



大众日报 客户端



大众日报 微信

讽刺不是无脑的要梗

说古论今

□ 本报记者 于国鹏

最近有几档比较热的电视综艺包括脱口秀节目，其中有演员的台词引发争议和批评。他们自己辩称这是因为揭示了生活中的一些阴暗面，呼吁大家对讽刺作品要宽容。综合分析来看，并非大家不宽容，问题恰恰在他们的那些梗，容易制造对立或者扩大分歧。好的讽刺作品，大家不仅从不吝赞美之词，买单时也是格外豪爽痛快。

通过文艺作品来讽刺社会中存在的不良现象，以期为政者加以改进，是文艺领域自古以来的好传统。对生活现状有所不满，编成诗歌民谣传唱，以期达于上听。为政者积极回应，设采风之官，深民间收集这类作品，以“观风俗，知得失，自考正也”。《汉书》中记载，“孟春三月，群居者将散，行人振木铎徇于路以采诗，献之大师，比其音律，以闻于天子”，因此能够做到“王者不窥牖户而知天下”。

《史记》中特列《滑稽列传》一章，记录了淳于髡、优孟、东方朔等人的故事。这些人的一个共同特长，是“常以谈笑讽谏”。他们遇到问题，从不正面硬杠，不是采取玉石俱焚也在所不惜的决绝态度，而是针对问题的焦点和矛盾的核心，自编自导自演一些“小节目”，运用诙谐幽默的方式，



巧妙进行讽谏，令对方幡然醒悟，一些看似很难处理的问题，往往就此迎刃而解，所以司马迁也禁不住感叹，“谈言微中，亦可以解纷”。谈言微中，问题都展示明白了，症结也找准了，开玩笑又不至于玩笑了，充满了智慧和趣味，不仅不会因意存讽喻而受到非议，反而一直为人津津乐道而成美谈。

带有讽刺意味的作品，只要内核足够优秀强大，是块石头也能焕发出夺目的熠熠光彩。比如电影《疯狂的石头》，一部小成本制作的讽刺喜剧，从上海国际电影节开始成功火起来后，捧红了年轻导演宁浩和黄渤等演员。《疯狂的石头》是如何疯狂“火”起来的，我算是一位亲历者、见证者。

2006年，第九届上海国际电影节举办，我受单位派遣前去采访。电影节开幕式后，参会媒体收到一个活动通知，电影《疯狂的石头》将于6月19日举行首映式，导演宁浩和主演刘桦、岳小军、黄渤参加，特别提示刘德华也将到现场，与媒体记者一起观看首映，并接受媒体采访，感兴趣的可前往参加。收到这个通知，大家的第一反应其实都差不多，都没怎么当回事。一看这电影名字，就不怎么提神，让人get不到兴奋点，“石头”还能怎么疯狂，还能疯狂出什么特别的故事来？再看导演和主演，之前都没怎么听说过，没有一个很有名气的。一些媒体直接就放弃了。不过，考虑到首映日的当天，已经是开幕后的第三天，电影节官方大活动已经不那么密集了，另外，这个首映式有刘德华参加，华仔的影响力、号召力不用多说，于是大家主要奔着华仔去的。再多说明一点，华仔参加这个活动，可不是单纯作为嘉宾捧场，他是“以老梗”的身份出现的。《疯狂的石头》是“亚洲新星计划”正式推出后，资助拍摄的第一批作品之一，而这一计划正是刘德华发起和资助的，因此刘德华也是这部电影的出品人。

想不到，电影一开播，现场就笑声不断，几分钟一阵爆笑，从头笑到尾。放映结束后，黄渤登台介绍拍摄花絮时说，拍摄过程中，他们在旁边看别人拍，也忍不住发笑，他自己甚至还笑过场。现场如此热烈的反应，也让刘德华特别兴奋。他一直是笑容满面，来者不拒地回答媒体提出的各种问题。最后，华仔还亲自把一位年轻漂亮的女记者邀请到台上，把影片的重要道具之一，那块“价值不菲”的翡翠，作为最佳提问的奖品，当场送给了她。

《疯狂的石头》的口碑从此开始“爆棚”。媒体不吝笔墨和版面的持续报道，让“石头”的热度不断提升，观众的胃口也被高高地吊起来。等到6月30日全国公映，已经是一票难求。最后，这部投资300万的小成本电影，足足赚回了2300多万票房。这个票房数字，今天看来好像无足轻重，但在当时绝对是一个了不起的好成绩，冲到年度电影票房第6名。导演和演员更不用说了，名气倍增，身价倍增。一块石头的“功效”令人咋舌。

《疯狂的石头》里面有批评，有讽刺，有的讽刺还相当辛辣，但是情节设计非常巧妙，分寸感把握非常准确，演员表演当然也非常出彩，共同成就了电影“丑小鸭”向“白天鹅”的蜕变。

讽刺类文艺作品的最大难点，主要在于表达的含蓄和巧妙。一旦直白了，无异于当街吵架，趣味也就淡了。鲁迅评价《儒林外史》“威而能谐，婉而多讽”，一个“婉”字，尽显其妙。比如，中举后的范进去拜访知县汤奉，汤知县设宴接待。当时范进母亲刚去世不久，

按封建丧制，在三年服丧期内，须受诸多礼制约束。最先，宴席上放的是银镶杯箸，范进就扭捏作态起来，“退前缩后的不举杯箸”，理由是要“遵制”。换了“一个磁杯，一双象牙箸来”，还是不行。最后换了一双“白颜色竹子”的，方才作罢。范进居丧如此尽礼，倒让汤知县紧张起来：倘或范进真正遵制不用荤酒，这里又没办素菜，宴席怎么应付下去？汤知县正如坐针毡，盘算怎么应付局面，文章笔锋一转：“落后看见他（范进）在燕窝碗里拣了一个大虾元子送在嘴里，方才放心”。如此用笔，表面上没有一句批评，就把封建士林的那些虚伪，描摹得淋漓尽致，刻画得入木三分。如此“婉而多讽”的细节，在《儒林外史》中不胜枚举。

可见，讽刺从来不是问题。问题在于不对路，不得法，无脑耍梗，不适宜地抖机灵。尤其值得警惕的是，打着讽刺的名号，为了流量凭空制造话题，为博出位而模糊价值观、制造对立和分裂，这样的所谓讽刺无关艺术，受到批评也就不足为奇了。



“侠痴”的光泽

□ 逢春阶



刘真骅 看了《铁道游击队》，我觉得刘知侠是山东枣庄人；看了《红嫂》，我觉得刘知侠是山

东临沂人。都错了，刘知侠是地地道道的河南卫辉人。今年卫辉遭遇特大暴雨引发的洪灾，一位86岁的老人焦灼地牵挂这里，她身患重症，动了一个大手术，病情尚处于恢复期，9月14日她迫不及待地地和青岛徽尘基金会的朋友来到了这里。看到墙面被水泡过的痕迹，她哭了：“要是知侠知道大水淹了……”她叫刘真骅，是刘知侠的夫人，一生追随刘知侠，追成了“侠痴”。

刘知侠的母校卫辉一中也遭了水灾，遭了水灾的还有学校和他们的家。刘真骅所在的青岛徽尘基金会捐赠阳光少年基金30万元。刘真骅说：“如果知侠没有在这个一上中了那两年学，他也写不出《铁道游击队》。当年是他的老师资助他上的一中。我替他报恩来了。”

刘真骅与刘知侠相识、相知、相爱的曲折故事，让人感慨。而刘真骅三十多年来不遗余力地传播着“刘知侠”，让更多人了解、欣赏、记住刘知侠，着实让人敬佩。刘真骅也记不清自己到卫辉有多少次了，但她记得跟刘知侠一起拜谒过孔子击磬处、比干庙，登上过明代的望京楼。刘知侠爱故乡卫辉，她也爱。

她把刘知侠的骨灰安葬在卫辉，放哪儿好呢？就在孔子击磬处边上吧，让刘知侠当孔子的学生。孔子击磬处位于卫辉古城南关附近的击磬路上，《论语·宪问》记载“子击磬于卫”，孔子周游列国，曾在此击磬讲学。刘真骅说：“也让知侠伴着孔子清脆的古磬余韵长眠吧。”值得一提的是，刘真骅将自己的长发

剪了一缕，也与刘知侠的骨灰一起入土。并用宣纸写下了：“我心我情都已随你而去，今后的日子都是多余的，什么人也不能取代，我的灵魂与你同在。”

她说：“我躲在刘知侠的身影里，我的身影和他的身影重合，我就没有我了，我就是他的一部分，我没有光，我是知侠的光的折射。”她说，她一生崇拜英雄，敬仰英雄，爱英雄。刘知侠是一个作家，但他更是一个战士，他是在作形势报告时倒下的。是一个烈士。

红色经典是滚烫的“信史”，从艺术角度去要求，去评判，可能有这样那样的不足，但这样的“信史”，如无人书写，英雄就湮灭无闻。刘知侠的价值，在此矣。刘真骅这样一个弱女子长年累月默默地，无怨无悔地为刘知侠奔走呼号，为他出书，为他塑像，为他安葬故乡，着实不易。每一件事情都不是一句话就能办到的，每一件事情做起来都无比烦琐，还有好多的委屈和心灵的煎熬。

为了整理《刘知侠文集》，她找到《大众日报》老总编米民的夫人余林，请她帮助查找新中国成立前刘知侠在《大众日报》上发表的作品。余林曾担任读者来信组组长。“我找她的时候，她已退休。余大姐高度近视，戴着眼镜，趴在报纸上用放大镜找，把散落的稿子一点点凑齐了。旧报纸灰尘扑鼻，还有霉味儿，翻一上午双手都是黑色的，我们一起翻了一个星期，我想起余大姐就想掉眼泪。”除《刘知侠文集》，她还整理出版了刘知侠封笔之作《战地日记》，参与拍摄电影《红嫂》、电视剧《刘知侠与芳林嫂》、电视连续剧《铁道游击队》多版重拍、《小小飞虎队》等等。

查出癌症之后，她一个人到青岛名人雕塑园刘知侠的塑像前，在那里坐了四个小时，抽了两包烟。她说，别人看到铜像就是个铜像，是块铜，但她看到的是个人，活生生的人。

“我心情好，他就微笑，我心情不好，他就沉闷，我们交流无碍。”

刘知侠在刘真骅眼里，是仰止的高山。我翻看他们的“两地书”——《黄昏雨》，有这样的记载，1969年11月14日深夜，刘真骅写给刘知侠的信中说：“你已经在我心里放了一把火，这火在燃烧，很旺……”

这是我第三次陪刘真骅到卫辉，每次都来很感动。三天时间，马不停蹄，我感觉很疲惫，但刘真骅却像一团火，是真正的精神矍铄。我去扶她，她不用，提醒我：“别弓着个腰，挺起胸来。”

“西边的太阳快要落山了，微山湖上静悄悄，弹起我心爱的土琵琶，唱起那动人的歌谣……”9月15日下午，听到卫辉一中的学子们的优美歌声，刘真骅满含热泪，深情地说：“孩子们，到清明节，你们去给你们的老校友扫扫墓，献束花吧，这是我的请求，你们的老校友身上有能量。”

掌声响起，经久不息。我一眼满头白发微笑着的“侠痴”，潸然泪下。

取消超前点播是个好的开始

据福建日报，日前，爱奇艺、腾讯视频和优酷先后发布声明，官方宣布取消剧集超前点播服务。所谓超前点播，指的是视频平台推出的增值服务——用户在购买会员权益的基础上，可通过额外的二次付费提前解锁进度，抢先观看剧集。

视频平台声称推出超前点播是差异化经营的一种尝试，为了更好地满足广大用户多元化的观影需求。但此举或许更是压力之下的现实考量。面对经营压力，视频平台必然千方百计地拓宽营收渠道和方式，超前点播就是其中之一。如果仅从商业逻辑层面上看，这种模式确实是个不错的增收办法。对于监管来说，只要平台事先明确告知用户，也不涉及违法。

不过，合法未必就合理。超前点播相当于拆分会员权益，先用低价吸引用户购买部分权益，再利用用户想尽快追剧的心理，逐步出售后续的所有权益。尽管额外支付的金额不大，用户并非承担不起，但平台做法鸡贼、吃相难看，令人生厌。更重要的是，这种“付费之后还需付费”的做法，会消耗和透支用户对平台的信任。因为谁也不知道，二次付费之后还有没有三次乃至多次付费。

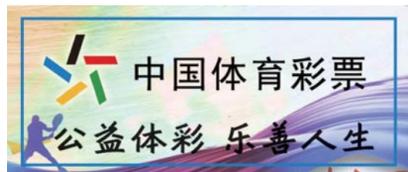
文创产品重“文”也要重“质”

据人民日报海外版，近年来，文创产品市场规模不断扩大。虽然文创产品有较高的文化附加值，但首先是一种商品，质量是其底线。

文化文物单位要严选合作对象，竭力确保文创产品品质。文化文物单位与品质有保障的老字号或者大品牌公司“跨界”合作是一个有效办法，文化单位提供文创产品的文化元素授权，企业则用精湛的技艺提供产品，二者强强联合，既增加了产品的文化附加值，又保证了产品品质。文化文物单位还要主动创新，打开思路，不能只满足于生产“打卡式”产品。作为产品，既“有趣”又“吸引人”才能在市场上脱颖而出。

不同于普通的流水线产品，别具匠心的设计和创意是文创产品的命脉。但长期以来，盗版问题严重困扰着文创产品的开发者和消费者。对文创产业出现的侵权盗版、乱授权等现象，政府和监管部门要“重拳出击”，严厉打击，这既是对开发者创作热情的保护，也是对消费者正当权益的维护，更是市场长期良性发展的前提。

(□记者 刘一颗 整理)



关于征集“山东手造”LOGO(标识)的公告

山东是手造大省，非遗文化、民间工艺、传统产业资源丰富。“山东手造”作为第二届中国国际文化旅游博览会推出的全新山东文化创意品牌，主要是为了推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展，充分利用我省优秀传统文化资源，创新发展手造新业态、新产品、新模式，全面助推传统产业转型升级，形成“山东手造”产业新动能。

第二届中国国际文化旅游博览会于9月16日至20日在山东国际会展中心举办，特别设置“山东手造”展区，重点推介全省16市和省直单位的手造精品，涵盖美术绘制类、织造印染类、雕刻类、编织扎制类、金属锻造类、漆器绘制类、文房四宝、生活器具类等。为全方位、多层次宣传推介“山东手造”品牌，催生山东手造产业新动能，自即日起面向社会征集“山东手造”品牌LOGO(标识)。

一、应征作品设计要求

LOGO(标识)设计要主题突出，具有山东手造象征，包含中英文“山东手造”要素；在突显齐鲁文化底蕴的同时，体现手造产业新动能。设计创意新颖，具有独特的艺术构图表现手法，图案要清晰流畅，寓意贴切，有强烈的时代感和视觉冲击力，有鲜明的象征意义和齐鲁文化韵味；色彩要简明大方，用彩色图案设计，并能以不同的比例尺寸显示。

应征作品将用于与“山东手造”品牌有关的各类宣传、推广、展示等活动。

二、作品提交要求

1. 应征作品须是应征者按照本方案要求独立创作完成的原创作品，此前未以任何形式公开发表或展出，如发现抄袭、模仿他人作品，侵犯第三方任何著作权、商标权等合法权益的，其法律责任由侵权者承担。

2. 应征者可从山东省文化产业发展协会官网(www.wenhuasd.com)下载《山东手造LOGO(标识)作品征集表》，同时填写设计说明和设计理念，其他按表格要求如实填写。

3. 应征作品须提交纸质和电子文件各一份。

纸质作品提交：请将作品内容打印在A4规格(210×297mm)的纸上，并附在征集表格之后，一式两份，不可折叠。

电子文件提交：通过电子邮件提交，电子文件名称为：“作者姓名+山东手造征集作品”。图片作品请用JPEG文件格式，2M以上，像素不低于300dpi。

4. 所有参赛作品及介质不再退还，请参赛者自行保留备份。

三、评选办法

本次征集活动将由山东省文化产业发展协会组织业内专家进行评选。获奖作品将在大众日报、齐鲁晚报、山东宣传网、大众网等媒体上进行公示，公示期5天，对获奖作品由专人通知获奖者。

本次征集活动设一等奖1名，奖金30000元；二等奖3名，每名奖金5000元；三等奖10名，每名奖金2000元。应征作品获奖者须按照国家规定纳税。

四、截稿日期

自公告之日起开始接受投稿，截止于2021年10月31日24时止。

五、投稿及邮寄方式

联系人：刘金乐
联系电话：0531-81758675
投稿邮箱：sdwcbh@126.com
邮寄地址：山东省济南市历下区趵突泉大街6号山东新闻大厦16楼，应征作品外包装上请注明“山东手造作品征集”字样。

六、应征作品权属

1. 应征者提交的作品，视为接受山东省文化产业发展协会的委托创作作品，其著作权归山东省文化产业发展协会独家所有。

2. 山东省文化产业发展协会有权决定作品的修改和使用。

3. 本次征集活动的最终解释权属山东省文化产业发展协会。

山东省文化产业发展协会
2021年9月15日