

让曹操墓之争回归学术



采访记者:鲁超国
采访事件:曹操墓真假之争

现在,“倒曹派”代表人物闫沛东因为亮出曹操墓造假的“铁证”要被起诉了。

我们介入“曹操墓真假之争”的采访,也是因为闫沛东亮出了“铁证”。

对于之前的“口水仗”,我不是很感兴趣,我觉得学术之争非常正常:一代枭雄曹操,在历史上

是位响当当的人物,几乎妇孺皆知,而研究“三国”的专家和学者也有不少,曹操墓又曾有“七十二疑冢”之说,因此当他的墓被宣布发掘出来之后,各路专家和学者理解不同、立场不同,出现争论自然难免。

但是,闫沛东的“铁证”震撼了媒体和公众,让这场争论变得不再仅仅是一场学术之争。

面对这一“铁证”,不管出于一种什么心理,正义感也好,看热闹也罢,公众似乎更愿意相信曹操墓真的是又一只“周老虎”。

于是,曹操墓被众多媒体“盯”上,很多记者聚集安阳,希望能够挖出真相。

然而,媒体铺天盖地的报道,让真相似乎变得越来越浑浊。

我一直没有见到神秘的闫沛东,而且也鲜有媒体见到他。但是我

却费了番周折采访到了疲惫的潘伟斌,作为一个职业考古人,他说得最打动我的一句话就是:“我不会拿自己的后半生去开这种玩笑。”

我看到了曹操墓,看到了被指造假的“石碑”,看到了受质疑的“七女复仇图”,但是,作为外行的我看不出真假。这些,我不知道“倒曹派”的那些专家和学者看过没有。

后来的争论,已经从“学术”向“利益”转变。

有专家说,曹操墓急于认定和公布,是考古队被地方利益绑架,急于开发。我个人却觉得这不能成为被质疑的理由:假想,你如果解开了一个千古之谜,会不会有种想公布于众的冲动?

曹操墓被贴上“利益”的标签之后变得“敏感”起来,而一片质疑声似乎让安阳市政府有所顾

忌,他们迫于压力“顺应民意”:原定9月底开放而未开放,60元的门票价格也予以否认;官方发布的将在“安阳殷商文化旅游节”上举办的曹操诞辰1855周年纪念大典,也被称为“企业行为”,而且可能流产……

但是反过来想想,曹操墓即使进行商业开发,又损害了谁的利益?曹操墓商业一下又何妨,为什么一谈商业就变色?为什么一定要把学术与商业对立起来而不是有机地结合起来?秦兵马俑博物馆的考古发现和研究成果,难道不是把学术、文化、社会乃至国际交流都结合得广为称道的一个范例吗?

那么,为什么曹操墓进行商业开发会遭到如此多的质疑?这场争论已经被“利益”扭曲了,变味了。曹操墓已经成为某些人炒

作的工具。其实,“利益”应该和公众没有太大关系。开发了,得不到好处,不开发,也没有损害自己什么利益。

公众需要的是真相。9月15日,神秘的闫沛东终于回复了几天前我发给他的短信,“请关注明天搜狐微博!谢谢您!正潜伏安阳,谅解迟复。闫沛东”。本来还寄希望他真的能亮出一些“铁证”,但是很失望。网友也对他失去了耐心和信任。

现在,西高穴村的村主任徐焕朝要起诉闫沛东了。曹操墓真假之争中,“倒曹派”唯一亮出来的“铁证”,却将被成为起诉的证据。

让人感觉这是一场闹剧,愚弄了公众。

让争论回归学术,才能让真相越辩越明。



采访记者:廖雯颖
采访事件:地方“造节”冲动

天色阴沉欲雨的傍晚,我从泰安国际音乐节音响震天的舞台下面撤到后方休闲区。坐在边上的小伙子来自莱芜,面前摆着杯喝了一半的泰山啤酒,远远地看着几百米外的舞台,神色显得有些无聊。

谁为变了味的节日买单?

“怎么不去看演出?”我问。他保持着把手环抱在胸前的姿势:“他们(同行的朋友)去前面看了。我要看座。”

周围很多人跟他一样,为了占座,甚至把几把椅子叠起来坐在上面。

这种过于松弛和平淡的气氛让我有些不适应。许多“草莓”和“迷笛”音乐节照片上,发型和衣着都个性十足的年轻人露出陶醉而狂热的神情,他们盛装而来,尽情狂欢。

张北,河北省一个国家级贫困县,2009年举办为期三天的草原音乐节,演出的80多支乐队和歌手来自多个国家和地区,约有

十万人的摇滚爱好者从全国各地驱车前来,搭着帐篷住在扬沙的大草原上。巨大的声浪里,年轻的观众们聚集在舞台周围,随着音乐一起摇摆,发出尖叫,互相碰撞着彼此的身体。

摇滚音乐节让张北这个贫困县赚足了名声也获得实际收益,当地视其为名利双收的大好“项目”,将脱贫致富的希望寄托在音乐节上。

这几年,昔日被视为小众的音乐节逐渐呈现全国开花的局面,但真正能办出品牌并持续下去的只是寥寥,更多的音乐节不过是城市打造名片、带动旅游和人气的一次营销。缺乏文化根基和精神内核,各地掺杂了太多

利益目的音乐节逐渐变得面目模糊而雷同,差不多的明星阵容,差不多的演出形式,抽去“节庆搭台,经济唱戏”的实质,变了味的节日只留下一层名目不同的外皮。

音乐节并不只属于大城市,张北草原音乐节已经证明这一点。但,在“你方唱罢我登场”的全国音乐节浪潮里,不论从主办方的准备工作还是演出阵容都显得专业不足的泰山国际音乐节犹如一抹浪花,快速地湮没在今年数十个音乐节名单里,没能留下更长远的回音,也没有给这座平静的小城带来多少改变。

现在,一些全国性的特色节日也逐渐失去它本该有的文化和

传统内涵,逐渐变成了消费节、旅游节。在这样的一个大环境、大背景之下,“节庆搭台经济唱戏”的老一套,为什么会屡屡被地方“创造”,也就不难理解。借节日之名行发展之实本无可厚非。然而,对于摇滚爱好者们来说,不管主办方借音乐节打什么牌,唱什么戏,音乐节本身的品质才是吸引他们的根本。

被制造出来的节日如果只有物质的消费而无文化的创意,注定只能是流于形式的一场热闹,炒作起来的吸金力和品牌推广力也会随着热闹散去而迅速减退。

届时,谁还会为变了味的节日捧场买单?

让我爱的人 喝点好水

滴水之恩 涌泉相报

中秋团圆双节来临

值此中秋佳节来临之际,为感谢广大消费者对百脉泉天然矿泉水的厚爱,特推出中秋双节优惠活动,凡购买百脉泉天然矿泉水,即可享受以下优惠:

惊喜优惠

购买20瓶百脉泉天然矿泉水送组合装高档保温杯一只
 购买30瓶百脉泉天然矿泉水送组合装高档保温杯一只+康乐1袋+康乐1个
 购买40瓶百脉泉天然矿泉水送组合装高档保温杯一只+康乐1袋+康乐1个+价值20元饮水机一台
 购买50瓶百脉泉天然矿泉水送组合装高档保温杯一只+康乐1袋+康乐1个
 购买60瓶百脉泉天然矿泉水送组合装高档保温杯一只+康乐1袋+康乐1个

指定品牌相入

百脉泉公司指定品牌均可享受组合装高档保温杯一只

其它品牌相入

其它品牌保温杯一只
 送69元 组合装高档保温杯一只+康乐1袋+康乐1个
 送89元 组合装高档保温杯一只+康乐1袋+康乐1个

饮水机套餐

套餐A

118元: 尊皇台式饮水机, 5瓶家用台式饮水机, 0瓶上置台式饮水机
 218元: 尊皇台式饮水机, 6瓶家用台式饮水机, 12瓶上置台式饮水机
 198元: 尊皇台式饮水机, 5瓶家用台式饮水机, 0瓶上置台式饮水机
 (百脉泉食品袋100个) 只送2元百脉泉保温杯1只
 258元: 尊皇台式饮水机, 6瓶家用台式饮水机, 12瓶上置台式饮水机
 (百脉泉食品袋100个) 只送2元百脉泉保温杯1只

套餐B

四喜牌台式饮水机, 60瓶上置台式饮水机, 60瓶, 尊皇台式饮水机
 四喜牌台式饮水机, 100瓶上置台式饮水机, 150瓶, 尊皇台式饮水机

客户抽奖

凡客户在本活动期间参与任意一项活动, 均赠送抽奖券一张。

抽奖人:

一等奖: 20名	奖品为: 黄金一日游
二等奖: 30名	奖品为: 2011年全年百脉泉报一份
三等奖: 50名	奖品为: 2011年全年百脉泉报一份
四等奖: 200名	奖品为: 百脉泉保温杯一只
抽奖券: 500名	奖品为: 百脉泉保温杯一个

百脉泉

天然矿泉水

百脉泉 洞心洞