

【创作谈】

厨师、食客、好菜 ——浅议当代诗词的作者、读者、精品

□杨逸明 中华诗词学会顾问

中华诗词走出低谷，走向复苏和复兴，当然是个喜讯。据说当代诗词创作大军的数量就像碰上利好消息的股市一样，不断飘红，接连上涨，达到100万、200万、300万……于是，当代诗词的研讨会、座谈会、颁奖会……也不断召开，此起彼伏，一波接着一波。

可是有个现象，不知大家注意了没有：当代的文艺爱好者，自己不写小说，但是肯出钱买当代小说集看；自己不写散文，但是肯出钱买当代散文集看；自己不写新诗，也肯出钱买当代的新诗集看。自己不演戏，但是肯买票看戏；自己不说相声，但是肯出钱买票听相声。当然，也有出钱买旧体诗词集子看的，但那是买唐诗宋词，或者纳兰性德、仓央嘉措……当代人创作了旧体诗词，很少有人买来看。自己写旧体诗词的人不买，互相送了还很少看，自己不写旧体诗词的人根本不买，送给他也不看。

几百万的诗词作者大军，应该有几千万的读者大军才好。

当代旧体诗词的作者多于读者，甚至作者都不愿意当读者。所有研讨会、座谈会、颁奖会，都是作者之间在交流。就像是厨师与厨师在不断探讨，却很少有真正的食客。

古代好像不是这样。高适、王昌龄、王之涣在旗亭听歌女唱他们的诗，白居易在旅途中听僧侣歌女村民吟他的诗，白居易说：“自长安抵江西，三四千里，凡乡校、佛寺、逆旅、行舟之中往往有题仆诗者，士庶、僧徒、孀妇、处女之口每每有咏仆诗者。”柳永的词只要有井水处就可听到传唱，可见那时读者多于作者。

孔子主张“小子何莫学乎诗”，认为“不学诗无以言”。但是孔子和他的弟子们没有写诗，他们只是一群有诗性的人，一群懂诗的人，一群合格的诗的读者。成为读者，不一定非要成为作者。孔子似乎没有要求大家都当厨师，只是希望大家成为懂得品味的食客，成为美食家。只有成为懂行的食客，才能当懂行的厨师。同理，只有成为合格的读者，才能当合格的作者。要有诗人的襟怀，才会有对好诗的识别力和鉴赏力。当代合格的读者太少，不合格的作者太多。

当代作者大大多于读者，基本上读者都是作者，而很多作者还不愿当读者。这是个厨师多于食客的时代。没有读者的诗人，写了诗没有用，就像没有食客的厨师，开不了饭店。没有食客肯掏钱来吃你的菜，厨师无论怎么天花乱坠说自己厨艺高超，也开不成饭店。

当年白居易将自己的作品读给老姬听。有人误解说：不识字的老太婆怎么读得懂白学士的诗？我

想，这老姬不会是文盲，肯定有一定的文学欣赏能力，白学士不是白痴，绝对不会“对牛弹琴”的。但是有一点似乎可以推断：这位老太太不写诗。

写诗是给诗词作者圈子内的诗人们看，还是给圈子外的文艺爱好者看，就像厨师烧菜是给厨师们品尝，还是给不烧菜的食客享用，这确实是个首先要想明白的事情。只有先弄清这个对象的问题，才能有针对性地烧出深受食客欢迎的好菜。

当代诗词创作的语言风格有多种。粗略地分来，似有以下三种，也像是三种类型的菜系。

第一种语言风格是传统的典雅型。杜甫的《秋兴八首》、《咏怀古迹五首》、《诸将五首》等可谓开此典雅一路的滥觞。后来李商隐等人的《无题》等诗作，继承的就是这一路风格的作品。当代的诗词创作中这种语言风格还是有不少人。他们的诗词基本是用旧式的词语，有人甚至说这样的作品放在唐诗宋词里可以乱真。但是如果立意和情感也全是向古人借贷的，那就是假古董，无病呻吟，是唐诗宋词的赝品。有些意浅词深的作品喜爱用典，甚至是生典僻典。这样的诗词作品就像是过度包装的商品，精美的盒子里装的不是野山参而是干瘪的胡萝卜。此类诗词如果意深词深，当然也好，食材精细，做工考究，盆碗华贵，有点像宫廷菜。

第二种语言风格是传统的流畅浅俗型。这种语言风格，在唐宋时代就有。唐代流传至今的清新隽永的绝句如《回乡偶书》《登鹳雀楼》《送汪伦》等等，以及杜甫的《客至》《江村》《又呈吴郎》等作品开了浅俗风格诗词作品的先河。杜甫也是“浅俗”语言风格的祖师爷，下开白居易一路。诗词的高境界是“意深词浅”，也叫“深入浅出”。这个“浅”，不是浅俗到俗而不雅，不是浅白到毫无意蕴，也不是浅淡到淡而无味。这浅乃是千锤百炼，化繁为简，出于自然，毫不留雕琢之痕，让人回味无穷。这种看似不旧，有时还有点新。新旧糅合的诗词，当代的作者和读者大有人在，且形成较大的创作群体，既有传统韵味，也有一些创新成分，但是，语言很通俗，不深奥，由于老少皆宜，雅俗共赏，不妨称之为“家常菜”。

第三种语言风格是学习新诗的全新型。这类作品给人以全新的面目。虽然按平仄，押旧韵（也押新韵），但是语言全是新的口味和风格，乍看几乎像新诗，有人也称之为“旧体新诗”。由于口味生辣，比较新潮，不妨称之为“生猛海鲜”。

我以餐饮业比诗词创作，觉得诗词创作者应该有厨师雅量，烧好自己的菜，只要有食客，就可以开饭店。粤菜不必攻击川菜，东北菜

不必诋毁上海菜。厨师总是想烧出自己的食客们喜欢的好菜，好菜要对胃口，虽然众口难调，但是一定不会故意为难食客，不会老是与自己的食客拧着来。诗词作者总是想写出自己读者爱看的精品诗词，语言风格尽可以不同，但只要有自己的感想、感慨、感悟在，而不是无病呻吟或老调重弹，而且还不是自己显摆，那么采用任何一种语言风格，自有其读者在。不合口味者自可别选饭店，大可不必相互嘲讽，甚至相互攻讦。

厨师首先要有高超的厨艺，然后把食客当上帝，就会烧出好菜，好菜一定会有食客；诗词作者首先要有创作的精湛手法，然后把读者当上帝，就会写出精品诗词，精品诗词一定会有读者。

大众创作，小众不看甚至大众都不看。小众创作，小众看大众不看甚者小众也不看。这种现状下讨论诗词创作的小众化或大众化都没现实意义。只有小众创作大众（包括小众在内）欣赏，这才是精品。流传至今的古典诗词都是这样的经典。小众写，小众爱看，那是绮席珍肴；大众写，大众爱看，那是大饼油条；小众写，大众爱看，那是私房家常菜。无论谁写，小众大众都不爱看，那是浪费原材料。

每个诗词创作者，应该给自己的作品和读者定一个位，就像厨师烧菜开饭店要给自己的食客定一下位一样。

我是这样给自己定位的：我写的是一个当代的大都市里的普通市民的思想情绪和生活场景。我的作品是写给当代的有中等文化水平以上的爱好阅读文学文艺作品的普通读者看的。我有几位长期的读者，这是我熟悉的几位有中等文化水平、喜欢阅读各种文学作品（包括诗歌）、但自己却不写诗词的友人。每次写好诗词，让他们成为第一读者。他们说不懂，就改到他们懂。他们说不好，就改到他们认为好。一直改到他们觉得有意思并认为满意为止。读者是买不来的，他们精明得很，诗人应该老老实实写诗，争取有读者，一有读者就应该感恩。读者之于作者，就像食客之于厨师，都是衣食父母哩！

如果诗词作者首先想到读者的感受，不要为难读者，那么他创作的诗词一定不会刁钻促狭。当代有一位年轻的诗人打工在外，不断给留在家乡的妻子写诗表达思念，后来结集，他自己在《本集题记》里说：“欲送贫寒事太艰，题诗幸可慰愁颜。知卿不喜艰深语，僻字生词一例删。”如果当代诗人们都把自己的读者当作爱人或亲人，不是过分地用生词辞典为难他们，只用流畅明晓的话说富有趣味的事和饱含感情的话，大概当代的诗词的读者就会增加很多。

【诗词会】

特邀编辑：布风华 马明德

□宋彩霞

潍坊奎文樱园社区
“八家”文化写真

买得青青含露芽，为栽红紫到开花。
事心滴碎双高鬓，联手扶持八大家。
已把声名传海外，焉停契阔走天涯。
品牌不是齐文化，哪有樱园绚绿华。

□杨守森

诸城人

舜踪虽已不堪寻，代有雄杰颂古今。
贤圣明公青史载，奇人异士四方闻。
峥嵘岁月出英烈，开放时节见慧心。
或谓文泽隆盛地，却疑多少是龙魂。

□耿建华

雪梅香·泰山雪

雪来也，群峰耸立向云空，引天风狂号，漫山玉树弯弓。千丈石梯挂崖壁，万年松柏指苍穹。玉龙舞，抖动银鳞，盘绕仙官。

豪纵。望琼界，玉锁冰凝，御道云封。汉武帝皇，踏登旧迹无踪。我闻天门欲狂啸，瀑悬冰练静渊冲。观寰宇，扰扰纷纷，谁个称雄。

□郝铁柱

古莘燕塔重登感(新韵)

脚步不停登塔层，顶峰面佛亮心灯。
有怀桥峻河流碧，北望林深沃野青。
紫气东来立文庙，翠华西去馆藏精。
视通万里凌空我，思土千秋展翅风。

□阎兆万

沁园春·复登泰山

海右神峰，雄踞东华，拔地通天。正季风浩荡，松涛滚滚，瀑流澎湃，溪水湍湍。一路蜿蜒，万千气象，无惧崎岖十八盘。背包客，趁豪情未减，登顶何难。

曾为祈福偕攀。灵则信，释儒道圣山。昔帝皇封禅，风调雨顺，苍生许愿，国泰民安。刻石摹崖，化文续脉，诗赋遗留李杜篇。微吟罢，向东方日出，俯瞰群峦。

□林建华

望云门山寿字(新韵)

铭寿挂山腰，人无寸字高。
金光滨海射，宝气岭岩飘。
百载民端拜，七旬叟进朝。
像松常郁绿，期享再丰饶。

□郭秀生

春风吟赞

箕伯逢春送媚光，原田吹雨润枯荒。
无痕可染山林翠，有味能留草木香。
云借此君飞远近，水同知己善圆方。
飘花喧竹通幽处，青帝开元情未央。

□张景放

【中吕·山坡羊】秋游洞庭湖

秋波悠漾，白云飘荡，轻舟斩碧飞银浪。
左濡舱，右濡窗，水天一色心弦畅，万顷层波摇滟光。
湖，秋韵香；人，秋韵爽。