

关于“老家”的三句话

□叶延滨

城里人说“老家”，说得最多的三句话：“你老家在哪里？”“老家来人了！”“他回老家去了……”让人体会无尽的人情冷暖，世事变迁。

城里人好像挺看重老家，见面寒暄：您老家在哪里？山西。啊，咱是老乡啊。于是就亲了，近了，聊上了。聊什么呢？先聊老家呀。水泥森林的城市里，老家就是雄鹰翅膀托起的湛蓝天空，老家就是无边茵茵绿草埋住了牛羊的犄角，老家就是热炕头，老家也是喜鹊窝……

小时候我也曾牵着手问母亲：“我的老家在哪里？”“你小，你没有老家！”老家是出生地吗？我的出生地在哈尔滨，但我出生在一家没有门牌号的野战军医院，不能把军医院当老家吧？遇到这个问题，我需要作些解释：我的籍贯是重庆荣昌，只是父亲的出生地，没有亲友，祖籍是广东。我出生在哈尔

滨，但出生后就随部队走了。于是我对老家这两个字，特别在意，最在意别人问：“你老家在哪里？”

关于“老家”，在城里人嘴里蹦出来，最有感情的一句话是：“老家来人啦！”记得小时候，特别在物资匮乏紧张的年月，这句话流露的得意，让听话的人足以羡慕嫉妒恨了。老家来人，背着黄帆布旅行袋，提着大竹篮，里面有红枣、小米、花生、咸鸭蛋……邻居们都道喜一般说：“真好！真好！老家来人了，来人了！”

那时，家里偶尔也会收到母亲的老战友、学生寄来的包裹。小朋友问：“谁寄来的好东西？”我总说：“老家呗！”

不过，到了现在，老家村子的乡亲们进城了，邻居就会说：“啊，老家来人了？”老家来人了也变了口气。来人啦？啊，来城里看病了！老家来的？来城里

找销售土特产渠道。老家又来人了？是去年进城打工的回村又领来了亲戚！新一轮的“农村包围城市”，一拨又一拨的老家人涌进城里，接受先富起来的城里人的再教育。

至于“他回老家去了……”随着岁月变迁，这句话有了另一番滋味。年前年后，职场的同事说起“他回老家去了……”好像在说此人去完成一件重要的朝觐活动。此话有多重含义：一是他还有个“老家”，老家还有老人和亲戚，是个有根有源的人，像一棵移进城市的树，风会提醒他从哪儿来。二是他不得不花钱费力地走这一趟，不比城里老居民，还是“漂”在城里的外来人。三是他很快会回来上班，“回老家”必定持往返车票。不是跳槽，不是移民，不用怕他消失了……

（据《羊城晚报》）

一夜民宿

□丘彦明



以微笑迎接我们享用早餐。征求爱好后，男主人放上古典音乐，选择了拉赫曼尼诺夫的C小调第二钢琴协奏曲，乐音行云流水般流淌出来。餐桌铺着淡雅的桌布，刀叉整齐地摆在餐巾布上。细白瓷花瓶中插着几朵女主人刚从花园剪下的白色红线边的玫瑰花，花瓣上仍带着清晨晶莹的露珠。现烤的法国牛角面包、棍子面包、自制草莓与红莓果酱、奶酪，摆得热热闹闹；热茶与热巧克力各大壶，是昨晚事先询问好准备的；水果类中有一盘新鲜的紫樱桃，由后院树上才摘下，特别甜美多汁。

用餐间，眼睛顺便浏览主人收藏的彩花琉璃、油画及版画，衷心夸奖

他们的品位。女主人得到赞赏开心极了，餐毕，便带领参观由古老草屋、马厩、猪舍整建成的既有古意又有现代设施的舒适大宅子，再游走占地大约一公顷的美丽花园和绿意盎然的菜园。

临别，主人给了联络方式，但叮咛再三：千万别把讯息给出去，他们平时不以民宿营生，只是不忍心有些游客露宿野外，偶尔帮忙接待；就像我们，前一夜临时找不到民宿，经好心人介绍暂住一夜。

依法国习俗，亲吻脸颊三下再见，主人主动把这一季剩余的最后樱桃全部装袋，慷慨地送给我们当礼物。

（据《深圳商报》）

火热的快递

□秦文君

在互联网经济的推动下，快递业风起云涌，在中国大地创造出前所未有的盛景。火热的景象背后，是生活的酸甜苦辣。几个月前，家在纽约的9岁小女孩凯瑟琳随她母亲又一次来上海。纽约是全球名列前茅的繁华之都，新鲜摩登的都市生活凯瑟琳见识过，之前她对上海的建筑、风俗、饭店、生活方式很习惯，没有惊讶之处。这次不一样，凯瑟琳逢人就讲，上海厉害，好牛。

让这美国小女孩感到惊艳，大开眼界的，竟是快递行业。

一天，她在上海某大学的校园里兜风，感到有点口渴，随口说了一句，这时候能吃到西瓜和草莓该多好。陪同她的姐姐听见了，立刻说，这个可以有。只见她在手机上按了若干下，十分钟后，一快递小哥骑着摩托，将草莓和切好的西瓜组成的水果拼盘送来，手机潇洒一扫，便可付款。

凯瑟琳觉得好像在梦幻中，目瞪口呆了一会儿。她一边吃水果，一边发出真心的感慨，觉得神奇，中国的快递服务可以神速成这样，门到门，桌到桌，难以想象地发达。回纽约后，凯瑟琳在选择课外兴趣班时，主动报名学中文，起源是对快递的折服。

中国的驿站历史可追溯到2000多年以前，可谓历史悠久。当今在互联网

经济的推动下，快递业风起云涌，在中国大地创造出前所未有的盛景。毫不夸张地说，无论走在上海的哪条大街，在路边稍站一会儿，便能看到快递小哥的助动车，有的拉拉杂杂地驮几十个大大小小的纸箱。送邮件、送货物、送外卖的车，一拨一拨地飞车在半路上，和警车跑得一样快。

我也算快递的资深顾客，每周收到的快递为数不少，有赠书、会议邀请函、戏票、稿件清样，也包含网购的各种物品，朋友分享的稀罕食品、纪念品什么的，跑这条路线的几个快递小哥对我的名字相当熟悉，一看那三个字，熟门熟路地就来了。

做快递这一行的，清一色是年岁不大的，外地口音，神情焦灼，动作麻利，说话不耐烦，匆匆而来，匆匆而去，你不小心耽误了一分钟，他会用眼睛“杀”你。不过，我曾遇到一个很阳光的快递小哥，20岁不到，眉毛会动，长了一张谐星的脸，他送快递是笑笑的，眼角一扫，看到我一屋子的书，说：“哇，你是做老师的。”

我说：“只有老师才读书吗？”

他说他认识的人中，只有一人超爱读书，教过他语文，那老师还曾借给他两本书，让他留下一个印象，天下爱读书之人，必是教师。

人为什么想出名

□池莉

郝梦婷小朋友三周岁，面对生日蛋糕，许愿良久。久到大人们都笑了，就笑问：“许什么愿要这么久？”小女孩正色端然，答：“唉，我也不想这么久的，越快越好呀，我的心愿是出名。”语惊四座。郝梦婷小朋友当场出名，刷爆生日派对几家父母的朋友圈，引起无数跟晒，都感叹：现在小孩太聪明了！

几年前，一女大学生，做硕士论文找到我，请教当代文学有关话题，如今已成网红。是家务工人偶尔说起的：她啊！现在很有名啊！网红啊！女硕士网红现在已是多个朋友圈著名群主，正带领朋友圈大做玫瑰庄园。积极追随者之一的工人，给我看了她发的朋友圈，很名人口吻：放心亲，有我，你不会（受骗）！/亲，好就好在随意赚，小玩静态收益，大玩拉人赚动态，平常心对待，想不赚都难/看，不想成我这样（她的摆拍美图，一律华贵娴雅+狐狸小尖脸+奢侈服饰）你都难。

如今从小到老，最想的，就是出名。更加上电视与网络的巨大平台，出名机会猛增。人为什么想出名？在无数答案中，听到最多的，大概就是名利了，正所谓名利名利嘛。且慢，还是先讲讲科学，看看猴子实验，英国BBC的拍摄记录。实验室里，一只猴子，两块屏幕，专用仪器收集猴子的目光注视数据。A屏，画面放映水果或果汁，都是猴子的最爱。如果猴子注视A屏，就会得到水果或果汁。B屏，单纯放映人物动物图片。一般情况下，猴子都会注视A屏不看B屏，奖励效应显然获胜。然而，有两张图片，猴子宁可放弃吃喝奖励，也要定睛注视，一图是美女，一图是猴王。

且听科学家分析猴子为什么注视猴王？结论：名人效应。猴王是猴群中最大的名人。猴子宁可放弃吃喝都要注意猴王，那是因为猴子极度渴望自己也成为名人。猴子的定睛注视，是想尽可能多地发现猴王身上的名人信息：毛发怎么耸？目光怎么炯炯？雄姿英发的pose怎么摆？猴子想出名的答案呢？本能。

居然是本能。想出名居然像吃喝拉撒一样是生命的自然需要。现在我们认识到并尊重这一点，应该是一个进步了。因为我们从前是“人怕出名猪怕壮”的。从前我们有一个社会力量，是会枪打出头鸟的。所以从前大家都得夹着尾巴做人。改革开放带来了社会大发展，发展到大家本身都想出名了，三岁小孩子都想出名了，这个形势也来之不易。

来之不易的机会来了，却总感觉哪里有点不对劲。按说出名本能的有趣和价值所在，是在于这种本能冲动，能够极大刺激个人勤勉上进；个人的勤勉上进，又更多表现在社会贡献与负责大众，而社会与大众，则会报之以名利。忽然间我们现在是批量制造名人了，每天都名人辈出，按说也挺好，只可惜不少名人只在乎我炫耀，我圈粉、我出名、我赚钱，哪怕他人洪水滔天。一旦感觉自己成名，立刻变大嘴巴，痞气匪气戾气一应俱全。底线都没了，还谈什么奉献与责任？春节我提醒工人，别信什么网红名人，她笑笑。这不到了夏季，她哭都来不及了，玫瑰庄园说倒闭就倒闭，她那点养老钱，说没就没了，著名群主也顿时失联。怎么办？我说：祈祷吧。不开玩笑，我就经常祈祷，就这样，满脑子人类关怀宏大主题，钱就不想了。

（据《新民晚报》）