

# 读节气

高红十

节气有甚好读……

春夏秋冬四个立，春秋二分，夏冬两至，再就是暑相连，小大雪，小大寒。拢共二十四节气，一看便知出自农民之眼、之心、之口。

想象很久很久以前，很多不同地域有农耕阅历中年以上农民，做着大致相仿事情，吆牛转身之空闲，剔去锄头粘土之时刻，手托稻穗掂出轻重，早听雪被下麦苗啜饮风雪判断丰欠……思忖、琢磨、总结、提升。他们一次次低头摸摸土地冷暖，一次次抬头用手指比划月亮圆缺。改变一定会有的，谁知改了多少遍？谁知有没有过一个节气13天或者25天的设想？保不齐推倒重来，终于（一定是史上最长的终于）定下一个节气15天，用闰月处理不好安放的日子，充分显示中国老祖宗的思维方式，不苛求不较真儿，大概齐，大概——也就齐了。

笔者最喜两个节气：惊蛰，惊天扰地鸟飞虫蹦地闹哄，显示起名者被惊后的喜悦，后人细细听认真听，能听到老先生惊呼，“哎呀妈呀！它们都出来了！”处暑，君临天下指挥若定的威仪，铺排秋之丰沛与细腻。白露、寒露，露是白的露是寒的露碾碎成霜。露与霜是完全不同业态，一路不同到雪。听那“雪”字发音，一抑一扬，深沉而确定地欣赏。

冬天人比较懒惰、迟缓。天儿冷，恋热炕不喜出门，出门也捂盖严实，揣着手，所以对冷暖变化不那么敏感。一个冬天六节气“冬雪寒”三字带过，其余净是些“大大小小”衬字，如同歌词中的“依尔哟呀尔哟”，了无创意。

可以理解，毕竟丰年也罢灾年也好，已成定局。不用再变着法子哄天爷地爷开心，想法子给各路神仙难伺候的脾气，只需按节气走罢，排着队走吧——冬雪冬小大寒寒！

其实，人家早有安排，有另外的春晚节目单。锵锵齐锵齐——锣鼓点从冬至就开始敲了，敲过腊八，敲过小年，敲过除夕，然后把幸福尽可能铺张排排甚至夸张作秀地过年，过大年。

二十四节气，一趟周而复始的环线公交车，年年岁岁车相似，岁岁年年乘车人不同，心愿愿景也不同。公交车不扬鞭不加油走了上千年，重复上千年，没有不妥，不适，不美。

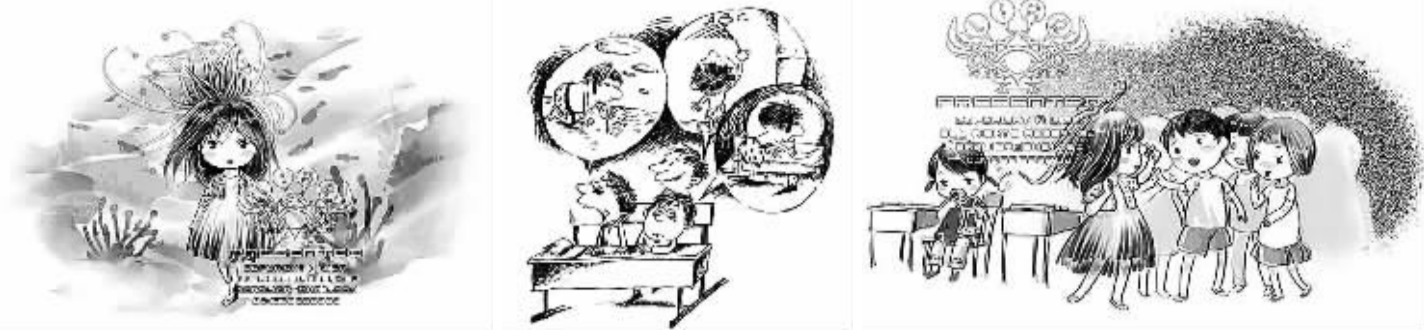
民间有了好听的农谚与诗歌：下雪了！宏观——瑞雪兆丰年；微观——黑狗身上白，白狗身上肿；细致的——夜深如雪重，时闻折枝声；夸张的——燕山雪花大如席。关于清明，农民唱令——清明前后，种瓜点豆；文人跟帖——清明时节雨纷纷，路上行人欲断魂……既告诉你“八月十五月儿明”，又提醒你“八月十五云遮月”，让你对即将到来之景色有所期待有所预判，二者相抵达到平和。

唯有新闻扫人兴。嘟嘟嚷嚷什么“道路湿滑，航班晚点”，什么“高价墓地，禁烧山火”，羊毛钱诗意也没有。

笔者琢磨，古人先有“季”的概念，还是先有“节”？大约先有季，好比看到一株完整长竹，再做竹节般的破分。

再来说说人应季做的一件事情，非生产属于生活类事情：阳光下的晾晒。晒冬衣晒被褥，一件件铺开，拍打，又一层层收叠。细心主妇能闻出暮春与早夏阳光味道深淡淡的不同。又据笔者北大农学讲学课提及，故宫也喜在阳光适宜的季节，晾晒古字画。晒书画与晒鞋袜虽有雅俗之分，可晒画人的脚放进干爽的鞋袜里才会气定神闲。

二十四节气，中国农耕文明一脉经络，中国传统文化一朵奇葩。节气好读。



# 儿童文学：谁来决定孩子们读什么？

刘 静



文学新观察

21世纪以来，文学与市场化的结合已经进入高速发展阶段，中国儿童文学创作与出版所呈现的繁荣景象无疑是最引人注目的表现之一。根据开卷图书市场调查报告显示，2012年我国文学类和少儿类图书市场的增速分别为7.73%和4.71%，保持了近年来的稳定增长态势。随着新的创作观念和文学现象的出现，出版方、作家和读者对儿童文学发展的期待也有了新的变化。

新类型和题材的涌现最能体现儿童文学的市场动向。今年1月13日，中国少年儿童新闻出版总社宣布旗下《植物大战僵尸》系列图书自2012年1月正式出版后，全年销售量突破800万册，码洋过亿。该套图书以电子游戏“植物大战僵尸”为主题，邀请高洪波、金波、白冰、葛冰、刘丙钧等作家为担纲创作，为游戏中的角色赋予个性，将中华传统美德融入童话叙事当中。

此外，高居儿童文学畅销书排行榜前列的如林海音的《城南旧事》、冰心的《寄小读者》、曹文轩的《草房子》、沈石溪的动物小说等等则显示出优秀儿童文学作品本身具有生命力，经得起市场考验。儿童文学市场发展繁荣表象和潜在问题并存。市场始终处于不断变化当中，产业化阶段到来、新媒体载体发力等都能成为儿童文学发展的潜在影响因素。因此，对这一话题的探讨不应局限于固定的结论，而应阐发出动态的思维。

## 适应市场：儿童文学出版的有益尝试

儿童文学作家唐哲认为，市场与儿童文学发展是相辅相成的，没有优秀儿童文学的市场，即便是繁荣也是虚假繁荣，注定不会长久。而没有繁荣的市场，儿童文学则会明显退缩，萎靡不振，最终沦为少数文人的自娱自乐。儿童文学市场的繁荣使作家收入提高，吸引更多加入儿童文学创作队伍，从而拓展其创作领域，提升作品质量。儿童文学作家、评论家李东华认为，市场可以敏锐地反映读者阅读趣味的最新变化，儿童文学作家可以根据市场的反应来调节与反思自己的创作。不受市场青睐的作品未必是因为它阳春白雪，而很有可能是其创作理念与手法和孩子们的生活脱节、和时代脱节。

如今，儿童文学出版越来越重视将社会学、营销学等知识融入市场运作。据了解，《植物大战僵尸》系列图书出版之前，中国少年儿童新闻出版总社设计了一份针对3至7岁孩子及其家长的有奖调查问卷，利用旗下《幼儿画报》等期刊杂志作为调研平台。根据回收到的上万份来自全国各地的问卷回复，出版社对该游戏的认知度、读者的阅读偏好、家长的期待等等进行分析，确定将人物个性、游戏攻略等读者兴趣点与中国传统文化元素和智慧点相结合。

此外，儿童文学出版以开放姿态迎接新媒体抛出的橄榄枝。由盛大文学与浙江少年儿童出版社联手推出的冒险类小说《查理九世》倡导和推动的“一纸三屏”，即集合纸媒、电脑屏、电视屏、手机屏全方位打造“全媒体立体阅读模式”。此外，去年中国少年儿童出版社推出了“中国第一套微童话绘本”——冰波的《水晶靴子》和王一梅的《住在树上的猫》，推动“微童话”这一新兴创作领域的发展。

## 直面隐忧：儿童文学繁盛背后的脆弱生态

网络游戏与儿童文学的结合在2012年大放异彩，此前二者经历了几年的磨合期。从2009年开始，海燕出版社推出根据“奥比岛”游戏改编而成的辅助游戏书《小耶服装店》。这类文学最初以通关秘籍类



游戏工具书为主，2010年开始，传统儿童文学作家加盟儿童网游文学的创作，如儿童文学作家周锐创作的《功夫派》系列小说，儿童文学作家杨鹏创作的《奥拉总动员》系列图书等等。经历了《植物大战僵尸》系列图书的销售奇迹后，网游儿童文学还未淡出读者视线，儿童文学市场又开始掀起冒险类作品的风潮。繁荣景象的背后折射出儿童文学的脆弱生态。

李东华指出，儿童文学过度市场化、迎合读者口味，会使儿童文学创作丧失独立性和丰富性，从长远看会伤害到作家，但最终受到影响的还是读者。比如，这些年儿童文学市场中系列书更好卖，码洋更高，所以现在的少儿图书动辄推出系列丛书。如此一来，作家赚的版税也许高了，但才情也被稀释了。急功近利和浮躁的心态不容易打磨出立得住的作品。

市场从多方面渗透对儿童文学作品的影响是唐哲所关注的问题之一，出版方根据畅销类型进行订单生产、发行方趋于垄断的市场运作、媒体上充斥宣传软文，这些都会缩减某些优秀的儿童文学作品的生存空间，如果缺乏强有力的宣传与推广，有些优秀作品的生命之花尚未绽放，就可能被迫夭折。他认为，要评判一位儿童文学作家称职与否，就看他是否愿意把自己的作品给自己的子女阅读。因为给孩子写作不能带着庸俗的商业头脑，必须真心真情，就像关爱自己孩子一样。

## 应有之义：市场化洪流中儿童文学的价值追求

回顾2012年中国的儿童文学创作，老臣“阳光成长小说”系列以沉郁的笔触展示了北方少年坚韧刚毅的生存意志和性格特征；曾获国际安徒生奖提名的作家金波在童话《开开的门》中为读者描绘了一个由神奇的“门”所连接的梦幻空间，表现出小主人公的精神成长；鲁景超、汤素兰和李东华的“紫丁香书系”以女性作家的视角与小读者们进行充满人生智慧的真切交谈；谢秀莲的报告文学《留守还有多远——留守儿童采访档案》真实记录了留守儿童的生存状态，给人留下深刻的触动，还有杨红樱的长篇童话《笑猫日记》之《孩子们的秘密乐园》等等，这些作家及其作品能够让我们看到中国儿童文学发展的丰富与多元。

李东华指出，对儿童文学来说一种比较完善的评判机制，应该是读者的、专家的、家长的、老师的等多种视角的相互平衡与借鉴，这样才能使儿童文学的生态更趋多样化。她认为，建立这种评判机制需要多方努力：家长和老师应该做有心人，对于图书的出版动态应该能够比较及时地跟进，研究童书的专家以及和童书有关的各种奖项，也应该客观、公正地向社会推荐那些优秀的童书，要对孩子的阅读发挥引导的作用，不能任由他们在一些消遣性读物上一味沉溺下去，让这种浅阅读成为一种风气，大家读得越来越浅，会推动作家写得越来越浅，互为因果，恶性循环。

唐哲认为，一味追求市场、追求商业利益的写作，往往会偏离真正的儿童文学轨道。儿童文学作家应端正心态，写出有价值有意义、能经得起时间考验的作品。我们应该鼓励孩子们自己去发现优秀作品，让他们学习如何发现、学会自己去甄别。当我们提倡并身体力行去体验“发现之旅”时，其实就是对那些“优秀但寂寞”的儿童文学作家和作品的鼓励。

毋庸置疑，作家对生活的体察与积淀是写出优秀文学作品的基石，经典的诞生往往凝结了作者在某一生活领域中多年的观察和思考；面对小读者们，儿童文学作家肩负着更大的社会责任，正如唐哲所言“百年树木，千年树人，岂可有丝毫含糊？”

# 金缕曲 咏中华诗词

覃大钰

读5月7日和5月14日《人民日报》(海外版)所载叶嘉莹、郑欣森、周笃文、李文朝、宋彩霞诸家之西府海棠雅集唱和词作，因步其韵，题咏中华诗词之国宝云尔。

千古江河水。话源流，秦砖汉瓦，唐纲宋纪。几许佳人留韵事，月下花间柔媚。还塞外，风沙曾记。得意长安安好句，便弹冠，宴庆王侯邸。谁可与，匹其美？

犹言雅聚兰亭里，右军书，墨抒怀抱，赋来深意。国宝今成遣事，多少情思血泪。休辜负，形声汉字。更要传承发展，趁神州如日中天起。圆绮梦，笑心底。



睡莲雅姿 陈亦权摄

## 内地诗人陆燕姜获香港年度诗歌新人奖

由香港诗歌协会圆桌诗社主办的2012年度新人奖日前在香港铜锣湾中央图书馆隆重举行。内地“80后”女诗人陆燕姜(笔名丫丫)作为唯一的新人奖获奖者，应邀出席了颁奖礼并发表了获奖感言。本次新人奖面向全球华语诗坛，奖项只设新人奖1名，入围奖9名。参赛作品为2012年创作的诗歌，由港台和內地的7位前辈诗人、资深编辑任评判，诗人余光中、单周尧教授任顾问。经过对1800多篇参赛稿件的精挑细选和评判，陆燕姜以诗作的最高分夺取新人奖。

## 专家研讨广东网络文学

由中国作协与广东省作协联合主办的广东网络文学作品研讨会日前在京举行。中国作协副主席陈崎嵘说，网络文学在中国的发展已历经15年，网络文学发展的步伐越来越快，影响力越来越大。各地作协加强了对网络文学的关注、研究、扶持、引导，广东省作协是这方面的先行者和探索者。白烨、欧阳友权等评论家重点研讨了林俊敏(阿菩)的《山海经密码》、贾志刚的《说春秋》、杨林清(无意归)的《杀梦》、边晓琳(乱耳)的《原来是美狐》、丘晓玲的《毒胭脂》和艾静一(纳兰霓裳)的《凤求凰》等6部网络文学作品。

## 邱威功自传《做一个好人》励志青少年

邱威功自传《做一个好人》最近由作家出版社出版。邱威功是泰国家喻户晓的名人，他的自传《做一个好人》感动了成千上万的读者。他以坦诚直率的态度讲述了发生在家族和自己身上的真实故事，一个鲁莽的乡村少年历经磨难走出国门，到台湾寒窗苦读数年，回国独自打拼。靠着百折不挠的精神和敏锐的市场嗅觉，他最终建立起自己的商业帝国。50岁时，邱威功将自己的坎坷经历和人生感悟与人分享，激发青少年知恩图报、诚信和勤奋的意识，在困难面前不退缩。



初夏的林荫

李海波摄

# 幸运签饼趣味多

吴玲瑶(美国)

小时候生长在台湾，吃过最地道的中国菜，却从来没见过幸运签饼(fortune cookie)这玩意。刚来美国时吃了浆糊的杂碎、炒面、甜酸肉，却也认识了老美眼中中国餐馆的特征：上完菜后随账单一起送来的签饼，一种美式的亚洲风味脆饼，通常由面粉、糖、香草及奶油做成，质地松软状似元宝，每个饼里塞着一张印好的纸条，将祝福或是勉励的文字寄予在戳文里，吃饼的人一声“喀”，备饼者的一番美意就会随之降临。

能化解紧张情绪的甜食，加上一张印有吉祥、提示、甚至乐透号码等奇妙文字的小签文，许多人对幸运签饼充满了好奇，说它可以预测未来，对我可真准。有一次打开一块小饼，签文上说：“你明天有机会成为大家瞩目的领导人物。”那时孩子还小，第二天我果然受命带着儿子一班，23个6岁小毛头去参观一家鱼罐头工厂。另一次幸运签饼说：“你许久找不到的宝贝，今天将会出现。”果然我在厨房水槽下发现了失踪两年的起子。更有一次幸运签饼说：“用笔是最能表达你无边的能力，下星期即将看出您用笔写出的东西发挥效力。”莫非知道我是写作的人？在所谓下星期到来前，发现是我用笔写出了一张大支票，请人移走后院被暴风雨吹倒的百年老树。

上次和老公上中国馆子，幸运签饼也不曾薄待他，他拿到这样一张签语：“你马上会遇到一位可爱的金发美女，他对你微笑，你会给她钱……”看到这儿时，他可真得意，再往下读，才知道是：“她就是我们前台的收账小姐……”

一位朋友说他上过一次黑店，送幸运签饼上来的侍者人高马大满脸横肉，打开饼内一看，果然不同凡响，先生的是：“小费多给一点，否则我们有私刑伺候。”太太的则为：“也打开你的皮包多放点小费，不然会有麻烦。”原来少有的老外开的中餐馆，还是不喜欢开玩笑爱幽默的个性，最后就是哈哈大笑。

幸运签饼的起源有许多说法，中国饼店老板说：相传14世纪汉人为了避开蒙古兵的搜索，想到将纸条塞进月饼馅中，成为危急通信的模式，首创糕饼与讯息结合的概念，后来演变成现代的幸运签饼。另一种说法，20世纪早期幸运饼干就已经流行，其配方是基于日本传统的煎饼，加上日本寺庙里有一种抽签占卜的传统结合而成。但无疑的，将其发扬光大的还是中国人，在美国文化中已经成为了一种中国餐馆标志性符号。

以前幸运饼干都是靠手工制作，后来在加州奥克兰的一位中国人发明了机器制造，因此可以大量生产，在美国每年的产量高达400万个。华裔女作家谭恩美的小说《喜福会》中也曾写过两个中国女移民在美国的一家幸运饼干厂工作的故事。我的一位朋友在旧金山教高中，常常带学生去中国城参观幸运饼工厂，学生们可以试着亲手尝试做幸运签饼，把作品带回家当做纪念品，也喜欢买那些便宜不成型的饼来吃，因为新鲜别有一番风味。

美国大中城市已是中餐馆星罗棋布，连乡村小镇也有中餐馆的招牌，各家餐馆每天要发多少颗幸运签饼，消耗量不是小数。外国人认为幸运签饼是中国餐馆的特色，酒足饭饱后送上一盘香脆可爱的幸运签语饼，让用餐者随机选取，感受掰开后珠玑小语带来的喜悦，或者餐饮优惠带来的惊喜，都能有效增强用餐印象与好感度，观看彼此纸条上的预言谜语，往往成为饱食之后，掀起的一个小小高潮，造成口耳相传的流行话题，还可以提升回客率，何乐而不为？

这原本只流行于美国中餐馆的幸运签饼，如今也漂洋过海荣归故里到了台湾香港和大陆，有更多的创意，可以是独树一帜的冷笑话、可以是信手拈来的幸运数字、更可以是长久以来想说却说不出口的真话！更精致更个性化适用于各种场合，如婚礼或私人宴会，特别得到年轻人的喜爱，视为时髦的玩意，但好像一直未在中港台的餐馆中当甜点附送。

朋友回台湾参加侄女的婚礼，拿回两包特别订制的幸运签饼，当做婚礼周边有创意的小礼物一样送亲友。一包是塞着新郎新娘喜欢的作家或名人语录，我们好奇地一一拆解来读来吃。“因为爱过，所以慈悲；因为懂得，所以宽容。——张爱玲”，“只要你有一件合理的事去做，你的生活就会显得特别美好。——爱因斯坦”，更看到歌词也塞进去了，“好人一生平安”，还有劝善慈济证严法师的静思语录，包括：“时时好心，就是时时好日”、“慈悲没有敌人，智慧不起烦恼”等鼓舞人心的好句子。

另一包塞的签纸像抽奖，也像考试一样的题目，可以增加闹新人洞房的情趣，“如果能对出‘洛阳亲友如相问’的下一句，可以亲吻新娘一次”，能想出怎样精彩创意的内容就看个人的才情了，的确为相聚带来美好有趣难忘的回忆。

神水