意,深谙现有“线上爱心传递”的精髓。一方面,劝捐额度较小、参与门槛较低,诉诸聚少成多的策略;另一方面,则鼓励转发分享,借力于熟人之间的人际网络勾连。而除此以外,此一接力游戏超越一般“网络慈善”之处在于,它是一种互惠式的募捐方式——作为回报,众多名人接受冰桶挑战,有助于确立“富于爱心、拥抱新事物、有游戏精神、乐于自嘲和自我颠覆、走在潮流前列”等一系列正面形象。

为什么IT精英会成为这场游戏的主力军?恰是因为,冰桶挑战所能赋予的个性标签,正是他们最渴望展示给世人的。一开始,冰桶挑战并不是面向所有人的一般性劝捐,而是针对特定精英的定点投放。它成功建构了一种圈子内时尚文化,被点名者为了“不被同类孤立”也乐意乖乖就范。一桶桶冰水浇下来,名人们巩固了彼此之间的人际纽带,凸显了自身的性格偏好和所属群体,也算值当。

随着这场活动外溢,更多平民也投身其中。我们希望热极一时的冰桶挑战,能切实改善罕见病患者的境况。当然,更期待此一募捐行动本身,能落地生根乃至获得本土化转化。时至今日,慈善筹款早已过了纯粹道德感召的阶段,而有赖于更多的创意和技巧。在这其中,冰桶挑战的成功经验显而易见,也即面向特定人群设计了投其所好的游戏,同时提供了一种互惠式的反馈机制。□然玉



以卓越科技,创领世界不断前行。

卓越科技,为创领者而生。BMW 7系臻享版,配备带手写输入功能iDrive的BMW互联驾驶,以未来科技让您与世界随行。傲领同侪的8速手自一体变速箱,换挡操作极为从容、平稳,带来出色的行驶舒适性。源于飞行科技的全屏平视显示系统,将当前驾驶动态信息投射到驾驶员视野范围,令您对周围环境做出及时反应。为了让您更轻松舒适地坐拥领袖座驾,即日起至2014年9月30日,从容尊享金融计划为您实现9866元低月供。此外,BMW荣悦汇,为BMW 7系车主,打造尊崇的运动旅行定制专享平台,汇聚帆船、游艇、赛马等七项高端运动,期待您荣耀加入,与领袖雅士同享运动之悦。更多信息,请致电400-800-6666,或登录www.bmw.com.cn,或致询您当地的BMW授权经销商。

BMW 7系臻享版.创领上市。 郑州郑德宝 0371-6551 9999 河南中德宝 0371-5552 0000 郑州宝莲祥 0371-5699 1111

BMW互联驾驶
BMW ConnectedDrive
世界与您随行。

悦享纯粹驾趣。
YOUR DRIVING PLEASURE OUR JOY

