

【文化论坛】

## 不写信的时代，我们却被书信打动了

□韩浩月

一档名为《朗读者》的书信朗读节目于上周播出。前段时间因主持《中国诗词大会》颇受关注的董卿，成为《朗读者》的制片人兼主持人。《朗读者》加上已经成为热门话题的《见字如面》，给人一种久违的书信文化气息扑面而来的感觉。鉴于综艺界互相学习的风气甚重，说不定2017年的综艺界会成为书信朗读年。只是，不知道这是好事还是坏事。

书信朗读节目的好，是显而易见的。以前总有人批评综艺节目没文化，书信朗读节目多选择的是文化名人的书信往来，属于平地起高楼，怎么做都会显得有文化。但也有一点让人担心，一旦

书信朗读类节目扎堆，新加入者为博眼球，使上种种花哨的手段，会导致书信朗读节目失去其本质里的宁静、隽永，吵吵嚷嚷，闹成一团，最后把好不容易培养出来的观众群给恶心到。

《朗读者》和《见字如面》生逢其时，它们成功激活了公众对传统文化的那股无处释放的热情。书信作为人们最熟悉的文化与情感载体，再加上重量级明星的加盟，点燃观众的兴趣是自然而然的。如果再早几年，这类节目不见得能红。因为那时正值歌唱选秀类节目霸占荧屏，文化节目没法与强大的娱乐综艺进行竞争。现在歌唱类节目在走下坡路，失去了新

鲜感，暂时又没有新的综艺形式出现，书信朗读节目便及时地填了这个空。

书信朗读节目的成功，除了在内容上先声夺人之外，其形式上的仪式感也是非常重要的。在我们所受到的教育中，写信是需要讲究格式的，怎么写抬头，怎么用敬语，如何使用书信语言，如何收尾落款，包括空格、空行、分段、日期等，都有严格的要求，如果没能达到要求，是要受到语文老师批评的。

互联网文化对书信文化带来了洪水般的冲击。起初的电子邮件，虽然已经有了数字排版的变化，整体上还是复制了传统书信的格式。但现在人们的交流，连电子邮件都很少用了，取而代之的是微信、微博私信等即时通信渠道，网民们也越来越多言简意赅，一封信逐渐被一段话代替，一段话逐渐被一句话代替，一句话逐渐被一个表情包代替……花点时间写信以及花点时间读信，以往那么愉悦的、值得付出与等待的事情，在现在看来，已经变得无比遥远。

上世纪八九十年代是传统书信往来最为频繁的时代。在八分钱或者两毛钱一张邮票的时代，书信成为人们传递信息、交流感情的重要载体，每年邮政局收发的邮件数量惊人。在不断被公布出来的当年文化名人的通信中，可以看到他们在书信的字里行间所抒发的澎湃情感。比如黄永玉致曹禺的信中就有这样的段落：“你知道，我爱祖国，所以爱你。你是我那时代现实极了的高山，我不对你说实话，就不配你给予我的友谊。”这样的句子，简直比情书还热烈。这些话，当面没法表达，在书信中却可以真情流露。读到这样的信，没法不被写信者打动，胸怀没法不激越，没法不用同样丰沛的情感去回信。

文化学者李辉长期从事文化老人的追踪研究，他的书与文章，把很多文化老人的书信发表了出来。巴金、冰心、萧乾、丁玲、施蛰存、张兆和、丁聪……一封封由书信构成的文化景象，良好地弥补了文学史没有写到的这些文化老人的形象，让读者能

够更多地感受到他们身上真实的温度，观察到他们被时代所遮蔽的细微情感。

有些文化老人的书信写得很短，比如冰心的一些信，常常只是寥寥数句，用便笺来形容更合适些。但即便是非常简短的书信，在行文格式上也是固守传统的，不会因内容短而失去庄重。

书信文化还会卷土重来吗？这其实已经是一个不是问题的问题，过去的书信形式，不会在信息时代复现了。一切有关信息传输的载体，都在逐渐全面数字化，书信之美，将会永远停留在纸张之上。

如果怀念过去的书信形式，最好的做法是重新拾起情怀——在写电子邮件或者使用其他即时通讯工具的时候，能够多一点郑重感，拒绝被新媒体时代轻快、浮躁的交流形式所侵袭。可是，如果真这么做的话，你会发现，这是一件挺艰难的事情。人们的通信载体变了，话语形式变了，表达情感的方式也变了，再用古老的形式通信，难免会受到奇怪的眼光打量。

【观影笔记】

## 西格德和海琳娜

□火锅

阿萨亚斯导演的电影《锡尔斯玛利亚》很好看，松弛、丰富、自然而又尖锐。玛利亚是个过气的大明星，她早年成名于一出叫做《马洛亚之蛇》的戏剧。这个剧讲两个年纪相差悬殊的女人西格德和海琳娜相爱相杀的事。老的女人叫海琳娜，年轻的女人叫西格德，是海琳娜的下属。两个人之间的情感角力以海琳娜的惨败告终，她失去了爱情的掌控力，也被迎面而来的衰老击垮，故事结束于她的自杀。

让玛利亚一举成名的角色是西格德。现在，新的年轻导演找上门来，邀请她再加入这个戏，只不过角色从西格德变成了海琳娜。她开始是拒绝的，因为“海琳娜不能接受时间，我也如此，但并不等于我就要演她”。但纠结之中她还是接受了，之后又后悔，即使负法律责任也要解约，因为她感到人们在用这个事情来羞辱她。准备和排练这个戏的过

程中她经常崩溃，备受煎熬，为了进入这个角色，她不得不面对在现实中她不愿面对的问题，衰老、离婚、事业的下坡、和世界的脱离。她恐惧、憎恶、诅咒，当然，最后她还是找到了把自己安放于海琳娜之中的方式。

饰演西格德的女孩是好莱坞新晋大明星、擅长制造头条新闻的问题少女艾利斯。艾利斯对玛利亚表现出浮夸、客套的赞美和崇拜，但是当她们排练西格德抛弃海琳娜的一出戏时，玛利亚建议：你说完了这些话，转身离去之前，要停一下，只要几十秒而已……这几十秒可以让人感受到海琳娜的悲哀。可是艾利斯不同意，她脸上有着非常客气的、敷衍长辈的微笑：没有这个必要，没有人会去关心海琳娜，大家都想知道下面的故事怎么进行。

玛利亚最后说：对，你说的有道理。

《锡尔斯玛利亚》用了很多导演爱用的“戏中戏”结构，角色和她要扮演的角色之间有着隐秘的联系。而角色本身，又是在一出戏中。相对应的是场景中常有大量的玻璃或者镜子，映射出或实或虚的一层层的“我”。

虽然阿萨亚斯在电影里嘲笑好莱坞的幼稚和粗糙——总是有人来请玛利亚出演那些科幻大片或者漫画电影中“穿着宇航服、在宇宙飞船里”的杂交人、超级杀手，而剧中的艾利斯，剧外艾利斯的扮演者科洛莫瑞兹也是以这种角色成名的，但好莱坞在上世纪四五十年代的



极盛期，也曾经有过这种表现明星职业“工伤”的经典电影，比如《日落大道》。

《日落大道》讲一个无声片时代无比厉害的大明星诺玛，有声片盛起后被迫退出江湖，二十多年只能蛰居在日落大道的豪宅里，自欺欺人地过着“无数影迷在等待着我”的生活。有一个经济困窘的年轻男编剧误闯了她的豪宅，被她像蜘蛛网罩昆虫一样团团罩住，不许他再离开。有两出戏写得特别残忍。

第一出戏写新年之夜，她请了一支交响乐队来，只是为了让她和他在摆满她的照片的大厅里跳几个小时的舞。他终于不耐烦了，因为不耐烦挨了她一个耳光，愤而出门，要去感受“同龄人的热气”、“同龄人的笑声”。

第二出戏写她去摄影棚找曾经捧红她的导演德米尔，商量复出要拍的戏，而德米尔对她只有厌倦和敷衍。她坐在导演的椅子上，天花板上曾经为她服务过的灯光师傅发现了她，惊喜地将大灯打在她的身上，她眯起眼睛享受着几十年没有照耀过她的灯光，忙碌拍戏的人们也吃惊地走过来围观“出土文物”，窃窃私语着：诺玛！……她还没有死吗？

作为一个70后的中国人，一个曾经的《大众电影》的狂热读者，我在看这些片子的时候常常会代入刘晓庆。刘晓庆非常像诺玛，但是比诺玛还要厉害，因为她没有疯，也没有杀人，仍旧在强悍地演着少女。她没能成为《锡尔斯玛利亚》里的玛利亚的原因是，中国有且只有少女角色给她演，在这个只会欣赏青春美的文化里，她连海琳娜那样有力而丰富的中老年女性的角色都得不到。

说起来玛利亚是最厉害的一个角色了。她在疯狂之前发现了一个秘密，这个秘密将她从对时间的恐惧和拒斥、对曾经有的明星光环的迷恋之中解救出来，但这个秘密其实平淡无奇：玛利亚和艾利斯是一个人，西格德和海琳娜也是一个人。玛利亚和海琳娜那么惧怕艾利斯和西格德那咄咄逼人的青春，然而，她们也曾经拿着青春逼迫过别人，而艾利斯和西格德同样也会衰老。在这条时间之流里，每个人都走在同样的道路上。

她偃旗息鼓，向时间认了输。而时间也就此将她收服，安放她在妥帖舒适的地方，从此不再折磨她。

【读书有感】

## 当名家经典也变身为“心灵鸡汤”

□袁跃兴

《我明白你会来，所以我等》《冷眼看世界，热心过生活》《所有的幸福，均与尘世须臾不离》《在最美的风光里，与灵魂相伴》《人生不过如此而已》《不忘此生优雅》《脚步不能达到的远方》……当你看到这些书名，你会认为它们是什么类型的图书？

初看起来，这些好像都是“心灵鸡汤”类的图书，其

实，你可能想象不到，它们的作者分别是沈从文、鲁迅、林语堂、屠格涅夫、梁实秋、周作人、雨果。其中，《我明白你会来，所以我等》是一本沈从文的短篇小说集，收录了《边城》《萧萧》等代表作；《脚步不能达到的远方》，收录了雨果在科隆等地的游记见闻、著名的《克伦威尔》序以及在各种重大场合的讲话。

如今，在图书出版市场，“心灵鸡汤”似乎成了一种流行趣味、文化趣味，甚至成了对待或解读名家名作的一种思维标准和判断方式。

所谓“心灵鸡汤文”，首先是在微信上传播最广，《做到以下几点，改变你的一生》《学会这些，可以长命百岁》……这样的题目，就是微信“鸡汤文”的标配。“空气流动，风的路线一万个。人山人海，吹不来去年春风。”“云和海分居两地，人和人相聚别离。一个在夏天停步，另一个在秋天打探消息。一个就是喜欢，另一个觉得麻烦。总会经历心甘情愿，我知道你不怕难，只是别睡太晚……”则是“鸡汤”微博及“鸡汤”类畅销书中的热门句式。

从网络上点击率很高的

“10万+”热文，变身为实体出版的心灵鸡汤书，往往都是超级畅销书。比如女性传记图书中，《一个人的繁华，两个人的寂寞：张爱玲时光地图》《张幼仪：爱到绝境，灵魂才会逆袭》《我贪恋这泥沼里的温暖：萧红传》等，采用的大都是“鸡汤”风格的书名。

出版社争先恐后出版“心灵鸡汤”类图书，本无可厚非，但是，现在市场上销售的一些此类图书主要存在以下问题：一是模仿跟风出书，一本书红了，市场上就会迅速出现数十本同类书籍；二是短时间内拼凑出书，缺少对读者心理和情感的研究；三是缺乏真情实感；四是充满编造、刻板说教，不能揭示人的内在情感规律或者提供有事实依据和合乎逻辑的心

灵判断；五是内容模式化、格式化，复制雷同现象严重。这些成了“心灵鸡汤”图书的通病，以致很多读者、书评家把市场上泛滥的心灵鸡汤书籍视为内容苍白、廉价、浅薄、矫情、浮夸、庸俗的“读物”，以致有一些读者在思想和情感上开始拒绝这类读物，质疑还有没有真正的“励志”文化。

其实，对读者来说，对这个时代来说，我们不仅需要“心灵鸡汤”，更需要时代的“励志文化”，关键在于怎样从精神上、心灵上乃至灵魂上给我们带来真正的助益。在思想、审美、格调 and 境界方面真正优秀的“心灵鸡汤”，是可以影响我们的价值体系、道德原则和精神信仰的构建的。